



Estimados /as padres, apoderados/as y estudiante:

Ante cualquier duda o consulta respecto a la asignatura de artes y/o tecnología el horario de atención es de 10.00 am a 11.50 am, puede comunicarse al siguiente correo: profesoranathaliesantander@gmail.com

Atentamente
Nathalie Santander M.
Profesora de Artes Plásticas

“Guía 2: Desarrollo e implementación de un Servicio”

1EM - Tecnología - Profesora Nathalie Santander M.

Nombre: _____

Objetivos

- Conocer las características generales del diseño gráfico y su rol en un servicio y/o empresa.
- Identificar necesidades que impliquen la creación de un servicio, utilizando recursos de comunicación, digitales u otros medios.

I.- Lea atentamente el texto informativo sobre el diseño gráfico y como contribuye en los servicios y la tecnología. Recuerde que puede subrayar o destacar la información más relevante de lo que vaya aprendiendo en el texto, para así, posterior a su lectura, resuelva claramente cada enunciado del desarrollo.

Diseño Gráfico

Es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales, destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. Por tanto, quizás su aspecto más esencial no es el de crear formas, sino el de crear comunicaciones.

A mediados de los años '70 adquiere una nueva dimensión y se proyecta con fuerza multidisciplinar, contribuyendo decisivamente al desarrollo y modernización de los mensajes visuales emitidos desde entonces por televisión, prensa, revistas, imágenes corporativas - o imagen de producto- y programas de señalización. Para ello, ha sido determinante la incorporación de técnicas de expresión gráfica como la fotografía, la pictografía, la señalética, el afiche, la fotocomposición y la infografía.

La profesión de diseñador gráfico se generó a partir de los sucesivos cambios en la tecnología de impresión, por lo tanto, es natural que desde los años '90 en adelante las nuevas formas de comunicación en la era digital, como Internet, les presenten nuevos desafíos profesionales.

Marca Visual, Logotipo, Isotipo e Isologotipo en la industria

MARCA

Es la **huella o rasgo o el grafismo y conjunto de signos que representan a una empresa u organismo** y que por lo tanto engloba otros términos que hemos mencionado y veremos más tarde. **El nombre de una compañía y los elementos visuales que la forman son su marca** y de ésta dependen su logo y todos los demás términos que veremos a continuación. Un logotipo no puede existir sin su marca previa y ella además es inmutable a los cambios. Podemos cambiar el logo, la identidad de una marca, pero no a la marca en sí misma.

Coca-cola o Sony son marcas y automáticamente les evocarán una imagen, un distintivo que las hace reconocibles a primera vista y además únicas. Las marcas pueden cambiar de logo o de color de identificación, pero nunca dejarán de ser Coca-cola o Sony.

Es muy importante recordar que la imagen empresarial se apoya en la mayoría de los casos de un “slogan” que debe ser: lo más directo posible y utilizando un lenguaje sencillo, para que sea fácil de recordar; debe ser un texto breve; y, Debe ser capaz de jerarquizar la información, es decir, organizarla por orden de importancia sintetizando las ideas.



destapa la felicidad

IMAGEN DE MARCA DE UNA EMPRESA O SERVICIO

LOGOTIPO

Nathalie Santander M. Profesora Artes Plásticas

En diseño se tiende a llamar logotipo a todo y es la forma por la que todo el mundo conoce a la representación de la marca.

Pero la RAE dice que logotipo “es el distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto”. Si

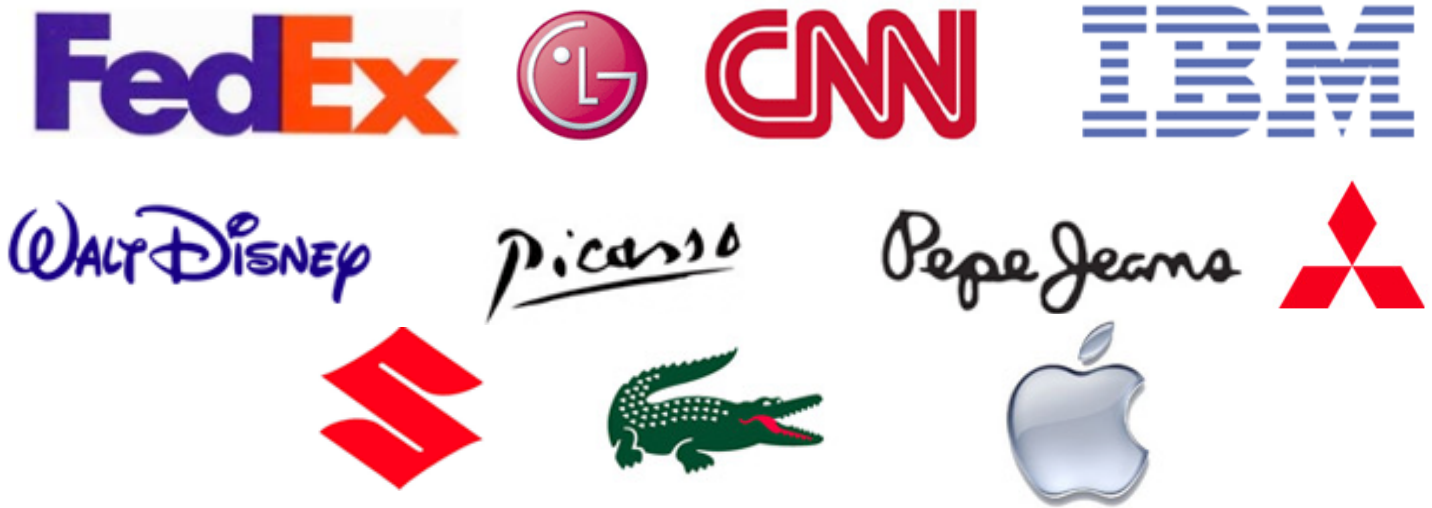
además atendemos otra vez al latín resulta que logos, es palabra; y typos, es señal, marca, entonces descubrimos que un **logotipo es la representación visual de una marca en base a una palabra o conjunto de palabras**. Sólo tipografías.



ISOTIPO

En griego apreciamos que iso, es igual; y typos (lo mismo que antes, para que nos encontramos con que el isotipo es la representación gráfica real de un símbolo que ejemplifique la marca sin mencionarla, es decir **una abstracción visual que representa a una empresa o institución** que represente su imagen. El isotipo será perfecto cuanto mejor exprese los valores y espíritu de la empresa o institución y tendrá éxito cuando su imagen sea tan reconocible como el nombre de la propia marca a la que representa.

Podemos distinguir una clasificación de seis elementos dentro de la familia de los isotipos, estos son: Monograma, anagrama, sigla, inicial, firma y pictograma.



ISOLOGOTIPO



Podría venir a significar **la unión de los dos anteriores**. Tanto el logo como el isotipo se funden y forman un icono más explicativo y descriptivo. En este punto, podríamos diferenciarlos en el sentido que uno contiene dentro del conjunto las tipografías de manera que forman un elemento indivisible (isologo) mientras que el otro es una representación separada de ambos elementos interactuando para conseguir el objetivo de hacer reconocible la marca (imagotipo).

Todos ellos, ahora sí, bien clasificados tienen un objetivo dentro de la identidad visual corporativa de una marca que quiere conseguir una imagen reconocible, mantener la pregnancia del mensaje en la mente del usuario y hacer que su retentiva no olvide ni el nombre ni los valores de una empresa, producto o institución.

II.- Desarrolle las siguientes actividades relacionadas con el análisis del entorno en que vivimos, las empresas, los servicios que estas proporcionan y su imagen empresarial. El texto anterior le ayudará para su propuesta personal en el transcurso de las actividades.

- Nombre 5 ejemplos de servicios en nuestro país.

- 1.-
- 2.-
- 3.-
- 4.-
- 5.-

-Identifique 3 necesidades de tu colegio que te pueda servir para desarrollar una idea de empresa de servicio.

- 1.-
- 2.-
- 3.-

-Elige una de esas necesidades y crea tu idea de negocio (empresa de servicio). Describe por qué te interesa esta necesidad en particular.

-Crea un nombre para tu empresa

-Desarrolla un logotipo para tu empresa.

-Idea un isotipo para tu empresa.

-Crea un slogan.

III.- Visita y explora la siguiente página web en donde puedes crear videos animados, desarrolla un video propagandístico para tu servicio y compártelo al correo docente:

<https://scratch.mit.edu/>