



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**“IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA UNIDAD DE
INVESTIGACIONES CEREBRALES”**
Del Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Comunicación Gráfica

Presenta

ENRIQUE LÓPEZ LABASTIDA

Director: Lic. María Elena Martínez Durán

Asesor: Prof. Gerardo Clavel de Kruyft

México, D.F. Febrero del 2001



INSTITUTO NACIONAL DE NEUROLOGÍA Y NEUROCIRUGÍA
PARA LA UNIDAD DE INVESTIGACIONES CEREBRALES

ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIMILCO D.F.

2001



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

*A **DIOS** por darme la oportunidad de ser parte de este mundo, bendecir mi hogar y haber culminado con una etapa más de mi vida, ya que en un momento pensé que nunca llegaría a concluir mi carrera, muchas gracias.*

A mis padres:

Francisco y Ma. Luisa

*Les doy infinitas gracias por darme la vida, por su ejemplo y por su apoyo incondicional ya que sin éste, mis estudios no hubieran llegado a su final, muchas gracias por haber creído en mi los **ámo**, misión cumplida.*

A mi esposa:

Martha

*Por tu apoyo, cariño, amor y comprensión que me has dado desde que nos conocimos, por impulsarme para salir adelante y principalmente por darme unos hijos tan hermosos muchas gracias gordita te **ámo**.*

A mis hijos:

Jorgito, Carlitos y Marianita

*A quienes dedico esta tesis por darme la oportunidad de aprender como ser padre, por tolerar las tardes y fines de semana que no pude estar con ustedes mientras elaboraba este documento, por su paciencia y comprensión muchas gracias los **ámo** y esperando que este esfuerzo les sirva de motivación, para que en un futuro logren sus metas.*

A mis hermanos:

Francisco, Ernesto y Rubén

Por brindarme su apoyo incondicional en todo momento.

A mi directora y asesor de tesis:

María Elena y Gerardo

Por compartir con migo sus conocimientos, tiempo y principalmente por creer en mi ya que sin su apoyo no lo hubiera logrado gracias.

A mis sinodales:

Prof. Eduardo Chávez, Prof. Ricardo del Castillo y Edgardo Martínez

Mi agradecimiento por su tiempo y conocimientos prestados para la realización de este traba.

A mis amigo del I.N.N.N.

Principalmente de los siguientes laboratorios computación, genética, patología y sueño que me apoyaron en mi proyecto de manera incondicional.

INDICE

INTRODUCCIÓN-----	página 1
-------------------	-------------

CAPÍTULO I

Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía

1.1. ANTECEDENTES-----	4
1.2. FUNCION SOCIAL-----	7
1.3. POLÍTICA DE LA UNIDAD DE----- INVESTIGACIONES CEREBRALES	8
1.4. DEPARTAMENTOS Y LABORATORIOS QUE FORMAN EL----- EDIFICIO DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIONES CEREBRALES.	9
1.5. UBICACIÓN-----	16
1.6. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD----- DE COMUNICACIÓN	17
1.7. GRAFICA ACTUAL-----	19

1.8. RESUMEN CAPITULAR-----	21
-----------------------------	----

CAPÍTULO II

COMUNICACIÓN

2.1. COMUNICACIÓN VISUAL-----	23
2.2. COMUNICACIÓN EN EL DISEÑO-----	26
2.3. IDENTIDAD GRAFICA-----	30
2.4. CLASIFICACIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA-----	33
2.5. ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD GRÁFICA-----	34
2.6. ELEMENTOS FORMALES -----	35
2.7. REQUISITOS DE LA IDENTIDAD GRÁFICA-----	37
2.8. PASOS DE REALIZACIÓN-----	38
2.9. RECOPIACIÓN DE DATOS-----	40
RESUMEN CAPITULAR-----	41

CAPÍTULO III

DESARROLLO DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIONES CEREBRALES DEL I.N.N.N.

3.1. PROPUESTAS-----	43
3.2. PRIMERA FASE-----	44
3.2.1. SEGUNDA FASE-----	44
3.2.2. TERCERA FASE-----	46
3.2.3. CUARTA FASE-----	47
3.3. PROPUESTA FINAL-----	48
3.4. ESPECIFICACIONES DE SU CONSTRUCCIÓN-----	49
3.5 RESTRICCIONES-----	49
3.6. APLICACIONES-----	50
3.7. REPRODUCCIÓN-----	55
CONCLUSIONES-----	56
BIBLIOGRAFÍA-----	57

INTRODUCCIÓN

La posibilidad expresiva de entendimiento entre los seres humanos en una comunidad es una de las condiciones más importantes desde el principio mismo de la vida. La necesidad de comunicación y de continuo desarrollo progresivo debe entenderse como uno de los factores esenciales del progreso y el desarrollo de la humanidad.

Se puede decir que el nuevo día no empieza hasta que no se le ha puesto la mirada a un signo, marca, o impreso del paquete del cereal o café de nuestra preferencia o ver, la señalización y señalética en los diferentes edificios y medios de transporte.

La comunicación gráfica es el producto cultural del hombre, se traduce como el conjunto de conocimientos adquiridos a lo largo de la historia que lo han transformado a él y su entorno, donde gran parte de dichos conocimientos se han registrado y preservado a través de la expresión gráfica por los diferentes medios desarrollados, en la creciente necesidad de comunicación.

La necesidad que existe en la unidad de investigaciones cerebrales es la de tener una identidad gráfica. Esta necesidad viene desde su fundación en 1964, y hoy en día al cumplir 36 años de existencia pretendo realizar dicha identidad gráfica.

Por ello el presente proyecto: denominado "IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA UNIDAD DE INVESTIGACIONES CEREBRALES (U.I.C.) DEL INSTITUTO NACIONAL DE

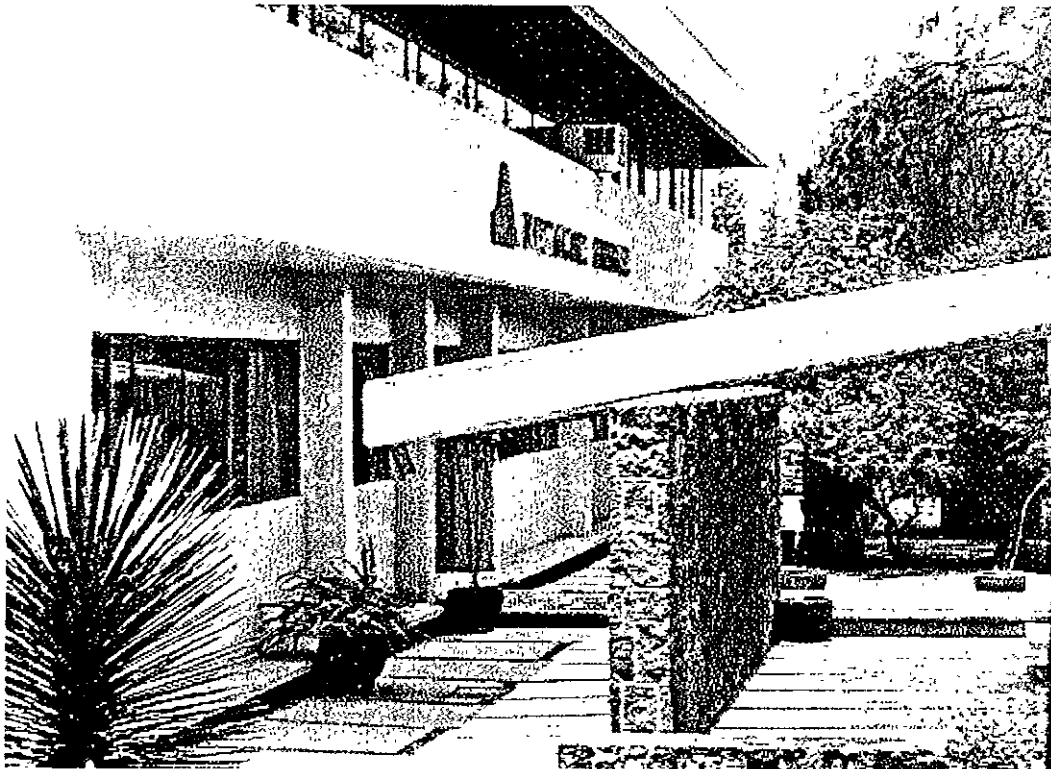
NEUROLOGÍA Y NEUROCIRUGÍA” me brinda la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos DURANTE MI ESTANCIA EN LA ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS (E.N. A.P.) perteneciente a la Universidad Nacional Autónoma de México, aunado a la experiencia profesional durante mi ejercicio, también la de servir a la sociedad a la cual pertenezco con un servicio de información visual para beneficio de la comunidad en general que dentro del área de investigación se divide en: Internos y Externos.

Internos: Todo el personal que labora dentro del complejo hospitalario.

Externos: Toda persona ajena a la U.I.C. o al complejo hospitalario.

Capítulo I

Unidad de Investigaciones Cerebrales (UIC)



1.1. Antecedentes.

“Durante el paso por la vida el hombre realiza obras cuya culminación es el resultado de buenas ideas y muchos esfuerzos que cristalizan en la solución de la problemática cultural de su tiempo y en el servicio a los demás con el mejor propósito, casi siempre esas obras integran el conjunto de observaciones y experiencias que podrían quedar separadas unas de otras si no se confrontan con la historia y el descubrimiento de las necesidades y demandas que justifique su creación”.¹

La idea en términos generales de crear el Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía (INNN), fue proyectada para brindar apoyo médico a la población mexicana con problemas relacionados con el sistema nervioso central, y a su vez formar académicamente a los estudiantes en medicina (en esta especialidad). Posteriormente se cimentaría un edificio para el desarrollo de la investigación en la misma materia.

Así con esas ideas inicia el proceso, “primero en la Facultad de Medicina (UNAM) y luego con la creación en el Hospital Juárez con los positivos resultados del ejercicio teórico-práctico de la especialidad”.²

¹ Velasco-Suárez M. INNN 25 aniversario. 1989; pp 19

² idem; pp 20

La incansable promoción logró un avance significativo hace algunas décadas para que el 27 de febrero de 1952 se publicara el decreto Presidencial que dio forma a su existencia.³ Se entregaron 10,000 metros cuadrados que hoy ocupan el Centro Médico Nacional al sur del antiguo Instituto Nacional de Cardiología, donde se hizo el levantamiento y estudio de suelos.⁴ para la solución de los programas médico-arquitectónicos. Para ese mismo año se inicia la construcción de un primer edificio de 10 pisos; obra que se suspende y se regresa a las instalaciones del Hospital Juárez.

En 1958, en un segundo intento se logra reanudar el proyecto que casi cristaliza en 1961, cuando se empieza a trabajar en la construcción específica del Instituto con laboratorios de Investigaciones Cerebrales, otra vez en el Centro Médico,⁵ donde por razones político-administrativas hizo entonces que pasara el Centro Médico de la SSA al IMSS y se interrumpe por segunda vez su construcción.

Al trasladarse a una casa particular con equipo y el laboratorio por tercera vez se hace el intento donde tiene su éxito definitivo. En estos terrenos se funda la escuela para adolescentes en desventaja física y se adaptaron construcciones de una vieja granja para un hospital de enfermos mentales que sufrían epilepsia.⁶ Ya en posesión de este excelente predio, con mayor experiencia, con mayor fuerza y la misma razón de los propósitos originales, y con mayor energía se ven coronados los esfuerzos, ya que nuevos planos, proyectos y programas fueron

³ Velasco-Suárez M. INNN 25 aniversario. 1989; pp 20

⁴ idem; pp 20

⁵ idem; pp 21

⁶ idem, pp 21

sometidos a consideración ante la Secretaria de Salubridad y Asistencia consiguiendo su aprobación el 8 de Agosto de 1962.⁷ Donde todos los argumentos y reflexiones del Instituto empezaron a erguirse en columnas de hormigón, y armarse el mecano de vigas pretensadas de concreto, con muros de piedras volcánicas que sostiene a Tlalpan⁸ y al complejo hospitalario del INNN con dirección en: Avenida Insurgentes Sur 3877 Colonia La Fama.

De ello surge una nueva era de la medicina en México, a partir del 28 de febrero de 1964, al crearse y sentar las bases del bienestar de nuestros semejantes en el campo de las neurociencias; mejor conocido como: El Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía, siendo sus siglas INNN, conjunto todos los recursos de talento que se resuelve como: la colaboración multidisciplinaria integrada por neurólogos, neurocirujanos, psiquiatras, neurootólogos, neuroradiólogos, neurooftalmólogos, neuroanestesiólogos, investigadores, y técnicos nacionales y otros extranjeros, particularmente de la región del Caribe, Centro y Sudamérica.⁹

La obligación de adquirir nuevos conocimientos y propiciar transformaciones en nuestro sistema de salud y en nuestra vida hospitalaria, hicieron necesaria la elección de bases científicas nuevas con guías distintas, para el mayor entendimiento de nuestro medio y la mejor asistencia de acuerdo con la morbilidad y mortalidad por causas neurológicas. La

⁷ idem; pp 21

⁸ idem; pp 21

⁹ idem; pp 21

cirugía como recurso terapéutico, habría de superar sus técnicas para ser el formidable recurso que salva a tantos enfermos otrora sin esperanza. La inteligencia elevada hasta las manos para lograr a veces lo que la medicina no puede conseguir. En todos estos propósitos figura siempre el robustecimiento de la filosofía humanística, ya que es indispensable la conciencia total para trabajar con y para lo más selecto de la naturaleza humana: el cerebro y sus acciones, que van más allá del hombre mismo

1.2. Función Social

La función social que desempeña el Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía, siendo un hospital de especialidad en el ámbito nacional, es proporcionar atención a pacientes con enfermedades relacionadas específicamente con el sistema nervioso, no importando el país, estado o región de la cual provengan. En especial, la Unidad de Investigaciones Cerebrales se encarga de: 1) apoyar al diagnóstico clínico, dar ayuda psicológica a los familiares de los pacientes con problemas neurológicos; 2) intercambio científico con otras instituciones del sector salud así como, con universidades nacionales y extranjeras para engrandecer el acervocientífico de nuestro país (Fig. 1).

Figura 1. Investigación e intercambios científicos en la UIC.



1.3. Política de La Unidad de Investigaciones Cerebrales

En un esfuerzo del INNN por mantener un primer nivel técnico que permita continuar y ampliar las líneas de investigación se cuenta con los mejores equipos y reactivos, para que el trabajo de esta unidad sea competitivo con la sofisticada tecnología que se emplea internacionalmente en el estudio de las neurociencias.

Para esto se busca y se obtiene colaboración con Universidades e Institutos científicos del país y el extranjero para reforzar sus grupos académicos y abrir nuevas áreas de trabajo.

1.4. Departamentos y Laboratorios que forman el edificio de la Unidad de Investigaciones Cerebrales

DEPARTAMENTO DE NEUROGENÉTICA

El departamento de neurogenética está conformado por los siguientes laboratorios:

1. Laboratorio de Genética
2. Laboratorio de Biología Molecular
3. Laboratorio de Investigación en Sociogenética

Su línea de investigación consta de:

- a) Diagnóstico molecular de la enfermedad de Huntington, correlaciones clínico moleculares.
- b) Alteraciones sexuales en pacientes con enfermedad de Huntington.
- c) Determinación de los alelos de la apolipoproteína como factor de riesgo para desarrollar enfermedad de Alzheimer en población mexicana.
- d) Detección de mutaciones en el gen de la presenilina 1 en familias con enfermedad de Alzheimer con herencia autosómica dominante.
- e) Estudios clínicos, histopatológicos y moleculares en enfermedad de German-Straussler-Scheinker autosómica dominante.
- f) Búsqueda de genes en la epilepsia mioclónica juvenil.
- g) Hiperhomocisteinemia como factor de riesgo para desarrollar enfermedad vascular cerebral prematura y determinación de metiltetrahidrofolato reductasa.
- h) Estudio molecular de las ataxias espinocerebelosas

DEPARTAMENTO DE NEUROFISIOLOGÍA

Se encuentra estructurado por los siguientes laboratorios:

- 1) Laboratorio de Epilepsia Experimental.
- 2) Laboratorio de Sueño.
- 3) Laboratorio de Formación Reticular.
- 4) Laboratorio de Ritmos Biológicos.
- 5) Laboratorio de Electrofisiología.

La línea de investigación es establecer las bases funcionales del sistema nervioso central, en su estado normal y patológico, mediante la utilización de métodos electrográficos, bioquímicos y morfológicos.

Se estudian diferentes modelos experimentales de epilepsia con objeto de localizar las estructuras cerebrales implicadas en este proceso nosológico.

Se estudian las actividades electrográficas que ocurren durante el ciclo sueño-vigilia en animales.

Se utiliza la exposición al ozono como un modelo experimental, capaz de provocar la liberación de radicales libres, prostaglandinas y otros productos de la reacción inflamatoria; durante el desarrollo cerebral y durante los diferentes estados del sueño.

LABORATORIO DE SUEÑO

La línea de investigación es:

Realiza estudios polisomnográficos en personas que padecen alguna alteración del sueño

Se desarrollan estudios tendientes a conocer la relación entre alteraciones respiratorias inducidas por el sueño.

Se estudia la organización del sueño en pacientes epilépticos de difícil control, con el objetivo de conocer los factores asociados a este tipo de padecimiento.

LABORATORIO DE FORMACIÓN RETICULAR

Su línea de investigación es:

Realizar estudios en roedores sobre nuevas funciones desempeñadas por la formación reticular, donde se ha encontrado que la microinyección de antiepilépticos de uso clínico protege contra las crisis inducidas por la sustancia llamada pentilentetrazol.

LABORATORIO DE NEUROPSICOFARMACOLOGÍA

Su línea de investigación es:

I Farmacocinética

a) La farmacocinética clínica

b) Interacciones farmacocinéticas de fármacos cisticidas

c) Influencia de los alimentos en la absorción de fármacos cisticidas

d) Farmacogenética de antidepresivos

II Biodisponibilidad de bioequivalencia de neurofármacos

LABORATORIO DE PSICOLOGÍA EXPERIMENTAL

Su trabajo está enfocado a la:

Neuropsicología, psicología de la salud y a la psicología social

Su objetivo es el de investigar las alteraciones neuropsicológicas que presentan los pacientes con enfermedades neurológicas.

Ofrece a través de la psicología de la salud apoyo a los pacientes y familiares de la institución.

Su línea de investigación es la siguiente:

Parkinson, la demencia, el síndrome frontal, la esclerosis múltiple, enfermedades vasculares cerebrales, maltrato a la mujer y la violencia intrafamiliar. Y como grupo de apoyo abierto al público en general a pacientes y familiares. Para esto se cuenta con folletería informativa para el conocimiento de los pacientes neurológicos.

LABORATORIO DE NEUROEPIDEMIOLOGIA

Los objetivos de este laboratorio son:

Elaborar proyectos de investigación con enfoque epidemiológico.

Brindar apoyo metodológico a los investigadores y médicos para la elaboración de sus proyectos de investigación.

Asesorar el empleo y manejo de procedimientos estadísticos para análisis de datos.

Sus líneas de investigación son:

- a) Epidemiología de los tumores del sistema nervioso central en adultos
- b) Epidemiología de las demencias
- c) Calidad de atención y satisfacción de usuarios de instituciones de salud

LABORATORIO DE NUTRICIÓN

Brinda atención a pacientes con trastornos neurológicos, con alteraciones metabólicas y nutricionales en el departamento de consulta externa a través de la evaluación del estado nutricional.

Como líneas de investigación desarrolla las siguientes actividades:

Evaluar el estado nutricional del paciente con demencia

Evaluar el estado nutricional del paciente con enfermedad de Huntington

LABORATORIO DE NEUROANATOMÍA FUNCIONAL Y ESTRUCTURAL

Como línea de investigación se mencionan los siguientes rubros:

- a) Anatomía funcional, neuropsicología y rehabilitación cognitiva de las lesiones cerebrales
- b) Anatomía funcional, neuropsicología y rehabilitación cognoscitiva de las hemianopsias retrogeniculares
- c) Anatomía funcional, neuropsicología y rehabilitación cognoscitiva de pacientes portadores de malformaciones arteriovenosas cerebrales.
- d) Estudio estructural celular (microscopía fotónica) y ultraestructural (microscopía electrónica) de enfermedades neurodegenerativas como Alzheimer, Huntington y Parkinson.
- e) Estudio estructural y ultraestructural de la corteza cerebral de focos epilépticos de pacientes sometidos a cirugía para epilepsia.

LABORATORIO DE NEUROTOXICOLOGÍA

La línea de investigación de este laboratorio está enfocada al estudio de los mecanismos de daño celular en un modelo experimental de la enfermedad de Parkinson, utilizando como modelo la neurotoxina.

Evalúa la localización regional de una o más de las isoformas de la metalotioneína y su correlación con la distribución de metales después de la neurotoxicidad inducida por la neurotoxina.

También evalúa la localización regional de los metales en el cerebro y el papel de la metalotioneína en el daño producido por la neurotoxina.

Además evalúa si la regulación diferencial de las isoformas de la metalotioneína apoya su papel en la neuroprotección.

Analiza si la sobreexpresión de la metalotioneína en el cerebro protege contra la neurotoxicidad de la neurotoxina.

1.5. Ubicación

El Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía (INNN) se encuentra ubicado en: Insurgentes Sur, 3877 en la Colonia la Fama en la Ciudad de México. (Fig. 2)

Subscrita, se encuentra la unidad de Investigaciones Cerebrales con orientación hacia el norte con: el aula Magna, al sur con el edificio de la Dirección General, al este con la Unidad de Investigaciones del Sistema Nervioso y al oeste con el Edificio principal de Hospitalización del mismo Instituto.



Figura 2. Ubicación de la unidad de investigaciones cerebrales

1.6. Identificación de la necesidad de comunicación

El ser humano tiene la capacidad para producir un universo infinito de oraciones o frases con sentido; esta capacidad reside en la razón del hombre y es el resultado de la experiencia lingüística aprendida y adquirida. Desde el punto de vista lingüístico después del aprendizaje filosófico pasamos al uso de la lengua con un repertorio pequeño de unidades fonológicas compuesta por 25 fonemas; con los cuales el ser humano está en capacidad de combinar los diferentes fonemas a fin de producir frases. Es indispensable que se construyan unidades culturales junto con un sistema de orden sintáctico y semántico: de la cual se carece hoy en el INNN. Siendo esenciales para una comunicación visual coherente.

Es raro encontrar en América Latina, Empresas, Institutos y Hospitales con estructuras operantes de comunicación, por lo general suele haber departamentos de comunicación que dependen del departamento de mercadeo o muchas veces adscritos al departamento de relaciones públicas la cual nunca figura dentro del sistema de alta dirección. También es frecuente que el status de comunicación institucional quede relegado a una coordinación de estrategias limitadas, de comunicación interna en forma de boletines de prensa y folletos, entre otros.

La comunicación gráfica va más allá de estos aspectos porque busca que los mensajes construidos y emitidos por cualquier medio por el Instituto (en caso particular) tenga una estructura de comunicación para una transmisión apropiada de su imagen o su identidad corporativa.

Recordemos que todo mensaje es construido para ser eficaz, para lograr una comunicación con el receptor con bases en un procedimiento (o código), sin los cuales no habría posibilidad de entendimiento en las relaciones de las personas.

Como elemento del proceso de comunicación, el mensaje es portador del contenido de la cultura interna del instituto en forma lingüística y no lingüística, ya que están compuestos de un contenido, una forma y de una materia sea gráfica, textual, icónica, etc.

Al identificar la necesidad de comunicación se busca eliminar la incertidumbre o sensaciones de desconocimiento que muchas veces se tienen al observar elementos de comunicación gráfica, porque muchas veces se desproporcionan entre calidad y cantidad de información, agreguémosle el desperdicio de recursos humanos en el manejo de las comunicaciones internas y externas.

Para eliminar lo descrito en el párrafo anterior, es necesario analizar el soporte, la fuente, los elementos gráficos-complemento (gráficas, dibujos), composición de la fuente, ubicación, diseño, etc.

Todo para lograr una comunicación acertiva o acercamiento entre emisor y receptor dentro del Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía, y que la imagen corporativa sea su contenido y que se refleje en todos los elementos gráficos que se logren.

1.7. Gráfica actual

La historia nos ha mostrado a través del tiempo que la necesidad de comunicarse entre los seres humanos por cualquier medio ha venido evolucionando conforme avanza la ciencia y la tecnología, con esto queremos decir que en los tiempos actuales es una prioridad ser representados o identificados por medio de nombre, signo, emblema o logotipo, el Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía que cumple con la función de servicio médico cuenta con un signo o emblema que lo identifica como tal a niveles nacional e internacional. Lo anterior presupone que el mundo de esta imagen requiere de atención muy especial por parte de la institución porque demanda un sistema de signos para todas las actividades relacionadas con la imagen y la comunicación interna y externa.

Al establecer un sistema de gestión y diseño de signos o símbolos para su manejo administrativo y científico trae una enorme responsabilidad como beneficio a la Institución.

Los signos a falta de coherencia con los que cuenta el Instituto se considera recurso desperdiciado, por desconocimiento de sus potencialidades e importancia de las mismas. Esto viene porque no se cuenta con una estructura de comunicación gráfica en el INNN que transmita la identidad tanto en el plano interno (empleados) como en el plano externo que es el público en general como los usuarios de los diferentes departamentos que componen al instituto.

La identidad gráfica con la que cuenta el INNN hoy día está acompañada de una serie de letreros con diferentes tamaños y formas, que nomenclaturan o intentan informar sobre la localización y la ubicación de los diferentes departamentos y espacios que lo conforman, para el caso del presente proyecto es la *Unidad de Investigaciones Cerebrales*.

El elemento gráfico de esta Unidad, es el siguiente: (Fig. 3)



Figura 3. Gráfica actual

La figura 3 representa a la UIC por medio de dos perfiles viéndose de frente en forma confusa y no contando con los elementos adecuados que conforman una identidad ya que los elementos que se utilizaron, por lo que se puede observar fueron escogidos arbitrariamente para resolver una necesidad a corto plazo sin ningún fundamento.

1.8. RESUMEN CAPITULAR

Después de dos intentos fallidos en los años de 1958 y 1961, de la creación de un centro hospitalario, dedicado a sanar enfermos neurológicos, por fin en su tercer intento en 1962, y gracias a la labor tenaz e incansable del Dr. Manuel Velasco Suárez, iniciador e interesado en el desarrollo de las neurociencias en México, logra que la Secretaria de Salubridad, apruebe el proyecto de construir un edificio para que en él, sean tratados estos males.

Se cimenta en una superficie de 10.000 metros cuadrados y en 1964 se inaugura el Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía. siendo su Director el propio Dr. Manuel Velasco Suárez.

CAPITULO II

Comunicación

Se podría considerar que la comunicación es una acción, efecto o medio de unión entre los seres humanos y esta a sus vez ha venido evolucionando constantemente conforme avanza el tiempo y la tecnología.

La comunicación es un acto esencial, para el ser humano en su vida cotidiana y basta de dos o más personas para que esta se de.

La historia nos muestra que la cultura egipcia fue la primera en acompañar sus manuscritos con imágenes, combinando ambos para transmitir información.

El legado de los jeroglíficos, papiros y manuscritos ilustrados constituyen el legado de los egipcios a la comunicación visual y estos a sus vez junto con la cultura mesopotámica fueron las iniciadoras del alfabeto y la comunicación gráfica.

2.1. *Comunicación visual*

La comunicación es el acto de relación mediante el cual dos o más personas fundan en común un significado. Fiske nos dice que en todo tipo de comunicación existen tres elementos principales que son: el emisor, el mensaje y el receptor.

El emisor: es el que transmitirá el mensaje.

El mensaje: es la construcción de signos que al interactuar con el receptor producen un significado, y que a su vez es enviado a través de un código.

El receptor: son las personas que obtienen y descifran el mensaje y que ellos mismos le dan el significado.

En este proyecto, el proceso de comunicación será el siguiente

Emisor = UIC ----- **Mensaje** = Identidad Gráfica ----- **Receptor** = Usuario

Según la “teoría” de **Bruno Munari** para entender la comunicación visual, sería sencillo hacer una comparación con una serie de imágenes, que tengan el mismo significado para personas de cualquier parte del mundo y por lo tanto de cualquier lenguaje.

El lenguaje visual es probablemente un poco más limitado que el hablado, pero siempre el más directo, relacionándolo con el diseño gráfico, por lo general éste utiliza imágenes que

intentan transmitir un mensaje lo más rápido posible, y esto sólo se puede lograr mediante imágenes que causen un efecto en las personas.

Todos los seres humanos reciben cotidianamente comunicación visual de la cual adquieren conocimientos, sin tener que utilizar las palabras, se considera que no solamente las imágenes, es comunicación visual, ya que el comportamiento de una persona, el ambiente del lugar e inclusive los colores del mismo ambiente, traen consigo una comunicación.

Podemos decir en términos generales que la comunicación visual es todo lo que observamos, a través de la vista, ya que directa o indirecta mente percibimos un mensaje.

Munari formula dos distinciones de la comunicación, que son la comunicación visual y la comunicación casual. La comunicación visual incluye las expresiones gráficas, que para un mensaje determinado, es preciso contar con una imagen objetiva, que de las mejores opciones de comunicación, estas imágenes deben contar con la legibilidad necesaria, y se tiene que establecer un acercamiento con el universo de imágenes que cada ser humano trae consigo en su interior “ un almacén de imágenes que forman parte del mundo propio, que se ha ido formando durante toda su vida y se ha ido acumulando”.¹⁰ “La comunicación casual, puede ser interpretada libremente por la persona que la recibe, en este caso el receptor, en un mensaje estético, o como otra cosa, la comunicación intencional que debería ser recibida en el pleno significado de la intención del emisor.”¹¹

¹⁰ MUNARI Bruno, Diseño y comunicación visual, Ed.GG.,pp79

¹¹ IBID pág 20

Para que exista cierta comunicación el emisor tendrá que enviar un mensaje, el cual se transmitirá, y a éste a su vez se le asigna una señal; el receptor reúne la información y la descifra asignándole un único mensaje, que el emisor transmitió. “Así pues, la comunicación visual es un medio que sirve para pasar información de un emisor a un receptor, y que tiene como condición específica para su funcionamiento, la exactitud y objetividad de las señales, la codificación y la falta de falsas interpretaciones”.¹²

Finalmente podríamos dejar concluido que la comunicación visual es generada por medio de mensajes visuales, que forman parte de todos los mensajes, y que estos actúan sobre nuestros sentidos, directamente. Estos a su vez se pueden dividir en dos partes, una primera parte sería la información que llevara consigo mismo el mensaje y la otra sería el soporte visual; el cual como ya se mencionó; es el conjunto de elementos que hacen visible el mensaje, es decir todas aquellas partes que deben tomarse en cuenta para poder ser analizadas, y poderlas utilizar con la mayor relación respecto a la información.

¹² IBID pág.21

2.2. Comunicación en el diseño

Los métodos de comunicación gráfica con los que se cuenta actualmente, son el resultado de la habilidad de resolver diversos problemas, como lo fue la necesidad de tener reunidos símbolos que, solos o en conjunto representaran objetos reales como concepto. Con el nacimiento del alfabeto se hizo que esto fuera una realidad, después surgieron ciertas necesidades como por ejemplo obtener materiales, en los que se pudiera visualizar y retener estos símbolos permanentemente; la variedad de papel, la creación de la tinta y la infinidad de avances tecnológicos hicieron posible el almacenamiento de esta información, que en la actualidad nos sirve como referencia de comunicación a través del tiempo.

Se considera que la comunicación, gráfica es un proceso de transmitir mensajes por medio de ciertas imágenes visuales, que encontramos en todo tipo de superficies, y estas pueden ser: dibujo, pinturas y fotografías; y los símbolos, que en este caso vendrían a ser las palabras, representadas gráficamente, y que por lo general son letras. Estas letras y palabras se les llaman símbolos porque no se pueden relacionar con los objetos o ideas que representan, ya que el símbolo represente más, como podremos decir, que su significado quedara inmerso entre los mismos usuarios.

Por ello tendrá que considerar la importancia del significado de los signos y su función que desempeña, y por lo tanto a esto lo conocemos como **semiótica**, “el objetivo es el estudio de

los sistemas, de signos, que en forma espontánea o intencional nos envía mensajes visuales”.¹³

Todos los códigos que usa el comunicador gráfico, para transmitir sus mensajes están conformados por el universo de los signos y los símbolos; por lo cual, la comprensión de los diferentes tipos de signos, es un conocimiento necesario que el comunicador debe tener presente para hacer uso correcto de los mismos y lograr así sus objetivos.

El campo de la **semiótica** es muy extenso, ya que cualquier signo de cualquier tipo o genero porta una información; dentro del desarrollo semiótico se encuentran cuatro elementos.

1. - **El signo o significante gráfico:** son los símbolos gráficos utilizados en la identidad o imagen gráfica.

2. - **El significado:** es el mensaje, concepto o idea que el comunicador desea transmitir a partir del signo gráfico.

3. - **El intérprete:** son aquellas personas que reciben el mensaje y que son los posibles usuarios de los servicios ofrecidos por la empresa o institución. “Un signo es algo que de

¹³ DE LA TORRE Y RIZO Guillermo, El lenguaje de los símbolos gráficos Ed Noriega Editores pág.57

alguna manera o capacidad representa algo para alguien".¹⁴ De esta manera podremos entrar a la clasificación de los signos, que son: **ícono**, **índice** y **símbolo**.

Ícono: El signo que se parece de alguna manera a su objeto, se ve y se oye parecido por ejemplo una fotografía

Índice: Existe un lazo directo entre el signo y su objeto, tiene una conexión real como por ejemplo: el humo es indicio de fuego.

Símbolo: No existe conexión o parecido entre el símbolo y el objeto, el símbolo comunica Porque la gente se ha puesto de acuerdo en que representa algo una palabra por ejemplo: la cruz de un centro de salud.



ÍCONO



ÍNDICE



SÍMBOLO

Por otra parte es muy importante **el canal**, **el medio** y **el código** que se utilizará dentro de la comunicación ya que es la forma en que un mensaje claro llega a su destino.

¹⁴ FISKE John, Introducción al estudio de la comunicación Ed. Norma, pp35

Canal: es el recurso físico por medio del cual se transmite una señal.

Medio: es la forma técnica o física de convertir el mensaje en señal para ser transmitido

Código: es un sistema de significado común para los miembros de una sociedad.

CANAL + MEDIO + CÓDIGO = MENSAJE CLARO

El comunicador Gráfico como forma de comunicación, deposita en los mensajes la función de transferir información acerca de algo “ los mensajes son el soporte y contenido de la comunicación y la parte esencial del conocimiento y la cultura.”¹⁵

¹⁵ COSTA Joan, Imagen Global, Ed. CEAC, pág 18

2.3. *Identidad Gráfica*

El objetivo de este proyecto, fue el de crear una identidad gráfica para la UIC.del INNN .

Norberto Chávez define la identidad como "atributos asumidos como propios por la institución, la idea de lo que es y lo que debe ser lo que quieren que crean que es y lo que quieren que crean que debe ser, es entonces el auto representación de la empresa o institución."¹⁶

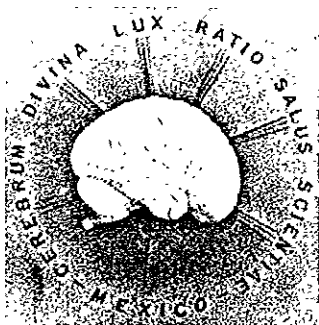
El concepto de identidad es asociado por lo general con el estilo que adopta la empresa cuando se enfrenta al mundo exterior, por lo tanto analizaremos específicamente a la identidad gráfica para tratar de comprender la función actual, los objetivos para los cuales existe así como los criterios, características y elementos que deben conformarla.

Para hablar de la identidad gráfica, es indispensable remontarse al inicio de la práctica del marcaje de las cosas, la marca empieza como una señal de pertenencia, como un símbolo de autenticidad y como ejemplo: se observó en los vestigios de vasijas de cerámica elaboradas en Mesopotamia hace miles de años; en ella se aprecia el pulgar marcado por el alfarero; esto como constancia de quién las había elaborado, independientemente del origen, el uso de las marcas fue evolucionando hasta el punto en que hoy en día todo es objeto, de un marcaje,

¹⁶ CHÁVEZ Norberto, *La imagen Corporativa*, Ed. G.G., Pág.20

y a medida que la tecnología evoluciona, esta transforma rápidamente a la civilización y su entorno. Las marcas se han ido adaptando a las exigencias técnicas, una marca industrial, era propiamente una dibujo o una ilustración con texto, otras eran elementos emblemáticos y ornamentales; estos al obtener resultados favorables, al entrar al mercado se convertían en marcas perdiendo detalle al ser simplificada.

En sus inicios la marca eran ilustraciones con texto



Al entrar al mercado una marca perdía detalle al simplificarse



La marca al pasar el tiempo, se tiene que adaptar a las diferentes variantes tanto de los productos o empresas a las que representa, como al público o usuario, los cambios que se le realizan es para que ésta se vaya personalizando y a su vez convirtiéndose en una señal de identidad que se transforma en un signo señalizado, buscando una estrecha relación con la idea y el objetivo propuesto, llegando de esta forma a la identidad visual.

“La identidad corporativa nace como la idea y técnica de la situación socioeconómica; se inicia con la reinención de la marca y la desplaza para abrirse camino de manera decisiva y compleja, desarrollándose en el presente siglo como disciplina especializada del diseño.”¹⁷ Una identidad corporativa está constituida por dos aspectos uno de ellos es la auto evaluación, en la cual se buscan en el pasado los documentos, patrones de comportamiento, signos físicos, etc., que han distinguido a la empresa, otro, es establecer un listado de los principios, ideas, etc., que dirijan la identidad de la empresa en el presente y en el futuro”.¹⁸

¹⁷ CORNEJO Gabriel, *Tesis Identidad Gráfica para la empresa Imagen Corporativa Empresarial* pág.46

¹⁸ *idem.*

2.4. Clasificación de la identidad gráfica

Existen cuatro tipos de identidades gráficas, cada una de ellas va a depender de la razón social a la que pertenezcan:

Identidad corporativa: se usa para representar a una organización, constituida por un grupo de empresas que igualmente tienen fines comerciales.

Identidad empresarial: representa a una organización que tiene fines comerciales.

Identidad profesional: representa a profesionistas independientes

Identidad institucional: representa a organizaciones que no tienen fines lucrativos

2.5. Elementos de la identidad gráfica.

Son el **logotipo** y el **símbolo** estos dos elementos se pueden encontrar solos o por separado cumpliendo con su objetivo, esto dependerá de la solución que se le haya dado a la misma identidad gráfica.

El logotipo: es considerado como un arreglo tipográfico específico de la razón social de la empresa o institución, esta ya sea completa o en siglas, presentan originalidad y legibilidad, este arreglo tipográfico y apoyándose en la semántica visual para representar conceptos.

El símbolo: Es un signo gráfico que representa un concepto o idea definida; como expresión visual, adquiriendo un significado cuando ha pasado por un proceso de aprendizaje y comprensión por parte del receptor, y éste lo ha incorporado dentro de los códigos de entendimiento.

2.6. Elementos formales

Una vez que el comunicador selecciona, los signos gráficos que utilizará, se verá en la necesidad de resolver en qué forma, estos representarán objetivamente los conceptos que se desean transmitir, para esto tendrá que considerar los siguientes elementos; la tipografía y el color, ya que es necesario recordar que el principio de la identidad gráfica es meramente simbólico y como tal el tratamiento que se le debe dar al color, a la tipografía y a la composición debe obedecer meramente al carácter simbólico que le puedan aportar.

El **color** cumple una labor muy importante dentro de la identidad gráfica ya que es un de los elementos más importantes de la personalidad física de la institución, los colores poseen una gran carga psicológica, emocional y simbólica par el observador. Como mencionaremos a continuación algunas características de los colores, estos se basan en la psicología del color, en base a estudios se ha llegado a precisar el significado de cada uno; por mencionar algunos de ellos, el blanco y el negro que se localizan en los extremos del espectro. con un valor inportante.

La tipografía es una herramienta muy importante para el comunicador gráfico. La elección de la familia tipográfica, y de la manera en que se usa, es un factor muy importante para la

identidad gráfica. No es por demás comentar que existen infinidad de fuentes tipográficas y que cada una de ellas tienen diferentes funciones dentro de la composición gráfica.

A continuación se da una referencia con respecto a las familias

Romana

Caligráfica

Palo seco

ORNAMENTAL

De estilo

Romanas: Esta familia tipográfica se caracteriza, por su estructura con zonas gruesas y delgadas y lo más representativo de estas fuentes es la combinación de sus trazos que la componen.

Caligráfica: Como se puede observar los caracteres están separados uno de otro, careciendo de trazos de unión, esta tipografía por lo regular se usa para el diseño de invitaciones, tarjetas de acontecimiento y para eventos sociales

Palo seco: También tienen por nombre san sheriff, grotescas o góticas, estas fuentes se empezaron a poner de moda en las publicaciones por sus características como por ejemplo la facilidad de composición y de su lectura.

Ornamental: Se caracteriza por el grado de dificultad para su elaboración ya que anteriormente eran dibujadas e iluminadas por los artistas, el uso que se les daba era el de abrir los capítulos o párrafos tanto en las revistas como en los libros. Teniendo como limitantes la composición que abarquen muchas líneas.

De estilo: Estas fuentes reciben el nombre de tipografía de estilo o de época, por la fuerza de su diseño ya que por lo regular se derivan de formas geométricas, sus trazos son uniformes, finos y gruesos.

2.7. Requisitos de la identidad gráfica

Además de los elementos antes mencionados que se tomaron en cuenta para la realización de la identidad gráfica existen otros requisitos formales como el criterio y otras características que la identidad debe reunir. Los requisitos se enfocan principalmente a los niveles de interpretación por los cuales pasará la identidad a ser observada por el público.

Los requisitos, características y criterios con los que debe de contar la identidad gráfica son:

Impacto: la imagen deberá influenciar al observador

Unidad: que exista una relación entre sus partes.

Visibilidad y legibilidad: características que harán posible su visualización en forma clara.

Síntesis: el contenido debe estar integrado sólo por elementos requeridos

Memoria gráfica: para que el observador no tenga problema a la retención de la misma y para que en un futuro lo reconozca con facilidad.

Originalidad: esta no tendrá que parecerse a ninguna otra identidad

Comprensión: La imagen tiene que tener la propiedad de expresar su significado con ciertos elementos que pertenezcan a códigos reconocibles por el público

Proporción y reproducción: Esta identidad gráfica deberá conservar todas sus características y no transformarse al variar los tamaños, y al ser reproducida por cualquier sistema.

Toda identidad gráfica, para que cumpla con su objetivo y sea dada por concluida deberá de cubrir los requisitos antes mencionados.

2.8. Pasos de realización

El objetivo de este trabajo es realizar una identidad gráfica de la UIC del INNN, adecuada que facilite el desempeño diario de los usuarios y personal que en ella laboren y con esto lograr presencia gráfica en el ámbito científico nacional e internacional.

Los pasos que se dieron en el proceso de elaboración de la identidad gráfica para la UIC fueron los siguientes:

En primer lugar, se realizó una investigación para conocer sus necesidades y objetivos a alcanzar.

En segundo lugar, se investigaron las funciones y la línea de investigación que se realizan en los laboratorios y departamentos de la UIC.

En tercer lugar, se agruparon los elementos más representativos de dichos laboratorios y departamentos de la UIC, considerando los más apropiados para el objetivo que se quiere alcanzar ya que a esta identidad se le darán diversas aplicaciones entre las que destaca la papelería administrativa básica como: hojas membreteadas, sobres, folders, tarjetas de visita, y carteles de información.

En cuarto lugar se plantearon los conceptos que se pretenden representar dentro de la identidad, como: profesionalismo, confiabilidad, eficiencia y calidad.

Por último se aplicaran los conocimientos y conceptos adquiridos del presente capítulo que nos servirá como plataforma para el desarrollo de la misma identidad tratando de lograr que se realice con la mayor eficacia.

2.9. Recopilación de Datos

Una vez analizados los elementos y datos obtenidos se procedieron a elaborar los primeros bocetos

Con base a la investigación encontramos que las características y cualidades de la UIC. son:

1. - Un centro de trabajo formado por especialistas en las Neurociencias, con formación profesional, y en algunos casos posgrado en Biología, Química, Medicina, Nutrición, Epidemiología, Neuro-Psicología, Trastornos del Sueño y Trabajo Social.
2. - Se considera que el objetivo común del personal que en ella labora, es el de aportar conocimientos con base en sus investigaciones para el avance en el conocimiento y el tratamiento de las enfermedades que tienen relación con las neurociencias.
3. -Profesionales comprometidos con su noble causa y preocupados por la atención a pacientes que de sus servicios requieran.

Resumen capitular

En este capítulo se abordó ampliamente el tema de la comunicación y quedó claro que la comunicación es todo un proceso que tiene como objetivo transmitir mensajes y esta a su vez deberá estar conformada siempre por los elementos que anteriormente se explicaron.

Se observó el lugar que ocupa el comunicador gráfico en este proceso y la importancia de sus aportaciones.

Posteriormente se analizó el proceso metodológico que se puede seguir para la elaboración adecuada de cualquier proyecto de identidad gráfica basándonos en signos y símbolos, que nos servirán para transmitir un mensaje gráfico, abordamos el tema de este trabajo que es la identidad gráfica. Analizamos los elementos que la conforman y los aspectos que debemos tomar en cuenta en el proceso del diseño de una identidad.

CAPITULO III

Desarrollo de la Identidad Gráfica para la Unidad de Investigaciones Cerebrales del INNN.

“Crear una identidad gráfica es un proceso racional, serio y profundo que requiere de conocimientos, creatividad y sensibilidad para alcanzar el objetivo planteado. Este proceso como veremos, corre muchos riesgos de fracasar si esta identidad gráfica es superficial o de gustos y caprichos propios. La manera de evitar esos riesgos y de optimizar los resultados es a través del seguimiento de un método, la parte práctica del estudio de los actos de la razón que impide extraviarse en el camino y alcanzar el objetivo deseado”.¹⁹

Por lo tanto para llevar a cabo lo antes mencionado se requiere contar con una metodología Adecuada a las necesidades que permita organizar el trabajo. como lo mencionamos en el capítulo anterior .

¹⁹ Gordo, Victor, 1999. pp 60

3.1. *Propuestas*

Las características se agruparon y sintetizaron de acuerdo a su representatividad. Se eliminaron las que eran muy generales y de estas obtuvimos los conceptos que representan apropiadamente la esencia y la naturaleza de la UIC como son el profesionalismo, la seriedad, el combate a las enfermedades neurológicas y el intercambio académico.

A continuación se proponen los siguientes elementos con la intención de representar, los conceptos antes mencionados con los siguientes símbolos y el logotipo quedando estas a consideración de los cambios que requirieran los mismos. Figura (4-5)



Figura 4 y 5 En esta figura se aprecian tres elementos el perfil del rostro de un ser humano, el cerebro y un rectángulo. En la siguiente figura observamos un microscopio dentro de un rectángulo con una tipografía como soporte del mismo

3.2. Primera fase

Se analizaron las propuestas planteadas y se observó que no estaban resueltas claramente, y no cumpliendo con la función para lo cual fueron creadas. Por lo tanto se replantearon los conceptos a representar y se procedió a realizar los cambios necesarios, tomando en cuenta diferentes alternativas que fueran más explícitas y concretas esquematizándolas al máximo, se buscaron los elementos que le darían una mayor personalidad a la identidad gráfica y quedara completamente correlacionada entre sí cumpliendo con su función.

3.2.1. Segunda fase

Como primer elemento en esta propuesta se utiliza el nombre de la UIC, como tal ya que éste tiene presencia en el medio científico y que se ha utilizado desde su fundación, sin poder quedar fuera de la identidad a realizar, dándole una variante en cuanto a su forma, proponiendo el texto en forma circular, con dos fuentes diferente de tipografía , que servirán como envolvente y esto a su vez nos ayudará a unificar la UIC con la identidad del INN.

Como segundo elemento y con mayor contenido de representación gráfica se consideró el tomar en cuenta una neurona ya que el tipo de investigación que se realiza en la UIC. es el estudio en todos sus aspectos de la misma.

Como tercer elemento se consideró incluir un círculo para darle el efecto de observar a través del objetivo de un microscopio, una vez ya seleccionados los elementos se pasó a la etapa de darle forma y composición adecuada para acercarnos al objetivo. Fig. 6

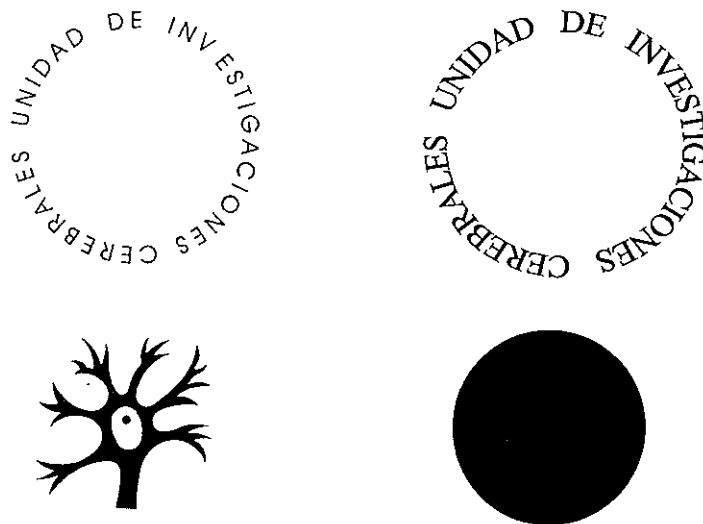


Figura 6

3.2.2. Tercera fase

Se realizaron las modificaciones pertinentes a los elementos anteriores, con un mayor compromiso creativo y sentido de responsabilidad en el proceso de elaboración y compromiso profesional, modificando el logotipo que tiene como envolvente, dándole una separación equilibrada visualmente por medio de unas balas, el círculo se integra al centro del logotipo, y posteriormente se hace lo mismo con la neurona invertida dándole un sentido de dirección, y en forma de negativo quedando los tres elementos integrados con una composición simétrica, en base a una red construida de módulos idénticos, necesarios para la adecuada reproducción del símbolo, para que ésta no sufra deformaciones en sus trazos, no pierda sus proporciones, composición y específicamente para soportar los trazos al contar con una retícula base que nos ayuda a colocar los elementos de una manera ordenada y coherente para cualquier tipo de aplicación que pretendamos realizar. Fig.7

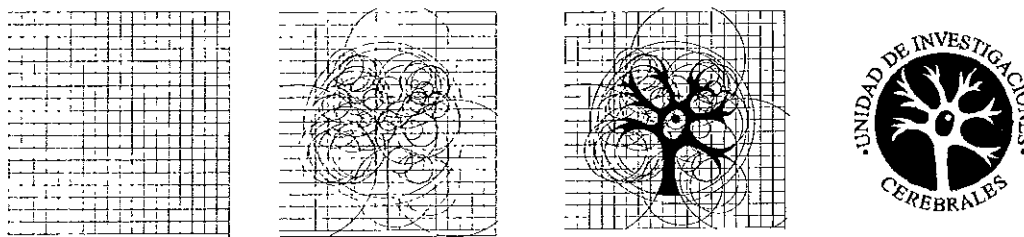


Figura 7

3.2.3. Cuarta fase

En esta fase se consideraron tres colores: azul cobalto, azul ultra y negro, como los más adecuados para la identidad, ya que el azul transmite tranquilidad, es un color profundo que tiene la connotación de ser formal siendo uno de los más adecuados para este tipo de instituciones, el negro nos da la alternativa de combinarse y reforzar a cualquier otro, y este color pensando en las aplicaciones de la identidad ayudará a darle más presencia y seriedad, tomando en cuenta su aplicación y reproducción. Fig.8



Figura 8

3.3. *Propuesta final*

En la propuesta final, el símbolo seleccionado, a si como el logotipo y el color son los elementos gráficos, que cumplieron con las características para ser integrados adecuadamente, y que permitirán visualizar la identidad gráfica de la UIC., de una manera eficiente a comparación de las anteriores propuestas.



3.4. Especificaciones de su construcción

El tipo de letra que se eligió fue, Times New Roman Medium, esta fuente pertenece a la familia de las romanas. sus características de legibilidad permiten una lectura sin problema alguno. Como tipografía secundaria se podrá usar una de la misma familia con rasgos semejantes como por ejemplo: la bodoni book, la representación del símbolo se realizó a un 50% del color negro, y la tipografía al 100% del mismo sin perder su legibilidad ni proporción alguna.

3.5. Restricciones

Las escalas mínimas de reducción nos apoyan para saber el tamaño mínimo en que puede ser reproducida la identidad, y para que esta siga conservando sus características y cualidades como por ejemplo: La visibilidad y legibilidad sin perder la calidad en su reproducción.

Se recomienda no reducir a más de un centímetro y medio ya que sé vera en el problema de emplaste tanto el símbolo como el logotipo no importando el sistema de reproducción.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

3.6. Aplicaciones

La aplicación de la identidad gráfica se realizara en una etapa, a corto plazo. Dentro de esta etapa se consideró los siguientes soportes, hoja membreteada, sobres tamaño oficio, en papel guarro y opalina holandesa blanca satinada de 125grs., para folder y tarjetas de visita, en cartulina guarro y opalina holandesa blanca satinada de 225grs.

Hoja membretada tamaño carta


Soporte: Papel opalina blanco guarro y holandesa de 120 grs.

Impresión: Serigrafía o hueco grabado a una tinta

15 cm 3 cm 5 cm 115 cm

15 cm

3 cm



INSTITUTO NACIONAL DE NEUROLOGIA Y NEUROCIROGIA
Insurgentes Sur 3877 Col. la Fama México D.F. C.P. 14269

10 pts.
8 pts

Tamaño actual 40%
Tipografía:
Time New Roman

Sobre oficio

Soporte: Papel blanco guarro y opalina holandesa de 125 grs.

Impresión: En serigrafía a una tinta.

1.5 cm 2 cm 5 cm 11.5 cm



INSTITUTO NACIONAL DE NEUROLOGIA Y NEUROCIROGIA
Esq. Reyes Sur 3877 Col. La Fama Mexico D.F. C.P. 14269

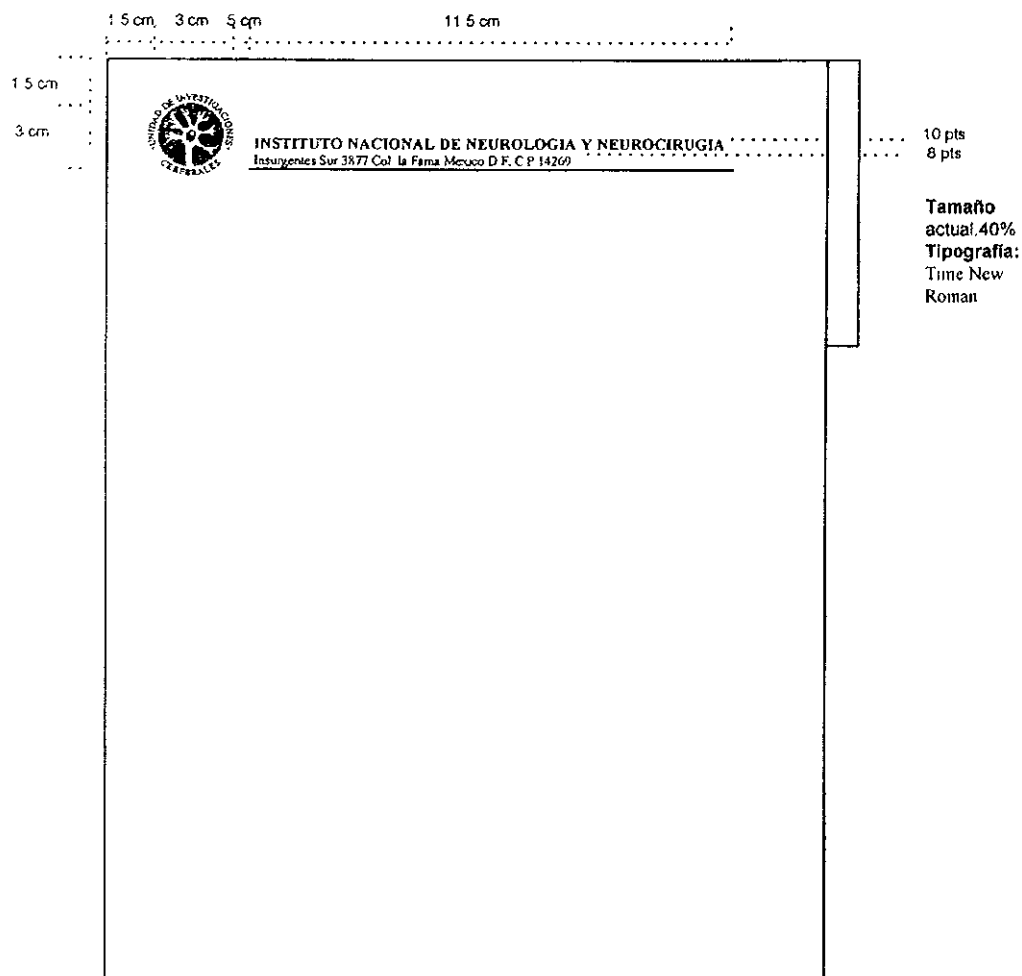
10 pts.
8 pts.

Tamaño
actual: 60%
Tipografía
Time New
Roman

Folder tamaño carta

Soporte: Cartulina opalina blanco guarro y holandesa de 225 grs.

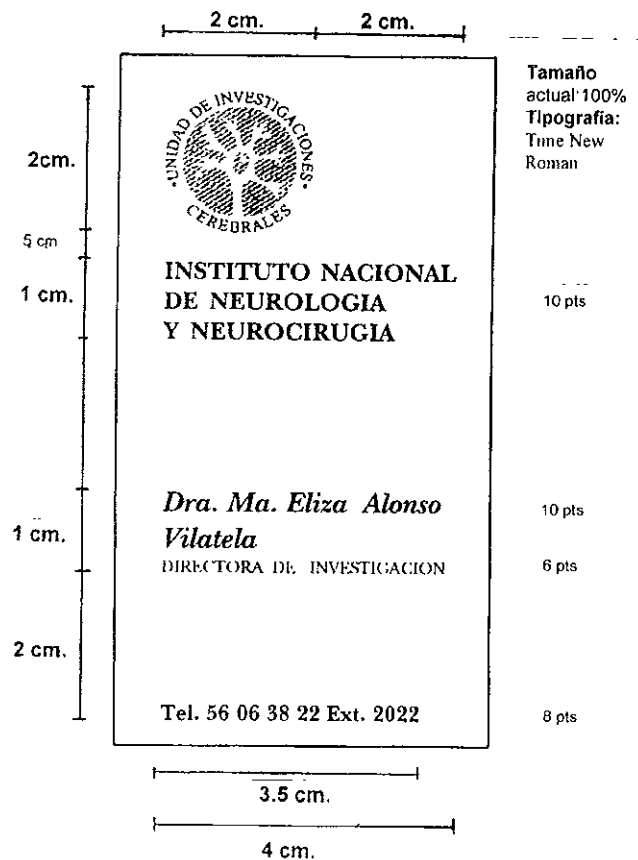
Impresión: Serigrafía a una tinta



Tarjeta de visita

Soporte: Cartulina blanca guarro y opalina holandesa de 225 grs.

Impresión: En serigrafía a una tinta.



3.7. Reproducción

La reproducción de la identidad gráfica se puede llevar a cabo en diferentes sistemas de reproducción, a si como su ampliación y reducción, a escala sin perder sus características en cuanto a proporción.

Se sugiere que la reducción mínima de la identidad sea a un centímetro y medio.

Si la reproducción se realiza en color, se sugiere el color azul cobalto al 100% para que no pierda su sobriedad.

Si la reproducción se realiza en blanco y negro como se propone en la identidad gráfica final, se sugiere que el símbolo contenga el 50% de negro, y el logotipo el 100% del mismo color negro

Para la reproducción en superficies oscuras se sugiere que se realice en negativo para que esta obtenga una mayor definición.

Si se realiza en hueco grabado se recomienda que sea en forma de positivo.

CONCLUSIONES

Para la realización de la identidad gráfica de la Unidad de Investigaciones Cerebrales del Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía. Sé realizó una investigación previa con el fin de familiarizarse con la UIC y lo que esta pretendía proyectar, de acuerdo al objetivo inicial del proyecto. Se realizaron algunos bocetos, considerando en ellos los elementos seleccionados, que se obtuvieron en la investigación previa, posteriormente estos bocetos se analizaron, y se propusieron nuevos elementos e ideas hasta alcanzar el objetivo final como parte del proceso. Por otra parte, nos dimos cuenta de la importancia que tiene el marco teórico para el desarrollo de cualquier proyecto de diseño y que el comunicador deberá considerarlo en su labor profesional.

Este proyecto abarca gran parte de los conocimientos adquiridos a lo largo de la mi carrera en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Podemos afirmar que la comunicación gráfica es un área interdisciplinaria, y que en este caso se han aplicado los conocimientos de fundamentos del diseño, diseño editorial, sistemas de reproducción, identidad gráfica etc. Y al integrarlos, hemos obtenido un resultado satisfactorio cumpliendo con nuestro objetivo principal de este trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- COSTA, Joan ; Identidad corporativa; 1ª ed., 1993 Reimpresión: México, 1994
- COSTA, Joan ;La imagen Global; Ed.,CEAC., Barcelona,1991
- CHAVEZ, Norberto; La imagen corporativa: Ed. G.Gili, S.A. de C.V. 4ª ed., México, 1994.
- CHAVEZ, Norberto; La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institución: Ed., Gustavo Gili. Barcelona, 1998
- DONDIS A. Donis; La sintaxis de la imagen Ed., Gustavo Gili, Barcelona 1991
- GORDOA, Victor; El Poder de la Imagen Pública Ed. Edamex México 1999
- MUNARI, Bruno; Diseño y comunicación visual, Ed., Gustavo Gili, Barcelona 1996
- OLIN, Wally., Imagen Corporativa Internacional., Ed. Gustavi Gili, Barcelona, 1995
- ROSELL, Eugeni., Manual de Imagen Corporativa Ed. Barcelona 1991
- VELASCO, Manuel; 25 Aniversario del Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía Ed. Type. México 1989