

INFORME DE PASANTÍA

**DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL, REDISEÑO DE PÁGINA WEB, DESARROLLO DE
PIEZAS PROMOCIONALES DE LO PROGRAMAS QUE OFRECE LA UNIVERSIDAD
DE NARIÑO**

OSCAR EDUARDO ESPINOSA MOLINA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DISEÑO
SAN JUAN DE PASTO
2015

INFORME DE PASANTÍA

**DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL, REDISEÑO DE PÁGINA WEB, DESARROLLO DE
PIEZAS PROMOCIONALES DE LOS PROGRAMAS QUE OFRECE LA UNIVERSIDAD
DE NARIÑO**

INFORME DE PASANTÍA: para optar por el título de Diseñador Gráfico

OSCAR EDUARDO ESPINOSA MOLINA

RAMÓN ORTEGA ENRIQUEZ: Asesor de tesis

Docente del Programa de Diseño Gráfico de la Universidad de Nariño

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DISEÑO
SAN JUAN DE PASTO
2015

NOTA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo de grado son responsabilidad exclusiva del autor.

Artículo 1 | del acuerdo No. 324 del 11 de octubre de 1966, emanado del honorable consejo directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación

Arturo de la Cruz

Jurado

Mateo Terán

Jurado

San Juan de Pasto, Mayo de 2015

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios Todopoderoso, por permitirme estar vivo y haber podido alcanzar una meta más en mi vida.

A mis padres SOCORRO Y OSCAR, porque confiaron y me apoyaron con amor sin lugar a dudas en lo que más me gusta hacer, Diseño Gráfico.

A CLAUDIA AFANADOR HERNÁNDEZ, quien en su periodo como Directora de la Oficina de Registro Académico OCARA, me brindó su confianza y la oportunidad de demostrar mis capacidades como profesional.

A los funcionarios de la Oficina de Registro Académico OCARA, quienes me acogieron y colaboraron de la mejor manera para desarrollar mi trabajo como pasante.

A todas y cada una de las personas que me acompañaron e hicieron parte de los momentos importantes de mi carrera, les digo que siempre los llevaré en el corazón.

Me siento orgulloso ya que mi vida es otra, salgo bien fortalecido con lo que he aprendido y siempre pondré en alto el nombre de mi Universidad de Nariño, por ser egresado de la misma y haber obtenido el título profesional como DISEÑADOR GRÁFICO.

Muchas Gracias...

RESUMEN

El siguiente informe pretende dar a conocer el proceso de pasantía que se desarrolló en la oficina de registro académico o cara, dependencia perteneciente a la universidad de nariño durante el final del año 2014 e inicios del año 2015. por un periodo de seis meses y una jornada de tiempo completo, se desarrollaron tres proyectos de acuerdo con la metodología de diseño requerida.

En primera instancia se realiza una contextualización de la universidad de nariño como institución, dando a conocer su ubicación, misión, visión y estructura organizacional, así como también hacer una descripción de la dependencia de la oficina de registro académico o cara donde se realizaron las tareas del pasante, reconociendo su labor y funcionamiento.

A continuación se encuentra el proyecto de diseño, donde se plantean los objetivos y la metodología para el desarrollo de los planes estipulados. después se muestra el trabajo y las piezas detalladas de cada uno de los tres proyectos de diseño mostrando un grado de innovación en ellos, con lo cual la oficina de registro académico o cara no contaba; comenzando por detectar las necesidades, para luego dar soluciones importantes de diseño que esta dependencia no podía resolver, soluciones que en su finalidad enriquecieron el proceso y desarrollo de la pasantía.

ABSTRACT

The following report seeks to highlight the internship process that was developed in the oficina de registro académico ocará, department within the universidad de nariño during late 2014 and early 2015. for a period of six months and a day full-time, three projects according to the required design methodology developed.

In the first instance a contextualization of the universidad de nariño as an institution is performed, revealing their location, mission, vision and organizational structure as well as to provide a description of the dependence of the oficina de registro académico ocará where tasks are performed through recognizing their work and performance.

Below is the design project where the objectives and methodology for the development of the stipulated plans arise. after the job is displayed and detailed descriptions of each of the three design projects pieces showing a degree of innovation in them, which the oficina de registro académico ocará not count; starting with identifying the needs, then give important design solutions that this dependence could not solve, solutions rich in purpose and development process of the internship.

TABLA DE CONTENIDO

	Pag.
1. INTRODUCCIÓN	15
2. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	16
2.1 RESEÑA HISTÓRICA	16
2.2 MISIÓN	18
2.3 VISIÓN	18
2.4 SIMBOLOS UNIVERSITARIOS	18
2.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	20
2.6 OFICINA DE REGISTRO ACADÉMICO	20
2.7 FUNCIONES DEL PASANTE	20
3. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	22
3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	22
3.2 OBJETIVO GENERAL	22
3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	23
3.4 JUSTIFICACIÓN	23
3.5 METODOLOGÍA DEL PROCESO DE DISEÑO	24
3.6 PIEZAS A DESARROLLAR	24
3.7 CRONOGRAMA DETRABAJO	24
4. DESARROLLO DE PROYECTOS	25
4.1 IDENTIDAD VISUAL	25
4.1.1 investigación	25
4.1.2 ideación	33
4.1.3 bocetación	34
4.1.4 prototipado	34
4.1.5 selección	36
4.1.6 entrega y aplicación	37
4.2 PROPUESTA REDISEÑO PÁGINA WEB	37
4.2.1 investigación	37
4.2.2 ideación	39
4.2.3 bocetación	40
4.2.4 prototipado	41
4.2.5 selección	44
4.2.6 entrega y aplicación	46
4.3 DESARROLLO DE PIEZAS PROMOCIONALES	48
4.3.1 ESTRATEGIA CREATIVA	48
CONCLUSIONES	57
BIBLIOGRAFÍA	58

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Encuesta.	58

GLOSARIO

BANNER: Espacio publicitario insertado en una página de Internet.

BRANDBOOK: Manual de cómo se debe usar una marca determinada.

BOCETACIÓN: Proceso donde se plasman los rasgos principales de una cosa, especialmente de una obra de arte, ya sea pintura o escultura.

DIAGRAMACIÓN: Realizar el diseño de una publicación.

DEACIÓN: Génesis y proceso en la formación de las ideas.

IDENTIDAD VISUAL: Conjunto de valores, objetivos, filosofía de vida, con los que se identifica una organización y con los que quiere ser identificada desde el exterior de manera gráfica.

IMAGOTIPO: Unión del isotipo y el logotipo con los que se identifica a una marca.

INTERDISCIPLINARIO: Conjunto de diferentes áreas del conocimiento.

LOGOTIPO: Dibujo o símbolo que distingue a una empresa, institución o sociedad y a las cosas que tienen relación con ella.

MOSAICO: Aquello que se compone de diversos elementos con similares características.

PANTONE: Es una guía o escala de referencia de colores predeterminados, y se ha convertido en una referencia para la comunicación y reproducción de color en las artes gráficas.

PAPIROFLEXIA: Arte y técnica de realizar figuras doblando sucesivamente una hoja de papel.

PROTOTIPADO: Proceso donde se realiza un primer ejemplar que se fabrica de una figura, un invento u otra cosa, y que sirve de modelo para fabricar otros iguales, o molde original con el que se fabrica.

RESPONSIVE DESIGN: Es una filosofía de diseño y desarrollo cuyo objetivo es adaptar la apariencia de las páginas web al dispositivo móvil que se esté utilizando para visualizarla.

RETÍCULA: Es un instrumento de composición para el diseño de libros, periódicos, revistas... para todo lo que forma parte de los medios gráficos impresos. Es una estructura invisible.

SCROLL: Barra de desplazamiento de un programa o una página web.

SKETCH: Dibujo a grandes rasgos.

TARGET GROUP: Grupo objetivo al cual va dirigida una propuesta.

WEB MASTER: Dependencia encargada de la actualización de la página web de la Universidad de Nariño.

1. INTRODUCCIÓN

Realizar el proceso de pasantía en la Oficina de Registro Académico OCARA, una de las dependencias más importantes de la Universidad de Nariño, fue un reto a nivel profesional para un egresado del programa de Diseño Gráfico, donde se pusieron a disposición todos los conocimientos adquiridos en la Academia con el gran meta de cumplir profesionalmente a cabalidad las actividades que se solicitaban diariamente.

En el Informe que se presenta a continuación se dan a conocer el resultado de los proyectos que durante un periodo de 6 meses desarrollé como pasante de Diseño Gráfico. Aplicando una metodología de diseño acompañado de un cronograma de trabajo oportuno, para llevar a cabo la ejecución y cumplimiento de los objetivos para cada uno de los proyectos planteados.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

2.1 RESEÑA HISTÓRICA

Los siguientes ítems que se mencionaran a continuación, fueron tomados de la página web de la Universidad de Nariño (www.udenar.edu.co).

“Los orígenes de la Universidad de Nariño se remontan al año de 1712, cuando se estableció el Colegio de la Compañía de Jesús, en el mismo sitio donde hoy se encuentra la sede de la Universidad, en el centro de la ciudad de Pasto.

En 1767 se cerró el colegio y en 1791 se reanudó con el nombre de Real Colegio Seminario hasta 1822. En 1827 el General Francisco de Paula Santander estableció en la ciudad de Pasto un Colegio Provincial, con cátedras de gramática latina, filosofía, gramática castellana y otras más de enseñanza superior.

En 1832 tomó el nombre de Colegio de San Agustín con estudios de teología. Luego se nombró al doctor Antonio José Chaves como rector y se incrementó la educación secundaria; sostuvo la enseñanza profesional del Derecho y estableció la cátedra de Teología. El historiador Sergio Elías Ortiz, sitúa el origen de la Universidad de Nariño en el acto legal de creación del Colegio de San Agustín en la Provincia de Pasto.

En 1850 el plantel tomó el nombre de Colegio Académico. En 1867, mediante ley 205 del mes de agosto, se estableció la enseñanza de Medicina.

Fue cerrado en varias ocasiones con motivo de las guerras de 1876 y 1878 y de las penurias económicas de la Gobernación del Cauca de la que el plantel dependía financieramente.

El Colegio Académico tuvo categoría de Universidad, mediante decreto No. 726 de 11 de septiembre de 1889 y ratificada por la ordenanza No. 30 de 1894, emanada de la Asamblea Departamental del Cauca con las Facultades de Filosofía y Letras, de Derecho y Ciencias Naturales y de Ingeniería de la Universidad del Cauca, en la Facultad de Derecho del Colegio de Pasto. En 1895 por una disposición de la Asamblea caucana se cambió el nombre de Colegio

Académico por el de Liceo Público de Pasto. En 1904 la Universidad funciona con las áreas de Ingeniería, Derecho, Filosofía y Arte.

La Facultad de Matemáticas e Ingeniería fue suspendida en 1910. En 1920 se restablece nuevamente. En 1926, el rector Ángel Martínez puso de nuevo en funcionamiento la Facultad hasta 1932

En 1935 se decidió incorporar la Escuela de Artes y Oficios del Departamento a la Universidad. El pensum aprobado para un período de cuatro años fue: Mecánica, Tecnología Mecánica, Dibujo Lineal, Instrucción Cívica, Electrotecnia, Física Aplicada, Motores Térmicos y Contabilidad de Taller. En 1937, la Escuela de Artes y Oficios se transformó en Instituto para la enseñanza del arte, con secciones de música y pintura. Este fue cerrado en la década del 60.

Termina aquí la primera etapa histórica de la Universidad (1904 – 1939). La segunda etapa transcurre entre 1940 y 1959.

En la conmemoración del cincuentenario de la Universidad, 7 de noviembre de 1954, se adoptó el “Himno de la Universidad”, escrito por el doctor Alberto Quijano Guerrero, con música de don Gonzalo Rojas.

Se crearon los departamentos y se expandieron los servicios de la Facultad de Educación en la jornada nocturna. Se crearon los programas de Ingeniería Civil, Economía, Zootecnia y Artes. Con el criterio de integrar la zona andina y la Costa Pacífica, en 1986, la Universidad aprobó la creación del Programa de Ciencias del Mar en Tumaco.

En la década actual, se conformaron nuevas facultades; se diversificó los programas; se estableció sedes en diferentes municipios de Nariño y Putumayo; se amplió la cobertura educativa; se vinculó a la Universidad mediante convenios, con instituciones nacionales e internacionales y la inserción en las redes mundiales del conocimiento. Podemos afirmar que el “Alma Mater” a través del mejoramiento permanente, impulsa con tenacidad los campos de la investigación, la docencia y proyección social, acordes con los retos que la modernidad le impone.”

María Teresa Álvarez Hoyos.
Gerardo León Guerrero Vinueza.

2.2 MISIÓN

La Universidad de Nariño, desde su autonomía y concepción democrática y en convivencia con la región sur de Colombia, forma seres Humanos, ciudadanos y profesionales en las diferentes áreas del saber y del conocimiento con fundamentos éticos y espíritu crítico para el desarrollo alternativo en el acontecimiento del mundo.

2.3 VISIÓN

La Universidad de Nariño, entendida como un acontecimiento en la cultura, es reconocida por su contribución, desde la creación de valores humanos, a la paz, la convivencia, la justicia social y a la formación académica e investigativa, comprometida con el desarrollo regional en la dimensión intercultural.

2.4 SÍMBOLOS UNIVERSITARIOS

Según Acuerdo No. 478 del 17 de Octubre de 1979 emanado del Consejo Directivo de la Universidad de Nariño, por el cual se adopta el escudo y la bandera de la Universidad de Nariño. Adoptase como escudo heráldico de la Universidad de Nariño el mismo que, a solicitud de la Rectoría, ha propuesto el profesor investigador Dr. Ignacio Rodríguez Guerrero.

En consecuencia el plantel universitario ostentará en adelante los siguientes emblemas:

Los que figuran en el Escudo de Armas de la ciudad de San Juan de Pasto, otorgado por la Princesa de España a nombre del Rey D.Felipe, en Valladolid el 17 de Junio de 1559, y que a la letra dice: “Un escudo que en medio de él este un castillo de plata y a los lados de él cuatro leones de oro y que debajo del dicho castillo salga un río con unas aguas azules y blancas que atravesen entre unos árboles verdes, en campo azul todo el dicho escudo, y árboles y castillo y río sobre un campo amarillo y suelo verde y oro...”. En la cima del escudo, es decir, sobre el eje de él irá el nombre de la institución universitaria, en latín, que diga:

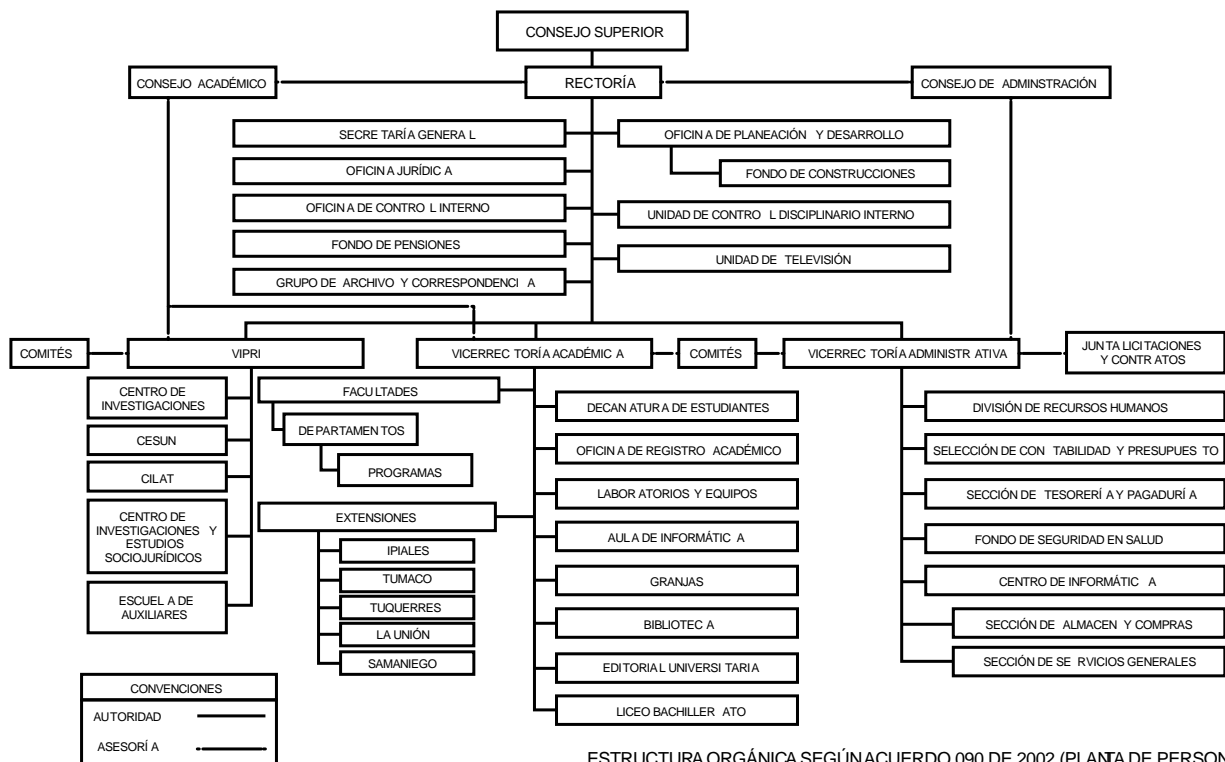
VNIVERSITAS STVDIORVM NARIÑENSES, y en la punta o base de aquel irá el siguiente Lema:

Las letras serán de color sable en campo de blao. En los sucesivos, la Universidad de Nariño ostentará este escudo en su bandera, insignias y estandartes, lo mismo que en sus edificios y diplomas.

Una insignia en forma de cuadrilátero, con tres colores horizontales, de idénticas dimensiones cada uno a saber: sinople, gualda y gules (verde, amarillo y rojo), de 1.10 m. por 1.35 m. guardando en todo caso la proporción anotada o la de 27 a 22. La bandera debe ir risada en un mástil de 2.50 m. de longitud. En el centro de ella irá el escudo de la Universidad.



2.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



2.6 OFICINA DE REGISTRO ACADÉMICO OCARA

Dependencia encargada de administrar inscripciones, ingresos, matrículas, egresos y grados de los estudiantes de la Universidad de Nariño.

OCARA se rige por el Estatuto Estudiantil mediante acuerdo No. 009 de 1998 y a todas las normas relacionadas con la vida académica de los estudiantes y egresados.

2.7 FUNCIONES DEL PASANTE

Diseñar imago tipo y manual de identidad visual, además de instructivos de inscripción, matrícula, papelería, volantes, banners y demás piezas que necesite la Oficina de Registro Académico OCARA.

Tomar fotografías de los estudiantes de la Universidad de Nariño para implementarlas en la propuesta de rediseño de la página web de OCARA.

Proponer soluciones visuales.

3 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Esta dependencia al ser una parte importante en la Universidad presenta inconvenientes al no tener un manual para la comunicación interna o externa como también de no contar con un material gráfico de publicaciones.

La Oficina de Registro Académico OCARA presenta una imagen visual que no constituye de una manera adecuada tanto las funciones que se llevan a cabo como también los servicios que esta dependencia brinda a la comunidad universitaria.

En cuanto a la plataforma web La Oficina de Registro Académico OCARA presenta inconvenientes en la navegabilidad, el manejo y distribución de la información tales como procesos de inscripción, matrículas, acuerdos, además de no contar con un material de difusión que permita la promoción de los diferentes programas que ofrece la Universidad de Nariño.

Así como también no existe una relación directa de los estudiantes que ingresan con los beneficios que presta la Universidad de Nariño las cuales deben ser desarrolladas por medio de la dependencia de OCARA.

Lo anteriormente dicho se ocasiona por el hecho de que no se ha contado con un equipo de diseño que realice un trabajo de investigación y comunicación para dar solución de una manera gráfica a las necesidades que presenta La Oficina de Registro Académico OCARA.

3.2 OBJETIVO GENERAL

Construir un sistema de comunicación gráfica, que contribuya a la gestión y organización de los procesos de comunicación de La Oficina de Registro Académico OCARA.

3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un diagnóstico desde el Diseño Gráfico que permita identificar las necesidades y la problemática de comunicación de La Oficina de Registro Académico OCARA.

Desarrollar una propuesta gráfica para mejorar la identidad visual de La Oficina de Registro Académico OCARA en armonía con la imagen institucional de la Universidad de Nariño.

Diseñar un sistema de elementos gráficos que den soporte a la gestión, organización y mejoramiento de la Oficina de Registro Académico OCARA.

3.4 JUSTIFICACIÓN

La Oficina de Registro Académico OCARA de la Universidad de Nariño representa la puerta de ingreso y salida, siendo el punto directo de contacto con los estudiantes, además de administrar, organizar, ejecutar todos los procesos académicos y de registro de cada uno de los estudiantes de la Universidad de Nariño.

Durante mi incorporación a la Oficina de Registro Académico se miró necesario realizar aportes de carácter conceptual, metodológico y técnico, reflejados en el desarrollo de un sistema de comunicación que apoyó las funciones de la dependencia de OCARA en los siguientes ámbitos de diseño:

- Identidad Visual
- Página web (rediseño)
- Promocionar los programas que ofrece la Universidad de Nariño.

Mediante el diagnóstico inicial de diseño, el desarrollo de la Identidad Visual, el rediseño de la Página Web y la implementación de un sistema de comunicación se pretendió mejorar los procesos de comunicación tanto externos como internos de La Oficina de Registro Académico OCARA lo cual aportará beneficios para los estudiantes y la misma Universidad de Nariño.

3.5 METODOLOGÍA DEL PROCESO DE DISEÑO

Para el desarrollo de los proyectos de diseño, se implementó primeramente un método de diagnóstico desde el Diseño Gráfico que permitió identificar las necesidades y la problemática de comunicación de La Oficina de Registro Académico OCARA, para luego continuar con una metodología proyectual de diseño, la cual está distribuida en seis fases para el desarrollo de los objetivos propuestos:

1. Investigación.
2. Ideación.
3. Bocetación.
4. Prototipado.
5. Selección.
6. Entrega y Aplicación.

3.6 PIEZAS A DESARROLLAR

- Identidad Visual.
- Rediseño página web.

- Desarrollo de Piezas promocionales de los programas que oferta la Universidad de Nariño.

3.7 CRONOGRAMA DE TRABAJO

MESES	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE		ENERO		FEBRERO			
SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
DIAGNÓSTICO	■																							
IDENTIDAD VISUAL					■																			
PROPUESTA REDISEÑO WEB													■								■			
PRUEBAS PIEZAS DE PROMOCIÓN																								

4. DESARROLLO DE PROYECTOS

4.1 IDENTIDAD VISUAL

4.1.1 INVESTIGACIÓN

Como primera medida se investigó las tendencias en diseño de imagen corporativa para los años 2014-2015, aplicadas al tipo de dependencia como lo es la Oficina de Registro Académico OCARA, por lo cual se hizo hincapié en los siguientes conceptos:

- Sencillez.
- Diseño Geométrico.
- Mosaico.
- Plantillas Transparentes.
- Cintas.
- Color degradado casi plano.

En un segundo plano se analizaron los principales principios por los cuales se rige y defiende la Universidad de Nariño: Investigación, Formación Académica, Proyección Social, Justicia Social y Convivencia.

Después se planteó un modelo de encuesta, la mayoría compuesta por preguntas cerradas y algunas abiertas, donde en una primera parte se hacía énfasis en la Imagen Externa de la Dependencia y en la segunda parte se refería al elemento identificador que tenía la Oficina de Registro Académico OCARA en ese entonces.

Este modelo de encuesta fue aplicado a tres públicos objetivos conformado por 2000 Estudiantes de la Universidad de Nariño, 11 Funcionarios de la Oficina de Registro Académico OCARA y 8 Docentes del Programa de Diseño Gráfico de la Facultad de Artes de la Universidad de Nariño.

A continuación se presentan los siguientes resultados:

4.1.2 IDEACIÓN

En esta fase se desarrolló una síntesis de la información, resultante de las encuestas realizadas, concluyendo en los siguientes conceptos:

- Moderno.
- Sencillo.
- Juvenil.
- Serio.

Se concluyó en estos conceptos con el propósito de aplicarlos junto con las Tendencias actuales en la elaboración de una Matriz de Metáforas Visuales, cuya finalidad en este caso, consiste en el cruce de variables conceptuales que permite la construcción de diferentes propuestas gráficas de una manera rápida y eficaz.

	TENDENCIAS 2014 - 2015
CONCEPTOS DE REPRESENTACIÓN	D. Geométrico Mosaico Plantillas Transparentes Cintas
Serio	
Juvenil	
Sencillo	
Moderno	

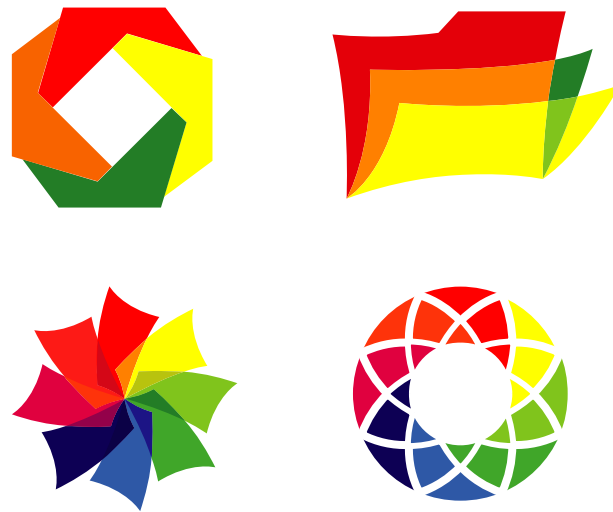
4.1.3 BOCETACIÓN

En esta etapa se realizó el cruce de los conceptos, representándolos gráficamente por medio de un sketch diferente en cada una de las casillas de la Matriz. Al terminarla, se llevó a cabo junto con el Asesor de Pasantía, la selección de cuatro propuestas que suplían de la mejor manera las necesidades que presentaba OCARA.

		TENDENCIAS 2014 - 2015			
		D. Geométrico	Mosaico	P. Transparentes	Cintas
Moderno					
Sencillo					
Juvenil					
Serio					

4.1.4 PROTOTIPADO

Continuando con este proceso, se digitalizaron las cuatro propuestas elegidas, aplicándole a cada una los colores institucionales además de algunos complementarios.



Luego se realizaron mínimas correcciones de forma en algunas propuestas e inmediatamente se pasó a la composición con la Tipografía; la cual fue tomada de la Imagen Institucional, con el fin de mantener la unidad visual y la relación de la Oficina de Registro Académico OCARA con la Universidad de Nariño.

4.1.5 SELECCIÓN

Para el proceso de selección, se sometieron las cuatro propuestas a una encuesta online (www.encuestafacil.com), dirigida a varios estudiantes de la Universidad de Nariño para que eligieran la propuesta que mejor representara a la Oficina de Registro Académico OCARA.

Teniendo en cuenta el resultado de la encuestas online y la aprobación tanto del Asesor de Pasantía como del Jefe Inmediato, se eligió un elemento identificador versátil, moderno y sencillo. Este tiene la forma de una carpeta abierta proyectándose; está dividida en planos donde en cada módulo se presenta uno de los colores institucionales, que con un leve degradado le imprime en su totalidad profundidad e identidad, del mismo modo la tipografía se ubicó en la parte inferior del elemento para que exista equilibrio y armonía en todo el imagotipo.

4.1.6 ENTREGA Y APLICACIÓN

Se realizó la entrega de elemento identificador acompañado del BrandBook o Manual de Identidad, en el cual se expone la marca, color, pantone, construcción, variaciones, modulación, área de protección, tipografía y aplicaciones de la nueva Identidad Visual de la Oficina de Registro Académico OCARA.

4.2 PROPUESTA REDISEÑO PÁGINA WEB

4.2.1 INVESTIGACIÓN

A la hora de realizar una página web es necesario tener en consideración los siguientes puntos:

La interfaz, cuyo propósito es que el usuario entre en comunicación con la computadora, logrando los objetivos que lo trajeron al Sitio Web facilitándole el acceso a los contenidos que están incorporados a través de sus pantallas.

Jakob Nielsen, destacado en un artículo de la página web (<http://www.guiadigital.gob.cl/>). Es uno de los autores que mas importantes en cuestión de usabilidad de páginas web, quien plantea 4 puntos fundamentales que debe tener en cuenta:

1. “Dejar claro el propósito del sitio: se refiere a que el sitio debe explicar a quién pertenece y qué permite hacer a quienes lo visitan; se entiende que debe hacerlo de manera simple y rápida. Por ejemplo, ayuda en este sentido el cumplimiento de las normas referidas a uso de URLs y logotipos oficiales.

2. Ayudar a los usuarios a encontrar lo que necesitan: implica que debe contar con un sistema de navegación visible y completa, pero que además deberá estar complementado por algún sistema de búsqueda que sea efectivo para acceder al contenido al que no se logra acceder o que no se encuentra a simple vista.

3. Demostrar el contenido del sitio: significa que el contenido se debe mostrar de manera clara, con títulos comprensibles por parte del usuario y con enlaces hacia las secciones más usadas que estén disponibles donde el usuario los busque. Ayudará en este sentido tener un seguimiento de las visitas para comprender qué es lo más visto y lo más buscado del Sitio Web.

4. Usar diseño visual para mejorar y no para definir la interacción del Sitio Web: se refiere a que los elementos gráficos del Sitio Web deben estar preparados para ayudar en los objetivos del sitio y no sólo como adornos utilizados para rellenar espacio.

Aunque se trata de uno de los temas más debatibles, su alcance no es el de restringir el uso de imágenes y elementos gráficos, sino a que su uso sea adecuado para la experiencia de uso que se desea ofrecer”.

Para complementar esta fase se investigaron las tendencias en diseño web para los años 2014-2015, recolectando la siguiente información:

- Gráfica y contenido simplificado.
- Menos click y más scroll.
- Responsive Design (Adaptación a Dispositivos Móviles).

- Desaparece la Barra Inferior.
- Efectos Multimedia.
- Fotografías grandes.
- Botones grandes.

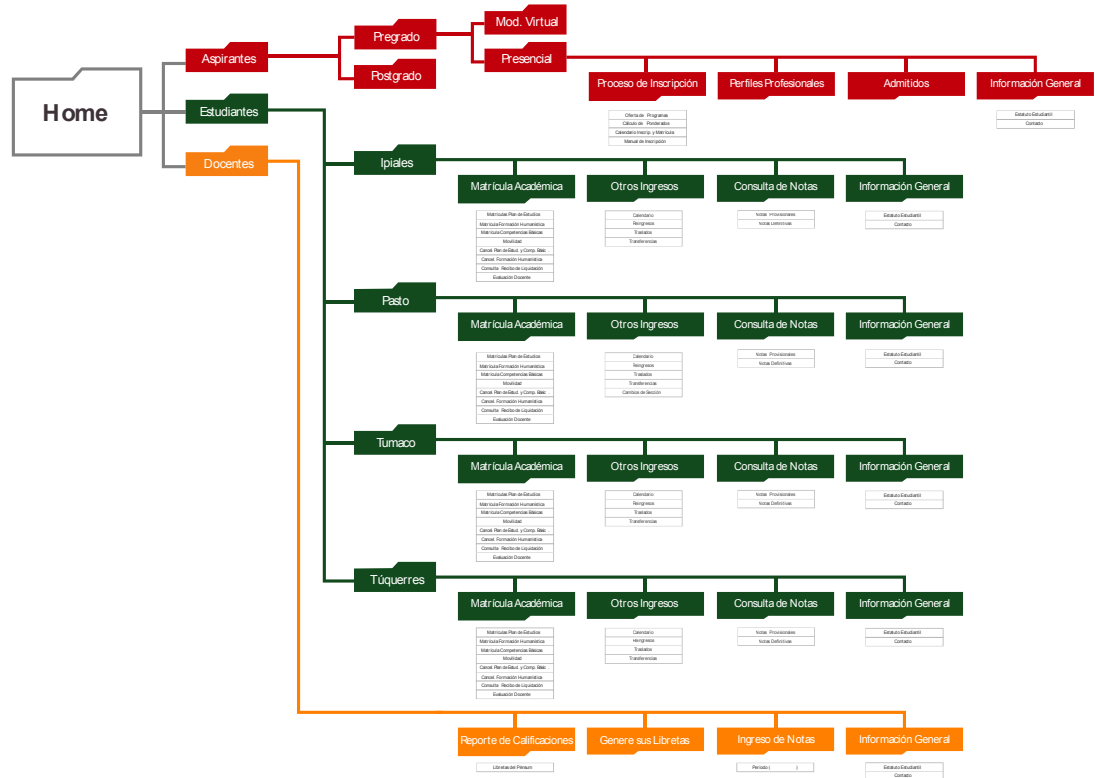
4.2.2 IDEACIÓN

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente y determinando las necesidades de la Página Web de la Oficina de Registro Académico OCARA, se planteó la idea de dirigirse a tres grupos objetivos enfatizados en las siguientes áreas: Aspirantes, Estudiantes y Docentes, ya que dichos usuarios siempre conservan una relación directa con OCARA a la hora de ejecutar los diferentes trámites académicos.

Con respecto al montaje y organización de las tres áreas en la página web se realizaron dos retículas inspiradas en el concepto de simplicidad, persuasión y dinamismo. Además de implementar en su interfaz gráfica el Responsive Design donde la estética de la página se adecuara a los medios móviles como Tablets y Smartphones, ya que muchos estudiantes y docentes realizan sus trámites a través de estos dispositivos. Esto se concluyó con el objeto de que la experiencia del usuario en cuestión de usabilidad, navegabilidad y recepción de la información sea lo más rápida, entendible y directa posible.

4.2.3 BOCETACIÓN

Después de una reunión con el Jefe Inmediato y el Centro de Informática se llegó a un acuerdo correspondiente a la estructura, clasificación de los menús y contenidos de cada una de las áreas establecidas, que en seguida se vieron reflejadas en el mapa de navegación.



Luego se dio comienzo a la bocetación de los siguientes elementos:

- Banner principal.
- Botones grandes para las pantallas iniciales.
- Botones para los menús.
- Contenido desplegable para el botón de menú.
- Pie de página informativo.

4.2.4 PROTOTIPADO

Para esta etapa se construyeron dos propuestas digitales de acuerdo con las retículas planteadas anteriormente, utilizando sutiles transparencias en los botones y menús desplegables con una variación en la diagramación correspondiente a la ubicación de los menús con sus contenidos. Respecto a la tipografía se usó la fuente Humanst perteneciente a la Imagen Institucional de la Universidad de Nariño.

Con relación a las imágenes utilizadas, estas fueron tomadas provisionalmente de un banco de imágenes de internet ya que más adelante se realizaría una sesión fotográfica con los estudiantes de la Universidad de Nariño, con el objeto de que las pantallas principales y cada menú de página tendría una fotografía referente al tema planteado.

Propuesta No. 1

Propuesta No. 2

4.2.5 SELECCIÓN

Poniendo las dos propuestas a consideración del Jefe Inmediato y del Asesor de Pasantía, se llegó a la selección de la Propuesta No. 2, ya que por cuestiones de navegabilidad, estética amigable y sencilla era la más adecuada para representar en la plataforma web a la Oficina de Registro Académico OCARA. Una vez elegida la propuesta, se le realizaron cambios mínimos de diseño y tamaño.

Continuando con ésta fase se programó y desarrolló varias sesiones fotográficas con un grupo selecto de estudiantes y docentes pertenecientes a diferentes programas de la Universidad de Nariño. Esto con el fin de reflejar al usuario la parte humana de la Universidad además de mantener la originalidad de la Web.

4.2.6 ENTREGA Y APLICACIÓN

Con respecto al montaje de la Web, ésta se la realizó en WIX, una plataforma que le permite al usuario crear páginas web de forma fácil, gratuita y lo más cercano posible al diseño que se requiere.

Posteriormente se pasaría la propuesta a la Web Master, dependencia que se encargará de implementar el diseño, programar y desarrollar en su interfáz el Responsive Designer para dispositivos móviles, lo cual brindará una mayor usabilidad a la nueva página web de la Oficina de Registro Académico OCARA.

A continuación se presentan algunos de los pantallazos de la propuesta final con las fotografías y dimensiones de los elementos, además se muestra el enlace para dirigirse a WIX y apreciar la funcionalidad de la página:

<http://ocaraudenar.wix.com/ocaraudenar>





4.3 DESARROLLO DE PIEZAS PROMOCIONALES

4.3.1 ESTRATEGIA CREATIVA

Consiste en un método de comunicación que permite establecer la manera de cómo transmitir un mensaje comercial o publicitario de la forma más efectiva.

La estrategia busca un concepto creativo u objetivo de comunicación, conformado por: imágenes, color, movimiento, composición. Elementos que en una medida adecuada permitirá que el público objetivo responda satisfactoriamente al mensaje enviado, ya que la libertad que exige la creatividad no se refiere al qué decir, sino al cómo decirlo en mensajes impactantes, originales y persuasivos.

La Oficina de Registro Académico necesitaba desarrollar una estrategia creativa para la realización de unas pruebas de promoción para los programas que ofrece la Universidad de Nariño.

4.3.1.1 OBJETIVO DE COMUNICACIÓN

Lograr un mayor reconocimiento de la Universidad de Nariño por medio de sus Programas Académicos, como los mejores que ofrece una universidad pública.

4.3.1.2 TARGET GROUP

Descripción Demográfica: hombres y mujeres, entre los 16 y 25 años, de estratos 1 a 4 del departamento de Nariño.

Descripción Psicográfica: personas del departamento de Nariño que buscan cumplir la meta de ser profesionales por medio de una educación superior “económica” y de calidad.

4.3.1.3 PROMESA BÁSICA

Metas cumplidas.

4.3.1.4 REASON WHY

La Universidad de Nariño es la única del departamento que ofrece un nivel educativo profesional de calidad.

4.3.1.5 CONCEPTO DE CAMPAÑA

Plantando Sueños... Construyendo Realidades.

Basada en la Figura Retórica Antítesis, donde se presentan dos términos que se contraponen, en este caso la palabra “Sueños” con la palabra “Realidades”.

4.3.1.6 TONO Y ESTILO

Emocional.

4.3.1.7 CONCEPTO GRÁFICO

Para el concepto gráfico se utilizó como referente la palabra “Sueños” perteneciente al Concepto de Campaña, palabra alusiva en los siguientes elementos:

- Lugar compuesto por un fondo azul con nubes y piso blanco, representando una “Habitación de Sueños”.
- Persona joven con cabeza de bebé, representando la gran imaginación que tienen los niños y sus deseos de cumplir sus sueños.
- Objetos interactivos, alusivos al Programa Académico a promocionar.

La composición de estos elementos junto con el apoyo tipográfico y el manejo de los imatipos pretende generar innovación a nivel comunicacional y que el mensaje dirigido al grupo objetivo sea recepcionado de manera fácil y directa.

A continuación se presentan algunas piezas de prueba para la promoción de los Programas Académicos que brinda la Universidad de Nariño:

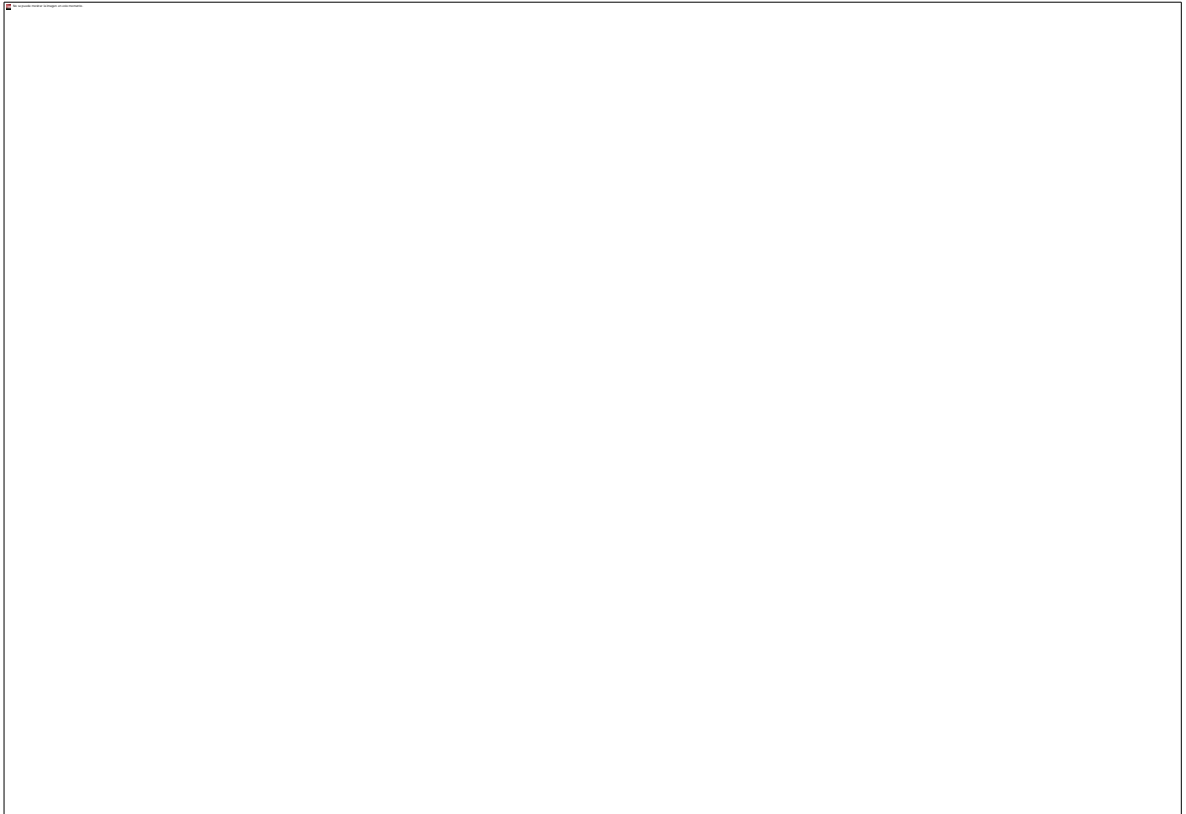
4.3.1.8 AFICHE PRINCIPAL

- Técnica: Collage Digital.
- Tipografía: Familia Helvética.
 - Condensed Black.
 - Condensed Medium.
 - Extended.

Fuente que le imprime a la composición Limpieza y Elegancia.

4.3.1.9 AFICHES PROGRAMAS

- Técnica: Collage Digital.
- Tipografía: Familia Helvética.
 - Condensed Black.



4.3.1.10 FOLLETO INFORMATIVO

Esta pieza editorial sería difundida de manera digital e impresa a los aspirantes.

Las dimensiones del folleto son de 21,59 cm x 13,57 cm y la distribución está determinada de la siguiente forma:

1. Portada con la imagen del afiche principal.
2. Misión y Visión de la Universidad de Nariño.
3. Afiche que identifica al Programa Académico.
4. Perfil Profesional del programa.
5. Perfil Ocupacional del programa.
6. Plan de Estudios y contacto del programa.
7. Contraportada con el escudo de la Universidad de Nariño acompañado del Imagotipo de la Oficina de Registro Académico y el contacto.

- Tipografía: las cajas de texto fueron distribuidas en dos columnas por página con un diseño bastante limpio, con el fin de presentar la información clara y completa de cada programa académico.

Fuente utilizada: Helvética Thin.

Fuente utilizada para títulos: Helvética Condensed Medium

- Imágenes: para la diagramación se ubicaron en la parte superior e inferior de cada página planos detalle de los afiches dependiendo del programa explicado.

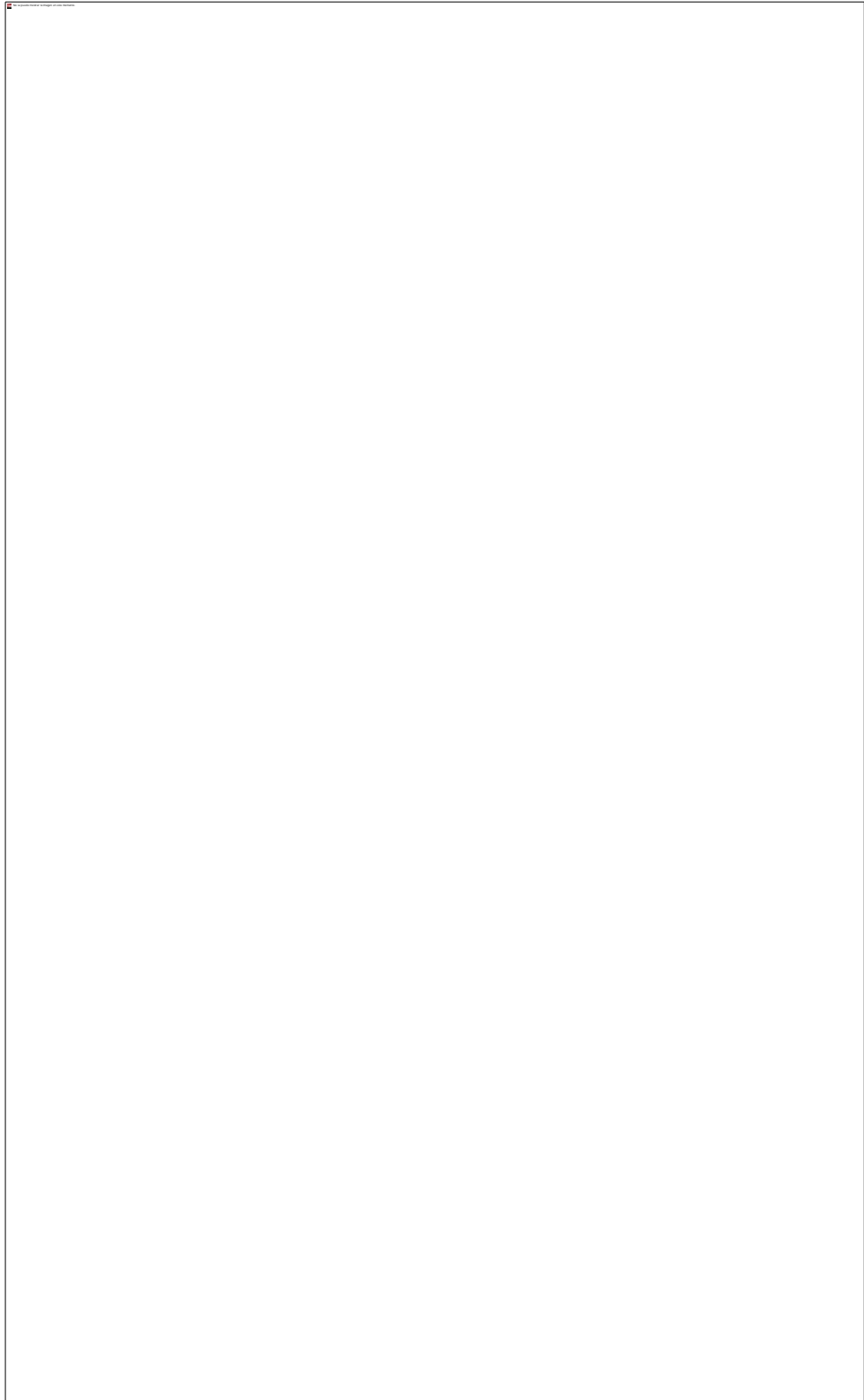
4.3.1.11 FLYER INFORMATIVO

La pieza editorial impresa cuya estructura está basada en la ingeniería de papel o papiroflexia. Esto con el objeto de darle un valor agregado innovador al elemento, ya que no solo va a ser una herramienta informativa sino que al mismo tiempo será entretenida, lúdica y de recordación para el grupo objetivo.

Las dimensiones del flyer son de 14 cm x 14 cm y la distribución está determinada de la siguiente forma:

1. Portada con la imagen del afiche principal.
2. Misión y Visión de la Universidad de Nariño.
3. Oferta Académica para el periodo determinado.
4. Contraportada con el escudo de la Universidad de Nariño acompañado del Imagotipo de la Oficina de Registro Académico y el contacto.

En las siguientes imágenes se muestra la funcionalidad de la pieza editorial:



CONCLUSIONES

Fue una gran oportunidad realizar mi proyecto de pasantía como modalidad de grado, para obtener el título de Diseñador Gráfico, en una de las dependencias más importantes de la Universidad de Nariño como lo es la Oficina de Registro Académico, permitiéndome desarrollar un trabajo profesional beneficioso tanto para OCARA como para la Universidad. Y que a su vez se fortaleció la idea de que el Diseño Gráfico va a ser siempre una herramienta de participación fundamental en los procesos de una Entidad.

Fue de vital importancia seguir una metodología de trabajo en la ejecución de los proyectos, ya que en algunos momentos se presentaron inconvenientes de carácter logístico y de tiempo, lo cual no fue impedimento para cumplir de la mejor manera los objetivos planteados desde un principio.

Es enriquecedor para mi trabajo haber estado inmerso en un ambiente interdisciplinario, ya que al estar en contacto con personas de diferentes profesiones y escuchar sus puntos de vista aportaron para mi crecimiento tanto a nivel personal como profesional. Al igual que esas personas comprendieron que el diseño siempre debe estar presente en el desarrollo de una empresa.

Por último es importante recomendar a la academia que debería hacer un análisis e implementar en sus planes de estudio alternativas de aprendizaje relacionado con las nuevas tecnologías ya que en muchas ocasiones el estudiante de forma empírica aprende a cerca de estos temas y que más allá en el campo laboral va a ser fundamental tener un completo manejo y conocimiento de estas herramientas.

BIBLIOGRAFÍA

Cubicle Ninjas. Ninjawards – Branding Trends 2014 [Web en línea]. December 16, 2013. Shannon Callarman is the Marketing Coordinator at Cubicle Ninjas. She's the tiny ninja behind the CN Twitter. [Consulta: 11-8- 2014]. Disponible en Internet: <http://cubicleninjas.com/ninjawards-2014-branding-trends/>

Carreño, David. Nuevas tendencias en diseño de Logotipos para el 2015 [Web en línea]. Septiembre 23, 2014. [Consulta: 11-8- 2014]. Disponible en Internet: <http://www.waarket.com/nuevas-tendencias-en-diseno-de-logotipos-para-el-2015/>

Hernández, Villegas, Zendi. Las 8 tendencias en logotipos que predominarán hasta el 2015 [Web en línea]. Mayo 22, 2014. [Consulta: 11-8- 2014]. Disponible en Internet: <http://www.brand-board.mx/noticia-23.html#sthash.d0rZiX2U.LS9aZpb8.dpbs>

Guía Digital Beta. ¿Qué es una Interfaz? [Web en línea]. Santiago de Chile [Consulta: 5-11-2014]. Disponible en Internet: <http://www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-una-interfaz>

Inteligencia. TENDENCIAS DE PROGRAMACIÓN Y USABILIDAD WEB EN ESTE 2014 [Web en línea]. Enero 28, 2014. © inteligencia 2012. [Consulta: 5-11-2014]. Disponible en Internet: <http://blog.inteligencia.com/2014/01/tendencias-de-programacion-y-usabilidad.html>

Dulin, Teresa. Las tendencias en Diseño Web para 2015 [Web en línea]. Agosto 21, 2014. [Consulta: 5-11-2014]. Disponible en Internet: <http://www.40defiebre.com/tendencias-diseno-web-2015/>

Guglieri, Claudio. Discover the 10 hottest trends in website design [Web en línea]. Octubre 23, 2012. [Consulta: 5-11-2014]. Disponible en Internet: <http://www.creativebloq.com/web-design/trends-website-design-10121055>

DESIGN IS EVERYWHERE. Tendencias de diseño web para 2014 [Web en línea]. [Consulta: 5-11-2014]. Disponible en Internet: <http://conceptinbox.com/es/blog/tendencias-diseno-web-2014/#>

<http://es.wix.com/>. [Consulta: 18-1-2015]

ENCUESTA

Encuesta – Diseño Identidad Visual Oficina de Registro Académico – OCARA de la Universidad de Nariño

Nombre:	
Edad:	
Programa:	
Fecha:	

1. Imagen externa

¿Cómo ha llegado a conocer a OCARA?

Internet	
Periódicos	
Publicidad	
A través de un persona	
Otro:	

¿Sabe a qué se dedica esta dependencia?

SI	
NO	

¿Cómo describiría el servicio de la Oficina de Registro Académico - OCARA?

Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	

Explique su respuesta

.....
.....
.....

¿Cómo reconoce más a esta dependencia?

Oficina de Registro Académico	
OCARA	

En general ¿cuántas veces asiste a la Oficina de Registro Académico - OCARA?

0-1 al mes	
1-2 al mes	
3-5 al mes	
Más	

2. El Logotipo

a. Si está familiarizado con el logotipo de la Oficina de Registro Académico - OCARA:

SI	
NO	

¿Cree que el logo es adecuado?

SI	
NO	

¿Le parece atractivo estéticamente y reconocible?

SI	
NO	

¿Le parece reflejar lo que es la Oficina de Registro Académico - OCARA?

SI	
NO	

Por favor, explique sus opiniones

.....
.....
.....

b. Si no conociese el logo de la Oficina de Registro Académico - OCARA

Al ver el logo ¿qué es lo que le viene a la cabeza? ¿Cuál es su primera reacción?

.....
.....
.....

¿Qué tipo de organización o empresa cree que es?

.....
.....
.....

¿Cree que la Oficina de Registro Académico – OCARA debe tener una nueva imagen que la represente ante la Universidad?

SI	
NO	

¿Cómo cree que debería ser la nueva imagen de la Oficina de Registro Académico – OCARA?

JUVENIL	
MODERNO	
SERIO	
SENCILLO	
OTRO	
.....	

Comentarios:.....