

Pasantía: La Cultura en el Municipio de Pasto

Un Informe Presentado Para Obtener el Título de
Diseñadora Gráfica y Multimedial
Universidad de Nariño, Pasto

Juana Álvarez Rosales
Noviembre de 2017

Pasantía: La Cultura en el Municipio de Pasto

Un Informe Presentado Para Obtener el Título de
Diseñadora Gráfica y Multimedial
Universidad de Nariño, Pasto

Asesor:
Ramón Ortega Enríquez

Juana Álvarez Rosales
Noviembre de 2017

**Las ideas y conclusiones aportadas en este trabajo
son de responsabilidad exclusiva del autor.
Artículo 1° del acuerdo No. 324 del 11 de octubre de 1966,
emanado del honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.**

**Este documento contiene información confidencial
y es de propiedad exclusiva del autor.
No puede ser reproducido guardado o copiado
sin autorización expresa del autor.**

Nota de aceptación:

Firma del Jurado

Firma del Jurado

A mi familia por darme el apoyo necesario para seguir adelante,
gracias por creer en mis capacidades, mi talento y mis sueños,
a mis amigos por darme siempre opiniones, sugerencias de diseño y a cada persona o
institución vinculada por su acompañamiento y apoyo en mi formación profesional,
desde lo más profundo de mi ser y mi corazón les digo Gracias.

Resumen

El presente informe, describe el proceso por medio del cual se da solución a una problemática que plantea la Secretaria de Cultura de la Alcaldía de Pasto mediante proyectos, propuestas y piezas gráficas realizadas bajo la modalidad de pasantía en la institución mencionada.

A continuación se describe el proceso gráfico de cada uno de los proyectos, además de las diferentes experiencias adquiridas en este periodo de aprendizaje

Abstract

This report describes the process by means of which a solution is given to a problem posed by the Secretaría de Cultura de la Alcaldía de Pasto through projects, proposals and graphic pieces made under the modality of internship in the aforementioned institution.

Below is a description of the graphic process of each of the projects, as well as the different experiences acquired during this learning period.

Contenido

Introducción	1
Capítulo I	2
La Empresa	2
Misión	2
Visión.....	2
Política de Calidad	3
Contactos.....	3
Estructura Organizacional Alcaldía de Pasto.....	4
Funciones Como Pasante	5
Cronograma.....	6
Capítulo II.....	7
El Proyecto.....	7
Problema	7
Planteamiento del Problema	8
Objetivos	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos.....	9
Justificación	10
Metodología	11
Capítulo III.....	15
Desarrollo de Actividades de la Pasantía.....	15
1. Diseño Identidad Visual MUAM.....	15
1.1 Target	16
1.2 Objetivo.....	16
1.3 Características	16
1.4 Piezas	16
1.5 Propuestas	17

1.6	Diseño Final.....	17
1.7	Estructura visual.....	18
1.8	Usos y Representación.....	20
1.9	Aplicaciones.....	22
2.	Diseño Identidad Visual Feria Artesanal La Guanga.....	23
2.1	Creación.....	25
2.2	Target.....	26
2.3	Objetivo.....	26
2.4	Características.....	26
2.5	Piezas.....	27
2.6	Propuestas.....	27
2.7	Diseño Final.....	28
2.8	Estructura Visual.....	29
2.9	Usos y representación.....	31
2.10	Aplicaciones.....	32
3.	Diseño de evento e Imagen de la Primera Feria de Artesanía y Diseño.....	34
3.1	Metas y objetivos.....	35
3.2	Fecha y sede.....	35
3.3	Plan de acción.....	35
3.4	Target.....	37
3.5	Objetivo.....	37
3.6	Características.....	37
3.7	Piezas.....	38
4.	Diseño Imagen Censo de Artistas y Artesanos.....	42
4.1	Target.....	43
4.2	Objetivo.....	43
4.3	Características.....	43
4.4	Propuesta.....	44
5.	Diseño Imagen II Feria Internacional del libro de Pasto y Temporada de letras.....	46
5.1	Target.....	46

5.2	Objetivo.....	47
5.3	Características	47
5.4	Piezas	47
6.	Diseño Identidad Visual Plan Decenal de Cultura Municipal	51
6.1	Target	52
6.2	Objetivo.....	52
6.3	Características	53
6.4	Piezas	53
6.5	Propuestas	53
6.6	Estructura visual.....	54
6.7	Usos y representación	56
6.8	Aplicaciones.....	57
7.	Diseños Varios	60
7.1	Diseño Papelería Sexto Salón de Arte San Juan de Pasto.....	60
7.2	Cartel Quinto Concurso Internacional de Tríos	62
7.3	Diseño papelería XI Concurso de Periodismo Silvio León España	63
7.4	Diseño Concierto Sinfónico en homenaje a Víctor Jara	64
7.5	Diseño Cartel Tercer festival de música Semana Santa	65
7.6	Conciertos Centro Cultural Leopoldo López Álvarez Banco de la República.....	66
7.7	Cartel Festival Estudiantil de Teatro de Pasto	67
7.8	Muestra de fotografías tomadas a productos de Artistas y Artesanos.....	68
Capítulo IV	69
	Concepto Jefe Inmediato.....	69
	Conclusiones	70
	Bibliografía	71
	Webgrafía.....	72

Lista de Figuras

FIG. 1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ALCALDÍA DE PASTO	4
FIG. 2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	6
FIG. 3 METODOLOGÍA CICLO 1	11
FIG. 4 METODOLOGÍA CICLO 2	12
FIG. 5 PROPUESTAS MUAM	17
FIG. 6 DISEÑO FINAL MUAM	17
FIG. 7 ÁREA DE PROTECCIÓN DEL LOGOTIPO MUAM.....	18
FIG. 8 PALETA CROMÁTICA	19
FIG. 9 POSITIVO Y NEGATIVO MUAM.....	20
FIG. 10 LOGOTIPO MUAM A UNA TINTA	20
FIG. 11 USOS CORRECTOS E INCORRECTOS MUAM.....	21
FIG. 12 ESCARAPELA Y MEMBRETE MUAM.....	22
FIG. 13 TARJETA DE PRESENTACIÓN MUAM	22
FIG. 14 PROCESO NAMING	25
FIG. 15 PROPUESTA IDENTIDAD VISUAL FERIA ARTESANAL LA GUANGA.....	28
FIG. 16 PROPUESTA FINAL IDENTIDAD VISUAL FERIA ARTESANAL LA GUANGA	28
FIG. 17 ÁREA DE PROTECCIÓN Y PROPORCIONES.....	29
FIG. 18 PALETA CROMÁTICA	30
FIG. 19 POSITIVO Y NEGATIVO.....	30
FIG. 20 LOGOTIPO A UNA TINTA FERIA ARTESANAL LA GUANGA	31
FIG. 21 USOS CORRECTOS E INCORRECTOS DEL LOGOTIPO FERIA ARTESANAL LA GUANGA.....	32
FIG. 22 ESCARAPELA Y CERTIFICADO FERIA ARTESANAL LA GUANGA	32
FIG. 23 PENDONES FERIA ARTESANAL LA GUANGA	33
FIG. 24 DISTINTIVO ARTESANOS FERIA ARTESANAL LA GUANGA.....	33
FIG. 25 ORGANIZACIÓN DEL EVENTO	34
FIG. 26 PLANEACIÓN DEL EVENTO	34
FIG. 27 BOCETO COLIBRÍ	38
FIG. 28 BOCETO CARTEL FERIA	38
FIG. 29 PROPUESTA FINAL FERIA	39
FIG. 30 BANNER CONVOCATORIA ARTESANOS Y DISEÑADORES	39
FIG. 31 BANNER PROMOCIÓN EVENTO	40
FIG. 32 CERTIFICADO ARTESANOS.....	40
FIG. 33 IDENTIFICADOR ARTESANOS	40
FIG. 34 IMÁGENES VIDEO ARTESANOS	41
FIG. 35 ESTRATEGIA DEL CENSO DE ARTISTAS Y ARTESANOS.....	43
FIG. 36 PROPUESTA PARA IMAGEN DE CENSO DE ARTISTAS Y ARTESANOS	44
FIG. 37 DISEÑO FINAL CARTEL CENSO DE ARTISTAS Y ARTESANOS	44
FIG. 38 BANNER PÁGINA WEB CENSO DE ARTISTAS Y ARTESANOS.....	45
FIG. 39 FLYER CENSO DE ARTISTAS Y ARTESANOS	45
FIG. 40 PRIMERAS PROPUESTAS TEMPORADA DE LETRAS	47
FIG. 41 ILUSTRACIÓN II FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE PASTO Y TEMPORADA DE LETRAS 2017.....	48

FIG. 42 BANNER PARA REDES SOCIALES II FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE PASTO Y TEMPORADA DE LETRAS 2017.....	48
FIG. 43 BANNER PARA REDES SOCIALES II FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE PASTO Y TEMPORADA DE LETRAS 2017.....	49
SFIG. 44 INVITACIÓN MEDIOS II FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE PASTO Y TEMPORADA DE LETRAS 2017.....	49
FIG. 45 PENDÓN II FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE PASTO Y TEMPORADA DE LETRAS 2017.....	49
FIG. 46 CARTEL Y ESCARAPELA II FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE PASTO Y TEMPORADA DE LETRAS 2017.....	50
FIG. 47 IDENTIFICADOR EDITORIALES Y LIBRERÍAS II FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE PASTO TEMPORADA DE LETRAS 2017.....	50
FIG. 48 PROGRAMACIÓN II FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE PASTO TEMPORADA DE LETRAS 2017.....	50
FIG. 49 EJES PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO.....	51
FIG. 50 ETAPAS PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO.....	52
FIG. 51 PROPUESTAS LOGOTIPO PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO....	53
FIG. 52 PROPUESTAS FINAL PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO.....	53
FIG. 53 ÁREA DE PROTECCIÓN Y PROPORCIONES DEL LOGOTIPO PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO.....	54
FIG. 54 PALETA CROMÁTICA LOGOTIPO PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO.....	55
FIG. 55 POSITIVO Y NEGATIVO DEL LOGOTIPO PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO.....	56
FIG. 56 LOGOTIPO A UNA TINTA PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO....	56
FIG. 57 USOS CORRECTOS E INCORRECTOS LOGOTIPO PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO.....	57
FIG. 58 ESCARAPELA Y CARTEL PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO....	58
FIG. 59 INVITACIONES MESAS TEMÁTICAS PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO.....	58
FIG. 60 BOTÓN Y PENDÓN PLAN DECENAL DE CULTURA.....	59
FIG. 61 FOTOGRAFÍAS MESAS TEMÁTICAS PLAN DECENAL DE CULTURA DEL MUNICIPIO DE PASTO.....	59
FIG. 62 CERTIFICADO SEXTO SALÓN DE ARTE SAN JUAN DE PASTO.....	60
FIG. 63 PENDÓN SEXTO SALÓN DE ARTE SAN JUAN DE PASTO.....	60
FIG. 64 MENCIÓN DE HONOR E INVITACIÓN SEXTO SALÓN DE ARTE SAN JUAN DE PASTO....	61
FIG. 65 CONVOCATORIA SEXTO SALÓN DE ARTE SAN JUAN DE PASTO.....	61
FIG. 66 CARTEL QUINTO CONCURSO INTERNACIONAL DE TRÍOS.....	63
FIG. 67 CONVOCATORIA XI CONCURSO DE PERIODISMO SILVIO LEÓN ESPAÑA.....	63
FIG. 68 BANNER CONVOCATORIA XI CONCURSO DE PERIODISMO SILVIO LEÓN ESPAÑA.....	63
FIG. 69 PENDÓN E INVITACIÓN CONCIERTO VÍCTOR JARA SINFÓNICO.....	64
FIG. 70 BANNER WEB CONCIERTO VÍCTOR JARA SINFÓNICO.....	64
FIG. 71 CARTEL TERCER FESTIVAL DE MÚSICA SEMANA SANTA.....	65
FIG. 72 FLYER CONCIERTO PAR DOS Y MACHA GHARIBIAN TRÍO.....	66
FIG. 73 PENDÓN FESTIVAL ESTUDIANTIL DE TEATRO DE PASTO.....	67

FIG. 74 FOTOGRAFÍAS PRODUCTOS DE ARTISTAS Y ARTESANOS69
FIG. 75 CARTA CONCEPTO JEFE INMEDIATO.....69

Introducción

La Universidad de Nariño, en su carácter de institución pública, se constituye en un espacio social que tiene como fin pensar en la región, esto supone -entre otras cosas- entregar conocimiento de alta calidad y ponerlo a disposición de la población. En este contexto no debemos olvidar que actualmente la experiencia, el conocimiento, y la investigación son considerados los como activos intangibles más valiosos que puede conservar tanto un individuo como una institución.

De esta forma el desarrollo de la pasantía realizada en la Secretaria de Cultura Municipal de la Alcaldía de Pasto, pone en práctica los conocimientos obtenidos en la universidad.

Con el presente proyecto de pasantía se desarrolló material promocional a través de diversas herramientas del diseño como elemento de apoyo a los diferentes eventos y proyectos que tiene a cargo la Secretaria de Cultura de la Alcaldía de Pasto, ofreciéndome así una perspectiva real y clara de lo que será mi desempeño como Diseñadora Gráfica, complementando de esta manera mi formación profesional.

Capítulo I

La Empresa

Misión

Promover el desarrollo del ser humano en armonía con la naturaleza, que respete la diversidad de visiones, valores, potencialidades y limitaciones, enfatizando su accionar a favor de los grupos vulnerables, mediante la administración y operativización racional de los recursos físicos, tecnológicos, financieros y ambientales, con fundamento en la ética pública y la transparencia en la prestación de los servicios públicos y sociales, a través de una planificación social que facilita la participación ciudadana en la gestión pública, para satisfacer las necesidades básicas de la ciudadanía pastusa.

Visión

Pasto lidera conjuntamente con los municipios de la Subregión Centro, un modelo de Ciudad - Región sostenible y competitiva, que dinamiza el desarrollo humano integral, en el camino hacia la construcción de una paz duradera desde el territorio, basada en el cierre de brechas, con una ciudadanía educada en la promoción, protección y defensa de los derechos humanos, bajo los principios de equidad territorial y de género, legitimidad democrática, ética pública, gestión integral ambiental y el pluralismo.

Política de Calidad

La Alcaldía de Pasto se compromete a satisfacer las necesidades básicas de la comunidad, a través de la prestación de productos y servicios de calidad que garanticen la eficacia, la eficiencia y la efectividad de los procesos, contando con personal competente, recursos físicos, tecnológicos, financieros y ambientales, para garantizar una participación ciudadana activa, mediante una información oportuna y veraz, que asegure el mejoramiento continuo del Sistema de Gestión de Calidad.

Contactos

- Secretario Municipal de Cultura: Maestro José Aguirre Oliva
- Subsecretaria de Formación y Promoción Cultural: Elizabeth Garzón Yepes
- Jefe Inmediato: Elizabeth Garzón Yepes

Ubicación: Calle 19 No. 42 Barrio Pandiaco

Correo Electrónico: cultura@pasto.gov.co

Estructura Organizacional Alcaldía de Pasto



Fig. 1 Estructura Organizacional Alcaldía de Pasto

Funciones Como Pasante

- Diseño de identidad visual para diferentes proyectos que se ejecutan desde la Secretaria de Cultura de la Alcaldía de Pasto, esto con el fin de brindarles a los proyectos identidad, e importancia dentro del proceso comunicativo, hacia la comunidad y específicamente el sector cultural.
- Diseñar estrategias de comunicación hacia el sector cultural del Municipio de Pasto, diseño y promoción en redes sociales, medios impresos y otros, con el fin de poner en conocimiento público las convocatorias y talleres que se llevan a cabo.
- Diagramar publicaciones e impresos de carácter informativo, promocional y/o publicitario. Así como material que promueva eventos y convocatorias de la Secretaria de Cultura de la Alcaldía de Pasto
- Hacer registro fotográfico y de video de los diferentes eventos
- Hacer acompañamiento en la difusión y promoción de eventos y convocatorias propias.

Cronograma

Cronograma de Actividades Secretaría de Cultura												
Actividades	Fechas											
	Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Reuniones del comité de Cultura, apoyo y registro fotográfico y video y edición de fotografías y video.	■											
Investigación, bocetación y proceso de ilustración en papel del Cartel Semana Santa.		■	■									
Apoyo y registro en talleres de Design Thinking Cultura Ciudadana.			■	■								
Proyecto Feria la GUANGA: Bocetación y aprobación de propuesta de identidad visual, diseño de piezas registro fotográfico artesanías.					■	■	■					
Proyecto MUAM: Bocetación y aprobación de propuesta de identidad visual, apoyo comunicación, difusión del proyecto, registro fotográfico, realización de video y diseño de piezas.								■	■			
Bocetación y proceso de diseño Cartel quinto Concurso Internacional de Tríos										■		
Bocetación y proceso de diseño piezas Sexto Salón de Arte San Juan de Pasto											■	■
Bocetación y proceso de diseño piezas Concurso Pasto Pintoresco y otros diseños												■

Cronograma de Actividades Secretaría de Cultura												
Actividades	Fechas											
	Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Primera Feria de Artesanía y Diseño: bocetación y proceso de diseño de la Imagen, diseño de piezas, realización de video y registro fotográfico.	■	■										
Censo de Artistas y Artesanos: Propuesta de comunicación, bocetación y aprobación de imagen, diseño de piezas y apoyo en el proceso de difusión del proyecto.			■	■								
Concurso Silvio León España: Proceso de diseño convocatoria, banner y pendón para el evento.					■							
Proyecto II Feria Internacional del libro de Pasto y Temporada de Letras: bocetación y aprobación de imagen, diseño de piezas de difusión (banner, programación, piezas) apoyo en comunicaciones.						■	■					
Victor Jara Sonfónico: Proceso de diseño piezas concierto, invitaciones, pendones y banner.								■				
Pla Decenal de Cultura del Municipio de Pasto: bocetación y aprobación de identidad visual, imagen para cartel, pendones, botones piezas de diseño, apoyo en el proceso de difusión.									■	■	■	■

Fig. 2 Cronograma de actividades

Capítulo II

El Proyecto

Problema

¿Cómo contribuir con el Diseño Gráfico como herramienta comunicativa en la convocatoria de eventos y proyectos que se realizan desde la oficina de la Secretaría de Cultura de la Alcaldía de Pasto?

Planteamiento del Problema

La dependencia cuenta con diferentes herramientas de comunicación que acompañadas del diseño y con mensajes creativos pueden ayudar a difundir sus proyectos de una manera más adecuada, al momento de ingresar a la pasantía, se puede notar la falta de un Diseñador Gráfico que apoye las propuestas, es así como, por esto, se debía esperar el desarrollo de propuestas gráficas desde la Oficina de Comunicaciones de la alcaldía, lo cual en algunas oportunidades ha retrasado el desarrollo de las actividades, es por eso, que se pudo aportar a dicha problemática mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos en la carrera.

La institución, cuenta con necesidades de construir prácticas de participación amplias e inclusivas en los procesos, la iniciativa es priorizar la promoción de los eventos por diferentes medios, para de esta manera ampliar la participación pública, es así como la pasantía está relacionada con generar ideas, enfrentar nuevas opciones, participar en trabajos grupales, proponer, detectar dificultades, problemas y así proponer soluciones mediante el diseño gráfico.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar material enfocado a la promoción de eventos y proyectos propios de la Secretaría de Cultura de la Alcaldía de Pasto.

Objetivos Específicos

- Conocer los procesos y proyectos que se llevan a cabo desde la Secretaria de Cultura de la alcaldía de Pasto.
- Interactuar con los funcionarios de la dependencia y con el público objetivo, acerca de los diferentes eventos como estrategia para desarrollar diseños atractivos y comunicativos.
- Diseñar y diagramar publicaciones e impresos de carácter informativo, promocional y/o publicitario. Así como material que promueva eventos propios de la dependencia.
- Apoyar en el diseño y gestión de eventos que se realicen en la Secretaría de Cultura Municipal.

Justificación

La cultura no es un ente estático, sino dinámico y por lo tanto cambiante. La cultura cambia en la medida en que debe acoplarse a necesidades y circunstancias cambiantes de vida. (F, 1974)

Este proyecto de pasantía se presenta como una gran oportunidad, puesto que tiene como objetivo principal poner en práctica los conocimientos teórico - prácticos adquiridos a lo largo de la carrera en una institución de carácter público, a través de la puesta en marcha de una metodología adaptada a las necesidades de la institución, además tengo la oportunidad de adquirir conocimiento y experiencia en la situación real del área de cultura del Municipio de Pasto, área que es de gran interés por mi parte, así mismo se brinda un apoyo a la Secretaría de cultura resolviendo problemas de comunicación que se presenten a través del diseño gráfico. La importancia de esta investigación radica, en el impacto social que puede tener en un futuro ya que se dará más importancia a los canales y la forma de comunicación de los eventos y proyectos realizados desde la Secretaría de Cultura del Municipio de Pasto.

Metodología

La metodología que se aplicó para la ejecución de este proyecto de pasantía corresponde en primera instancia a la revisión bibliográfica de los textos y proyectos vinculados. Posteriormente en algunos casos, se deberá hacer desplazamientos a diferentes sitios en los cuales se desarrollen actividades de índole cultural en el lapso de mi pasantía, con el fin de conocer de fuentes directas información elementos formales de cómo se expresa la realidad de la comunidad. Para preparar las propuestas de diseño se hace la implementación de una metodología creada para satisfacer las necesidades de diseño para cada proyecto, tratando de seguir cada uno de los siguientes 8 pasos:



Fig. 3 Metodología ciclo 1



Fig. 4 Metodología ciclo 2

Así mismo para los proyectos que se denominan como identidad visual se hace referencia de una metodología a partir de las conclusiones de Norberto Chaves y Raúl Bellucia quienes en el libro La marca corporativa, gestión y diseño de símbolos y logotipos, se resume o retoma los indicadores de calidad, dotando de 10 partes o parámetros de alto rendimiento, que me plantean algunos interrogantes: ¿Cómo darnos cuenta si una marca/logo está bien realizado? ¿Si cumplen las funciones de identificar y comunicar correctamente? Si bien no es lo mismo una marca corporativa, institucional o personal, todas pueden ser evaluadas teniendo en cuenta su propósito y entorno. Para esto, se tuvo en

cuenta algunos de los indicadores de calidad que son muy útiles a la hora de evaluar la identidad:

- 1) Calidad gráfica genérica: evaluar la armonía estética, es una unidad estilística. ¿Nos parece armónica? ¿o algo de lo que vemos nos hace ruido o parece molestar?
- 2) Corrección estilística: el estilo es coherente, por ejemplo, en un proyecto muy formal y estructurada no sería lo más correcto que el estilo gráfico de su logo sea similar bosquejo/draft con trazos muy expresivos.
- 3) Suficiencia: Los signos identificadores de la marca deben ser los necesarios. Ni más, ni menos. Es probable que un isotipo solo no alcance para identificar una marca, que esta necesite un logotipo en donde podamos leer su nombre. Y por el contrario, el exceso de signos puede ser redundante.
- 4) Versatilidad: se adapta naturalmente a todos los tipos de discursos que la empresa/institución necesitan. Un colegio necesita comunicar tanto a los niños como a sus padres.
- 5) Vigencia: es contemporáneo durante la vida previsible del proyecto. Si la marca se rige estilísticamente por una moda, es probable que en muy poco tiempo quede anticuada.

6) Reproducibilidad: puede ser reproducida en los soportes que la empresa necesite. Por eso es recomendable pensar con anterioridad cuales van a ser sus aplicaciones a futuro.

7) Legibilidad: los signos son claros para facilitar su lectura en distintos tamaños, distancias, iluminaciones, etc. Si la marca no puede ser leída correctamente, no existe.

8) Pregnancia: la marca garantiza su recordabilidad, su rápido reconocimiento.

9) Vocatividad: llama la atención lo suficiente y no pasa desapercibida.

10) Singularidad: y como último punto pero fundamental: debe diferenciarse del entorno. Con la contaminación visual con la que hoy convivimos, no es tarea fácil.

Capítulo III

Desarrollo de Actividades de la Pasantía

1. Diseño Identidad Visual MUAM

El Museo Abierto al Mundo MUAM, es un proyecto en el marco de la estrategia de la actual administración Pasto educado Constructor de Paz liderado por la alcaldía con apoyo de la Secretaría de Cultura, Subsecretaría de Formación y Promoción con la Corporación Wayrayori, que tiene como objetivo promocionar a los artistas regionales y fortalecer el sentido de pertenencia de los pastusos a través de las expresiones culturales por medio de obras las cuales se convirtieron en murales fabricados en materiales amigables con el medio ambiente que se ubicaron en el bioparque de la Avenida Santander.

Se busca que el museo sea un nuevo espacio turístico para la ciudad, motivo de orgullo para los pastusos, la finalidad es crear más espacios similares y dar a conocer el proyecto en diferentes partes del país, consolidando el arte en el espacio público para diferentes sectores, las obras de arte fueron escogidas por la relevancia de la obra, técnica, juego de colores, y elementos pictóricos representativos que usan los artistas regionales.

1.1 Target

Las piezas van dirigidas a empresarios, museos, entidades públicas y privadas y a la comunidad pastusa interesada en el desarrollo y entorno de expresiones culturales.

1.2 Objetivo

Reconocimiento del proyecto denominado MUAM, como un espacio dedicado a la promoción de artistas regionales

1.3 Características

Se trabajó principalmente en la Identidad visual del Proyecto, para esto se inició con la bocetación de diferentes propuestas aplicando diferentes paletas de color, uno de los conceptos en los que se basó el logotipo fue en la fracción que es de lo que se compone cada mural en el museo, se quiso dar una apariencia de conformación a través de piezas que generan un todo. La paleta de color que se definió al final está integrada por colores cálidos, que dan una apariencia de cercanía y afinidad con los materiales y tonos trabajados por cada uno de los artistas que exponen sus obras en el bioparque Santander.

1.4 Piezas

Identidad visual del MUAM, video en reconocimiento a los artistas, fotografías del proceso de fabricación y montaje de los murales.

1.5 Propuestas



Fig. 5 Propuestas MUAM

Se pretende que la imagen de un soporte de identidad, que el museo pretende construir a través de los años, la estética del Museo Abierto al Mundo es un identificador que va de la mano con el uso del logo.

1.6 Diseño Final



Fig. 6 Diseño Final MUAM



Fig. 7 Área de protección del logotipo MUAM

1.7 Estructura visual

Tipografía

Se maneja una sola tipografía Canter en sus versiones light y bold, que es una tipografía libre, condensada disponible en seis pesos diferentes. Fue diseñado como fuente para pantallas, títulos, titulares y carteles, por Christopher J. Lee, Nueva York, Estados Unidos

Canter Light.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U
V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Canter Bold

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y
z**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

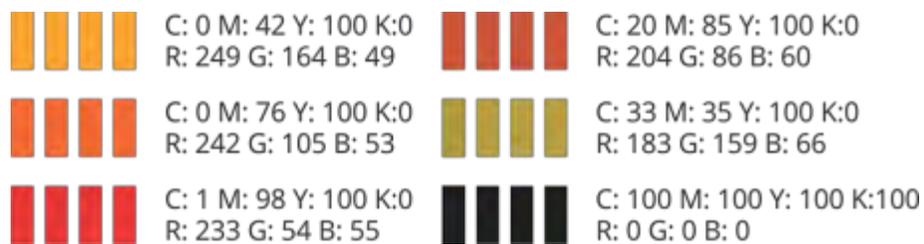
Paleta cromática

Fig. 8 Paleta Cromática

Se incluye el modelo que deberá seguirse en caso de ser necesaria la reproducción de la identidad visual en blanco y negro.



Fig. 9 Positivo y negativo MUAM



Fig. 10 Logotipo MUAM a una tinta

1.8 Usos y Representación

- El logotipo a color irá principalmente sobre fondo blanco, pero también se podrá utilizar sobre fondos de color oscuro, con la marca en blanco y el isotipo en color.
- El logotipo blanco irá sobre los colores que se señalan más adelante, (no se permite su uso sobre colores demasiado claros que no garanticen suficiente contraste, así como no se contempla el uso de sombras y halos)
- No está permitido el uso del logotipo sin isotipo.

- No se podrán alterar nunca los colores indicados ni las proporciones.
- Deberá minimizarse el uso de fondos, buscando que la legibilidad de los textos sea óptima. No se utilizarán rayados y/o tramados que dificulten la lectura.



Fig. 11 Usos correctos e incorrectos MUAM

1.9 Aplicaciones



Fig. 12 Escarpela y Membrete MUAM



Fig. 13 Tarjeta de presentación MUAM

2. Diseño Identidad Visual Feria Artesanal La Guanga

Fernando Beltrán en su libro El nombre de las cosas, nos comenta que el nombre debe ser “breve, pronunciable, eufónico, fácil de memorizar, perdurable en el tiempo, sin connotaciones negativas en distintos mercados, descriptivo, evocador, sugerente, contenedor de valores y atributos, declinable en submarcas, original, con personalidad, registrable y con posibilidades gráficas”

Es por esto que para la Feria, se empieza con un proceso de Naming para encontrar un nombre adecuado y coherente, es así como se llevan a cabo algunas pautas:

- a) Largo del nombre: una sola palabra o dos como máximo.
- b) Modelo de construcción: Evocativo: Se usa una base conocida y la transformamos en algo nuevo. (La guanga)
- c) Espacios de creación: Con esto tenemos claro que nombre NO escogeremos para nuestra marca. A partir de aquí se trabajó enfocando los distintos espacios conceptuales que encajen con lo que se quiere comunicar: artesanía, manualidad, creación.
- d) Brainstorming: Hora de hacer una tormenta de ideas se apunta todas y cada una de las que surjan para así conformar una lista amplísima de nombres de los que deberemos seleccionar:
 - Los que mejor se adapten a nuestra Propuesta
 - Sean más Memorables

- Su construcción confiera una diferenciación mayor
- Que su morfología sea agradable a vista y oído
- Algunos de los nombres que se generaron en el proceso fueron: Quinde, Manos maestras, Feria de la armonía, Arte de todos, la artesanita, La guanga, Expoarte, el Cueche, la Guagua, la Runa, Waranka, Cueche.

e) Revisión. En este momento se somete a revisión los nombres resultantes.

f) Selección: Se hace planteamiento estratégico, creativo y formal.

- Formal: posibles asociaciones negativas y si su pronunciación es difícil
- Estratégico: ¿Potencia los valores y significado?
- Creativo: ¿Es relevante, sonoro y memorable?

g) Prueba del contexto: Como último paso se comprueba que los 3 nombres finalmente escogidos se desenvuelven de manera correcta en un contexto real, siendo Memorable, Diferenciador y flexible.

De aquí surge la selección de los siguientes:

- La Guanga
- Waranka
- Manos maestras

Siendo elegida finalmente LA GUANGA, por su significado, pregnancia y asociatividad a la artesanía. Se tiene claro que la construcción de una marca es una labor de años y esfuerzo. Los valores evolucionarán a lo largo del tiempo y

será el nombre elegido el que los represente a lo largo del tiempo, lo que ayude a diferenciar nuestra marca en un mundo saturado de productos.



Fig. 14 Proceso Naming

2.1 Creación

La ciudad de Pasto es considerada como uno de los sitios de mayor producción artesanal del país. La manufactura de cada una de sus piezas elaboradas es un oficio único en el que se conjugan las tradiciones familiares y el sentir de un pueblo, que a través de sus artesanías de diversas técnicas como el mopa-mopa o barniz de Pasto, la talla en madera, la decoración en tamo, el repujado en cuero, los tejidos, la cerámica, hacen parte de la significativa y variada producción artística de la cultura pastusa.

La feria la guanga es un espacio creado para enaltecer el trabajo de los artesanos pastusos, es una excelente manera de conocer la riqueza cultural de nuestro municipio, el evento es un proyecto que se planea llevar a cabo dos días en semana cada fin de mes, con esta estrategia se pretende crear interés en propios y visitantes de adquirir una pieza única; ya sea para portar, para decorar su casa, entre otras cosas.

2.2 Target

Las piezas van dirigidas a los artesanos participantes de la feria artesanal, a la ciudadanía en general y en especial al público que asiste a la feria, interesados en adquirir productos artesanales.

2.3 Objetivo

Reconocimiento del proyecto denominado Feria Artesanal La Guanga, como un espacio dedicado a la promoción de artesanías de la región.

2.4 Características

Se trabajó principalmente en la Identidad visual del Proyecto, para esto se inició con la bocetación de propuestas aplicando diferentes tipografías que dan carácter a la imagen. El nombre es la denominación de una técnica de tejido que representa tradición y oficio que aparece desde los primeros tiempos como una consecuencia utilitaria y complementaria de la vida. Así mismo, el concepto que se maneja para diseñar el imagotipo es la representación del entrelazado del tejido, principio elemental del oficio, se tienen en cuenta que la invención de la estructura tejida es la organización más antigua y la más ‘universal’, se presenta en todas las civilizaciones y agrupaciones sociales del mundo sin dejar de lado las culturas primitivas y étnicas que han existido o existen hoy en día, el manejo del color en tonos tierra, se hace de acuerdo a la tradición, los motivos con variedad de colores se aprecian en los tejidos tradicionales.

2.5 Piezas

Identidad visual de la Feria Artesanal La Guanga, fotografías de las artesanías, pendones, identificadores para los artesanos.

2.6 Propuestas

la GUANGA
feria artesanal

feria artesanal
la guanga 

feria artesanal
la guanga 

Fig. 15 Propuesta identidad visual Feria Artesanal la guanga

2.7 Diseño Final

feria artesanal
la guanga 

Fig. 16 Propuesta final identidad visual Feria Artesanal la guanga



Fig. 17 Área de protección y proporciones

2.8 Estructura Visual

Tipografía

Se usan dos tipografías Nexa Light para el texto FERIA ARTESANAL, y se hace una intervención con lettering para el texto LA GUANGA.

Nexa light

A B C D E F G H I J K L M N
 O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n
 o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

La familia Nexa incluye 16 estilos y pesos. Se caracteriza por su excelente legibilidad en las áreas de diseño web y de impresión, diseños geométricos bien acabados, optimización del kerning, etc. Su creador Svet Simov la define como una fuente perfecta para diferentes artículos y usos en telas y carteles.

Paleta cromática

Se establecen los siguientes colores para el uso en el logotipo:

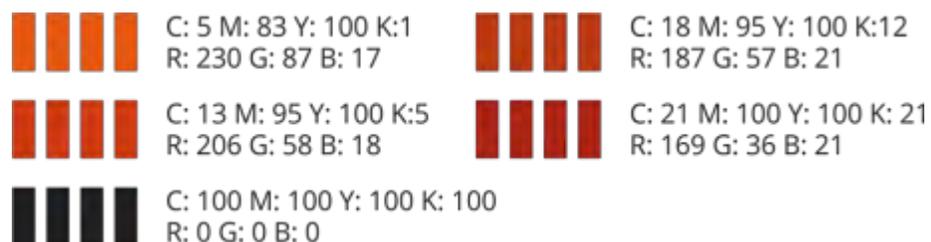


Fig. 18 Paleta cromática

Se incluye el modelo que deberá seguirse en caso de ser necesaria la reproducción de la identidad visual en blanco y negro.



Fig. 19 Positivo y negativo.



Fig. 20 Logotipo a una tinta FERIA ARTESANAL LA GUANGA

2.9 Usos y representación

- a) El logotipo a color irá principalmente sobre fondo blanco, pero también se podrá utilizar sobre fondos de color oscuro, con la marca en blanco y el isotipo en color.
- b) El logotipo blanco irá sobre los colores que se señalan más adelante, (no se permite su uso sobre colores demasiado claros que no garanticen suficiente contraste, así como no se contempla el uso de sombras y halos)
- c) No está permitido el uso del logotipo sin isotipo.
- d) No se podrán alterar nunca los colores indicados ni las proporciones.
- e) Deberá minimizarse el uso de fondos, buscando que la legibilidad de los textos sea óptima. No se utilizarán rayados y/o tramados que dificulten la lectura.



Fig. 21 Usos correctos e incorrectos del logotipo Feria Artesanal la guanga

2.10 Aplicaciones



Fig. 22 Escarapela y certificado Feria Artesanal la guanga

3. Diseño de evento e Imagen de la Primera Feria de Artesanía y Diseño

Para la planeación, desarrollo y posterior materialización de la Primera Feria Internacional de Artesanía y Diseño, se hizo el apoyo teniendo en cuenta la guía de Brief de eventos, que trabaja con los siguientes puntos:



Fig. 25 Organización del evento



Fig. 26 Planeación del evento

3.1 Metas y objetivos

Alcance del evento: Municipio de Pasto

Cantidad de Asistentes: 2000 personas

Presupuesto: recursos propios de la Secretaría de Cultura del Municipio de Pasto.

3.2 Fecha y sede

Fecha estimada: No existe la referencia de un evento anterior, ya que el que se organiza es la primera versión. La primera fecha que se propone es 4, 5 y 6 de agosto, porque en estos días se realiza en la ciudad un evento de carácter internacional en un municipio cercano, lo cual se puede aprovechar para atraer visitantes. Finalmente se decide que se realiza el 25, 26 y 27 de agosto.

Sede: Se hace una selección de posibles lugares donde se puede realizar el evento, entre estos están la Galería Pilares, El Centro Cultural Palatino y el Museo Casona Taminango, siendo escogido el último por su reconocimiento para el sector, así como la calidad del servicio prestado y el área, zonas verdes y fácil acceso.

3.3 Plan de acción

Tareas: Diseño de piezas que apoyen la publicidad de la Primera Feria Internacional de Artesanía y Diseño (flyer, banner digital, cartel, pendón)

Actividades:

- Invitación a los artesanos nacionales e internacionales
- Convocatoria de artesanos y diseñadores
- Socialización del evento en emisoras y medios de comunicación locales con los artesanos participantes.
- Consecución de los stands para el evento.
- Invitación al evento a través de redes sociales y aplicaciones.
- Información promocional impresa
- Actividades de Entretenimiento
- Reuniones previas con los artesanos y diseñadores

Lista de necesidades

- Lugar
- Transporte para artesanos invitados
- Hospedaje y alimentación para artesanos invitados
- Logística: Reflectores y sonido
- Mobiliario, diseño y Decoración
- Gestión de Invitaciones.

La Primera Feria Internacional de artesanía y diseño del municipio de Pasto, se organiza desde la Secretaría de Cultura municipal, el evento se llevó a cabo los días 25, 26 y 27 de Agosto del año en curso, acogiendo la producción artesanal, donde se incluyeron diferentes y reconocidas modalidades artesanales tales como: Enchapado en Mopa-Mopa (Barniz de

Pasto) y Tamo, Talla y Calado en Madera, Esculturas en aluminio, Cestería, Tejidos tradicionales en Cabuya, Iraca y Guanga, Cerámica, Marroquinería, Vitrales, Joyería y Bisutería, entre otras. Se contó además con representación de artesanías de los municipios del Tambo, Sandoná, Túquerres e Ipiales, artesanos invitados de los departamentos del Cauca, Caldas y Putumayo, así como una delegación de artesanos del vecino país del Ecuador.

El evento, facilitó la conexión entre los creadores culturales y la sociedad en general, así mismo, los visitantes al evento pudieron ser partícipes del primer Festival de Música Colombiana, al cual asistieron tres reconocidas agrupaciones invitadas, una para cada día.

3.4 Target

Las piezas van dirigidas a los artesanos participantes de la feria artesanal, al público interesado en el evento, entidades públicas y privadas.

3.5 Objetivo

Convocatoria y reconocimiento de la Primera Feria de Artesanía y Diseño.

3.6 Características

Para este evento se hizo una propuesta de diseño llamativa, basada en la ilustración de un colibrí como inspiración de variadas piezas artesanales, la tipografía que se usó es Honey Script, que le da un carácter fresco y elaborado a mano. La paleta de color a pesar de ser llamativa también es armónica y equilibrada haciendo del diseño efectivo y a la vez agradable.

3.7 Piezas

Se trabajó un flyer, un cartel, pendón, escarapelas, certificado de participación, identificadores de artesanías y un video el cual se dio a conocer en redes sociales y en las entrevistas que hicieron a los artesanos en programas de televisión regional.

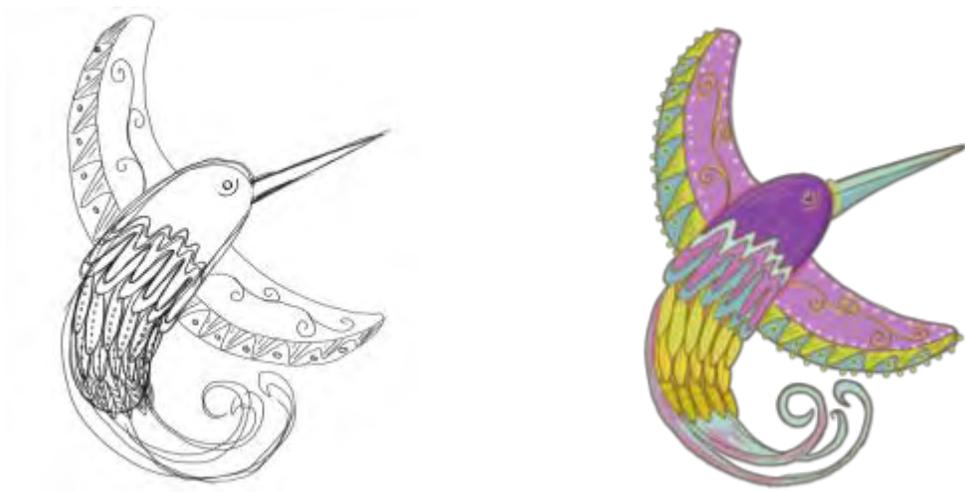


Fig. 27 Boceto Colibrí



Fig. 28 Boceto Cartel Feria

Para el diseño final se aplica color a la tipografía, se adiciona el texto “y Festival de Música Colombiana” y al aumentarle el tamaño a la ilustración se le da más importancia a la misma.



Fig. 29 Propuesta final Feria



Fig. 30 Banner convocatoria artesanos y diseñadores



Fig. 31 Banner promoción evento



Fig. 32 Certificado artesanos



Fig. 33 Identificador Artesanos

Imágenes video promocional

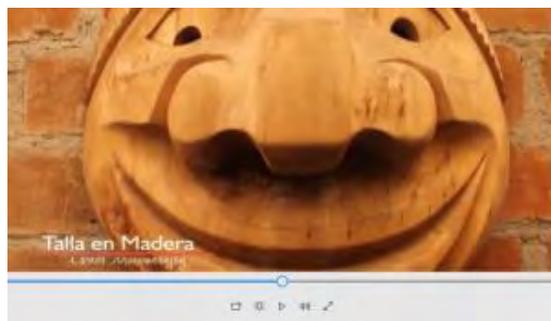


Fig. 34 Imágenes video artesanos

4. Diseño Imagen Censo de Artistas y Artesanos

El censo de Artistas y artesanos es un proyecto que busca caracterizar social, ocupacional y económicamente a los artistas y artesanos residentes en el Municipio de Pasto en el año 2017, con el fin de producir una línea de base que permita la formulación de programas de bienestar para estos trabajadores culturales.

La población a quien va dirigido el censo, lo constituyen los artistas y artesanos, productores, cultores e intérpretes residentes en el Municipio de Pasto, tanto en su parte urbana como en la rural, identificando dentro de esta población a las personas que ejerce una actividad profesional creativa en torno de un oficio concreto en un nivel preponderante manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas. Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes útiles su esfuerzo físico y mental". (Herrera 1989). Para hacer la convocatoria al censo, se crearon algunas piezas impresas como carteles flyers, que se distribuyeron en puntos estratégicos de la ciudad, además de pendones ubicados en importantes puntos como son la pinacoteca, la Secretaria de Cultura y la Biblioteca pública de los Barrios Sur Orientales sitios de gran afluencia de público además de ser los sitios en donde se llevó a cabo el censo, además de esto se trabajó con un video y banner que se promocionó en las redes sociales de la Alcaldía de Pasto y de la Secretaria de Cultura Municipal

4.1 Target

Las piezas van dirigidas a los artistas y artesanos, productores, cultores e intérpretes residentes en el Municipio de Pasto.

4.2 Objetivo

Dar a conocer a las personas que hacen parte del sector artístico y cultural del municipio, acerca del Censo de Artistas que se está realizando en la Secretaría de Cultura Municipal.

4.3 Características

Para este evento se hizo una propuesta de diseño basada en la ilustración de un personaje sobre fondo rojo por ser más llamativo e impactante, la tipografía que se usó para los textos es Bebas Neue Book, clara, llamativa y adaptable al diseño, para la palabra artistas, se hace un lettering, con una tipografía con líneas suaves y frescas, con aire artístico. La paleta de color es llamativa también es armónica y equilibrada haciendo del diseño efectivo y a la vez agradable.



Fig. 35 Estrategia del Censo de Artistas y artesanos

Para el desarrollo de la campaña se trabajó una estrategia de comunicación que incluyó: algunas piezas impresas como flyer, cartel, pendón, escarapelas, pieza radial, video y banner para redes sociales.

4.4 Propuesta



Fig. 36 Propuesta para imagen de Censo de Artistas y artesanos

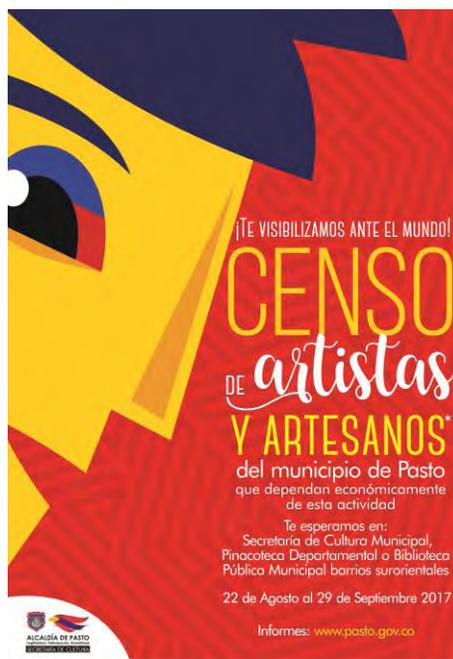


Fig. 37 Diseño final Cartel Censo de Artistas y artesanos

Te esperamos en:
 Secretaría de Cultura Municipal,
 Pinacoteca Departamental o
 Biblioteca Pública Municipal barrios surorientales
 del 22 de Agosto al 29 de Septiembre de 2017



Fig. 38 Banner página web Censo de Artistas y artesanos



Fig. 39 Flyer Censo de Artistas y artesanos

Al final del proceso, gracias a la difusión por diferentes medios, se puede constatar que el censo fue exitoso, hubo más de 1000 artesanos y artistas (músicos, teatreros, danzantes, ilustradores, artistas de carnaval, etc) inscritos en la base de datos de la Secretaría de Cultura de la alcaldía de Pasto, teniendo una línea base para futuros proyectos que se avecinan.

5. Diseño Imagen II Feria Internacional del libro de Pasto y Temporada de letras

Es un evento cultural alrededor del libro organizado por Fundación Qilqay con el apoyo de entidades públicas y privadas, el evento tiene como objetivo principal incentivar y fomentar el intercambio de experiencias en torno a la lectura, la escritura y el fortalecimiento de la identidad cultural de nuestra región. Igualmente es un evento cultural que le otorga a la ciudad la posibilidad de ver, disfrutar y vivir el libro de otra manera, ya que se ofrecen talleres, conversatorios, exposiciones, conciertos, cine, cuentería, lectura en voz alta y el acercamiento a escritores e ilustradores.

En su décima edición el certamen, que se ha convertido en el instrumento de promoción de lectura y el libro más importante de Nariño, tuvo lugar del 25 al 30 de septiembre en la Casa Museo Taminango, para esto se diseñó la imagen como tal del evento, incluyendo elementos impresos como programación, identificadores para las editoriales, escarapelas y pendones y elementos para las redes sociales de la fundación organizadora y la alcaldía de Pasto, que incluyó banner y promoción de cada evento que se realizó en la II Feria Internacional del libro de Pasto y Temporada de letras.

5.1 Target

Las piezas van dirigidas a la población pastusa, en especial a las personas interesadas en la lectura y en los eventos que giran en torno a los libros.

5.2 Objetivo

Promocionar y publicitar la II feria Internacional del Libro de Pasto y Temporada de Letras que se realiza en la ciudad.

5.3 Características

Para este evento se hizo una propuesta de diseño basada en la ilustración de un personaje lector, para los textos se hace uso de la tipografía olivier, dinámica, llamativa y acorde al diseño. La paleta de color va de tonos naranjas a verdes haciéndola amplia y moderna.

5.4 Piezas

Se trabajó varias piezas para web banners promocionales de cada evento, e impresas pendones, escarapelas, identificadores para las editoriales y programación para el evento.

Primeras Propuestas:



Fig. 40 Primeras propuestas temporada de letras



Fig. 43 Banner para redes sociales II Feria Internacional del Libro de Pasto y Temporada de letras 2017



Fig. 45 Pendón II Feria Internacional del Libro de Pasto y Temporada de letras 2017



SFig. 44 Invitación Medios II Feria Internacional del Libro de Pasto y Temporada de letras 2017



Fig. 46 Cartel y escarapela II Feria Internacional del Libro de Pasto y Temporada de letras 2017



Fig. 47 Identificador Editoriales y librerías II Feria Internacional del Libro de Pasto Temporada de letras 2017

Programación: II Feria Internacional del Libro de Pasto y Temporada de letras

Septiembre 25

Septiembre 26

Septiembre 27

Septiembre 28

Organizadores: [Logos of various institutions]

Patrocinadores: [Logos of sponsors]

Colaboradores: [Logos of partners]

Comité Asesor: [List of advisory committee members]

Fig. 48 Programación II Feria Internacional del Libro de Pasto Temporada de letras 2017

6. Diseño Identidad Visual Plan Decenal de Cultura Municipal

Proyecto que tiene como objetivo generar políticas culturales a corto, mediano y largo plazo para la productividad y competitividad para los gestores, instituciones, organismos y organizaciones culturales, del arte, la cultura y el patrimonio a través de ejes estratégicos de formación y cultura por medio de la participación ciudadana. Aplica para la elaboración y puesta en ejecución del plan decenal realizado por diferentes actores culturales del municipio de Pasto, conformado por el Consejo Municipal de Cultura.

Para esto se hace la convocatoria a diferentes mesas temáticas, mesas de trabajo, reuniones, talleres, análisis de información, socializaciones con las diferentes organizaciones culturales, de esta manera se hace necesario la creación de un identificador del Plan, diseñando la Identidad Visual del Plan Decenal de Cultura Municipal, que pondrá en marcha las diferentes apuestas que se lleven a cabo a partir de ahora y en sus 4 etapas de ejecución, el apoyo se hace además en el diseño de piezas promocionales, invitaciones y videos que se ejecutan para la comunidad cultural del municipio.

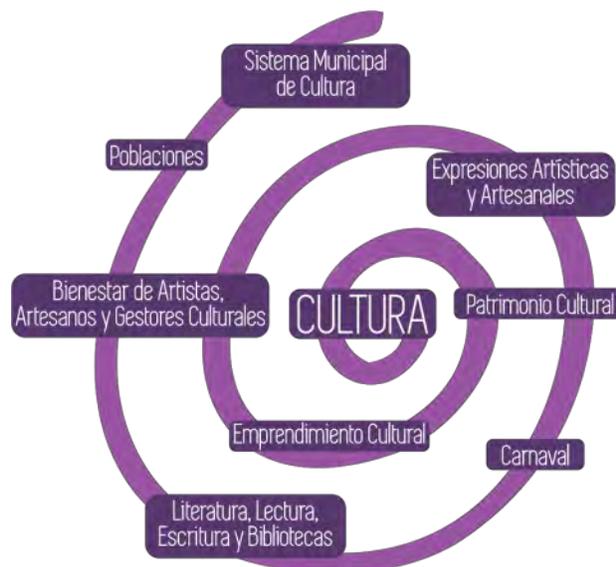


Fig. 49 Ejes Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto

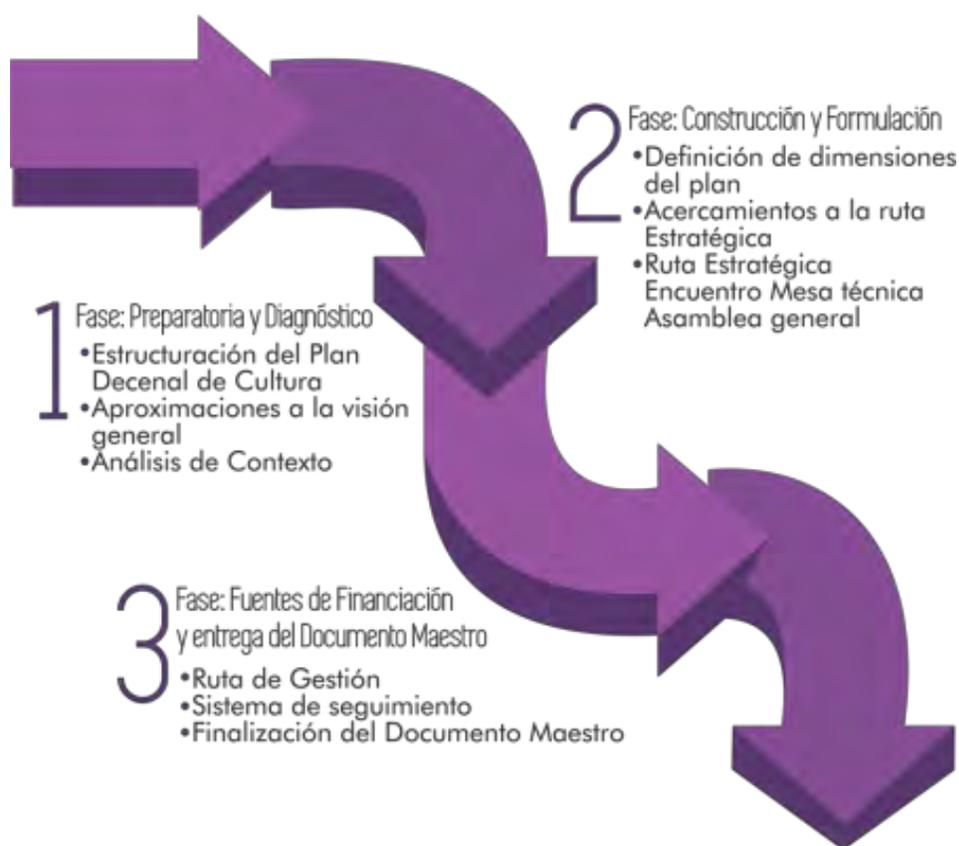


Fig. 50 Etapas Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto

6.1 Target

Sector cultural del Municipio de Pasto.

6.2 Objetivo

Dar a conocer el desarrollo del Plan Decenal de Cultura Municipal, haciendo partícipe a la comunidad Pastusa en la visualización y promoción de sus diferentes etapas.

6.3 Características

Se hace una propuesta que consiste en un imagotipo con un elemento pictográfico que representa con una gama de colores diferentes, los 8 ejes con los que se trabajará en la construcción del plan decenal de cultura del municipio.

6.4 Piezas

Se trabajó la identidad visual e impresos como invitaciones para las sesiones del consejo municipal de cultura, invitaciones y mesas temáticas, carteles, pendones, botones, plegable y escarapelas.

6.5 Propuestas



Fig. 51 Propuestas logotipo Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto



Fig. 52 Propuestas Final Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto



Fig. 53 Área de protección y proporciones del logotipo Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto

6.6 Estructura visual

Tipografía:

Se usan dos tipografías Simplifica para el texto PLAN DECENAL DE CULTURA y Walkway Bold para el texto DEL MUNICIPIO DE PASTO.

Simplifica

A B C D E F G H I J K L M N
 F G H I J K L M N
 O P Q R S T U V W X Y Z
 U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n
 j k l m n
 o p q r s t u v w x y z
 x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Walkway Bold

A B C D E
 O P Q R S T
 a b c d e f g h i
 o p q r s t u v w
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

SIMPLIFICA es una fuente gratuita, diseñada por KAIWA. Es una tipografía sans-serif ligeramente condensada que presenta un ancho de línea uniforme y delgada. Su altura y ascendentes favorecen la legibilidad. Una fuente fina, simple y clara que resultó ideal para el diseño.

Paleta Cromática:

Se establecen los siguientes colores para el uso en el logotipo



Fig. 54 Paleta cromática logotipo Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto

Se incluye el modelo que deberá seguirse en caso de ser necesaria la reproducción de la identidad visual en blanco y negro:





Fig. 55 Positivo y negativo del logotipo Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto



Fig. 56 Logotipo a una tinta Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto

6.7 Usos y representación

- El logotipo a color irá principalmente sobre fondo blanco, pero también se podrá utilizar sobre fondos de color oscuro, con la marca en blanco y el isotipo en color.
- El logotipo blanco irá sobre los colores usados en la paleta que se señala, (no se permite su uso sobre colores que no garanticen suficiente contraste, así como no se contempla el uso de sombras y halos)
- No está permitido el uso del logotipo sin isotipo.
- No se podrán alterar nunca los colores indicados ni las proporciones.

- Deberá minimizarse el uso de fondos, buscando que la legibilidad de los textos sea óptima. No se utilizarán rayados y/o tramados que dificulten la lectura.
- Está permitido el uso sobre fondos de color siempre y cuando el texto lleve un color de contraste que lo haga legible.



Fig. 57 Usos correctos e incorrectos logotipo Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto

6.8 Aplicaciones



Fig. 58 Escarapela y cartel Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto



Fig. 59 Invitaciones mesas temáticas Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto



Fig. 60 Botón y pendón Plan Decenal de Cultura

mesas temáticas

Encuentros y

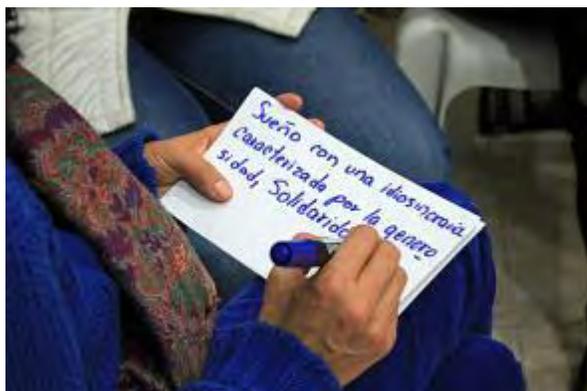


Fig. 61 Fotografías mesas temáticas Plan Decenal de Cultura del Municipio de Pasto

7. Diseños Varios

7.1 Diseño Papelería Sexto Salón de Arte San Juan de Pasto



Fig. 63 Pendón Sexto Salón de Arte San Juan de Pasto



Fig. 62 Certificado Sexto Salón de Arte San Juan de Pasto



Las obras deberán ser empaquetadas y protegidas para su correcta manipulación y listas para su montaje.

Solo podrán intervenir en el montaje los artistas cuya obra requiera de montaje especial.

Las obras deberán ser retiradas solo en los horarios establecidos después del cierre del salón, fuera de estas fechas la organización no se hace responsable por las obras.

El día de inscripción de la obra se le entregará una ficha que certifique su participación la cual también le servirá para retirarla una vez finalizada el salón, no podrá hacerlo antes.

El comité organizador estará en plena autoridad de decidir si participan o no las obras que por alguna circunstancia alteren la integridad del salón o afecten a las demás obras.

El salón es de carácter selectivo por lo que se nombrará un jurado idóneo que determine las obras a participar y cumplir por los reconocimientos establecidos en esta convocatoria.

La decisión del jurado es inapelable, tanto para la selección como la premiación.

Cada participante puede inscribir una obra.

La firma del formato de inscripción manifiesta la aceptación de las bases de la presente convocatoria.

zación un video documental y documentación fotográfica que permita la memoria visual de la obra.

Una mención de honor por cada modalidad por valor de \$200.000 (Dieciséis mil pesos.)

Se entregarán certificados de participación.

MAYORES INFORMES:

Secretaría municipal de cultura
e-mail: cultura@pasto.gov.co

Julio César Burbano Acosta
Celular: 315 6770753

Javier Gómez
Celular: 318 6247545
e-mail: javarte1@hotmail.com
japanucha@gmail.com

6 SALÓN de ARTE
San Juan de Pasto

Onomástico
San Juan de Pasto
Junio 2017

Pasto Educado
Constructor de Paz

Fig. 64 Mención de Honor e invitación Sexto Salón de Arte San Juan de Pasto

Opción 3-dimensional: \$3.500.000.00 (Tres millones quinientos mil pesos.)

Opción espacial: \$3.500.000.00 (Tres millones quinientos mil pesos.)

Opción medios audiovisuales: \$4.500.000.00 (Tres millones quinientos mil pesos.)

Los premios son de adopción, en caso de ser premiada obras no convencionales el artista entregará a la organización un video documental y documentación fotográfica que permita la memoria visual de la obra.

Se entregarán certificados de participación.

6 SALÓN de ARTE
San Juan de Pasto

U de ARTE
San Juan de Pasto
del 16 al 30 de Junio de 2017

APROYA:

ACCIÓN SOCIAL PASTO
ASARTE
Municipio de Nariño
Municipio de Nariño
Municipio de Nariño
Municipio de Nariño

CRONOGRAMA
SEXTO SALÓN DE ARTE SAN JUAN DE PASTO

Inscripción y recepción de obras y proyectos: 8, 9, de junio de 2017, de 8 a.m a 12 m y de 2:00 pm a 4 pm en la Pinacoteca Departamental.

Selección: 10 y 11 de junio 2017.

Publicación de resultados: 12 de junio de 2017 en la Pinacoteca Departamental y programa de música Universidad de Nariño sede centro.

Entrega de obras seleccionadas: 13 de junio de 2017

Montaje: 14 y 15 de junio de 2017

Apertura del salón: en simultánea 16 junio de 2017, 7 p.m Pinacoteca departamental y programa de música Universidad de Nariño sede centro.

Cierre del salón: 30 de junio de 2017.

Evaluación de obras: julio de 2017 mañana y tarde, en el mismo lugar de exposición, con el respectivo despendible que se entregará el día de la inscripción.

CONVOCATORIA
SEXTO SALÓN DE ARTE SAN JUAN DE PASTO

La Secretaría Municipal de cultura y ASOARTE (Asociación de Artistas Egresados de la Facultad de Artes de la Universidad de Nariño) invitan a los artistas a participar en el Sexto Salón de Arte San Juan de Pasto.

A veces quedarse es ir demasiado lejos.

Las condiciones que se plantean a través del sistema heterogéneo de poder que opera bajo la óptica de la globalización, presenpa la homogenización del espacio socio-cultural, en tal sentido el espacio es colonizado por las prácticas del discurso del desarrollo, desde ahí se ejerce control sobre las personas y los territorios. Las políticas del desarrollo, el neoliberalismo al cuerpo-territorio es donde opera el mundo globalizado a través de la mercantilización y producción de todo tipo de objetos que satisfacen las necesidades creadas por el sistema (geopolítico y biopolítico); el orden mundial pere en marcha una serie de dispositivos de control que se orientan desde un orden pectico, instaurando modelos económicos que buscan la expansión consumista empujados en lo que (Jacobar, 2005) denomina como una globalidad/imperial y globalidad/colonial, formas de poder derivadas de la modernidad/global. Las comunidades y las poblaciones de los otros mundos transitan un territorio moviéndose en tanto lo tradicional, la memoria, el hábitat, el entorno natural y los metabolismos sociales, simbólicos se ven sumamente amenazados desde diferentes sectores: político, económico y techno-científico en esta perspectiva hay la necesidad imperiosa de reconstruir el territorio y todo lo que en él se articula; desde ahí, este laboratorio de creación se propone: asentar bases para el estudio, y resignificación del territorio desde la óptica que propone: cruz petri en donde la noción de ecología y la de ecosistema se convierten en la apertura para la investigación de los diferentes seres que existen en la naturaleza, involucrando las múltiples relaciones que se establecen entre ellos y el medio donde viven, es en todo relacionado, de esta manera se plantea un estudio de un biotopo, y una bioscosmos (cruz petri, 2004).

MEDIOS AUDIOVISUALES: comprende todas las manifestaciones que se desarrollan a partir del video arte, video documental, video experimental.

BASES DE LA CONVOCATORIA

Podrán participar todos los artistas profesionales y empíricos de acuerdo a los siguientes criterios:

Las obras se presentan en tres modalidades:

- Opción 3-dimensional, contemplando obras que se presenten a través de las técnicas tradicionales de la pintura, el dibujo, la gráfica.
- La opción espacial, contemplando obras como las instalaciones, performances, ensamblajes, objetos, video instalaciones, happening, multimedia.
- Opción medios audiovisuales, obras como video arte, video documental y experimental.
- Para su selección se debe presentar cd con las imágenes y proyectos con planos de montaje.
- En las obras 3dimensionales presentar en cd la imagen a participar con la respectiva respectiva ficha técnica (autor, título, técnica, dimensiones, año) y se debe sustentar con un texto de una cuartilla.
- Para las obras que provengan de fuera de la región, los costos de transporte de envío a la sede del Sexto Salón de Arte San Juan de Pasto y su posterior devolución deben ser asumidos en su totalidad por el artista.
- Las obras que requieran montajes especiales y medios audiovisuales corren por cuenta del artista y se debe garantizar el correcto funcionamiento durante el tiempo de exhibición.
- La organización del evento no se hará responsable por deterioro normal, accidente, fenómeno natural o artificial que pueda causarle daños a la obra, robo, sustracción o vandalismo.
- Una vez culminada la fecha y hora de inscripciones, ningún artista podrá solicitar una inscripción extraordinaria.

MODALIDADES

3dimensionales: comprende todas las manifestaciones plásticas que se configuran desde la pintura, el dibujo y la gráfica (agua fuerte, agua tina, linóleo, serigrafía, grabado en madera y acrílico).

espaciales: comprende todas las manifestaciones que se realizan a partir de instalaciones, objetos, videos, diorama, performance, ensamblajes, video instalaciones.

Fig. 65 Convocatoria Sexto Salón de Arte San Juan de Pasto

7.2 Cartel Quinto Concurso Internacional de Tríos



Fig. 66 Cartel Quinto concurso internacional de tríos

7.3 Diseño papelería XI Concurso de Periodismo Silvio León España

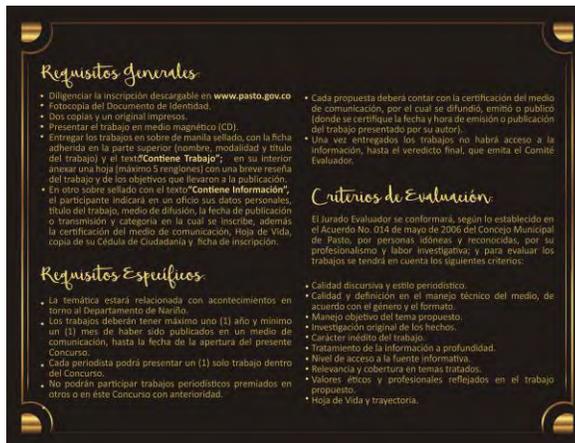


Fig. 67 Convocatoria XI Concurso de Periodismo Silvio León España



Fig. 68 Banner convocatoria XI Concurso de Periodismo Silvio León España

7.4 Diseño Concierto Sinfónico en homenaje a Víctor Jara



Fig. 69 Pendón e invitación Concierto Víctor Jara Sinfónico



Fig. 70 Banner web Concierto Víctor Jara Sinfónico

7.5 Diseño Cartel Tercer festival de música Semana Santa



Fig. 71 Cartel Tercer festival de música Semana Santa

7.6 Conciertos Centro Cultural Leopoldo López Álvarez Banco de la República

Concierto
Par-Dos




Jueves 9 de marzo de 2017
7:00 p.m a 9:00 p.m
Plazoleta Interna Centro Cultural Leopoldo López Álvarez
Banco de la República

Boletería: \$3.000
Informes: 7213001

Concierto
Macha Gharibian Trío, Jazz (Francia)




Viernes 10 de marzo de 2017
7:00 p.m a 9:00 p.m
Plazoleta Interna Centro Cultural Leopoldo López Álvarez
Banco de la República

Boletería: \$3.000
Informes: 7213001

Fig. 72 Flyer Concierto Par Dos y Macha Gharibian trío

7.7 Cartel Festival Estudiantil de Teatro de Pasto



Fig. 73 Pendón Festival Estudiantil de Teatro de Pasto

7.8 Muestra de fotografías tomadas a productos de Artistas y Artesanos



Capítulo IV

Conclusiones

Concepto Jefe Inmediato



Subsecretaría de Formación y Promoción

San Juan de Pasto, octubre,30 de 2017

Doctora
ELIZABETH POLO VILLOTA
Directora departamento de Diseño
Universidad de Nariño
Ciudad

Cordial saludo

Para la Secretaría de Cultura municipal, fue un gusto contar con una estudiante con tal grado de rendimiento laboral durante su pasantía, el trabajo gráfico y el uso de las diferentes herramientas de diseño han sido las adecuadas.

Es por lo anterior, que se hace constar que la estudiante **JUANA ÁLVAREZ ROSALES** identificada con cédula de ciudadanía número 34328158 y código estudiantil No. 2111902071, del programa de Diseño Gráfico de la Universidad de Nariño, realizó su pasantía en esta institución. La pasantía tuvo una duración de 6 meses a tiempo completo.

Atentamente,


ELIZABETH GARZÓN YEPES
Subsecretaria de Formación y Promoción Cultural
Secretaría de Cultura
Celular 3003193117



NIT: 891280000-3
Centro Cultural Pandiaco
Teléfonos: +(57) 2 7314598 +(57) 2 7291919, +(57) 2 7292000
Código Postal 520002 Correo electrónico: cultura ciudadana@culturapasto.gov.co
- Es su responsabilidad ecológica imprimir este documento -

www.pasto.gov.co

Fig. 75 Carta Concepto Jefe Inmediato

Conclusiones

Durante esta etapa como pasante pude obtener una preparación previa, para el desempeño profesional en el campo laboral. Además, cabe destacar que la pasantía deja un gran aporte para la empresa o institución en este caso la Secretaría de Cultura municipal de la Alcaldía de Pasto, por la labor realizada.

Los diseños y propuestas realizadas cumplieron con las expectativas tanto de mi jefe inmediata la Subsecretaria de Formación y Promoción Cultural como del público a quien iba dirigido.

Se adquirió el fortalecimiento de valores como responsabilidad, manejo de tiempo, puntualidad, y trabajo en equipo, que son claves para mejorar el crecimiento y desempeño de una institución.

El desarrollo de la pasantía se logró sin ningún inconveniente, con excelentes resultados y acogida entre el personal de Secretaría de Cultura Municipal.

Bibliografía

BELTRAN FERNANDO, El nombre de las cosas, cuando el nombre marca la diferencia.

COSTA JOAN Naming. Identidad Corporativa, 2001.

CHAVES NORBERTO, BELLUCCIA RAUL Marca corporativa, gestión y diseño de simbolos y logotipos, Buenos Aires, 2003.

Nicholas Ind La imagen corporativa, estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces, 1992.

RUBIN DE LA BORBOLLA Daniel F., “Arte Popular Mexicano”, Fondo de Cultura Económica, México DF., 1974.

VARGAS CANO Brocardo, Plan de medios de la campaña publicitaria.

VELEZ ZAPATA & CORTEZ RAMOS, 2003.

GONZÁLEZ LOBO MARÍA Y CARRERO LÓPEZ ENRIQUE, Manual de Planificación de Medios. Ed. Madrid 1999.

Webgrafía

<http://www.elrincondelombok.com/disenio/naming-la-importancia-de-crear-un-buen-nombre-de-marca/>

<https://feriadellibro.com/>

<https://www.informabtl.com/6-claves-para-crear-un-briefing-exitoso-para-eventos-de-marca/2/>

<http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6530>

<http://www.emisoraecosdepasto740.com/11-noticias/82-feria-y-temporada-de-letras-en-pasto-tiempo-para-leer-y-disfrutar>