

LA PROYECCIÓN SOCIAL DESDE EL ÁMBITO DEL DISEÑO GRÁFICO

ANGELA RIVERA ARCINIEGAS

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE ARTES

DISEÑO GRÁFICO

SAN JUAN DE PASTO

2018

LA PROYECCIÓN SOCIAL DESDE EL ÁMBITO DEL DISEÑO GRÁFICO

ANGELA RIVERA ARCINIEGAS

PROYECTO DE PASANTÍA COMO REQUISITO

PARA OBTENER EL TÍTULO:

DISEÑADORA GRÁFICA MULTIMEDIAL

ASESOR

MG D.G GABRIEL LASSO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE ARTES

DISEÑO GRÁFICO

SAN JUAN DE PASTO

2018

**“Las ideas y conclusiones aportadas en el informe de Pasantía
son responsabilidad exclusiva del autor”**

**Artículo 1 del acuerdo No 324 de Octubre 11 de 1966,
emanada del honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.**

Nota de Aceptación

Asesor de Pasantía

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, febrero 2018

RESUMEN

En el siguiente informe se presentará los proyectos y actividades propuestas para la Unidad Académica de Proyección Social de la Universidad Mariana; obteniendo un crecimiento profesional, pero especialmente a nivel personal, porque en el desarrollo de las actividades se necesitó vivir y trabajar con diferentes disciplinas y cargos dentro y fuera de la institución.

Los proyectos más destacados fueron: la realización de el “Primer Congreso Internacional de Proyección Social”, creando su identidad y piezas publicitarias; también fue diseñada la identidad para el proyecto "Paz y Territorio", con el acompañamiento fotográfico y registro audiovisual; y fue hecho el diseño de contenidos institucionales para comunicaciones internas y externas, con lo cual se complementó los objetivos de la pasantía.

ABSTRACT

In the next report, it going to show the projects and activities proposed in the academic unit for Social Projection from the Mariana University, obtaining a professional growth, but especially in the personal way, because in the development of the activities it needed to live and work with different disciplines and positions inside and outside from the institution.

The most outstanding projects were: the realization of "*Primer Congreso Internacional de Proyección Social*" (First International Congress of Social Projection), creating their identity and the publicity pieces; also the identity for "*Proyecto Paz y Territorio*" was designed, with their photographic accompaniment and the audiovisual record; and the design for institutional contents for the internal and external communications was done. Wherewith that complemented the internship objectives.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág
Introducción	14
1. Marco General	15
1.1 Título	15
1.2 Modalidad	15
1.3 Alcance y Delimitaciones	15
1.4 Población	15
1.5 Espacio Geográfico	16
1.6 Tiempo	16
2. Justificación	17
2.1 Objetivos	18
2.1.1 Objetivo General	18
2.1.2 Objetivos Específicos	18
2.2 Enfoque Metodológico	19
2.2.1 Inmersión	19
2.2.2 Investigación	19
2.2.3 Bocetación	19

2.2.4 Diseño	20
2.2.5 Presentación	20
2.2.6 Desarrollo y Aplicación	20
3. Cronograma	21
4. Informe de Proyectos	22
4.1 Proyecto 1	22
4.2 Proyecto 2	41
4.3 Proyecto 3	51
Conclusiones	56
Bibliografía	57

LISTA DE FIGURAS

	Pág
Figura 1 Congreso internacional de proyección social	23
Figura 2 Congreso internacional de proyección social	24
Figura 3 Referente de Congreso	25
Figura 4 Boceto de identidad del Congreso	26
Figura 5 Teoría Christaller	27
Figura 6 Teoría Christaller	27
Figura 7 Teoría Christaller	28
Figura 8 Teoría Christaller	28
Figura 9 Digitalización de bocetos	29
Figura 10 Bocetos digitales	30
Figura 11 Propuestas de Identidad	30
Figura 12 Afiche Congreso	32
Figura 13 Pasacalle Congreso	33
Figura 14 Invitación Congreso	33
Figura 15 Pendón Congreso	34
Figura 16 Certificado de Asistencia	34

Figura 17 Pagina web congreso	35
Figura 18 Banner Congreso	35
Figura 19 Banner encabezado web	35
Figura 20 Banner redes sociales	36
Figura 21 Banner redes sociales	36
Figura 22 Agenda Congreso	36
Figura 23 Agenda final	37
Figura 24 Escarapelas congreso	37
Figura 25 Programación congreso	38
Figura 26 Valores congreso	39
Figura 27 Registro Fotográfico	39
Figura 28 Registro Fotográfico	39
Figura 29 Registro Fotográfico	40
Figura 30 Registro Fotográfico	40
Figura 31 Referente de Identidad	42
Figura 32 Bocetos identidad Paz y Territorio	43
Figura 33 Bocetos digitales de Paz y Territorio	44
Figura 34 Primera Propuesta de Identidad	44
Figura 35 Símbolo Tao	45

Figura 36 Propuestas de Identidad	45
Figura 37 Variaciones de color de la identidad	46
Figura 38 Volcán Cumbal	46
Figura 39 Banner pagina web	47
Figura 40 Plegable Informativo	48
Figura 41 Propuestas pendones	48
Figura 42 Plantillas para uso en power point	49
Figura 43 Portada portafolio	49
Figura 44 Paginas internas portafolio	49
Figura 45 Salahonda-Nariño	50
Figura 46 Pereira-Risaralda	50
Figura 47 Tumaco-Nariño	50
Figura 48 Registro audiovisual	50
Figura 49 Banner Copasst	51
Figura 50 Banner día del café	51
Figura 51 Banner bolsa de empleo	51
Figura 52 Banner cursos	51
Figura 53 Baile Francés	52
Figura 54 Entrega certificados	52

Figura 55 Gestores ambientales	52
Figura 56 Colombia 2020	52
Figura 57 Diplomado Diseño Artesanal	52
Figura 58 Mojigangas-Funes	52
Figura 59 Tarjetas informativas	53
Figura 60 Plegable Curso	53
Figura 61 Identidad y botón Giga	54
Figura 62 Pendón y edición de video Giga	55

GLOSARIO

BOCETO: Primer borrador del proyecto o la idea a ejecutar

VECTORIZAR: Es la digitalización de los borradores o bocetos

ILLUSTRATOR: Programa para vectorización perteneciente a la Suite de Adobe

BRANDING: Proceso de construcción y estudio de marca desde la idea hasta el posicionamiento de la misma en medios de comunicación.

INTRODUCCIÓN

Por medio del Diseño Gráfico no solo se permite la creación sino también una comunicación desde la cual se puede expresar y transmitir experiencias que nos identifican y nos caracterizan como personas.

Esta creación se estructura desde el compromiso social que tiene la Universidad Mariana. El diseño gráfico brinda la oportunidad de crear y hacer realidad las ideas por eso se plasman a través de la identidad visual, donde se demuestra que un diseñador posee las habilidades para manejar procesos investigativos y creativos.

La forma, tal vez, más evidente en que se muestra la identificación de los individuos con una cultura es en la aceptación de los valores éticos y morales que actúan como soportes y referentes para preservar el orden de esta sociedad.

Por medio del siguiente trabajo se puede demostrar que un diseñador gráfico puede desarrollar ámbitos investigativos, creación de marca, fotográficos y también puede desarrollarse como realizador audiovisual, volviéndose una persona capaz de abordar y desarrollar una marca desde sus inicios hasta su apropiación.

1. MARCO GENERAL

1.1 TÍTULO

La proyección social desde el ámbito del diseño gráfico.

1.2 MODALIDAD

Pasantía.

1.3 ALCANCE Y DELIMITACIONES

Se entró en relación o interacción con las personas que hicieron parte de la Unidad Académica de Proyección Social de la Universidad Mariana con el objetivo de investigar, apoyar y resolver las necesidades que se presentaron en el desarrollo de identidad, fotografía, realización audiovisual y comunicación publicitaria por medio del diseño gráfico. Gracias a los conocimientos obtenidos en el programa de Diseño Gráfico y Multimedial de la Universidad de Nariño.

1.4 POBLACIÓN

El público con el cual se contó para desenvolver todas las actividades son: personas pertenecientes a la Unidad Académica de Proyección Social, Universidad Mariana, San Juan de Pasto y los diez municipios del departamento de Nariño (San Pablo, Belén, Colón Génova, Puerres, Gualmatán, Guachucal, Linares, El Peñol y La Llanada) y el municipio de Pereira en el departamento de Risaralda. También se tuvo en cuenta un grupo un poco extenso tanto a nivel nacional como a nivel internacional para el primer congreso internacional de proyección social.

1.5 ESPACIO GEOGRÁFICO.

Los proyectos se ejecutaron en las oficinas correspondientes a la Unidad Académica de Proyección Social de la Universidad Mariana, ubicada en la Carrera 28 # 18-73 Pasto. También se contó con espacios adecuados en el campus de la Universidad Mariana y finalmente con espacios determinados en los diez municipios del departamento de Nariño.

1.6 TIEMPO

La pasantía se desarrolló en un tiempo de seis meses, fecha de inicio 12 de Junio hasta el 12 de Diciembre de 2017 contemplando un tiempo de 24 semanas que corresponden a 6 meses.

2. JUSTIFICACIÓN

En la Unidad Académica de Proyección Social de la Universidad Mariana es la única dependencia que involucra a la comunidad para ejecutar proyectos sustentables, es por eso que se hace necesario visibilizar estos proyectos puesto que cambia la percepción que muchos tienen al respecto de una universidad privada. Cuando se trabaja con la comunidad no solo se generan lazos para la ejecución de un proyecto sino también lazos de amistad como es el caso de Fredy Villacorte quien es uno de los mejores caficultores de Nariño el cual participo en uno de los proyectos denominado Micro franquicias Solidarias de occidente y quien hoy en día es un gran amigo de la universidad

Se requiere impulsar la proyección social desde el ámbito del Diseño Gráfico donde se permita reflejar mayores niveles culturales, pertenencia y cohesión social. Esto en aras de construir y consolidar sus procesos, generando un trabajo fuerte y sólido que sea capaz de diferenciarse e identificarse en un contexto cada vez más globalizado e interconectado. El campo del diseño gráfico se presenta como la mejor opción para la ejecución y fortalecimiento con la comunidad, siendo parte de un trabajo colaborativo. Por eso también se debe establecer una estrategia comunicacional para dirigirse al usuario dentro y fuera del campus universitario y también para ser presentado en diversos canales de comunicación logrando una fidelidad y agradable experiencia.

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar, apoyar y contribuir a los proyectos solicitados en el proyecto de pasantía para la Unidad Académica de Proyección Social.

2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los aspectos más importantes del primer Congreso Internacional de Proyección Social, para la creación de los valores de identidad (diagnóstico)
- Crear una identidad donde se establezca un mensaje a comunicar, dirigido a sus diferentes usuarios.
- Definir estrategias de branding y las pautas de comunicación para la Unidad Académica de Proyección Social de la Universidad Mariana. (estrategia)
- Acompañar desde el Diseño el proceso de publicidad en torno a la identidad para las diferentes actividades que correspondan para su promoción en los diferentes canales de comunicación.
- Recolectar los datos y/o actividades desarrolladas del proyecto Paz y Territorio generando su promoción y difusión del mismo.

- Diseño y actualización de contenidos institucionales
- Presentar y socializar los diferentes resultados gráficos y estratégicos del proyecto de pasantía ante la comunidad académica.

2.2 ENFOQUE METODOLÓGICO

2.2.1 INMERSIÓN

En este momento se sumerge en el campo de la identidad desde los diferentes puntos de vista, (marca, usuario, competencia, oportunidades). También se abordó el campo de fotografía y video (color, saturación, enfoque, sonido) logrando una introducción en contexto para realizar un análisis cualitativo.

2.2.2. INVESTIGACIÓN

En este punto se buscó definir un concepto que represente la idea ya sea de una marca o de un evento en concreto. Que logre transmitir, provocar y desarrollar y lo que se quiere exponer, incentivar y vender.

2.2.3. BOCETACIÓN

Momento donde se empieza a plasmar gráficamente las ideas por medio de un papel basadas en el concepto creado. Este proceso de bocetación es en primera instancia un borrador donde se definió las formas adecuadas que se acoplaron al concepto, que a medida que se fueron desarrollando también se fueron puliendo,

perfeccionando y modificando hasta llegar a obtener una creación lo más pura posible que encaje con la idea idea-concepto.

2.2.4. DISEÑO

En este punto se empezó a plasmar las ideas anteriormente realizadas a un medio digital, donde se recurrió a unas herramientas de software utilizadas para diseño como son a algunos correspondientes a la suite de Adobe (illustrator, Photoshop, indesign y premier.) Al plasmar la idea final, se obtendrá un diseño limpio, simétrico, con su paleta de colores determinada y sus fuentes tipográficas, todo basado en el concepto establecido anteriormente.

2.2.5. PRESENTACIÓN

En este momento se socializo y compartió las diferentes propuestas fundamentadas desde el diseño y orientadas a las piezas gráficas que parten de ideas y objetivos de los proyectos a desarrollar en la Unidad Académica. Se tiene como finalidad la generación de pequeños debates para realizar unas correcciones que serán tenidas en cuenta para incorporarlas al diseño final.

2.2.6. DESARROLLO Y APLICACIÓN

Se conto con una aprobación previa, donde se realizó el desarrollo de las piezas visuales que complementaron el proceso de las actividades realizadas, aplicando correctamente el diseño comunicacional que se usó para mantener una coherencia y unidad con respeto a las piezas comunicacionales de las diferentes actividades de la Unidad Académica de Proyección Social.

3 Cronograma

Actividades	Mes uno				Mes dos				Mes tres				Mes cuatro				Mes cinco				Mes seis			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Investigación, análisis de público objetivo del Primer Congreso Internacional de Proyección Social	X																							
Generación de ideas y bocetación de la identidad del Primer Congreso Internacional de Proyección Social		X																						
Proceso de digitalización y diseño de piezas para El Congreso Internacional de Proyección Social			X	X	X	X	X	X																
Gestión y apoyo al evento y su publicidad en redes									X	X	X	X												
Investigar y recolectar información sobre Paz y Territorio												X												
Bocetación de identidad para el proyecto Paz y Territorio													X	X										
Digitalización y diseño de piezas complementarias para Paz y Territorio																X	X	X	X	X				
Apoyo y promoción																X	X	X	X	X	X	X	X	X
Actualización y Diseño de contenidos Institucionales referentes a la identidad y la comunicación interna y externa de la Unidad Académica	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

4 INFORME DE PROYECTOS

4.1 PROYECTO 1

Diseño de la imagen y publicidad del Primer Congreso Internacional de Proyección Social Extensión con tiempo de ejecución de 3 meses.

4.1.1 OBJETIVO

Diseñar la identidad del Primer Congreso Internacional de Proyección Social Extensión y las piezas gráficas que apoyan la difusión del mismo.

4.1.2 DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

- a) Investigación, análisis de referentes y público objetivo.
- b) Proceso de bocetación
- c) Diseñar
- d) Resultados

a) Investigación, análisis de referentes y público objetivo.

¿Qué es el Primer Congreso de Proyección Social?

El I Congreso Internacional de Proyección Social, es un evento académico y científico, realizado por la Sub Red de Proyección Social de la Red de Universidades Regionales Latinoamericanas, UREL, Capítulo Nariño, el cual pretendió dar respuesta a los interrogantes que surgen entre la universidad, el estado, la empresa, el medio ambiente y sus diferentes entornos, buscando que

desde una mirada holística se presenten experiencias exitosas de proyección social que subyacen al interior de las Instituciones de Educación Superior.

En el I Congreso Internacional de Proyección Social se discutieron tres temas importantes en el quehacer de todas las universidades: Ecología y Desarrollo Humano: El cuidado de la Casa Común; Educación Superior, Transformación Social y Empresa; Paz, Territorio y Derechos Humanos: El Buen Vivir; Buenas Prácticas y Experiencias Significativas.

El Congreso se llevó a cabo en las instalaciones de la Universidad Mariana de ciudad de San Juan de Pasto, los días 13 al 15 de septiembre del 2017.



Fig 1 Congreso Internacional de Proyección Social



Fig 2 Congreso Internacional de Proyección Social

ANÁLISIS DE REFERENTE

El desarrollo de la imagen o identidad del Congreso se tomó como referencia eventos relacionados con los ejes temáticos del evento como lo es el III Congreso Nacional y I Congreso Internacional de Extensión Universitaria y Proyección Social organizado por la Universidad Señor de Sipán - Perú .

Se tomó como referente por la composición tipográfica utilizada con fotografía y a su vez por la utilización de una variedad paleta cromática.



Fig 3 Referente de Congreso

La característica que se tuvo en cuenta al momento de la bocetación fue la variedad cromática donde se refleja la diversidad de pensamientos y de culturas .

PÚBLICO OBJETIVO

El público al cual fue dirigido el evento fue la comunidad estudiantil de todas las universidades pertenecientes de la Red Urel (Red de Universidades Regionales Latinoamericanas) pero también a la ciudadana en general puesto que las temáticas fueron de contenido reflexivo y de transformación social dando paso a la proyección de la comunidad universitaria con su entorno y su territorio. El evento tuvo componentes académicos por esta razón la imagen fue encaminada a la comunidad estudiantil.

b) PROCESO DE BOCETACIÓN

Para comenzar la bocetación de la identidad del programa Paz y Territorio se incursiono estos dos conceptos explorando en su composición. Uniendo colores y símbolos entre sí.

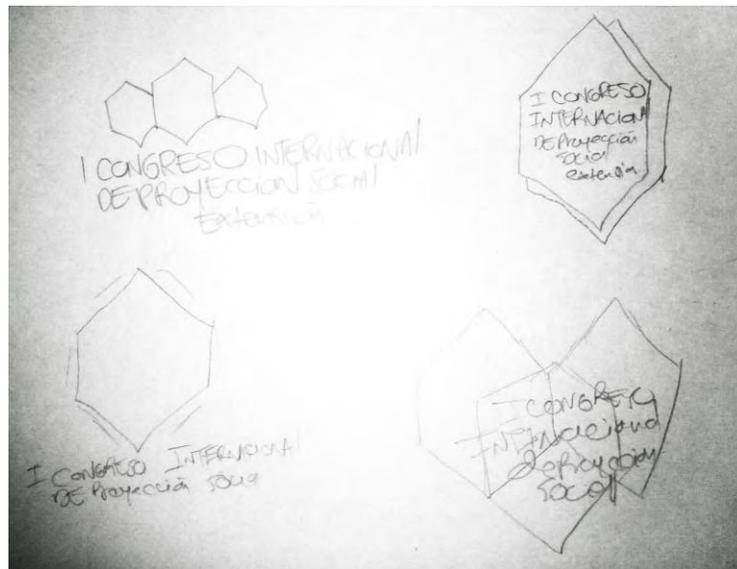


Fig 4 Boceto Identidad Congreso

c) DISEÑAR

Ya definido el boceto final se inicio la digitalización del isologo, utilizando uno de los programas de la suite de adobe, illustrator Cs6 , donde se digitaliza el boceto vectorizandolo y se anexó una tipografía la cual es totalmente manipulable.

Para obtener el concepto de la identidad del evento, se reinterpretó la “Teoría de los Lugares Centrales” del Alemán Walter Christaller.

Es una teoría que habla sobre la determinación de un lugar central el cual abastece de bienes y servicios a su entorno. Explicándolo de la siguiente manera:

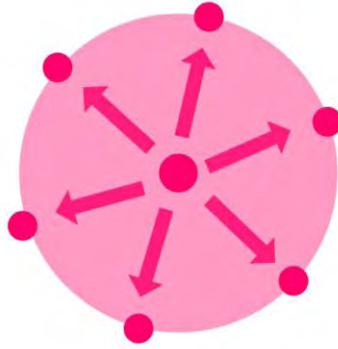


Fig 5 Teoría Christaller

Pero a su vez la zona de influencia es proporcional a las soluciones que cada lugar necesita, es decir se van uniendo en puntos o sitios que en un principio no eran estratégicos.

Como se muestra a continuación:

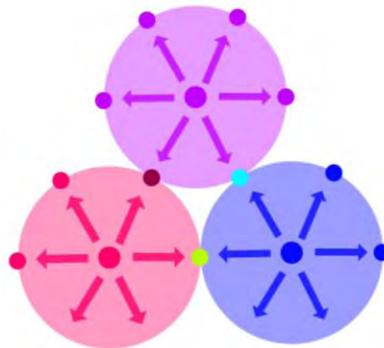


Fig 6 Teoría Christaller

Para Christaller no pueden existir espacios nulos sin conexión o interacción entre sí.

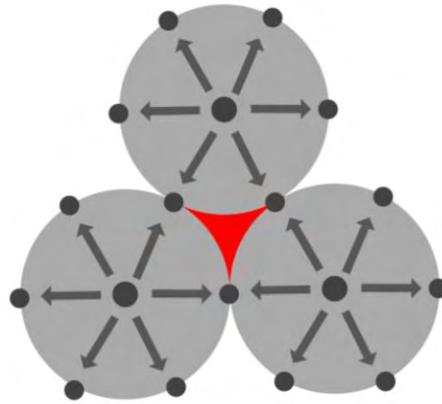


Fig 7 Teoría Christaller

Es por eso que la Teoría deduce que los lugares se distribuirían geoméricamente formando hexágonos regulares, generando un sistema equilibrado permitiendo una organización más eficaz y funcional determinando el bien común.

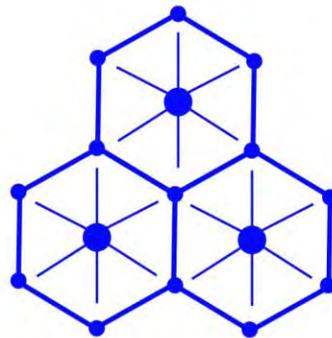


Fig 8 Teoría Christaller

Basados en la teoría de Christaller se usó el hexágono como elemento base para determinar el punto de encuentro de temáticas, fundamentos y también culturas todo en pro de un bien común.

A continuación encontramos el proceso realizado para llegar al diseño final del isologo.



Fig 9 Digitalización de Bocetos

Se seleccionó la opción que le daba más sobriedad al evento pero se le agregó un nuevo elemento al diseño un churo cósmico que significa la complementariedad de los opuestos que se articulan para crear vida; generando puntos de encuentros, de contrastes, de armonía social y cultural, que integra dinamismo, modernidad, innovación y el desarrollo. Donde se denota la articulación de conocimientos propios y locales con conocimientos foráneos.



Fig 10 Bocetos Digitales

Luego se decidió agregarle color basado en los colores de la bandera de los indígenas puesto que se interpreta como un evento de acercamiento entre culturas y de pensamientos



Fig 11 Propuestas identidad Congreso

La paleta cromática que se utilizó tiene su respectiva significación; el rojo representa alegría y fuerza; Violeta, lealtad, bienestar, éxito y sabiduría; Azul, calma, productividad; Verde, naturaleza, crecimiento; Amarillo, energía, felicidad, innovación; Anaranjado, entusiasmo, éxito; Gris, paz, tenacidad.

La fuente tipográfica que se manejó para la construcción de la identidad fue “Euphorigenic-Regular” en su estilo de fuente regular. Como tipografía secundaria para bloques de textos cortos se usó “GnuolaneRg-Regular” en estilo de fuente regular.

d) PIEZAS GRÁFICAS Y PUBLICIDAD

Ya determinada la imagen del evento se procedió a diseñar las piezas publicitarias y las aplicaciones propuestas en el plan de medios que consistió en la distribución del mensaje en medios de comunicación para ser ejecutado en un determinado tiempo.

Los objetivos de la promoción y divulgación del evento son:

- Posicionar la imagen del evento
- Promocionar el evento
- Dar a conocer sus temáticas.
- Lograr un buena asistencia al evento

ESTRATEGIA

Es el medio por el cual se ejecutó el mensaje, conjunto con toda la información del evento y quienes fueron participes de ello.

Medios

- Medios offline
- Afiche
- Pasacalle
- Pendones
- Medios online
- Página web
- Banners para página web y redes sociales

Se inició el diseño de las piezas publicitarias, creando una estética para ser aplicada en todas sus piezas.

AFICHE OFICIAL

Ya que fue un evento académico se realizó un diseño muy sobrio que llevó el mensaje claro y directo al público objetivo, un fondo con textura lineal y el símbolo del churo cósmico en algunas partes. Se acompañó la información bajo la tipografía “GnuolaneRg-Regular” en estilo de fuente regular. En un formato de 50 por 70 centímetros.



Fig 12 Afiche Congreso

PASACALLE

El pasacalle diseñado a un formato de impresión de 5 metros de ancho por un metro de alto, los cuales fueron ubicados a las afueras de la Universidad Mariana.



Fig 13 Pasacalle Congreso

INVITACIÓN

La invitación fue diseñada para difusión a personajes representativos de la ciudad de Pasto, por eso su impresión estaba hecha a un formato de 15 centímetros de ancho por 10 centímetros de alto.



Fig 14 Invitación Congreso

Pendón

El pendón fue diseñado a un formato de impresión de 2 metros de alto por un metro de ancho, los cuales fueron ubicados en las afueras de los auditorios de la universidad Mariana sin necesidad alguna de montarlos en dispositivos de araña.



Fig 15 Pendón Congreso

Certificado de Asistencia



Fig 16 Certificado de Asistencia

Página Web

La página web fue realizada en la plataforma gratuita wix, donde se aplicó algunos de los banners diseñados exclusivamente para la página, también se sugirió cambios en cuanto a la paleta de color para que se maneje la misma estética de las piezas graficas puesto que el montaje y administración de dicha pagina se encontraba a cargo de una de las universidades de la Red Urel.



Fig 17 Pagina Web Congreso



Fig 18 Banner Congreso



Fig 19 Banner de encabezado web

Banners para redes sociales



Fig 20 Banner Redes Sociales



Fig 21 Banner Redes Sociales

PIEZAS GRÁFICAS

AGENDA

En primera instancia se realizó un diseño de agenda a una sola tinta y con papel reciclado para ayudar a medio ambiente.



Fig 22 Agenda Congreso

Por cuestión de tiempo de impresión y de material para el mismo se decidió que solo se imprimiera las pasta de la agenda a full color.



Fig 23 Agenda Final Congreso

Escarapelas

Se diseñó dos tipos de escarpelas, unas para el equipo logístico y las otras para los asistentes. A un tamaño de 12 centímetros de alto por 10 centímetros de ancho.



Fig 24 Escarpelas Congreso

Programación

La programación se ubicó a las afueras de cada auditorio puesto que se exponían las diferentes temáticas de forma simultánea. Esta programación fue diseñada a un formato de 50 centímetros de ancho por 70 centímetros de alto.

I CONGRESO INTERNACIONAL DE PROYECCIÓN SOCIAL Extensión

ADPTORIO: A330, 02 MARZO
MEDIÓNDOZ: 1009, VIAL GUSMÁN CECILIA
FECHA: 04 DE SEPTIEMBRE DE 2015

Nº	NOMBRE DE LA PONENCIA	POLENTE	HORA
1	Programa de Integración Rural Interdisciplinaria: punto de encuentro academia y comunidad.	Miriam Quiroga Vique	02:30 - 02:30
2	Proyecto Macro para los Meros	Marta del Socorro Bustos Marta González Mónica Rivera	02:30 - 03:00
3	De la Caja Negra al Gobierno Abierto	Alvaro Orlando Barrera Angela Sarmiento Cárdenas	03:00 - 03:30
4	Curso de contabilidad básica en la Universidad Mariana: Educación con Impacto Social.	Sandra Mercedes Contreras S. Blanca Carrillo Muñoz M.	03:30 - 04:00
SECCIÓN			
5	Gestión universitaria en Proyección e Innovación Social	Michael Alexander Morán Velásquez	04:30 - 05:00
6	Las prácticas pedagógicas como fuente de acción de proyección social	Isabel Guzmán Escobar	05:00 - 05:30
FECHA: 05 DE SEPTIEMBRE DEL 2015			
1	El Buen Vivir en el Ecuador	Luis García	09:00 - 09:30
2	Responsabilidad Social Empresarial (RSE): la perspectiva de las empresas de sostenibilidad en América Latina.	Carlos Almey Casallas Muñoz	09:30 - 10:00

Fig 25 Programación Congreso

Afiche Valor del Congreso

Los valores fueron plasmados en un formato de 50 centímetros de ancho por 70 centímetros de alto y ubicados en las mesas de inscripción en la entrada de la Universidad Mariana.



Fig 26 Valores del Congreso

Registro Fotográfico



Fig 27 Registro Fotográfico



Fig 28 Registro Fotográfico



Fig 29 Registro Fotográfico



Fig 30 Registro Fotográfico

4.2 PROYECTO 2

Diseño de la imagen del proyecto "Paz y Territorio", apoyo fotográfico, registro audiovisual y edición de video.

4.2.1 Objetivo

Diseñar la identidad del Proyecto Paz y Territorio

4.2.2 Desarrollo de la Actividad

- a) Investigación, análisis de referentes y público objetivo.
- b) Proceso de bocetación
- c) Diseñar
- d) Resultados

a) Investigación, análisis de referentes y público objetivo.

¿QUÉ ES EL PROYECTO PAZ Y TERRITORIO?

Paz y Territorio es un trabajo interdisciplinario, participativo y colaborativo, que aporta al desarrollo territorial contribuyendo a la construcción de paz.

Paz y Territorio favorece a las comunidades, construyendo paz y conocimiento desde los territorios, involucrando a los diferentes agentes de la comunidad académica en alianza con las entidades locales, para avanzar en los objetivos de transformación social y desarrollo integral de las comunidades.

El proceso formativo y la investigación trascienden las aulas y vuelven útil el conocimiento en favor del territorio, las regiones y el país.

Se requirió impulsar la proyección social desde el ámbito del Diseño Gráfico donde se permitió reflejar mayores niveles culturales, pertenencia y cohesión social. Esto en aras de construir y consolidar sus procesos, generando un trabajo fuerte y sólido que sea capaz de diferenciarse e identificarse en un contexto cada vez más globalizado e interconectado. El campo del diseño gráfico se presentó como la mejor opción para la ejecución y fortalecimiento con la comunidad, siendo parte de un trabajo colaborativo. Por eso también se debe estableció una estrategia comunicacional para dirigirse al usuario dentro y fuera del campus universitario, también para ser presentado en diversos canales de comunicación logrando una fidelidad y agradable experiencia.

Análisis de referente

Se tomó como referente a la identidad generada por la gobernación del departamento del Cauca (2016-2019) denominada “Cauca, Territorio de Paz” puesto que involucra los dos entes importantes Paz y Territorio .



Fig 31 Referente de Identidad

Público Objetivo

Se dirigió a los estudiantes de la Universidad Mariana brindándoles la oportunidad de realizar su práctica profesional a través del programa Paz y Territorio y a su vez es dirigido a las entidades locales.

b) Proceso de bocetación

Para comenzar la bocetación de la identidad del programa Paz y Territorio se incursiono en estos dos conceptos explorando en su composición. Uniendo colores y símbolos entre sí.

En algunas propuestas se simplifico el croquis del Departamento de Nariño, en otra encontramos unas montañas y en especifico 3 que se hicieron referencia a las 3 cordilleras que nacen en nuestro departamento por medio del nudo de los pastos. Para variar se utilizó y se reformó el símbolo de localización para determinar los lugares en los que el programa está haciendo presencia. Finalmente se utilizó una abstracción del símbolo mundialmente conocido sobre la paz , la paloma pero intervenida con formas denotando las montañas.

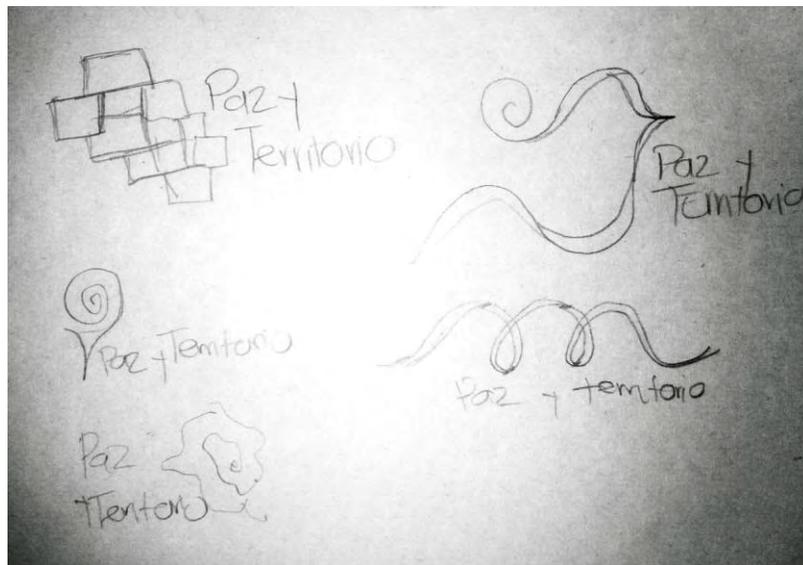


Fig 32 Bocetos de Identidad para Paz y Territorio

c) Diseñar

Luego de bocetar se procedió a la digitalización en donde se aplicó una gama cromática de verdes y de café para reforzar la idea de territorio.



Fig 33 Bocetos Digitales de Paz y Territorio

En primera instancia se eligió el ultimo boceto para la identidad del proyecto



Fig 34 Primera Propuesta de Identidad

Se replanteó la idea puesto que ya se ha visto muy utilizada la paloma como símbolo de paz y se decidió incluir otro elemento que también significa paz y sobre todo plasma los valores franciscanos que son la base por la que se rige la Universidad Mariana.



Fig 35 Símbolo Tao

En este símbolo se procedió a intervenirlo para lograr unidad con el nombre, fragmentándolo en secciones con gama cromática de verdes y café para plasmar en ellos el territorio.

Se obtuvo las siguientes propuestas:



Fig 36 Propuestas de Identidad

De las anteriores propuestas se seleccionó la última, la cual tiene las siguientes variaciones tanto en color como en escala de grises para su respectivo uso.



Fig 37 Variaciones de color de la identidad

La fuente tipográfica que se utilizó para la construcción de la identidad fue "Market Deco" en su estilo de fuente regular la cual no posee los caracteres en minúsculas.

Paleta de Color :

Los colores que se utilizaron en la gráfica fueron tomados en base a la variedad de tonalidades de verdes que nuestra región tiene y que podemos apreciar, como lo decía el Poeta Aurelio Arturo en un fragmento de Morada al Sur "De donde el verde es de todos los colores "

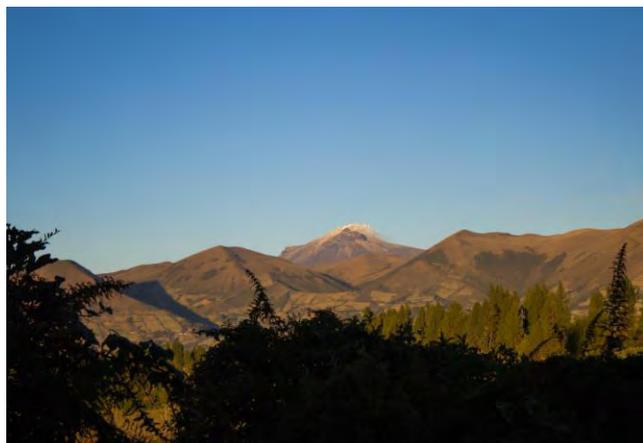


Fig 38 Volcán Cumbal

d) PIEZAS GRÁFICAS

Con la imagen del programa de Paz y Territorio empezaron a surgir piezas que complementó y reforzó el proyecto entre las cuales tenemos:

- Diseño de Banners para la página web
- Plegable
- Pendón
- Plantillas para Power Point.
- Portafolio digital de Paz y Territorio
- Registro fotográfico y audiovisual
- Edición de capsulas informativas

Diseño de Banners para la página web

Se empezó a alimentar el contenido gráfico dándole unidad con la nueva identidad del proyecto.



Fig 39 Banners Pagina web

Plegable



Fig 40 Plegable Informativo

Pendón

Diseñado para utilizarlo en los eventos realizados dentro y fuera de la institución Universitaria



Fig 41
Propuestas Pendones

Plantillas para Power Point

Se diseñaron dos plantillas para que los estudiantes donde consignaron en ellas todo su proceso de práctica para luego sustentarlo al final del semestre



Fig 42 Plantillas para uso en power point

Portafolio Digital Paz y Territorio

El portafolio se conformo por 26 páginas más la portada y contra portada del mismo.

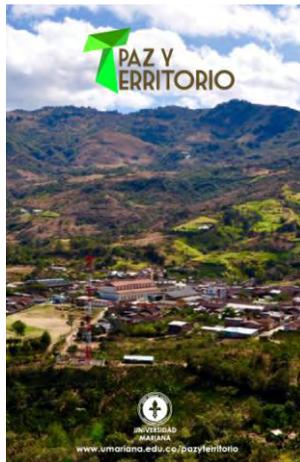


Fig 43 Portada Portafolio



Fig 44 páginas internas portafolio

Registro Fotográfico y Audiovisual

Aquí están algunos lugares en donde los estudiantes se desplazaron a realizar sus prácticas profesionales.



Fig 45 Salahonda-Nariño



Fig 46 Pereira-Risaralda



Fig 47 Tumaco -Nariño



Fig 48 Registro Audiovisual

4.3 PROYECTO 3

Actualización y Diseño de contenidos Institucionales referentes a la identidad y la comunicación interna y externa de la Unidad Académica

4.3.1 Objetivo

Diseñar los contenidos que se presenten durante el tiempo de duración de la pasantía

4.3.2 Desarrollo de la Actividad

a) Diseñar y resultados

Banners



Fig 49 Banner Copasst



Fig 50 Banner Día del Café



Fig 51 Banner Bolsa de Empleo



Fig 52 Banner Cursos

Registro Fotográfico



Fig 53 Baile Francés



Fig 54 Entrega Certificados



Fig 55 Gestores Ambientales



Fig 56 Colombia 2020



Fig 57 Diplomado Diseño Artesanal



Fig 58 Mojiungas - Funes

Tarjetas

Se diseñó dos tarjetas informativas, una con el fin de recolectar alimentos no perecederos para donarnos a personas de la tercera edad pertenecientes a la fundación Camino de Emaús. Y la otra es una invitación a los niños y padres de familia de los cursos de la Universidad Marina para que participaran de un taller de lectura brindado en el banco de la republica.



Fig 59 Tarjetas informativas

Plegable

El plegable tuvo como color base el azul institucional, en el cual se plasmó toda la información necesaria de los Cursos que se encontraban disponibles, su duración, horarios y costos establecidos para el semestre b de 2017.

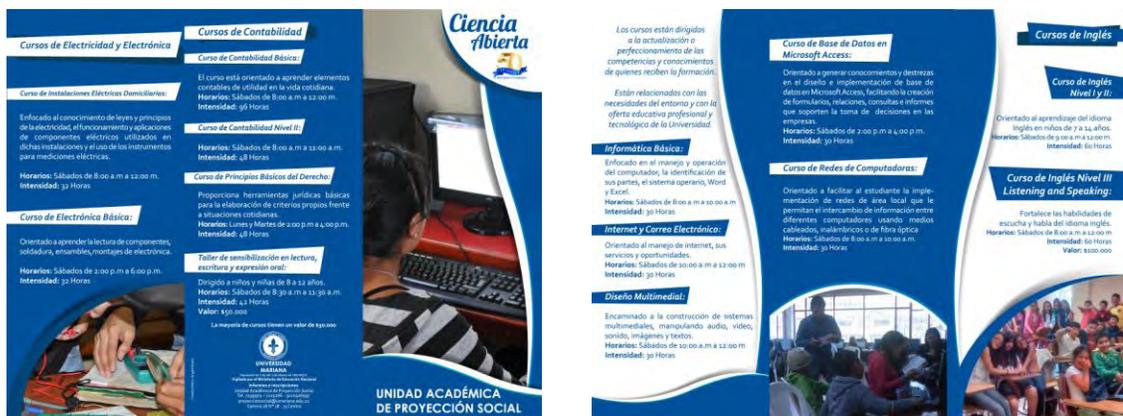


Fig 60 Plegables cursos

Sistematización sobre Gobierno Abierto

En este proyecto se inicio diseñando la identidad del grupo de Investigación en Gobierno Abierto compuesto por personas pertenecientes a las instituciones universitarias de la Esap (Escuela Superior de Administración Pública de Nariño) y la Universidad Mariana, logrando una sistematización mancomunada con la Gobernación de Nariño por medio de la Secretaria Tic Innovación y Gobierno Abierto. Apoyado con piezas gráficas que reforzaron el proyecto, como son: Un pendón donde se simplifico la información del proyecto por medio de una infografía, El diseño de un botón para el grupo de investigadores y su respectivo semillero y finalmente se realizó el registro audiovisual de todo el proceso con un tiempo de duración de 6 meses, lo cual se logró plasmar en una pieza audiovisual de 6 minutos en la cual fue acompañada de entrevistas de conocedores del tema.



Fig 61 Identidad y botón Giga



Fig 62 Pendón y Edición de Video Giga

Conclusiones

Los proyectos de los cuales fui participe generaron una gran experiencia donde coloqué en práctica todos los conocimientos adquiridos en la academia. Se logró establecer un vinculo entre universidades tanto pública como privada demostrando que si se puede trabajar en equipo bajo un excelente ambiente de trabajo. Fueron 6 meses de trabajo y aprendizajes tanto profesionalmente como personal. En los proyectos planteados se logró asumir retos pero también se pudo reforzar los conocimientos de identidad, fotografía y audiovisual, demostrando que los diseñadores podemos desenvolvemos con facilidad ante las necesidades que surjan en nuestros lugares de trabajo.

Bibliografía

ANAVEL MONTERRUBIO, Movilidad, arraigo e identidad territorial como factores para el desarrollo humano, 2014

JORGE LUIS SÁNCHEZ, Marketing: estrategia de marca, s.f

PEDRO ALVARES, JORGE HERRERA. Fenomenología y gestión de marca.

PHILIP B. Meggs. Historia Del Diseño, 2000

FUTURE BRAND. Marca País Peru. 2010

CLAUDIO ARIAS BAEZA. Sensación, significado y aplicación del color. 2010

EDUARDO LÓPEZ GUIMERA. Logos, identidad reflexiones del Diseño Gráfico en la actualidad.