

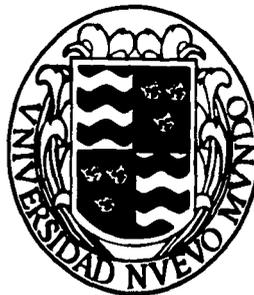
878531

11

**UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO**

**ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



**“Identidad Gráfica para la Asociación de  
Asistencia Dental a la Niñez I.A.P.”**

**TESIS**

Que para obtener el título de:

**Licenciada en Diseño Gráfico**

**PRESENTA**

**K. Fabiola Torres-Rentería Guerra**

Director de tesis:

**Lic. María Mónica Zarate Olvera**

Estado de México

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

2002

1



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.

## Dedicatorias

Esta tesis es una meta más que puedo lograr y el resultado de mucho tiempo de esfuerzo y constante dedicación, es por eso que se las dedico.

Antes que nada a mis papás por brindarme una educación, por mis estudios, por su constante apoyo en cada momento, por ser mi empuje y ejemplo a seguir. Gracias por estar siempre a mi lado.

A mis hermanas por crecer a mi lado y compartir conmigo grandes momentos.

A ti abuelita por tus consejos, por preocuparte por mi siempre y por todas tus enseñanzas, sobre todo gracias por tu cariño.

A Bernardo por tu comprensión, por tu paciencia y por todo tu apoyo que me has brindado siempre, por tu ☺ que me da ánimo y fuerza para vencer cualquier obstáculo, y por todos esos momentos que hemos pasado juntos. Gracias por formar parte de mi vida.

A las manis por tantos buenos momentos y desveladas que pasamos juntas y por todas esas risas que siempre ayudaban a pasar mejor esas noches de desvelo, por todo su apoyo y su cariño.

A la vida y a dios por darme tanto.

A mi asesora Mónica por su tiempo y dedicación.

Autorizada por la Dirección General de Bibliotecas  
UNAM a difundir en formato electrónico e imp.  
contenido de mi trabajo receptivo.  
NOMBRE: K. Fabiola Torres  
Bentoría Guerra  
FECHA: 6 Noviembre - 2002  
FIRMA: [Firma]

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Tu puedes ser otro si aspiras  
a ideales más allá de tu propio ser,  
y si tu misión es llegar a ser  
trascendente.

## Índice

<b>Introducción</b>	5
<b>Capítulo 1----- Cliente - Empresa</b>	7
1.1 Antecedentes	8
1.2 Recursos Económicos	11
1.3 Justificación	13
1.4 Imagen Actual	14
1.5 Planes de Promoción	15
1.6 Planes a Futuro	16
1.7 Competencia	16
1.8 Posicionamiento en el Mercado	17
1.9 Receptor	18
<b>Capítulo 2 ----- Marco Teórico</b>	19
2.1 Comunicación Visual	20
2.2 Semiótica	22
2.3 Identidad Gráfica	28
2.4 Elementos de la Identidad Gráfica	31
2.4.1 El nombre	31
2.4.2 El logotipo	32
2.4.3 El imagotipo	35
2.4.4 El color	36
2.5 Programa de Identidad	40
2.6 Manual de Identidad	42

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

<b>Capítulo 3 ----- Proyecto Gráfico</b>	<b>43</b>
3.1 Etapa de Bocetaje .....	44
3.2 Acomodo Tipográfico .....	53
3.3 Alternativas gráficas .....	55
3.4 Alternativas de color .....	58
<b>Manual de Identidad</b>	<b>60</b>
Introducción .....	63
4.1 Imagen gráfica .....	64
4.2 Elemento complementario .....	65
4.3 Lineamientos de la Identidad gráfica .....	66
4.3.1 Retícula .....	66
4.3.2 Red de trazo .....	67
4.3.3 Proporción "X" .....	68
4.3.4 Positivo y negativo .....	69
4.3.5 Reducción mínima .....	69
4.3.6 Area de restricción .....	70
4.4 Tipografía de Identidad .....	71
4.5 Tipografía secundaria .....	72
4.6 Colores Corporativos .....	73
4.7 Marca de agua .....	74
4.8 Aplicaciones .....	75
4.9 Promocionales .....	90

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## Introducción

Dentro de nuestra vida cotidiana nos damos cuenta que el Diseño Gráfico, es de vital importancia para el desarrollo y crecimiento de las empresas, para el éxito de nuevos productos, para promocionar artículos, eventos, lugares, etc. Hoy en día es imposible imaginarse un mundo sin Diseño gráfico, ya que la competitividad entre productos o servicios es cada vez más grande y aquellas empresas lucrativas y no lucrativas que tengan una mejor imagen y presentación ante sus clientes o público en general son las que podrán sobresalir.

El Diseñador tiene la función de transmitir cierto mensaje a un mercado específico, a través de signos y símbolos visuales, resolviendo así problemas gráficos de las empresas, y dando soluciones adecuadas a las exigencias de los clientes.

Dentro de esos problemas gráficos se encuentra la creación de la identidad de una empresa, tema que abordaremos en este proyecto. Una empresa al contar con una identidad, tratará de identificarse así misma, y de lograr una distinción entre ella y las demás empresas, plasmando a través de una imagen todos los aspectos que la representan, con la ayuda de elementos de diseño, como la tipografía, el color, signos, símbolos, entre otros, dando a conocer de una manera completa y en todos sus sentidos los servicios que la empresa ofrece.

Es aquí donde la Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P. requiere de una identidad que logre unificar todos los elementos antes mencionados para poder dar una imagen de ella misma al público, además de poder realizar todas sus aplicaciones correspondientes, permitiéndonos así la solución gráfica a aquella necesidad de caracterización e identificación.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

El desarrollo del presente proyecto esta formado por tres capítulos:

En el primer capítulo se hablará específicamente de quien es la Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P., como surge esta Asociación, como está constituida, quienes la conforman, sus necesidades , el receptor y cuales son sus funciones y sus servicios que ofrece.

En el segundo capítulo es necesario mencionar el conocimiento de los fundamentos teóricos del diseño, como lo son los conceptos esenciales de la comunicación visual, la semiótica y los principios básicos del diseño de identidad.

El tercer capítulo es el desarrollo del proyecto gráfico, aquí se integran la etapa del bocetaje hasta llegar a implementar un sistema de signos capaces de poder identificar a la Asociación, aplicados a los distintos soportes que la Asociación necesita. Además todo proyecto de identidad, requiere de la elaboración de un manual, el cual es un documento donde estarán los lineamientos que se deben seguir para la correcta reproducción de cada uno de los elementos de la identidad, el manual marcará entre otras cosas, los usos correctos e incorrectos del logotipo, áreas de restricción, color, tipografía, entre otros.

Como diseñadora gráfica es un gran compromiso y un reto el poder realizar la identidad gráfica de esta Institución teniendo como objetivo el solucionar todas las expectativas que el cliente demanda. Esto implica un proceso de investigación y aplicación complejo para obtener el resultado deseado.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Cliente - Empresa

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Capítulo  
uno

\_\_\_\_\_Antecedentes:

La Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P.(Institución de Asistencia Privada), surge en 1987 en el seno de la Asociación Dental del Distrito Federal (A.D.D.F) a través de su vocal el Dr. Alfredo Cordero Huerta, como un compromiso de servicio social a la niñez. Este proyecto se lleva a cabo cuando la Secretaría de Educación Pública, (S.E.P) le pide apoyo a esta Asociación para dar ayuda dental a los internados que fundó el General Cárdenas.

La Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P realiza una labor altruista, prestando sus servicios a niños de escasos recursos a través de cuatro clínicas instaladas dentro de los internados de la S.E.P (aproximadamente hay alrededor de 500 niños por internado), y en las clínicas ubicadas en las delegaciones: Ixtapalapa, Benito Juárez, e Iztacalco.

Estas delegaciones prestan parte de sus instalaciones a la Asociación, así ésta brinda atención dental a niños de escasos recursos pertenecientes a ellas.

En la delegación Ixtapalapa la clínica se ubica dentro del deportivo "Coyuya", en la delegación Benito Juárez además de contar con una clínica también cuenta con un laboratorio dental y en Iztacalco la clínica esta ubicada en el Centro "Fortaleza" que atiende especialmente a niños de madres solteras y por último se cuentan con dos clínicas más instaladas en la ciudad de Guadalajara. En cada delegación son atendidos más de 2,000 niños al año, pagando una pequeña cuota de recuperación.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Su atención no sólo se limita al aspecto preventivo y curativo de las enfermedades odontoesmatológicas (enfermedades de la boca y de los dientes) sino también dentro de sus funciones está el poderles proporcionar otro tipo de ayuda como:

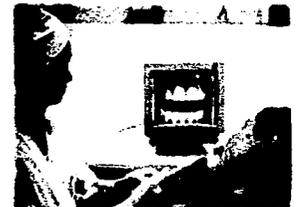
1.- Brindar atención dental y nutricional a Instituciones públicas y privadas.

2.- Brindar atención dental a poblaciones marginadas o sin recursos, y proporcionándoles ayuda en : alimentación, vivienda, vestido, educación y salud.

3.- Programar y realizar actividades para preparar, formar y actualizar al personal que intervenga en la atención dental de las clínicas y poblaciones sin recursos antes enunciadas.

4.- Mantener el nivel técnico y científico de dentistas y pasantes que colaboran en la Asociación.

La Asociación esta representada y administrada por un patronato que será el responsable de vigilar que se cumpla con los objetivos para los cuales fue creada. Integrada por un presidente, un Secretario, un Tesorero, tres vocales, Cirujanos Dentistas y especialistas en Odontología infantil, que efectúan tanto una labor odontológica como de cultura nutricional, además de contar en las clínicas con dentistas de base, apoyadas por una enfermera y pasantes, que por lo general son estudiantes que se encuentran efectuando su servicio social; esto se lleva a cabo mediante un convenio con la ENEP (Escuela Nacional de Estudios Profesionales).

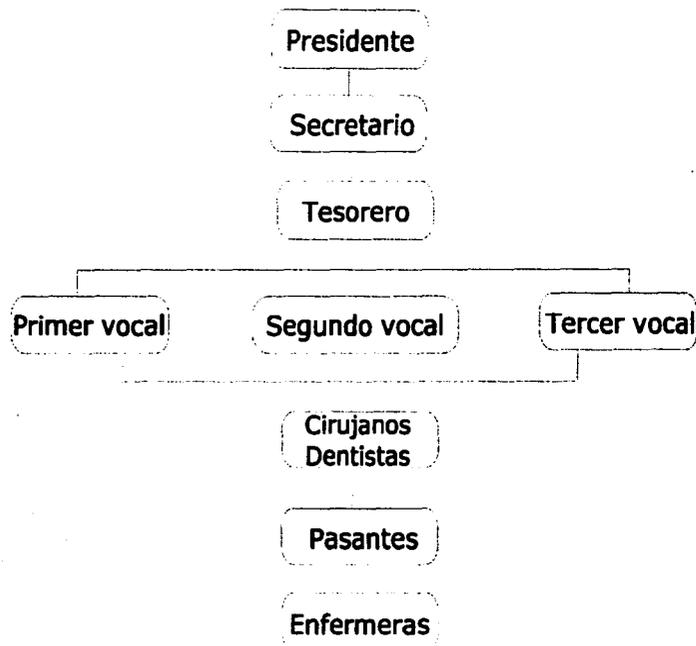


TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Las actividades que se realizan están reguladas por la ley de Institución de Asistencia Privada en el Distrito Federal y a su vez están sujetas a la supervisión de la Junta de Asistencia Privada (JAP), quien va a garantizar y asegurar que los recursos destinados a la Asociación, realmente beneficien a aquellos para quienes fueron donadas.

\_\_\_\_\_ Organigrama

La Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P. está estructurada de la siguiente manera :



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Recursos Económicos

La Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P, es una Institución de Asistencia Privada que efectúa el labor social no lucrativo.

El capital con el que se cuenta es a base de donativos tanto en especie (medicamentos, instrumental y equipo médico primordialmente) como en efectivo a través de compañías afines a la industria odontológica como: Colgate, Crest, 3M de México, Degussa, Stearling Health de México y otras de índole particular y de algunas Instituciones hermanas como la Nacional Monte de Piedad; también a través de los mismos asociados o cualquier otra persona física o moral, pública o privada, mexicana o extranjera.

La Asociación esta administrada por un patronato, el cual es el encargado de administrar los recursos asignados y los que se captan, así como los materiales y equipos que deban adquirirse para el cumplimiento de sus finalidades. Por otra parte la Junta de Asistencia Privada (JAP) regula las aportaciones económicas de la Asociación y apoya en materia fiscal y financiera.

El primer capital con el que contaron fue en 1987 cuando la Compañía Colgate Palmolive donó, alrededor de 27 mil pesos para construir 4 edificios en los internados de la S.E.P ya mencionados que son el N-1, N-2, N-17, N-28, por lo que siempre se ha contado con el apoyo incondicional de Colgate desde el inicio de esta Asociación hasta el día de hoy.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## Capítulo uno

La YMCA (Young Men Christian Association) y el grupo médico de laboratorios el Chopo donaron 2 equipos dentales para el deportivo "Coyuya", perteneciente a la delegación Ixtapalapa, posteriormente se donaron también 2 equipos dentales a través de laboratorios el Chopo, para el Centro "Fortaleza" de la Delegación Iztacalco.

La compañía Dental Japomex donó un equipo dental que se integra a la clínica de la delegación Benito Juárez. Así como diversos dentistas donan continuamente material y equipo dental, el cual es asignado a las clínicas.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## Justificación

La Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P. no cuenta con ninguna imagen existente y requiere ser identificada por su público o receptor, es por eso la necesidad de un distintivo propio, es decir una identidad a través de una imagen gráfica que simbolice a toda la Asociación.

La idea de diseñar una identidad gráfica surge al observar una total carencia en los soportes gráficos y falta de diseño, por lo que requiere identificarse, lograr una distinción entre ella y otras Instituciones.

La Asociación cuenta con el reconocimiento de su público por su labor altruista; sin embargo, no cuenta con ninguna imagen gráfica que la identifique, creando confusión a la gente que visita las clínicas y en aquellas empresas que aportan sus donativos. Así mismo en los últimos años ha tenido un constante crecimiento, teniendo de esta forma la necesidad de ofrecerles un mejor servicio.

Mediante este proyecto se pretende primordialmente darse a conocer, por medio de una imagen clara e impactante, que represente a la Asociación y los servicios que ofrece, con el fin que su público retenga en su mente la existencia de ésta. Desarrollando una imagen que cumpla con las características que la Asociación quiere transmitir:

- Comunicar calidad y confianza en los servicios que desempeña.
- Crear una imagen gráfica relacionada a lo dental, y a los niños.
- Que la imagen sea clara, sencilla, dinámica, alegre y con un gran impacto visual.
- Utilización adecuada del color, enfatizando la salud y la higiene.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### Imagen Actual

Como ya se mencionó anteriormente la Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P, no cuenta con ninguna imagen que la identifique como Asociación. Desde su fundación no ha habido ninguna modificación, prácticamente se ha identificado únicamente con el nombre o razón social.

Su papelería es deficiente e incompleta, no existe ningún diseño. A lo largo de los años han utilizado algunas aplicaciones que la Institución de Asistencia Privada (I.A.P), les ha proporcionado, las cuales llevan el logotipo de ésta, lo que provoca incomprensión y confusión al receptor.

La fuente tipográfica utilizada es la Times New Roman, en altas, sin ningún puntaje definido y en lo que respecta a sus colores no hay uniformidad ni orden, utilizan algunas veces el rojo o el vino, sin ningún número pantone.

En muchos de los casos son los impresores quienes han tomado las decisiones por la falta de un manual, guiándose en las indicaciones que les han dado los diferentes empleados.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Dr. Daniel Roberto Gutiérrez  
Presidente

Presidente de la Asociación de Asistencia  
Dental a la Niñez I.A.P.

Presidente de la Asociación de Asistencia  
Dental a la Niñez I.A.P.



LIC. CARMELO MARTÍNEZ B.  
CENTRO DE MANC  
ESTABLECIMIENTO DE PEDIATRIA

ASOCIACION DE ASISTENCIA DENTAL A LA NIÑEZ I.A.P.



Institución de  
Asistencia  
Privada ASOCIACIÓN DE ASISTENCIA DENTAL A LA NIÑEZ I.A.P.



ASOCIACION DE ASISTENCIA DENTAL A LA NIÑEZ I.A.P.  
20115 ADELFO M. 200 100 WILSON S.A. TEL: 543-20-72

Dr. Ing. ADELANTE N° 001

AGRADECE A

NOMBRE: \_\_\_\_\_  
DIRECCION: \_\_\_\_\_  
SU DONATIVO POR \_\_\_\_\_

RECIBIDA

ESTE RECIBO SE HA EMPLAZADO EN EL REGISTRO DE LA ASOCIACION

\_\_\_\_\_ Planes de Promoción:

Actualmente se han dado a conocer relativamente muy poco y esporádicamente, esto se ha llevado a cabo por medio de la Junta de Asistencia Privada que cuenta con una revista, en la cual se dan a conocer todas las Instituciones que la conforman, entre ellas la Asociación De Asistencia Dental a la Niñez I.A.P; la revista se llama JAP, sale cada 3 meses y es un órgano de información de la Junta de Asistencia Privada para el Distrito Federal y su publicación es gratuita, sin embargo su difusión es buena ya que llega a clínicas, a hospitales y a todas las personas que pertenecen a esta la Institución.

A pesar de tener 14 años con esta labor, no cuenta con ningún medio de información definido. Una vez que se realice este proyecto la Asociación podrá difundir sus servicios un poco más, ya que se tiene pensado el promocionarse en diferentes medios impresos como : folletos, carteles y revistas.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## Planes a Futuro

Dentro de sus planes a futuro esta el impulsar su crecimiento y darse a conocer más entre su mismo medio, es decir entre los mismos dentistas y pasantes, así como llegar a más empresas y gente que pueda estar interesada en donar y aumentar de esta manera el número de donativos, esto se podrá realizar una vez que se cuente con la identidad gráfica y al crear algunos medios publicitarios impresos, que ayudarán a dar a conocer y comunicar la labor que desempeña la Asociación.

Así, de esta forma se podrá adquirir mejores instrumentos médicos, formar más clínicas tanto en el Distrito Federal como en la provincia, tener un mayor número de recursos, prestar atención a un mayor número de niños, darles capacitación continua a los dentistas y pasantes que presten sus servicios en la Asociación, así como una actualización tanto en los aspectos de tipo dental, como en equipos auxiliares.

## Competencia

Dentro de la Institución de Asistencia Privada (I.A.P) a la que pertenece la Asociación, es la única Institución que se dedica a esta labor de atender a los niños, de escasos recursos que necesitan asistencia dental.

Todas las Universidades públicas o privadas que cuentan con la carrera de Odontología, como el UNITEC, UNAM, ULA, por lo general son pasantes que realizan sus prácticas sin obtener ninguna retribución a cambio, como también muchos hacen su servicio social en algunas clínicas y algunos después de haber terminado su servicio continúan efectuando labores de tipo social.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Posicionamiento en  
el mercado

En esta labor que realiza La Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P no hay mucha competencia, ya que no existen instituciones que se dediquen a la misma labor altruista, cuenta con un buen Posicionamiento dentro de las empresas relacionadas con la Odontología y también dentro de la Junta De Asistencia Privada y todas las Instituciones hermanas que son más de 400.

Los visitan los asesores, coordinadores y autoridades de la Junta De Asistencia Privada para supervisar el trabajo y planes de la Asociación, por lo tanto su Posicionamiento es relativamente bueno, ya que se puede considerar como una Institución confiable y durante los 14 años de actividad, ha proyectado credibilidad, puesto que estas empresas han donado parte de los recursos económicos que tiene esta Asociación, sin embargo le falta darse a conocer un poco más por personas relacionadas con la Odontología, como los mismos dentistas y pasantes.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_Receptor

De acuerdo a la investigación que se realizó, estamos contemplando niños, jóvenes y adultos, dirigido a ambos sexos y a todas clases sociales.

a) los niños que acuden a las clínicas de la Asociación, son niños de escasos recursos, el sexo es totalmente indistinto, acuden igual número de mujeres que de hombres. de una edad entre 3 y 12 años.

b) Dentistas, pasantes, escuelas y facultades de odontología, enfocado tanto a hombres como a mujeres, de una edad entre 24 y 60 años, con un nivel cultural alto y un nivel socio-económico medio, medio-alto

c) A hombres y mujeres que tengan un nivel cultural y socio-económico alto, y al gremio de la industria odontológica, la cual la podemos denominar como las empresas, laboratorios y hospitales que se desempeñan en el mismo medio, este tipo de receptor es de gran importancia ya que por lo general son los que tienen la capacidad económica para poder donar fondos a la Asociación.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# Marco Teórico

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Capítulo  
III Dos

\_\_\_\_\_ Comunicación  
Visual

El ser humano como parte de una sociedad, siempre ha tenido la necesidad de comunicarse, todo ello gracias a su racionalidad y a la utilización del lenguaje humano.

"La comunicación es un acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca un significado"<sup>(1)</sup>

La comunicación transmite información, ideas, emociones, habilidades, etc. Esto a través de símbolos, signos, palabras, imágenes, figuras, gestos, etc.

Para que se de este proceso de compartir información, existe un esquema simplificado de la comunicación.

EMISOR ----- MENSAJE ----- RECEPTOR

En el caso de la comunicación visual, el emisor será el cliente (La Asociación), el mensaje es lo que se quiere dar a conocer o transmitir, y por último el receptor será la persona que interpreta el mensaje.

El diseñador gráfico es principalmente un comunicador de mensajes, su intervención en la codificación de mensajes visuales es de gran importancia para poder lograr que estos sean eficientes, por lo que tiene que estructurarlos de una manera adecuada, y expresarlos gráficamente de una forma clara y entendible para el receptor.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

(1) Paoli, Antonio, " La comunicación", pág. 11.

En esta faceta el enfoque comunicacional del diseño implica 3 elementos fundamentales:

**La empresa, el diseñador y el público**, donde el diseñador ejerce el rol de intermediario entre los otros 2 elementos; estos 3 elementos juntos, forman parte de una gran cadena de comunicación. Dentro de la cadena de comunicación, tanto la empresa como el diseñador y el público desarrollan un papel específico y una posición determinada respecto a los demás, esta cadena esta compuesta por los siguientes elementos.

Usuario — Diseñador — Diseño — Medio Difusor — Consumidor  
Emisor Codificador Mensaje Canal Receptor

**Emisor :**

Empresa o institución que solicita el trabajo de un diseñador.

**Codificador :**

Es el diseñador, el cual interpretará de forma creativa los requerimientos del emisor.

**Mensaje :**

Es el resultado material del diseño gráfico, es decir, la identidad ya establecida.

**Canal :**

Es el medio por el cual se van a difundir los mensajes gráficos.

**Receptor :**

Es el mercado al que va dirigido el mensaje gráfico.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Todo este proceso se enfoca en los aspectos dimensionales del signo y su significado, el signo es el elemento central de la comunicación.

" Es la representación figurativa de objetos en forma simplificada, que adquiere un significado mediante la interpretación de los individuos, su finalidad es la de mostrar e indicar objetos, situaciones o servicios a través de una abstracción". (2)

## \_\_\_\_\_Semiótica

La teoría de los signos también conocida como semiótica se dedica al estudio de los signos y a los elementos que la componen, así como a las normas que los rigen.

"El objetivo de la semiótica es el estudio de todos los sistemas de signos que en forma espontánea o intencional nos envían mensajes visuales". (3)

Se les considera como fundadores del proyecto semiótico al filósofo Charles Peirce y el lingüista Ferdinand Saussure.

Saussure representa en 2 elementos al signo:

### **Significado y significante.**

**Significado:** El significado se representa mentalmente, es la interpretación que cada persona le da a un objeto según su forma y función, involucrando al inconsciente, los sentimientos y las emociones, es el mensaje que se quiere transmitir. Es la significación subjetiva.

**Significante:** Es el signo o figura visual y hace referencia al contenido externo y visible del término. Es la significación real y objetiva.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

(2) Frutiger Adrián "Signos, Símbolos, Marcas y Señales", Editorial Gustavo Gili, Barcelona 1981, pág. 37.

(3) Ibid pág. 16.

Para Peirce la semiótica se presenta como una "doctrina de los signos" que la vincula al concepto de "semiosis", que precisamente es la característica constitutiva de los signos. (4)

Por semiosis hay que entender una relación entre 3 términos, y constituye el proceso de funcionamiento de los signos para transmitir un significado.

Peirce define al signo como "algo que para alguien, esta representando a otra cosa, bajo determinado punto de vista".

Peirce clasifica al signo en tres:

## **Icono** (objetos)

El ícono es un signo que se refiere al objeto que denota en virtud de caracteres que le son propios y que posee igualmente exista o no exista tal objeto. Es decir el ícono "reproduce" al objeto ausente.

Es un signo que hace referencia a su objeto en virtud de una o varias semejanzas con algunas de las propiedades intrínsecas de dicho objeto. El signo icónico se integra en el aspecto de imitación o mimético, las imágenes son precisas, simplificadas de objetos y acciones.

Son signos que nos muestran alguna característica del objeto que representan.

Por ejemplo: una foto, ilustraciones, dibujos.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

(4) Eco, Umberto, "tratado de semiótica general pág. 37.

## Índice (efecto-causa)

Es cualquier cosa que atraiga la atención, según Peirce, los índices promueven que el receptor utilice sus poderes de observación para poder establecer una conexión real con el objeto que indica. El índice nace de la necesidad de señalar, por lo que establece una conexión real.

Es un signo que denota únicamente un sólo objeto y relativamente esta presente.

Ejemplo: Señalamientos, las flechas de tráfico para indicar una dirección.



## Símbolo

Es un elemento material que esta en lugar de otra cosa ausente, con la que no existe relación causal y a la que representa por convención. (5)

El símbolo nace con el fin de representar sentimientos, ideas, cosas complejas, abstractas o conceptos como la libertad, la muerte, el amor etc.

Establece su relación con el objeto por ley o por costumbre, según el entorno cultural de los distintos grupos sociales en los que se genera. Por lo tanto es conveniente, pero no arbitrario.

El símbolo es universal y puede convertirse en objeto de intercambio de comunicación, por lo general son imágenes abstractas.

Ejemplo: Un símbolo religioso, la cruz roja.



Una paloma blanca con un ramo de olivo se entiende como símbolo de paz.

(5) Costa, Joan, op. cit; pág.91.

Charles Morris distingue a la semiosis en 3 dimensiones:

"Un signo pertenece a un sistema, lo que implica que un signo no se emplea como elemento único, si no como unidad de un conjunto, en el que se da una serie de relaciones sintácticas, semánticas y pragmáticas". (6)

### —————Semántica:

La semántica estudia la relación entre los gráficos y su significado, es la ciencia del significado.

El término semántica se aplica a todos los signos y símbolos que son portadores de un mensaje. De esta manera se establece la relación **gráfico ----- significado**. (7)

La semántica ocupa el lugar de la lógica, por lo que se encarga de darle un sentido a los signos, la dimensión semántica nos servirá para conceptualizar los signos, según los objetos del mensaje, es el nivel de interpretación el que marca el significado.

La semántica integra tres partes importantes: el significante, el significado, y la función.

El **significante** puede ser cualquier gráfico, y es elemento portador de un concepto.

El **significado** es el mensaje que contiene un significante, y debe expresarse claramente.

La **función** es el objetivo para el cual fue diseñado el significante para señalar, informar, identificar, etc.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

(6) López Juan Manuel, "Semiótica de la comunicación gráfica : Antecedentes históricos sobre el estudio del signo". UAM, México. pág 85.

(7) De la torre y Rizo Guillermo "El lenguaje de los símbolos Gráficos : Introducción a la comunicación visual", editorial Limusa, 1992, pág.69.

\_\_\_\_\_ Sintáctica

La sintáctica es el estudio de la relación de los signos entre si y la relación que guarda con su propia estructura, es decir se ocupa de las combinaciones entre signos. (8)

En el diseño gráfico este proceso semiótico se rige por la armonía visual de los gráficos para facilitar, una adecuada percepción de la forma y, para obtener un aspecto estético e impactante; examinando todos los aspectos que intervienen para relacionar unos significantes con otros en forma adecuada y lógica, para así obtener un mensaje más completo.

Los signos para comprenderse, necesitan articularse, organizarse, y es a partir de la aplicación sintáctica que se llega al significado de un mensaje.

Los valores expresivos de la sintáctica son aquellos elementos que se manejan dentro de un contexto visual, con el fin de obtener una imagen armónica. (9)

Los valores expresivos de la sintáctica son los siguientes:

- el punto
- el movimiento
- la línea
- el color
- el contorno
- la textura
- la proporción
- la dirección

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

(8) Morris, Charles. "The theory of signs." , Dover Nueva York, 1992 pág.13.

(9) De la torre y Rizo Guillermo, "El lenguaje de los símbolos gráficos", editorial Limusa, México 1992, pág.92.

\_\_\_\_\_Pragmática:

La Pragmática estudia la relación entre el signo y el sujeto que lo utiliza, por pragmática se entiende las relaciones entre los signos y sus intérpretes.

La pragmática se ocupa de todos los fenómenos psicológicos, biológicos y sociológicos del receptor, aspectos que se representan en el funcionamiento de los signos.

Al expresar un mensaje correctamente, evitamos posibles confusiones en su interpretación, la imagen debe ser lo más precisa posible, para obtener así la correcta expresión de su significado y el receptor lo pueda interpretar adecuadamente, ya que el significado pragmático es considerado como el objetivo principal de todo proceso semiótico.

En conclusión:

- . Semántica = relación entre los signos y sus objetos denotados, el significado de los mensajes.
- . Sintáctica = relación entre los signos, la estructura de la imagen.
- . Pragmática = relación entre los signos y sus usuarios.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Identidad  
Gráfica

La identidad en nuestros días es considerada una rama del diseño gráfico, que está muy desarrollada y constituye una de las estrategias fundamentales de comunicación de las empresas u organizaciones.

Tanto la identidad como la imagen corporativa, presentan un término similar, el cual se ha prestado a confusión en los últimos años, sin embargo sólo son algunos de los nombres que se le han dado a esta materia, algunos autores han hecho la distinción entre ellos.

La imagen Corporativa es la impresión total que una empresa causa en el público a través de sus productos, su política, sus acciones y sus esfuerzos publicitarios. La imagen es como una empresa es percibida por el público al que se dirige y la sociedad en general. Podemos decir que es el nombre que ha adquirido la empresa a través del tiempo.

Por otro lado la identidad es el conjunto de atributos asociados a la historia, al proyecto empresarial y a la cultura corporativa que definen la esencia de una organización, identificándola y diferenciándola. El "ser" de la empresa, la esencia eso es la identidad.

"La esencia primera de la empresa es su identidad": quién soy

Etimológicamente identidad viene de "idem", que significa "idéntico"

**Identidad: ente + entidad = sí mismo (idéntico)**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## Capítulo IIII Dos

La empresa es - o debe ser - exactamente idéntica a sí misma. Tal como es, en su esencia, personalidad y valores. "La empresa se identifica (ella misma a sí misma), así se da a conocer a la sociedad y se hace reconocer por ésta. Ésta a su vez la identifica, es decir la distingue entre muchas otras y las recuerda". (presencia mental) (10)

Así como cada persona tiene su propia identidad, las empresas, instituciones y productos deben tener sus señas particulares, algo que los distinga de entre los demás: una identidad. Las cosas físicas de la realidad se representan por imágenes, sin embargo las instituciones o empresas son representadas por signos. En un principio las empresas son anónimas, pero los signos de identidad las liberan de su anonimato.

Todo lo existente tanto en la naturaleza como en organizaciones sociales, como un grupo étnico, nacional, ideológico, cultural o mercantil, posee una identidad basada en su sustancia, su función y su forma. "Así podemos hablar de la identidad de un individuo, de un grupo, de un país, de una civilización y de una empresa, cada uno de ellos será reconocible por un conjunto de signos perceptibles que le son propios y característicos: sus signos de identidad". (11)

En este proyecto se utilizó el término de identidad gráfica tomando en cuenta que la identidad debe ser visualizada a partir de la personalidad evidente de la empresa y manifestándose por medio de signos, símbolos, tipografía y colores.

La identidad gráfica es la representación mental de la percepción visual exterior, " es un proceso que funciona como identificación y de éste surge la comunicación basada en los mensajes que se emite". (12)

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

(10) Costa, Joan. "La comunicación en acción". Informe sobre la Nueva cultura de la gestión. editorial Paidós, 1999, Pág. 143.

(11) Costa, Joan, op. cit; pág. 85.

(12) Ibid; pág 60.

La primera función de la identidad es identificar, asignar un símbolo o signo que identifique a la empresa de las demás. La identidad nos dice ¿Qué es?, ¿Cómo es?, ¿Qué hace? y ¿Cómo? hacen las cosas una empresa.

La empresa es múltiple por naturaleza, está compuesta por una estructura compleja, por lo tanto es una entidad fragmentada, así, la representación visual de la entidad se construirá sobre elementos simbólicos, por medio de estos signos que identificarán a la empresa, se sintetizará su complejidad y transformarán el anonimato en signos simbólicos memorizables.

En conclusión para la creación de una identidad gráfica se requiere de un sistema de formas, figuras y colores que emiten ideas e impresiones psicológicas a cerca de la personalidad de la empresa al mercado, su objetivo principal es **identificar** a la empresa y lograr un sello de distinción, como símbolo de garantía; ejercer sobre el espectador un **impacto visual o pregnancia**, el cual deberá tener una alta capacidad de **memorización**, ya que una de las cosas más importantes en una identidad es el ser recordada.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## Elementos de la identidad Gráfica

La identidad de una empresa o de una persona, se expresa nombrando.

El **nombre** o razón social es el primer signo de la existencia de la empresa, esta sólo existe en la medida de que ya se le puede nombrar, y la utiliza para designarse a sí misma y darse a conocer entre sus clientes y el público en general.

El nombre se puede explicar de dos formas:

- a) Es como se le va a identificar, asumiendo una serie de características que definen qué es y cómo es.
- b) Es la denominación que va a tener la empresa por medio de la cual permita decir quién es esta institución.

Los tipos de nombre que existen son:

- **Descriptivos** : Describe de manera sistemática las actividades de la empresa.
- **Toponímicos** : Es cuando el nombre dice el lugar de origen de la empresa.
- **Simbólicos** : Por medio de una imagen o símbolo se trata de reflejar las características de la empresa.
- **Contracciones** : Se crea un nombre por medio de las iniciales.
- **Patronímicos** : Se utilizan nombres propios para la creación del nombre.



**Nestlé**

**BBVA Bancomer**

*Johnson & Johnson*

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Así en la medida en que la identidad debía ser comunicada, necesitaba un nombre, un signo lingüístico para alcanzar una amplia socialización, notoriedad, familiaridad en su mercado, en su entorno, también era preciso darle a ese nombre un "signo visual". A este signo se le llama "**logotipo**".

La palabra logotipo viene del griego logos - tratado - y typos - letra.

"Un logotipo es una palabra diseñada: el nombre de la empresa o de la marca en cualquiera de sus expresiones, dotada de una característica formal fuertemente identificativa."<sup>(13)</sup>

El logotipo es la versión gráfica del nombre o razón social, como una conceptualización de este, es decir es la tipografía y la composición de los elementos gráficos.

Cualquier empresa, producto u organización prescinde de un logotipo para poder ser identificada y lo utiliza como signo material que la separe y distinga de las demás, es decir que la identifique, para distinguir sus actividades, servicios y productos, por lo cual el consumidor puede fijar su nombre de la empresa tanto auditivamente como visualmente.

La tipografía proporciona a nuestro diseño presentación, además de dar al cliente la información que necesita, juega una papel muy importante en el diseño de la identidad, ya que junto con los signos, crea un concepto gráfico de la empresa, aunado a la composición de los mensajes de la misma.

**COMPAQ**

 **COLGATE-PALMOLIVE**

**Avantel**

**Microsoft**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

(13) Costa, Joan, "La comunicación en acción" Informe sobre la nueva cultura de la gestión. editorial Paidós, 1999, pág. 152.

La tipografía trata de distintas familias de tipos que ofrecen una enorme variedad de estilos, tamaños, grosores y personalidades, para empezar a diseñar tenemos que conocer la variedad de clases de tipos disponibles: cómo se miden, clasifican y espacian; que tipos son adecuados para trabajos concretos y qué aspecto tienen en la página.

Por consiguiente la podemos clasificar de la siguiente manera:

**La familia** consta de un conjunto de caracteres unidos por características similares, es decir de un mismo estilo, obtenidos a partir de un diseño básico.

**La serie** es la variedad de tamaños de la rama de una familia clasificados por:

a) **Peso o grosor:** ultralight, light, book, medium, bold y extra bold, por lo general se utilizan más la light, medium y bold.

b) **Relación entre sus ejes:** horizontal y vertical.

**Normal**- cuando guarda su proporción y es perpendicular.

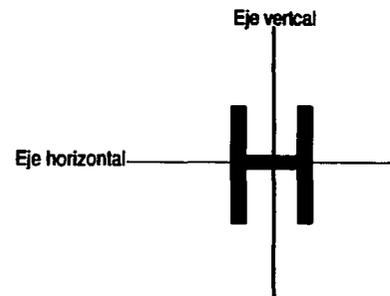
**Condensada y extendida**- cuando varía la proporción entre sus ejes.

- Condensación: eje vertical asentado.
- Extensión: eje horizontal asentado.

c) **Perpendicularidad:** se inclina la tipografía respecto a su eje vertical hacia la derecha o a la izquierda.

- Itálica o cursiva: inclinada hacia la derecha.
- Cursiva invertida: inclinada hacia la izquierda.

light  
medium  
bold



normal  
condensado  
extendida

La serie esta formada también por mayúsculas (altas), y por minúsculas (bajas), y en algunos casos podemos encontrar mayúsculas de la altura de las minúsculas llamadas versalitas.

**El tipo** es el puntaje o tamaño específico de una serie perteneciente a una familia (también la llamaremos fuente o font)

Hay que tomar en cuenta la legibilidad y leibilidad al diseñar cualquier contexto.

La legibilidad depende no sólo de las letras, sino también de los espacios en blanco que existe entre éstas y a su alrededor. Por lo que debe de cuidarse la selección del tipo de letras, el tamaño y el color; Asi mismo que las ascendentes y las descendentes no sean muy cortas, si la letra tiene patines tendrá mayor legibillidad que una sin patines y tomar en cuenta la textura general de el área de texto a fin de de no hacerlo difícil de leer.

Al hablar de legibilidad nos referimos a que el mensaje sea fácilmente visible pero también a que éste sea comprendido, ya que por medio de esta se determina si se puede o no leer un texto., y al hablar de la leibilidad (o lectura) estamos tomando en cuenta la cualidad de los tipos como conjunto en su uso y al manejo que se le dé. El diseñador es el encargado de considerar estos aspectos .

En la leibilidad es importante considerar que el tamaño de la letra no sea muy grande ni muy pequeña, debe calcularse para ser leída con claridad a una distancia de 30 a 35 cms, el texto es más sencillo de leer, si se escribe en bajas que en altas, y por último es necesario utilizar interlineados, resalte de texto o ilustraciones para evitar la monotonía.

## MAYUSCULAS

### minúsculas

### VERSALITAS

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

El logotipo por lo general se adhiere a un signo no verbal, el cual interfiere para aumentar las condiciones de identificación, dentro de los medios, a través de una estabilidad y pregnancia de la imagen que es identificable, sin tener la necesidad de ser leída.

El **imagotipo** tiene como único requisito el poseer imágenes que sean fáciles de recordar e identificar y por lo tanto logren diferenciarse con respecto a otras. Estas pueden ser deformaciones del logotipo, mascotas o figuras características de personajes u objetos, figuras abstractas, etc.

Cualquier forma visual con un alto grado de diferenciación y pregnancia, teóricamente puede ser imagotipo y puede estar dentro de la motivación / arbitrariedad, abstracción / figuración, ocurrencia / concurrencia.

- **Motivación / arbitrariedad:** puede o no tener una estrecha relación con la institución que representa.

- **Abstracción / figuración:** es una idea representada por un símbolo o ícono que no necesariamente tiene que estar asociado a la institución.

- **Ocurrencia / recurrencia :** es el grado de innovación respecto a las ya existentes.

La potencia identificadora de los colores es también un factor de gran importancia para la identidad gráfica de una empresa.



Asociación Nacional en Defensa del Niño



\_\_\_\_\_ Color

El color tiene una afinidad muy intensa con las emociones, esta cargado de información y es una fuente de comunicación visual. El color está englobado en una categoría de significados simbólicos, por lo que el color nos dá una extensa propuesta visual.

Los colores se diferencian por tres cualidades distintas que son : el valor o luminosidad, el matiz y la saturación.

**Valor:** se refiere a la claridad u oscuridad de un color, es la cantidad de blanco o negro que contiene.

**Matiz:** es una cualidad que se vale de un término genérico para diferenciar un color de otro, es el nombre del color.

**Saturación:** es la pureza e intensidad de un color.

Las funciones que el color debe cumplir:

- a) Llamar la atención
- b) Producir efectos psicológicos.
- c) Desarrollar asociaciones
- d) Lograr la retención
- e) Crear una atmosfera estéticamente placentera. (14)

El color juega un papel notablemente señalético y emocional, ya que tienen el poder de influir en nuestros sentimientos.



Azul saturado

Mismo tono  
menos saturado.

\_\_\_\_\_ Características de  
los Colores

**Rojo**

Significa vitalidad es el color de la sangre, del amor y de la pasión, expresa entusiasmo y dinamismo, es exaltante y agresivo, es el color más emotivo, por lo que su efecto sobre los demás colores es que atrae la atención inmediatamente, el rojo también está asociado con el peligro, el coraje, la rabia, la rivalidad, la lucha y el sexo. Es de los colores preferidos de los niños.



**Verde**

Es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación y el frescor, la naturaleza y la primavera, los verdes claros y medios son los colores de la frescura y, a menudo, son una opción clara para productos que hacen de la frescura un argumento de venta. Color tranquilizante e inspira confianza. Cuando en el verde predomina el amarillo, cobra una fuerza activa y soleada; si tiende al azul, deviene sobrio y más sofisticado, usado en combinación con blanco, el verde puede parecer clínico.



**Azul**

Es el símbolo de la profundidad, se asocia con la constancia y la lealtad, es fresco y limpio, es el color del cielo y del mar, tiene un efecto calmante, es el segundo más poderoso después del rojo, tiene autoridad, dignidad, respeto, seguridad y confianza, también tiene un simbolismo de melancolía, de calma, de dignidad y de salud, es el color frío por excelencia y nos produce una sensación de frescura.



**Naranja**

Es la mezcla del rojo y el amarillo, contiene una fuerza radiante y expansiva, tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva, es alegre, formal, cálido y abierto.

### **Amarillo**

Es el color más luminoso, cálido y alegre, es el color del sol y de la luz, y como tal, es vital y tonificante, es el más visible de los colores, es brillante, fuerte, extrovertido y activo, el amarillo hace que las formas y objetos se vean más grandes y anchos, es el color preferido por los niños, ocupa el primer lugar.

### **Blanco**

Simboliza la luz, la pureza, la paz, la espiritualidad, triunfo y la inocencia, el significado del blanco es el de la palidez y la blancura, se asocia con el invierno, los hospitales y hace ver brillantes los colores opacos y tristes, y suaviza o aclara los colores brillantes.

### **Negro**

Simboliza la oscuridad y la noche, se asocia también con la maldad y la muerte, como indica ausencia de luz y color, el negro tiene un simbolismo opuesto al blanco, es un color sobrio con poder y elegancia.

### **Gris**

Ocupa el lugar intermedio entre el blanco y el negro, es un centro pasivo, neutro y, por esto mismo, un factor de equilibrio, se asocia con la vejez, con la resignación, el saber, la pasividad y la humildad.

### **Café**

Representa la tierra, generalmente es informal, masculino, honesto, rico y refinado, puede ser triste y pensativo, es uno de los colores menos visibles sobre todo cuando se usa con tonos vivos y brillantes.



Utilizamos la psicología del color para determinar los colores adecuados para un diseño, para la elección de un color se deben tener varias consideraciones, se puede elegir el color sólo por estética, pero el diseñador debe establecer y clarificar la información transmitida a través del color, las formas y las texturas, ya que también estos últimos elementos afectan la percepción del diseño.

Cuando los signos de identidad toman en cuenta los recursos del color, se puede acentuar diferentes cualidades al mensaje.

. **Efecto de realidad**, se combinan los colores de una forma realista, analógica o figurativa.

. **Valor emblemático**, son colores ya implantados.

. **Fuerza simbólica**, es cuando el signo transmiten valores psicológicos.

. **Cualidad sinérgica**, cuando aplicamos color a un símbolo, tiene la capacidad de convertirse en una señalización.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Programa de  
Identidad

Se diseña la identidad gráfica de una organización a través de signos o símbolos que la representan, permitiéndole diseñar un programa donde se expliquen y se desarrollen ejemplos de las aplicaciones y se establezcan reglas para ello; por lo tanto este programa deberá ser utilizado en diferentes soportes a lo largo del tiempo y por otras personas (diseñadores) para poder determinar su diversidad y efectividad.

Este programa contiene las aplicaciones, especificaciones y reglas de uso, además de la filosofía, objetivos y normas para la correcta implantación de la identidad. A partir de este programa se crea un **Manual** que nos indica estas normas, y las constantes que se deben seguir, así la identidad se transmitirá a todas partes y al mismo tiempo a través de diferentes soportes, canales y medios; constituirá un sistema de uso, será parte de la información de la empresa, la decoración, y la publicidad.

El diseñador debe crear programas capaces de asegurar la continuidad de la identidad gráfica, y tratar que sus signos de identidad se reproduzcan adecuadamente.

El programa de identidad se constituye por ciertos elementos simples como los "signos de identidad" y la "estructura de identidad". Con los signos de identidad se refiere a la combinación de los signos cromáticos, lingüísticos e icónicos que nos representan el imago tipo, el logotipo y los colores, estos signos al aplicarse a determinados mensajes y soportes forman la estructura visual de identidad.

El desarrollo de un programa de identidad gráfica implica trabajo en equipo, el diseñador junto con la empresa deciden la forma en que se irá introduciendo la identidad.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

El programa de identidad maneja 4 principios:

. **Principio simbólico**, abarca lo referente a los signos y símbolos creados para la identidad gráfica, permitiéndonos representar todos aquellos conceptos que no son directamente ni físicamente perceptibles como la personalidad y las propiedades psicológicas de la empresa.

. **Principio estructural**, se refiere al buen funcionamiento de los signos y símbolos, este sistema se sostiene sobre una serie de elementos esencialmente invariantes, pero a la vez son flexibles para que haya una estabilidad entre la norma y la creatividad; es decir cada uno de los signos de la identidad debe ser capaz de funcionar independientemente identificando a la empresa, y también poder trabajar en conjunto con los otros signos que la componen.

. **Principio sinérgico**, es la interacción dinámica de los signos y símbolos, es decir es la combinación de los signos simples de la identidad (logotipo, imagotipo y color) con los elementos que la complementan como: los formatos, fuentes tipográficas e ilustraciones.

. **Principio de universalidad**, se refiere a la universalidad temporal, espacial y psicológica, esto quiere decir que la identidad debe realizarse para durar y no basarse en modas pasajeras, debe estar hecho con planes de expansión y debe ser asimilado por un gran número de personas, ya sean de un mismo país y culturas diferentes.

La correcta aplicación de estos principios, aunados a la correcta aplicación de la información adquirida acerca de la empresa y la destreza del diseñador encargado de aplicarlos, llevarán a la creación de una identidad, con la que tanto el empresario, como el personal y el público se sentirán plenamente identificados.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Manual de  
Identidad

El manual de identidad contiene información precisa y especializada acerca de la identidad de la empresa a la cual representa.

El manual contiene normas de aplicación además de ser la herramienta funcional para que la empresa pueda aplicar en sus diferentes áreas. En el se encuentran perfectamente explicadas todas las soluciones a las cuestiones de personalidad gráfica de la empresa, de sus comunicaciones visuales, además de ser lo suficientemente estricto y flexible para poder dar solución a las necesidades de identidad.

El manual será utilizado por la misma empresa, por impresores, agencias de publicidad, diseñadores, fabricantes de rótulos y señalizaciones, objetos promocionales, etc. Por lo cual debe de ser claro y ejemplificar de modo directo y preciso las soluciones a los problemas de identidad para que no exista ningún tipo de error.

El manual debe estar hecho para que cualquier persona que no esté familiarizada con la empresa pueda comprenderlo y usarlo fácilmente.

El contenido del manual se determina por las necesidades de comunicación de la empresa además de sus normas, problemáticas y características, abarca todos los elementos básicos de la identidad, desde su explicación de los signos de identidad hasta la forma correcta de aplicarlos a los diferentes soportes.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# Proyecto Gráfico

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Capítulo  
III tres

\_\_\_\_\_ Etapa del  
Bocetaje

Tomando en cuenta la parte metodológica y teórica se llevará a cabo la parte creativa del proyecto.

Al hacer la investigación necesaria para la elaboración de la identidad gráfica y observando sus necesidades, se procede a la etapa creativa, la cual comienza en una lluvia inicial de ideas.

Para la Asociación es importante reflejar calidad y confianza, a través de una imagen gráfica, que sea clara, sencilla, dinámica y con impacto visual.

Con los aspectos antes mencionados surgen ideas conceptuales que nos ayudarán a definir nuestra imagen gráfica.

- elementos representativos a lo dental como: muelas, dientes, cepillos de dientes e instrumentos dentales.

- una imagen que este relacionada con los niños, considerándolos como el factor primordial de la Asociación, encontrando en ellos, la alegría, el carisma y la confianza que los caracteriza.

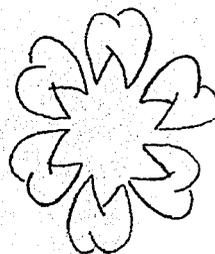
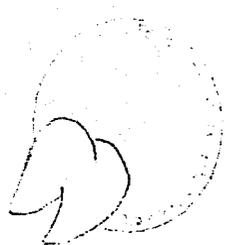
- Una imagen limpia reflejando la limpieza o higiene de lo dental.

Estos son simples conceptos, sin embargo el tomarlos en cuenta son de gran ayuda, pues son conceptos que la identidad deberá reflejar. Para llegar a ellos, hubo una entrevista previa con el cliente.

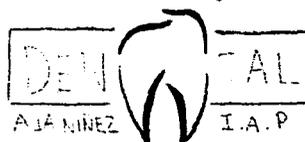
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Basándonos en estos conceptos iniciamos la fase del bocetaje.

En los primeros bocetos que se realizaron decidí enfocarme en lo dental, realizando algunos bocetos como muelas o algún otro elemento dental.



ASOCIACION DE ASISTENCIA



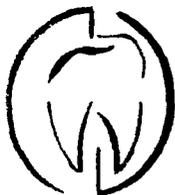
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Seleccioné algunas muelas para tener diferentes estilos y formas, y así trabajar en ellas.

ASOCIACION DE ASISTENCIA  
DENTAL  
A LA NIÑEZ I A P



DE DENTAL



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ASOCIACION DE ASISTENCIA  
DENTAL  
A LA NIÑEZ I A P

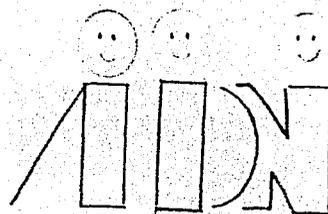


Se trabajó de esta forma  
con los diferentes estilos  
de muelas.

## Capítulo tres

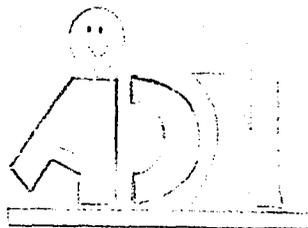
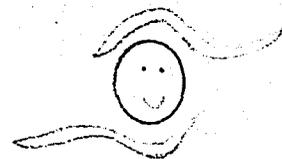
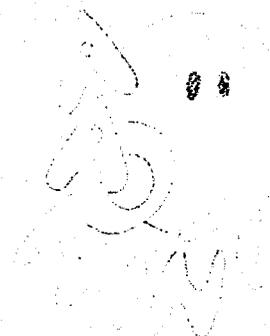
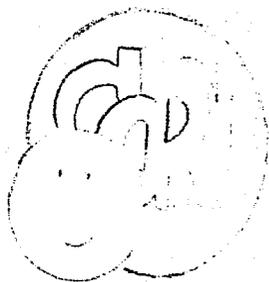
Al estudiar un poco estos primeros conceptos, observe que eran demasiados serios, y no transmitían el factor primordial de la Asociación, que es trabajar especialmente con niños, por lo que decidí elaborar algo mucho más dinámico y alegre.

Decidiendo también realizar una contracción del nombre, trabajando únicamente con sus iniciales, ya que por lo que podemos observar, el nombre Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P es demasiado largo.



TEJIS CON  
FALLA DE ORIGEN

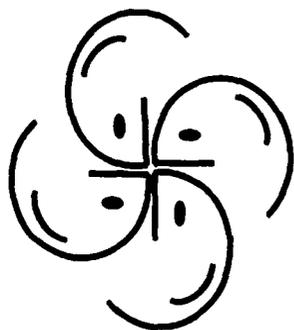




TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Partiendo de esta idea de utilizar únicamente las iniciales, decidí integrarle a la letra D, una carita, dándole diferentes formas de inclinación y jugando así con el acomodo de los elementos.

ADN

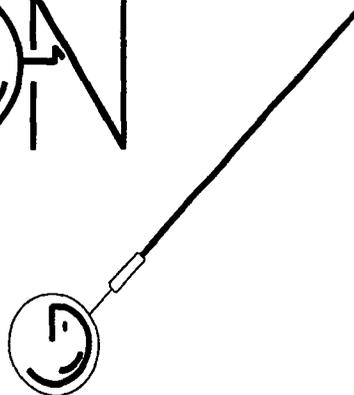
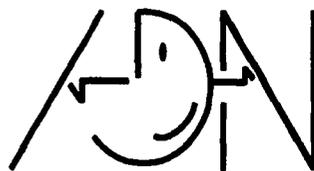
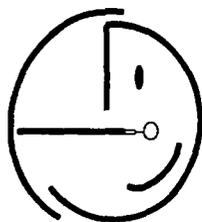
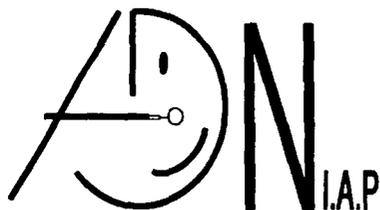
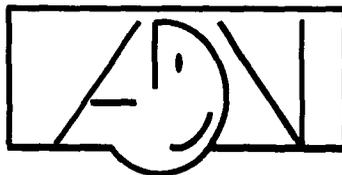
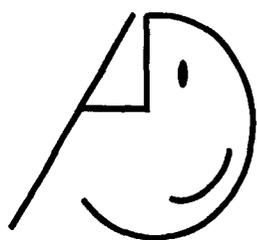


ADNiñez

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ADN

ADentalN.I.A.P

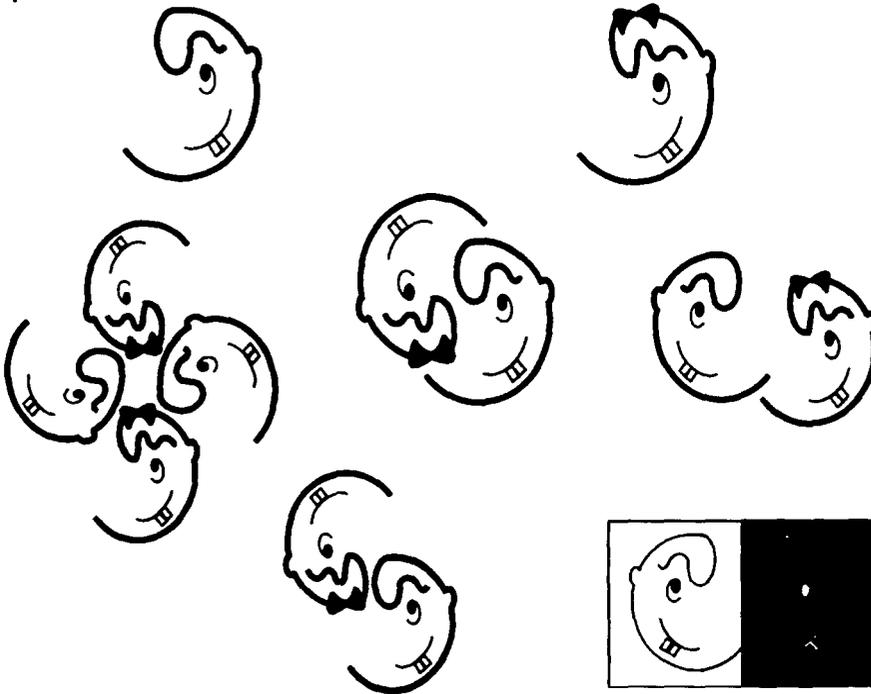


TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Con esta idea a pesar de proyectar algunos elementos representativos a lo dental y manejar la imagen mucho más dinámica y alegre, no se lograba representar lo que se deseaba.

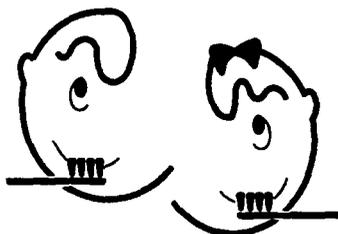
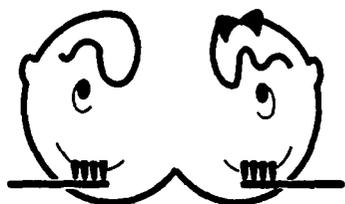
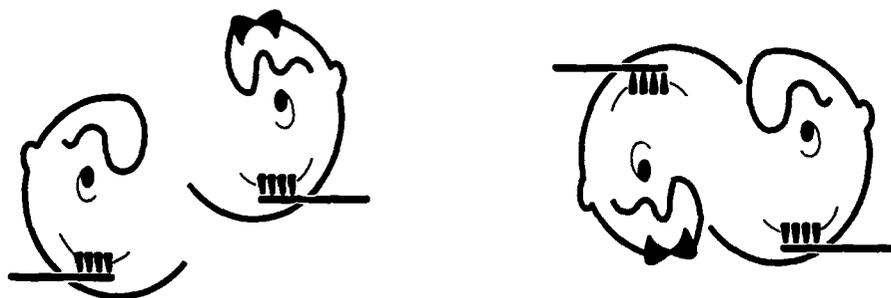
Retomando la idea anterior de utilizar una carita en la D, podemos observar que en esta parte del bocetaje, se plasmó de una forma más concreta y establecida la cara de unos niños, por ser la parte fundamental de esta Institución. Reflejando a unos niños alegres, con una sonrisa, enseñando dos dientes en la parte de enfrente, para poder transmitir la idea de lo dental. Con esto se jugó obteniendo diferentes formas.

La intención de establecer la cara de los niños, es el de crear en la mente del receptor una conexión con el nombre que es demasiado largo, y así darle un soporte que nos ayudará a que tenga memorabilidad e impacto.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

En esta parte del bocetaje observamos otro soporte con el que se bocetó, decidí integrarle a los niños un cepillo de dientes, por ser un instrumento dental, además de reflejarnos limpieza.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Acomodo  
Tipográfico

En esta parte del bocetaje se busca integrar el logotipo e imagotipo con el fin de crear una armonía visual para los receptores. En cuanto a la tipografía decidí que la fuente Comic sans ms, era la más adecuada para combinarse con el imagotipo.

La tipografía seleccionada fue elegida con el fin de darle unidad al imagotipo, logrando incorporarse y complementarse adecuadamente, ya que le da una apariencia infantil, por estar trazada de una manera sencilla como si fuera una letra de niño.



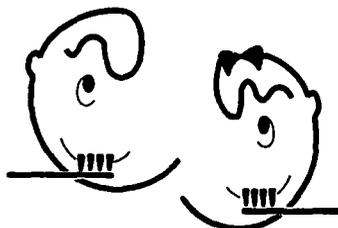
Asociación De Asistencia



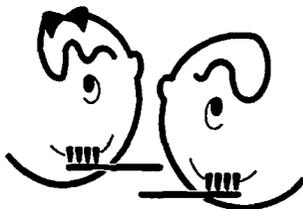
Dental a la Niñez I.A.P.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Asociación De Asistencia Dental a la Niñez I.A.P.



Asociación De Asistencia Dental a la Niñez I.A.P.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Alternativas  
Gráficas

En este proceso, el aspecto visual, como elemento básico de cualquier sistema de comunicación, tiene gran importancia; la imagen gráfica debe manifestarse visualmente de una manera específica e integrada, de tal modo que la identificación se proyecta en un modo de unidad, dinamismo y armonía.

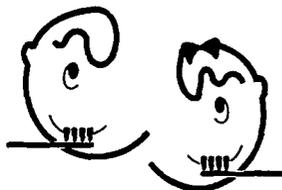
①



En esta alternativa se repiten las caras de los niños unificándolas logrando movimiento, se integra la tipografía al exterior, tratando de lograr un cierre visual, pero resultan demasiados elementos juntos, y al realizar una reducción se pierde por completo y es difícil de leer.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

②



Asociación De Asistencia Dental a la Niñez I.A.P.

Se busca una nueva alternativa en el acomodo de las caras, quedando los cepillos de dientes hacia afuera originando un equilibrio visual, se integra la tipografía en una sólo línea, para darle soporte al imagotipo, pero es demasiado texto y al hacer una reducción se pierde.

③

Asociación De Asistencia



Dental a la Niñez I.A.P.

Esta alternativa es la misma idea que la anterior, pero añadimos de forma diferente la tipografía, dividiendo el texto en 2 partes, pero también se pierde la tipografía y no es legible, por ser demasiado largo el nombre.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

④



En esta alternativa se busca otro acomodo de las caras de los niños, entrelazándolas también, pero colocándo una de cabeza, se integra el logotipo con el imagotipo, pero al colocar una cara de cabeza es un poco confuso.

⑤



En esta última alternativa podemos observar que se integra el logotipo y el imagotipo unificándo así los 2 elementos, hay movimiento, dinamismo y se logra un cierre visual, los 2 elementos forman parte de un todo. Por lo tanto esta alternativa se escogió como la opción más viable, para identificar a la Asociación.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Alternativas  
De color



El rojo capta la atención al espectador, pero es demasiado agresivo y fuerte, sobresale con el azul que es muy pasivo.



El amarillo colocado junto con el azul establece un contraste llamativo, pero el color amarillo por ser muy expresivo, sobresale y lastima a la vista por su luminosidad.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Apesar de que el azul, es un color que funciona cuando se usan tonos del mismo color, en este caso no nos dá el contraste deseado.



Después de las alternativas anteriores se eligió la cuarta propuesta como la definitiva, ya que cumple con los objetivos planteados.

El verde nos inspira tranquilidad y confianza, y nos identifica con el cuidado de la salud, al combinarlo con el azul nos da una sensación de limpieza y frescura.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Manual de

!!! Identidad

---

## Índice:

<b>Introducción</b>	63
Imagen gráfica	64
Elemento complementario	65
Lineamientos de la identidad gráfica	66
Retícula	66
Red de Trazo	67
Proporción "X"	68
Positivo y negativo	69
Reducción mínima	
Area de restricción	70
Tipografía de identidad	71
Tipografía secundaria	72
Aplicación del color	73
Marca de agua	74

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**Aplicaciones** 75

Tarjeta de presentación	76
Hoja Membretada	77
Sobre	78
Folder	79
Folder interior	80
Memorándum	81
Receta Médica	82
Recordatorio de cita	83
Recibo	84
Credencial para empleados	85
Credencial para pacientes	86
Hoja de fax	87
Hoja clínica	88

**Promocionales** 90

Mouse Pad	91
Taza	92
Bata	93
Toalla	94
Portanombres	95

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## \_\_\_\_\_Introducción

Bienvenido sea usted al manual de identidad gráfica de la Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P, organismo responsable en el cuidado dental de los niños.

El servicio de la Asociación es otorgar atención bucal preventiva y curativa a niños de escasos recursos económicos y de poblaciones marginadas. Las personas que brindan este servicio, son personas morales sin fines de lucro, que realizan actos de asistencia social, con bienes de propiedad particular y recursos públicos. En la actualidad cuentan con diversas clínicas en el Distrito Federal y en Guadalajara, por lo que en un futuro piensan expandirse en distintos estados de la República.

Su crecimiento en los últimos años ha sido considerable, su necesidad de tener control sobre lo que esta realiza, se vuelve muy importante, ya que sus actividades se van volviendo cada vez más complejas y con más aspectos que considerar. Para este fin se ha creado el manual de identidad, estableciendo las reglas y normas básicas del diseño de la identidad gráfica, cada uno de los elementos gráficos de la identidad quedan establecidos en este manual para su correcta aplicación y reproducción.

Tanto la calidad, como la consistencia y congruencia del diseño de la identidad gráfica para la Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P, dependerá del uso adecuado del presente manual.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

---

## Imagen gráfica

Esta es la imagen gráfica que se eligió para identificar a la Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P.



La imagen gráfica esta basada en un niño carismático, sonriente, alegre, enseñando dos dientes. La tipografía seleccionada es la comic sans fué elegida con el fin de darle unidad al imagotipo, la fuente logra incorporarse y complementar al imagotipo, logrando integrarse de forma armoniosa.

Los colores seleccionados son el azul y el verde.

Estos dos colores nos representan una imagen limpia y fresca. El azul nos da una sensación de seguridad y confianza y el verde nos da un entorno tranquilo y confortable, identificándonos con el cuidado de la salud.

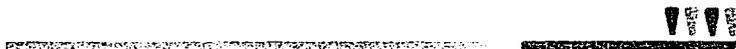
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Elemento  
Complementario

Como parte de las aplicaciones, se introducirá tanto en la papelería básica como en la administrativa, un cepillo de dientes con una pleca que estará ubicado en la parte inferior de la papelería correspondiente.

El cepillo logra incorporarse armonisamente a las aplicaciones, ya que le proporciona uniformidad y guarda un equilibrio visual con la imagen gráfica.

Ejemplo:

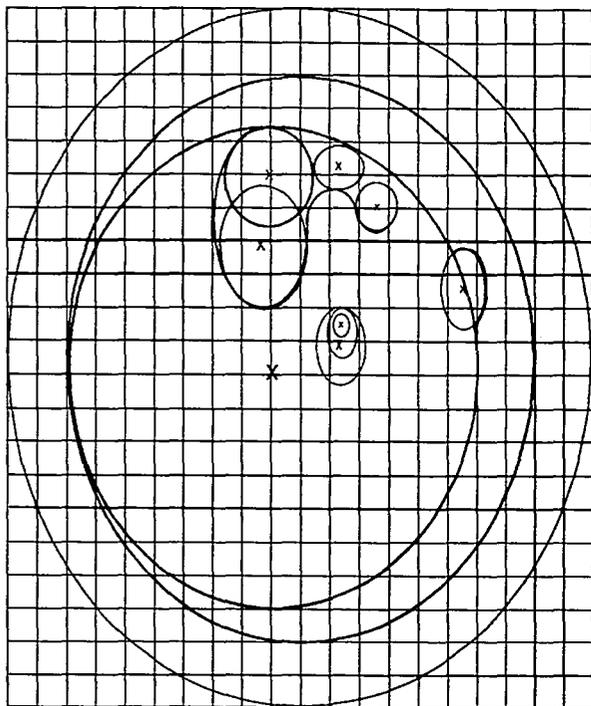


El cepillo esta compuesto por la abstracción de cuatro cerdas , y el mango del cepillo, los colores son el azul y el verde, por ser los colores corporativos.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

————— Lineamientos de la  
identidad gráfica.

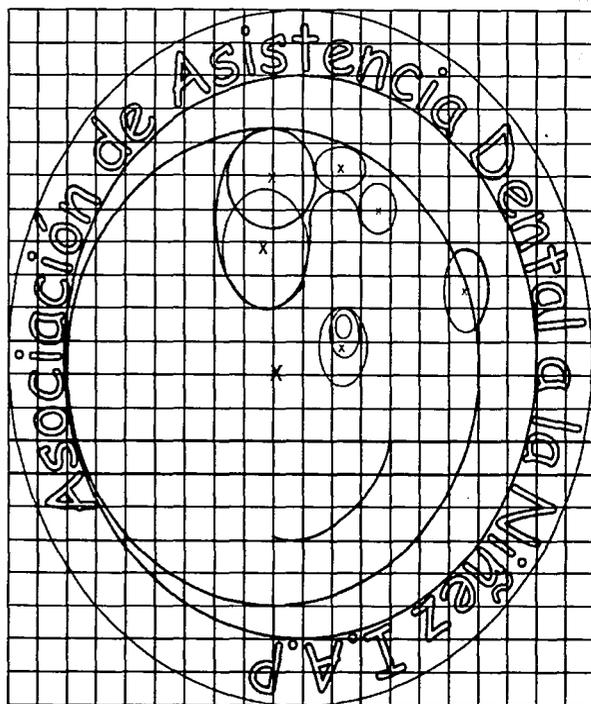
Retícula



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

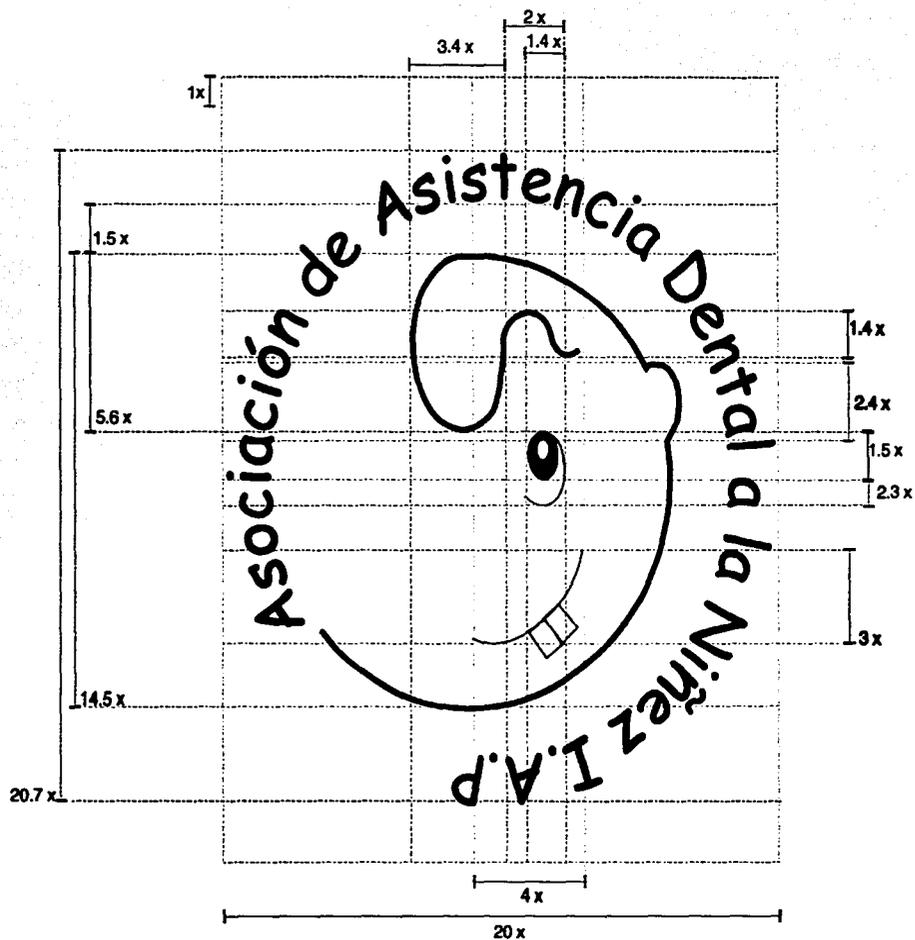
La retícula es para poder posicionar el imagotipo sobre un espacio determinado, para así evitar cualquier deformación.

Red de trazo



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Proporción "x"

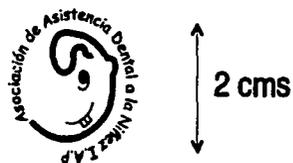


**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Positivo y negativo



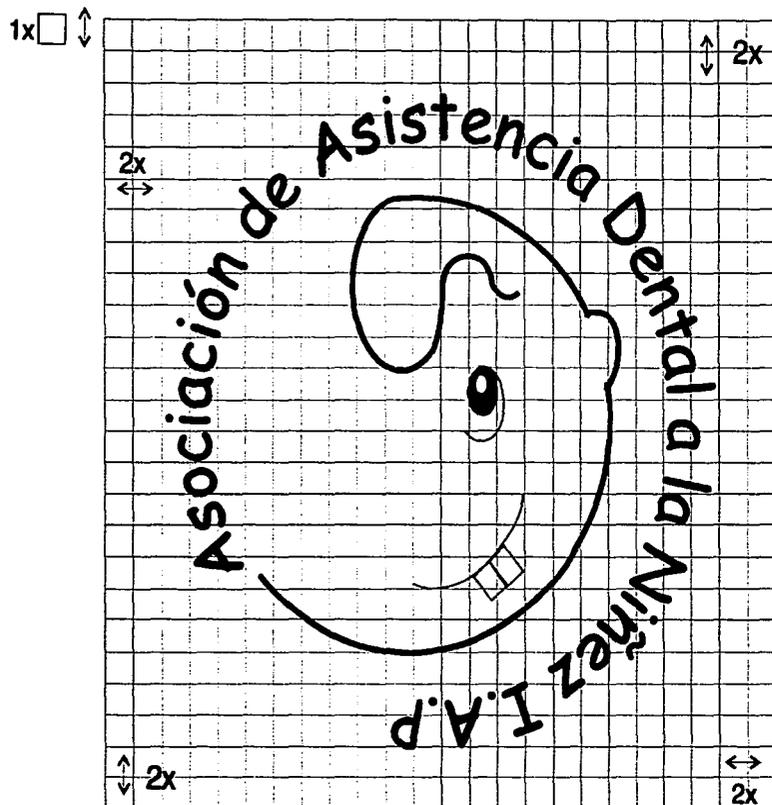
Reducción mínima



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Hay que tomar en cuenta estas dimensiones establecidas como reducción mínima, ya que evitará el perder legibilidad en cualquier aplicación que se le de.

## Área de Restricción



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

El área de restricción es el espacio entre nuestro logotipo e imagotipo y algún otro elemento que deba colocarse en cualquiera de sus lados.

---

Tipografía

## Tipografía de Identidad

La fuente comic sans ms que se muestra a continuación es la única fuente aprobada para ser utilizada en lo que a la identidad representa.

El nombre de Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P, debe ser utilizada con la fuente comic sans ms y siempre en altas y bajas.

Comic sans ms

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ ø?()::.,°!""

abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**

1234567890

Este tipo de fuente se caracteriza por su trazo libre y redondeado, es legible, lo cual es de mucha importancia para su lectura, y esto se da gracias a que sus caracteres son abiertos, representando de esta manera la caligrafía de un niño y por consiguiente se adapta al imago tipo.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## Tipografía Secundaria

En todas las aplicaciones, como tipografía compatible se empleará la familia Helvetica para toda su papelería y folletos.

La tipografía se aplicará en altas y en bajas según sea el caso.

Helvetica :

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ø? ( ) : ; . , ° ! " "

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Este tipo de tipografía se adecúa por ser legible y por sus trazos redondeados y uniformes, logrando armonizar con la identidad gráfica.



Color

## Colores corporativos

Los colores corporativos a utilizar son los siguientes:



Pantone 2718 cv  
 Cyan (C) 91 %  
 Magenta (M) 60 %  
 Amarillo (Y) 0 %  
 Black (K) 0 %



Pantone 2718 cv  
 Cyan (C) 51 %  
 Magenta (M) 0 %  
 Amarillo (Y) 30 %  
 Black (K) 0 %

**Un sólo color**

Pantone Process Black cv  
 Cyan (C) 0 %  
 Magenta (M) 0 %  
 Amarillo (Y) 0 %  
 Black (K) 100 %

En el caso que se maneje unicamente un color deberá producirse en Pantone Process Black cv, y también se utilizará para los textos.

**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

\_\_\_\_\_ Marca de agua

Las aplicaciones pueden utilizar una impresión de marca de agua.

La marca de agua se utilizará con el color: pantone 338 cv en un porcentaje del 15%.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Aplica  
ciones

## Tarjeta de presentación

Escala: 100%

Medidas reales : 5 x 9 cms

Tipo de Papel : Cartulina Enhace de 216 grs.

Sistema de impresión : serigrafía

Dirección :

Helvetica

Puntaje : 7 puntos

Altas y bajas

Nombre :

Helvetica

Puntaje : 10 puntos

Altas y bajas

Cargo :

Helvetica

Puntaje : 7 puntos

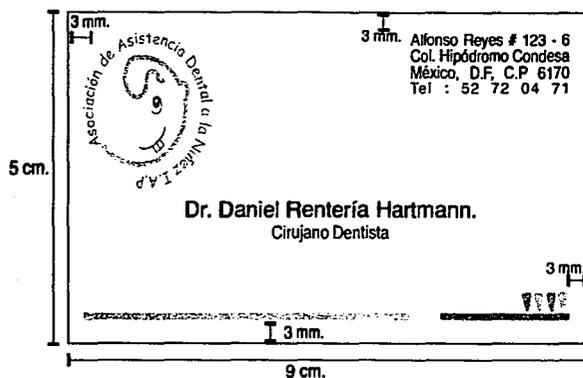
Altas y bajas

Color :

Pantone 338 cv

Pantone 2718 cv

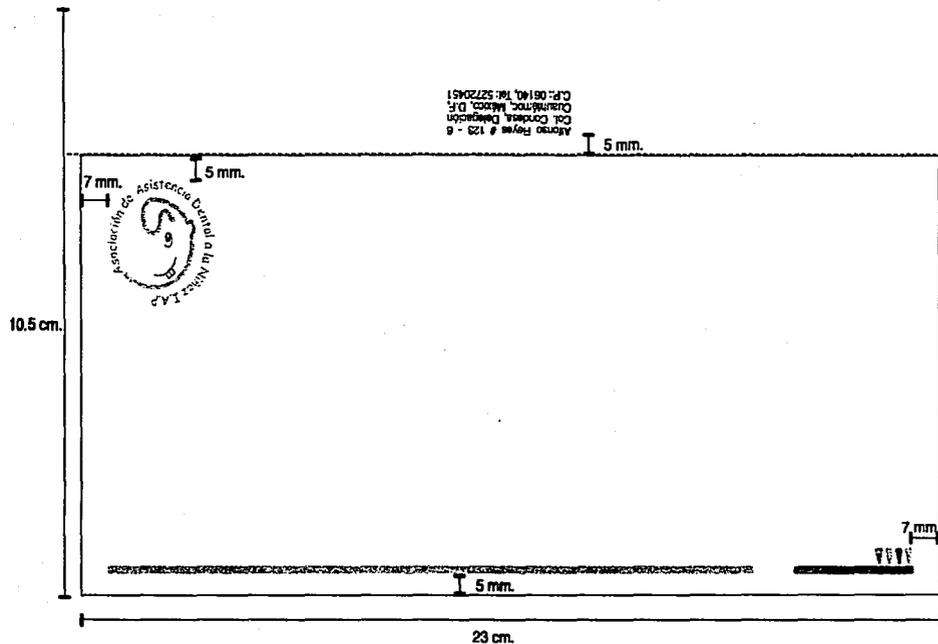
Pantone process Black cv



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Sobre



Escala: 50 %

Medidas reales : 23 x 10.5 cms

Tipo de Papel : Enhace de 104 grs.

Sistema de impresión : offset

Dirección :

Helvetica

Puntaje: 7 puntos

Altas y bajas

Marca de agua :

Pantone 338 cv al 10 %

Color :

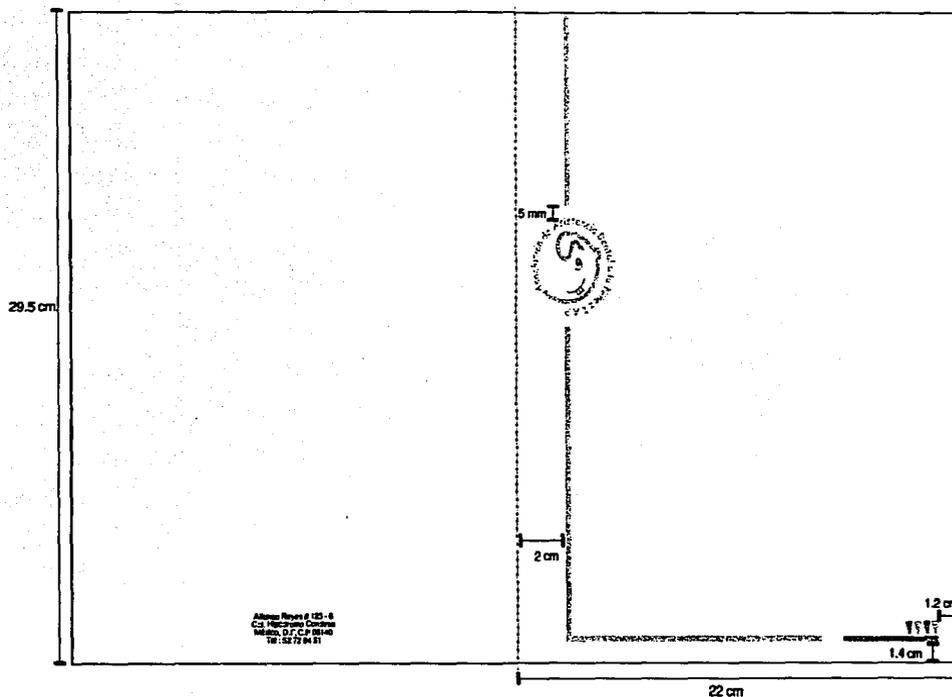
Pantone 338 cv

Pantone 2718 cv

Pantone process Black cv

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Folder



Escala: 50 %

Medidas reales : 22 x 29.5 cms

Tipo de Papel : Cartulina Enhace  
de 216 grs..

Sistema de impresión : serigrafía

Dirección :

Helvetica

Puntaje: 9 puntos

Altas y bajas

Color :

Pantone 338 cv

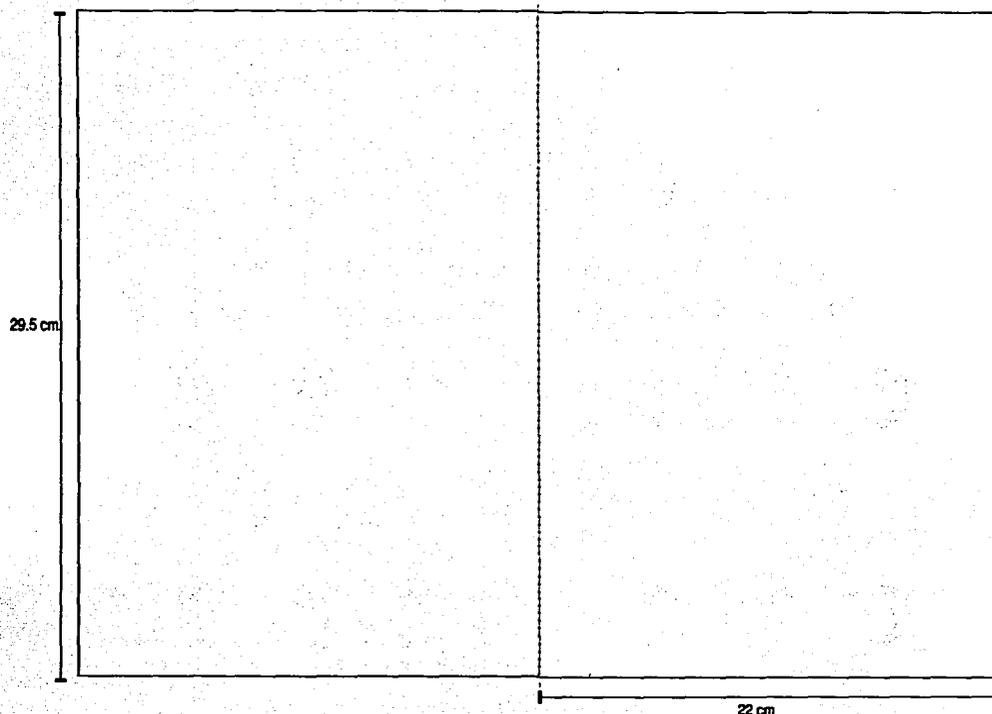
Pantone 2 18 cv

Pantone process Blac cv

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

Folder  
(interior)



Escala: 50 %

Medidas reales : 22 x 29.5 cms

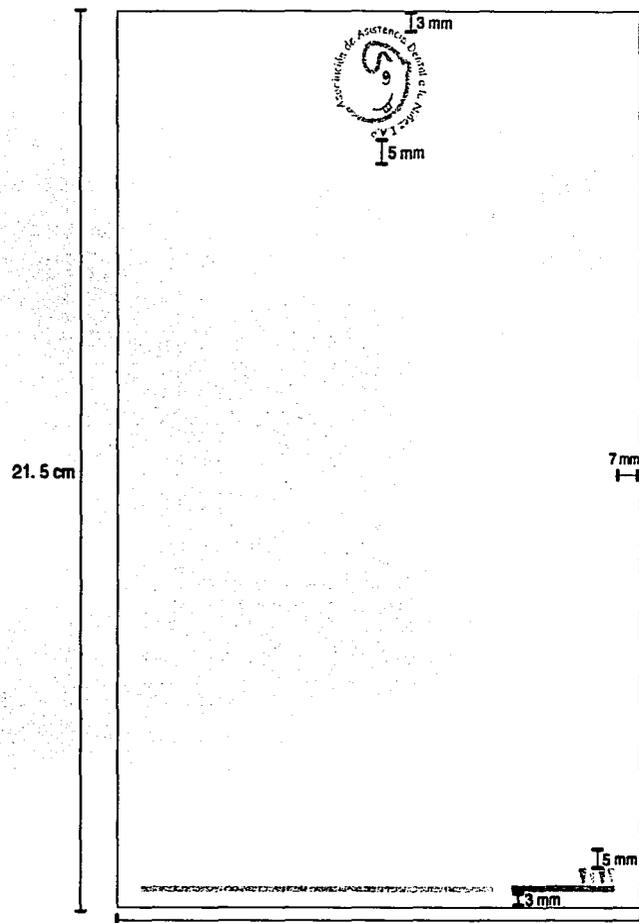
Tipo de Papel : Cartulina Enhace  
de 216 grs.

Sistema de impresión : offset

Marca de agua:  
Pantone 338 cv al 15 %

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Memorándum



Escala: 50 %

Medidas reales : 21.5 x 14 cms

Tipo de Papel : Enhace de 90 grs.

Sistema de impresión : offset

Marca de agua :  
Pantone 338 cv 10 %

Color :  
Pantone 338 cv  
Pantone 2718 cv

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_  
Receta  
Médica

Escala: 50 %

Medidas reales : 21.5 x 14 cms

Tipo de Papel : Enhace de 90 grs.

Sistema de impresión : offset

Dirección :

Helvetica

Puntaje: 7 puntos

14 cm Altas y bajas

Nombre del Dr. :

Helvetica

Puntaje : 11 puntos

Altas y bajas

Marca de agua :

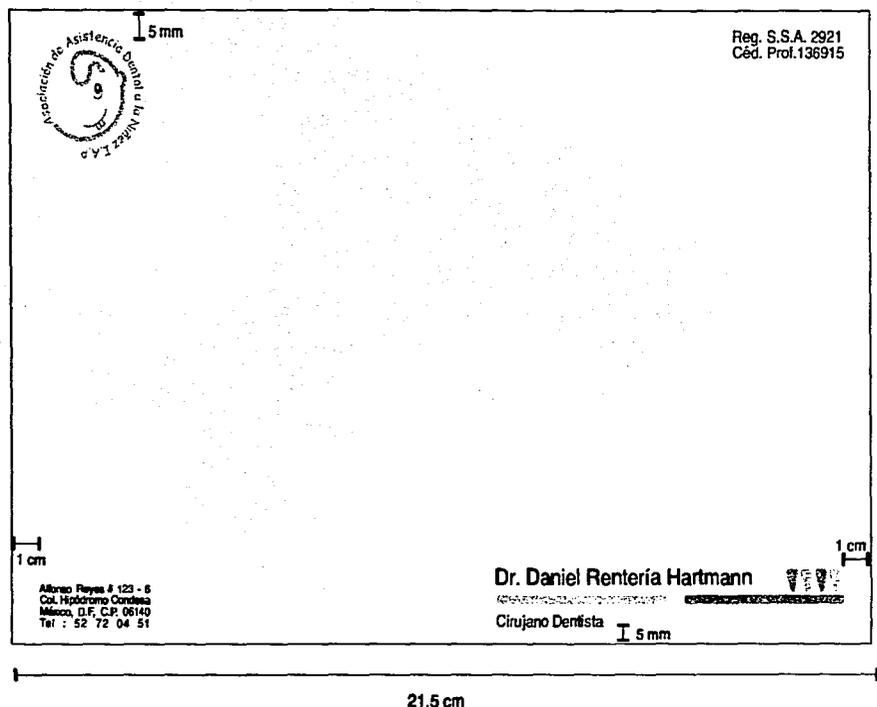
Pantone 338 cv al 15 %

Color :

Pantone 338 cvc

Pantone 2718 cv

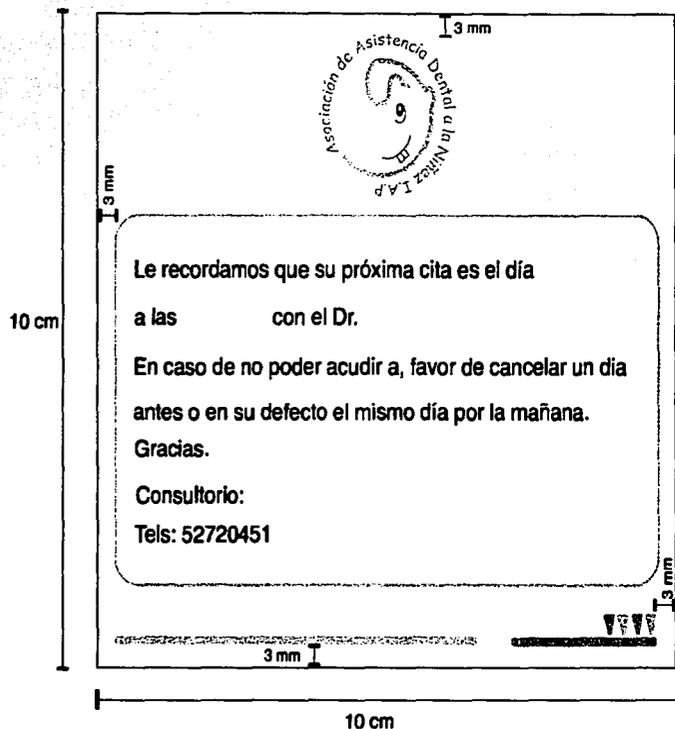
Pantone process Black cv



The diagram shows a rectangular prescription form with a width of 21.5 cm and a height of 14 cm. In the top-left corner, there is a circular logo for the 'Asociación de Asistencia Dental de la Nueva L.A.' with a 5 mm vertical scale bar next to it. In the top-right corner, the text reads 'Reg. S.S.A. 2921' and 'Céd. Prof. 136915'. In the bottom-left corner, there is an address: 'Alfonso Reyes # 123 - 6', 'Col. Hipódromo Condesa', 'México, D.F. C.P. 06140', and 'Tel : 52 72 04 51', with a 1 cm horizontal scale bar. In the bottom-center, the name 'Dr. Daniel Rentería Hartmann' is printed, followed by a small logo and the text 'Cirujano Dentista' with a 5 mm horizontal scale bar. In the bottom-right corner, there is a 1 cm horizontal scale bar. A large horizontal dimension line at the bottom indicates the total width of 21.5 cm.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

## Recordatorio



Escala: 100%

Medidas reales : 9.5 x 9.5 cm

Tipo de Papel : Bond blanco de 35 grs.

Sistema de impresión : láser

Fuente texto:

Helvetica

Puntaje: 10 puntos

Altas y bajas

Marca de agua :

Pantone 338 cv al 15 %

Color :

Pantone 338 cvc

Pantone 2718 cv

Pantone process Black cv

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Manual de  
**Identities**

Recibo

Escala: 50%

Medidas reales : 18.5 x 12cms.

Tipo de Papel : papel autocopiante blanco,  
con 3 copias de 56 grs.

Sistema de impresión : offset

Dirección :  
Helvetica  
Puntaje: 7 puntos  
Altas y bajas

Datos :  
Helvetica  
Puntaje : 10 puntos  
Altas y bajas

Nombre :  
Helvetica  
Puntaje : 12 puntos  
Altas y bajas

Cargo :  
Helvetica  
Puntaje : 9 puntos  
Altas

Ley de impuestos :  
Helvetica  
Puntaje : 8 puntos  
Altas

Marca de agua:  
Pantone 338 al 15 %

Color :  
Pantone 2718 cv  
Pantone 338 cv  
Pantone process  
Black cv

3 mm 3 mm

Asistencia Dental a la  
Comunidad  
C.V. 2 2000

Alfonso Reyes # 123 - 6  
Col. Condesa, Delegación  
Cuahémoc, Méx., D.F.  
C.P.: 06140, Tel: 52720451  
R.F.C. AAD-690217 AFA

3 mm 5 mm

RECIBI DE \_\_\_\_\_

DIRECCION \_\_\_\_\_

TELEFONO \_\_\_\_\_ LA CANTIDAD DE \$ \_\_\_\_\_

IMPORTE CON LETRA \_\_\_\_\_

COMO DONATIVO. R.F.C DEL DONADOR: \_\_\_\_\_

MEXICO, D.F; A DE DE 20

El importe de este donativo es deducible para efectos de impuestos de conformidad a los Artículos 24, Fracción 1, 140, Fracción IV, de la ley del impuesto sobre la renta.

DR. Daniel Renteria Hartmann. 

PRESIDENTE 3 mm

12 cm.

18.5 cm.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Manual de

**Identidad**

## Credencial para empleados

Escala: 100 %

Medidas reales : 6 x 10 cms.

Tipo de Papel : Cartulina Enhace de  
216 grs.

Sistema de impresión : Láser

Datos :  
Helvetica  
Puntaje : 10 puntos  
Altas y bajas

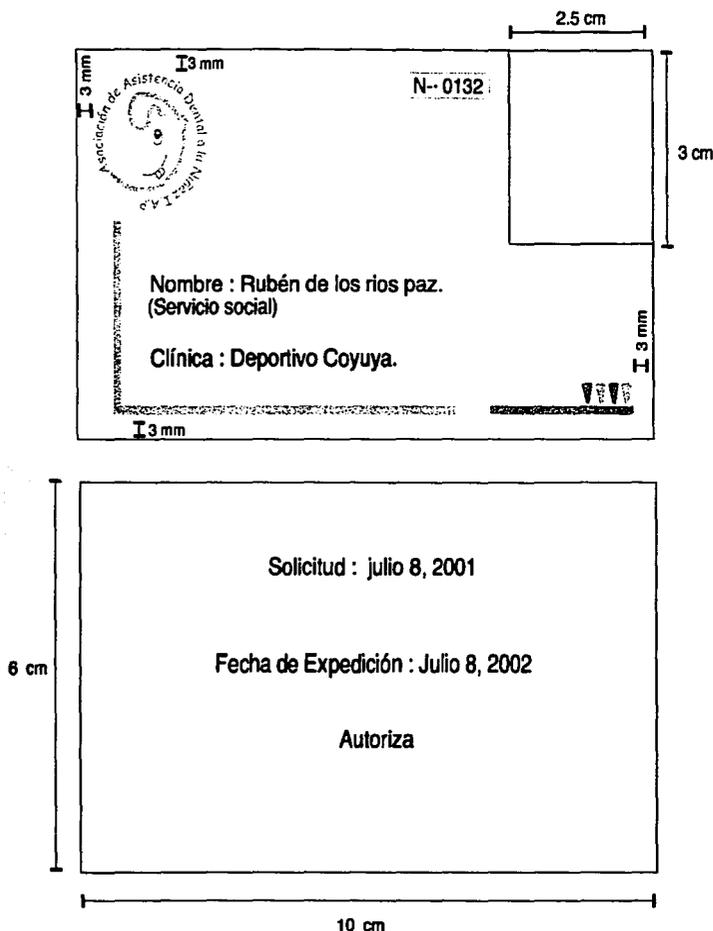
Folio:  
Helvetica  
Puntaje : 9 puntos

Solicitud :  
Helvetica  
Puntaje : 10 puntos

Fecha de vencimiento :  
Helvetica  
Puntaje : 11 puntos  
Altas y bajas

Marca de agua :  
338 cv al 15%

Color :  
Pantone 2718 cv  
Pantone 338 cv  
Pantone process  
Black cv



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Manual de

**Identidad**

Credencial para  
pacientes

Escala: 100 %

Medidas reales : 6 x 10 cms.

Tipo de Papel : Cartulina Enhace  
de 216 grs..

Sistema de impresión : Láser.

Datos :  
Helvetica  
Puntaje : 10 puntos  
Altas y bajas

Afiliación/ Expira :  
Helvetica  
Puntaje : 8 puntos

Exclusivamente Válida :  
Helvetica  
Puntaje: 8 puntos  
Altas y bajas

Inf y Tel :  
Helvetica  
Puntaje: 8 puntos  
Altas y bajas

Marca de agua:  
Pantone 338 al 15 %

No tiene validez :  
Helvetica  
Puntaje : 8 puntos  
Altas  
Color :  
Pantone 2718 cv  
Pantone 338 cv  
Pantone process  
Black cv

I 3 mm

Afiliación 0106

Expira 02/09/2002

I 5 mm

Nombre : Luisa Jimenez Castellanos

Clínica : Fortaleza

Exclusivamente válida para la clínica "fortaleza",  
perteneciente a la Delegación Iztacalco.

I 3 mm

2.5 cm

3 cm

3 mm

6 cm

Información y Teléfonos al : 56 34 78 56 / 56 34 78 60

NO TIENE VALIDEZ ALGUNA ESTA  
CREDENCIAL AL HABER EXPIRADO.

10 cm

\_\_\_\_\_ Hoja para fax

The diagram shows a rectangular fax cover sheet with a total height of 21.5 cm and a total width of 14 cm. At the top center is the logo of the 'Asociación de Asistencia Dental de la Niñez I.A.P.' (ADANIP), which features a stylized ear and the text 'ADANIP' and 'Asociación de Asistencia Dental de la Niñez I.A.P.'. To the right of the logo is a vertical dimension line indicating a height of 3 mm. Below the logo is a large rounded rectangular area containing the following fields: 'Para : \_\_\_\_\_', 'De: \_\_\_\_\_', 'Asunto : \_\_\_\_\_', and 'Observaciones: \_\_\_\_\_'. To the left of this area is a vertical dimension line indicating a height of 1 cm. To the right is another vertical dimension line indicating a height of 1 cm. Below these fields is a 'Teléfono: \_\_\_\_\_' field. Underneath the phone field is the text: 'Se estan enviando un total de \_\_\_\_\_ hojas incluyendo esta portada.' and 'En caso de recibir el fax incompleto, favor de notificarlo a los teléfonos: 52 72 04 51, Fax: 52 72 00 52.' At the bottom of the sheet, there is a thick horizontal line with a vertical dimension line indicating a height of 6 mm. To the right of this line is a vertical dimension line indicating a height of 7 mm, and below it is a barcode-like graphic consisting of three vertical bars of varying heights.

Escala: 50%

Medidas reales : 21.5 x 14.0 cms.

Tipo de Papel : Bond de 35 grs.

Sistema de impresión : láser

Datos :  
Helvetica  
Puntaje: 12 puntos  
Altas y bajas

Color :  
Pantone process Black cv

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# Hoja Clínica

8 mm  
2 cm  
5 mm

Nombre: ..... Fecha: .....  
 Dirección: .....  
 Teléfono: ..... Edad: ..... Fecha de nacimiento: .....

**HABITOS ALIMENTICIOS**

Alimentación: carne ..... verdura ..... Huevo ..... leche ..... fruta .....

Refrescos ..... Azúcares ..... Paletas .....

**MEDICAMENTOS**

Toma algún medicamento ..... Cúal .....  
 Padece alguna Alergia ..... Cúal .....

**ANTECEDENTES**

En su historia familiar se ha desarrollado alguna enfermedad dental o algún defecto hereditario o congénito. Cúal .....

Enfermedades que ha padecido, Cúal .....

Se presentó algún problema en el desarrollo de la dentición, Cúal .....

Se le ha aplicado flúor en alguna ocasión. sí ..... no .....

**HABITOS DE CEPILLADO**

El cepillado se realiza después de cada comida. sí ..... no .....

Anotado al cepillarse inflamación o sangrado en las encías. sí ..... no .....

1.8 cm  
1 cm

28 cm  
21.5 cm

Escala: 50%

Medidas reales : 21.5 x 28.0 cms.

Tipo de Papel : Enhace de 90 grs.

Sistema de impresión : offset

Datos :

Helvetica

Puntaje: 12 puntos

Altas y bajas

Encabezados :

Helvetica

Puntaje : 12 puntos

Altas

Marca de agua :

Pantone 338 cv al 15 %

Color :

Pantone 338 cv

Pantone 2718 cv

Pantone process Black cv

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Promocio  
nales

\_\_\_\_\_ Mouse Pad



Material :  
Tela sobre hule espuma

Tamaño : 23 x 19.5 cms.

Impresión : impresión digital  
papel transfer planchado.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Taza

Material :  
Taza de cerámica blanca

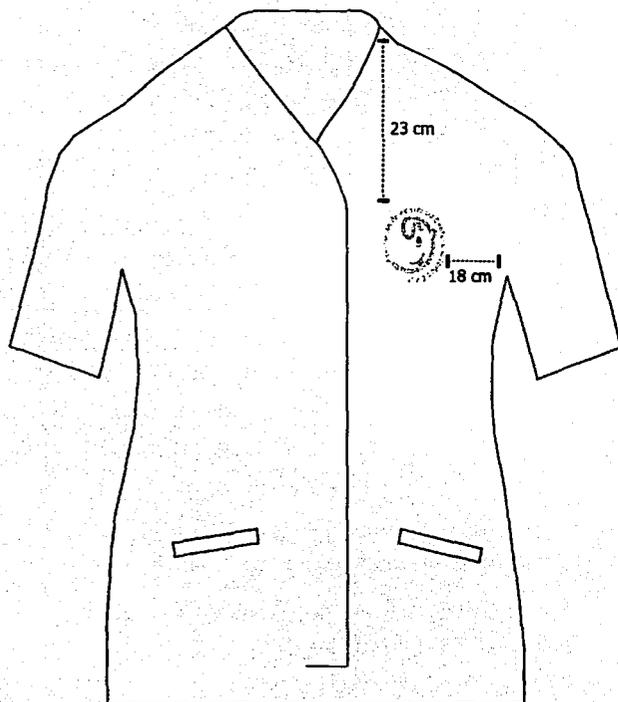
Tamaño: 8 x 10.0 cms.

Impresión: impresión digital



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Bata:



**Material :**

Bata blanca en algodón y poliéster,  
con cierre.

**Bordado :**

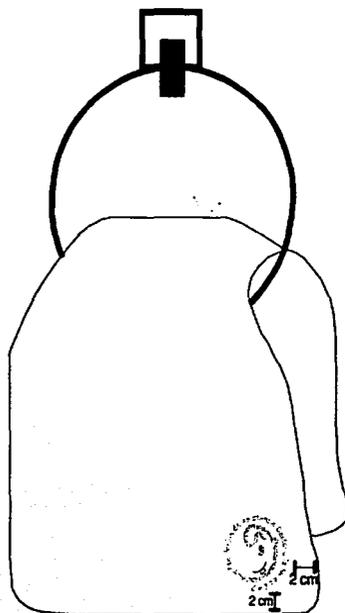
Hilo azul y verde

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Toalla para manos

Material :  
Toalla blanca

Bordado :  
Hilo azul y verde



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

\_\_\_\_\_ Portanombres:

Material :  
Grabado en Cristal

Tamaño: 28 x 8 cm.

2 cm

2.5 cm

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## \_\_\_\_\_Conclusiones:

Para crear una Identidad el diseñador gráfico requiere de una gran capacidad de síntesis y análisis, ya que plasma todo un concepto acerca de los valores, filosofía e ideales de una empresa, resumiendo esos datos en un signo de identificación.

Para la elaboración de la Identidad Gráfica de la Asociación de Asistencia Dental a la Niñez I.A.P, se requirió de un proceso de investigación, en el cual se obtuvieron los datos esenciales tales como las actividades que desempeña o servicios que ofrece, y aún más, la descripción de sus características, para así poder llegar a una solución adecuada de sus necesidades.

Desde el momento en que nos entrevistamos con el cliente comienza el proceso de Diseño Gráfico, pues es en esta etapa donde comenzamos a recopilar la información, para después analizarla y sintetizarla.

De las necesidades e inquietudes que el cliente tiene de darse a conocer e identificarse, surge la idea de buscar una imagen que la identifique ante su público.

Una vez llevado a cabo estos pasos en la realización de la identidad de la Asociación, se procedió a la etapa creativa del proceso, es decir la lluvia de ideas, bocetaje, correcciones, hasta finalmente llegar a una imagen gráfica que logrará con los objetivos planteados; A sí mismo estableciendo la imagen gráfica en todas las aplicaciones, y elaborando un manual, en el cual se muestran los lineamientos a seguir para la correcta reproducción de cada uno de los elementos de la identidad.

TESIS CON  
SELLA DE ORIGEN

Es aquí donde se termina la elaboración de este proyecto, pudiendo comprobar de esta manera que el trabajo de un diseñador gráfico es fundamental en la imagen de una empresa o Institución, como es el caso, ya que además de transmitir un toque estético, brinda confianza y seguridad de lo que ofrece.

Por otro lado, es importante mencionar que existen más de 400 Instituciones de Asistencia Privada, que al igual que ésta, ayudan desinteresadamente, sin buscar algún lucrativo a cambio. Dentro de estas Instituciones se encuentran las que están enfocadas al anciano, las educativas, las que dan atención a personas con discapacidad, las que les dan atención a los niños y adolescentes, el área médica y otra clase de servicios asistenciales. En lo personal fue una gran satisfacción el poder colaborar con un granito de arena en esta labor tan noble.

Por último, el haber finalizado el presente proyecto positivamente, puedo estar satisfecha que el objetivo a cumplir se logró, ya que las necesidades que se presentaron al comenzar y durante el proyecto se superaron, las soluciones gráficas presentadas en este proyecto satisficieron ampliamente al cliente, y marcan una pauta a seguir para futuros proyectos gráficos dentro de la Asociación.

## Bibliografía

Costa, Joan  
"Imagen Global"  
Editorial CEAC.  
Barcelona, 1998.

Costa, Joan  
"La comunicación en acción"  
Informe sobre la nueva cultura de la gestión.  
Editorial Paidós, 1999.

Chavez Norberto  
"La Identidad Corporativa"  
Editorial Gustavo Gili.  
Barcelona, 1998.

De la Torre y Rizo Guillermo  
"El lenguaje de los símbolos gráficos",  
Introducción a la comunicación visual.  
Editorial Limusa.  
México, 1992.

Eco Umberto  
"Tratado de semiótica general"  
Editorial Nueva imagen.  
México, 1978.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Frutiger Adrián  
"Signos, Símbolos, marcas y señales"  
Editorial Gustavo Gili.  
Barcelona, 1991

Larrañaga, Mariana  
"De la letra a la página"  
Universidad Autónoma Metropolitana.  
México, 1993.

Lewis Blackwell  
"La tipografía del siglo XX"  
Editorial Gustavo Gili.  
México, 1993.

López Juan Manuel  
"Semiótica de la comunicación gráfica"  
Editorial INBA, escuela de diseño.  
México, 1993.

Müller, Joseph  
"Sistema de Retículas"  
Editorial Gustavo Gili.  
Barcelona, 1986.

Munari Bruno  
"Diseño y comunicación visual"  
Editorial Gustavo Gili.  
Barcelona, 1996.

Ortiz, Georgina  
"El significado de los colores"  
Editorial Trillas.  
Barcelona, 1992.

Paoli, Antonio.  
"La comunicación"  
Editorial Edicol, 1993.

Swann, Alan  
"El color en el diseño gráfico"  
Editorial Gustavo Gili  
Barcelona, 1989.

Turnbull Arthur T.  
"Comunicación gráfica"  
Editorial Trillas  
México, 1990.

## Internet

<a href="http://www.dentistas.com">http://www.dentistas.com</a>	03/04/01
<a href="http://www.colegiodentistas.com">http://www.colegiodentistas.com</a>	03/04/01
<a href="http://www.-dental.com.mx">http://www.-dental.com.mx</a>	03/04/01
<a href="http://www.colegiodeperiodistas.org/bolejunio/bolejunio/imagen.html">http://www.colegiodeperiodistas.org/ bolejunio/bolejunio/imagen.html</a>	03/04/01
<a href="http://www.unam.com">http://www.unam.com</a>	30/04/01
<a href="http://www.dgbiblio.unam.com">http://www.dgbiblio.unam.com</a>	
<a href="http://www.colormatters.com">http://www.colormatters.com</a>	16/05/01
<a href="http://www.colormatters.com/colortheory.html">http://www.colormatters.com/colortheory.html</a>	
<a href="http://espaciografico.com">http://espaciografico.com</a>	29/11/01
<a href="http://www.espaciografico.com/trabajos.html">http://www.espaciografico.com/trabajos.html</a>	
<a href="http://tripod.com">http://tripod.com</a>	29/11/01
<a href="http://www.natymartini.tripod.com.ar/relacionespublicas/id9.html">http://www.natymartini.tripod.com.ar/relacionespúblicas/id9.html</a>	
<a href="http://www.adlatina.com">http://www.adlatina.com</a>	29/11/01
<a href="http://www.adlatina.com/html/glosario/glosario/php3">http://www.adlatina.com/html/glosario/glosario/php3</a>	

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**