

Sistema Gráfico de Identidad Territorial Para
El Municipio de Soacha

Miguel Angel Santofimio Moreno

ID. 000111968

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Programa de Comunicación Gráfica

Agradecimientos

Todo el esfuerzo realizado para culminar este proyecto lo agradezco principalmente a Dios y a mis padres, quienes me apoyaron incondicionalmente hasta el final de este proceso. En segundo lugar a la Universidad Minuto de Dios que me dio la oportunidad de formarme como profesional.

Sistema Gráfico de Identidad Territorial para el Municipio de Soacha

Soacha es un municipio de Cundinamarca en constante cambio y evolución; ubicado al sur de la sabana de Bogotá su legado histórico, cultural y gráfico (entiéndase por éste último Arte Rupestre), hacen parte de un conjunto de atributos que constituyen la esencia de un carácter diferenciador, a lo cual llamamos identidad.

La Identidad de un territorio es única y surge de las propias raíces, la personalidad, los comportamientos, lenguas y costumbres, tradiciones históricas, manifestaciones culturales y urbanas, por medio de las cuales sus habitantes se sienten identificados y por ende expresan un sentido de pertenencia.

Sumando lo anterior, el progreso del municipio tanto urbano, poblacional, económico y cultural, ha dado paso a un factor determinante del desarrollo de la Identidad del Territorio, un factor que afecta de manera negativa el imaginario colectivo de la identidad gráfica del municipio distorsionándolo y estableciendo supuestos de como es el municipio. La interacción y conurbación con la ciudad de Bogotá, permite por un lado el crecimiento, visto desde la industria, territorio, la economía y población; pero en la otra cara, los atributos nombrados al inicio de esta intervención han perdido su capacidad de proyectar y difundir una imagen coherente con la esencia del municipio, con un resultado disperso y difuso, resultado de la dependencia del municipio con la ciudad de Bogotá.

Es para eso, que a continuación podrá conocer una proyección del uso de la comunicación gráfica por medio de un sistema de identidad territorial basado en la aplicación de la Marca como herramienta de posicionamiento de la imagen para el Municipio de Soacha, lo que permitirá potenciar la identidad que se tiene y proyectar un impacto positivo en el imaginario de la población.

La perfecta armonía entre historia, cultura, población, sabor, color, texturas, formas, tecnologías, darán como resultado una imagen compacta, ordenada y coherente al territorio, que

transmita aquellos atributos que una vez hicieron parte de Soacha. El cambio debe ser reconocido, y es por medio de esta marca, que se quiere mostrar a la población el buen momento por el que está pasando Soacha, ya sea desde la reforma de la maya vial, la llegada del sistema masivo de transporte, la ampliación de centros comerciales, la arquitectura y vivienda, la economía, y la capacidad de competir y posicionarse frente a otros territorios como un municipio que tiene y ofrece oportunidad, sostenibilidad y calidad de vida, con una nueva actitud y por supuesto una nueva imagen.

Tema de Investigación

Sistema gráfico de identidad territorial para el municipio de Soacha: la identidad territorial como herramienta para el posicionamiento del municipio de Soacha, busca brindarle al mismo, sus habitantes y visitantes la oportunidad de sentirse identificados con un territorio lleno de oportunidades, servicios y calidad humana.

La metodología para el desarrollo del sistema de identidad gráfica comprendió la intervención de un centro de cultura e historia, en constante evolución, en la comuna dos del municipio (Soacha centro). Territorio afectado por la rápida transformación demográfica y social, en cuyo centro se reúne el mayor número de visitantes y una cantidad significativa de habitantes.

Bajo este criterio, la manera como se expresa visualmente la ya mencionada intervención, parte de unos valores gráficos que comprenden formas, textos, tipografías y colores, sumando estudios de opinión que se relacionan con características del territorio, la cultura, tradición y población del municipio.

Durante la investigación y desarrollo de este proyecto, se realizó un sondeo a un grupo de personas habitantes y visitantes del municipio de Soacha, quienes expresaron el desconocimiento y significado de la identidad gráfica del municipio, con lo que se refiere a los elementos representativos del municipio como la bandera y el escudo. Manifestando también, que hace falta un elemento gráfico que posicione a Soacha frente a otro territorio, que para efecto de este

proyecto es Bogotá, y más aún que lo aparte de la idea que se está generando debido a la conurbación con la ciudad de Bogotá como se menciona anteriormente.

Contexto

Soacha es un municipio de Cundinamarca (Colombia), ubicado en el área central del país, sobre la cordillera oriental, al sur de la sabana de Bogotá. Es uno de los municipios con mayor población del país, de acuerdo con <http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/indicadores.shtml> sitio oficial de Soacha en Cundinamarca(2014), y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE en su BOLETÍN Censo General 2005 Perfil SOACHA CUNDINAMARCA https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/25754T7T000.PDF y ESTIMACIONES DE POBLACIÓN 1985 - 2005 Y PROYECCIONES DE POBLACIÓN 2005 - 2020 TOTAL MUNICIPAL POR ÁREA, el municipio cuenta con 494216 habitantes de Cabecera y 5.881 en zona rural, para un total de 500.097 en el año 2014 habitantes.

Dentro de sus límites se encuentran los municipios de Bojacá y Mosquera al norte, al occidente con los municipios de Granada y San Antonio del Tequendama, al oriente con Bogotá Distrito Capital y al sur con los municipios de Pasca y Sibaté.

Soacha es centro de comercio y la entrada sur a la ciudad de Bogotá, es uno de los municipios más industrializados a nivel nacional, cuenta con un importante corredor vial, con una extensión rural de 165.45 Km² y un área urbana de 19 Km² para un total de 184.45 Km² en donde se encuentran grandes compañías como Alfa, Espumados, Conalvidrios, grandes cadenas de almacenes como Surtimax, Jumbo, entidades bancarias, cooperativas de transporte y demás, instituciones de salud, educación y proyectos de vivienda de interés social; que fortalecen las actividades económicas del municipio mediante estrategias de capacitación dirigidas hacia el desarrollo económico del municipio, la generación de valor agregado, la calidad, producción y competitividad.

El municipio de Soacha cuenta con una representación simbólica que es su escudo y la bandera, que son elementos gráficos de identidad que hacen parte de cualquier territorio, además el espacio geográfico, hablando principalmente de la zona de Soacha centro se ve rodeada por una arquitectura típica de un municipio, con construcciones de bareque y tejas de barro, el parque principal del municipio y su emblemática iglesia la Parroquia de San Bernardino, que enriquecen el paisaje municipal; sumando también, un valioso patrimonio gráfico representado en el arte rupestre en diferentes partes del territorio, siendo algunos de estos, el Parque ecológico La Poma, de acuerdo con la Corporación Ambiental Empresarial – CAEM, Filial Cámara de Comercio de Bogotá (2014); Sitio oficial de Soacha en Cundinamarca, Colombia (2012) el parque es un proyecto de recuperación de la biodiversidad ambiental del municipio y el país, y cuenta con más de 155 rocas que representan la historia vivida en la región del Tequendama a más de doce mil años de antigüedad. Los abrigos rocosos del Tequendama, las ruinas del monasterio del Tuso, el Salto del Tequendama, son algunos de los lugares que hacen parte de la identidad gráfica y la imagen del municipio.

Problema de Investigación

Sin embargo, es evidente que el municipio no cuenta con una imagen que evidencie la percepción del entorno urbano en el marco de identidad territorial, en el cual se desarrollan la gente y sus costumbres. Esto quiere decir que la mezcla de territorios que se presenta entre el municipio de Soacha con el área metropolitana de Bogotá en los últimos años; el cual consiste en la unión de varias urbes o ciudades por su crecimiento, tanto para el espacio geográfico, la estructura urbana y la población, teniendo en cuenta que Soacha es el único municipio cuyo casco urbano se integra totalmente al casco urbano de Bogotá, con las localidades de Bosa y Ciudad Bolívar, de ahí que el sentido de pertenencia de los habitantes del municipio y la identidad gráfica del mismo se ha deteriorado a tal punto que la identificación del territorio pierde su valor histórico y cultural por el cual se ha caracterizado el municipio mediante los vestigios de arte rupestre y toda la riqueza gráfica nombrada anteriormente, contemplando factores como la contaminación visual que se presenta a lo largo del territorio.

La necesidad de desarrollar y crear una marca que represente la identidad territorial para el municipio de Soacha se evidencia en la opinión pública del municipio, la cual expresa que la identificación del mismo es escasa, y como se menciona anteriormente su transformación social ha permitido la mezcla de culturas de otras regiones, lo que repercute en la búsqueda de una sola identidad, dicho de otra manera, nuestro patrimonio es nuestra identidad y es la razón de este proyecto, rescatar y preservar los valores gráficos del municipio para establecer la Marca de Soacha, que integre todos los servicios y alternativas que ofrece el municipio como el turismo, comercio, recreación, salud, cultura, educación, transporte, seguridad y bienestar, bajo unos lineamientos de identidad gráfica establecidos mediante la investigación.

Todo esto para poder generar el reconocimiento y el sentido de pertenencia social, cultural e histórica por parte de los habitantes del lugar, facilitando así el desarrollo del municipio, es cuando se hace pertinente la intervención y la implementación de un sistema de Comunicación gráfica.

Pregunta de Investigación

El municipio de Soacha ha venido experimentando en los últimos años, y a través de las diferentes alcaldías, una transformación urbanística y social, como se manifiesta en Periodismo Publico “Concluyen cuatro años del gobierno de José Ernesto Martínez, un alcalde que a pesar de circunstancias adversas logró terminar su periodo y entregar obras que repercutirán en la transformación del municipio de Soacha. Los megacolegios, el Comando de Policía, el Tecno-Parque del Sena y la construcción de la troncal de Transmilenio son, entre otros, algunos de sus logros” Periodismo Público.com. (2011). Con grandes transformaciones para Soacha concluye la era del alcalde Martínez. Recuperado de <http://www.periodismopublico.com/Con-grandes-transformaciones-para> , que lo ha convertido en un territorio estratégico, multicultural con una gran capacidad económica, empresarial, social, turística y llena de oportunidad. Sin embargo, su imagen se ve interrumpida por una inapropiada promoción de la identidad gráfica, esto debido a la conurbación con la ciudad de Bogotá.

Aunque estos hechos positivos deben ser vistos con una nueva actitud y una nueva identidad, y es justamente eso, lo que ayudará a construir un nuevo imaginario de la realidad que estamos afrontando.

A partir de esta nueva visión:

“¿Cómo podemos adoptar la Comunicación Gráfica para generar un sistema de representación e identidad territorial que fortalezca la imagen del municipio de Soacha?”

Objetivo general

Establecer valores gráficos de identidad para el desarrollo y creación de la Marca Soacha contemplado en una Marca territorio, cuya estrategia promueva el desarrollo de la identidad del municipio.

Objetivos específicos

Definir un estilo grafico para el desarrollo de la Marca Soacha

Definir y diseñar las normas graficas de la Marca Soacha

Rediseñar el imaginario colectivo del municipio en el país desde temas como turismo, economía, crecimiento social y territorial

Realizar una estrategia de comunicación para la Marca Soacha.

Justificación

Soacha es un municipio en constante desarrollo gracias a su estratégica ubicación y cercanía a Bogotá, permite la industrialización y el progreso en la calidad de vida. Y es este el momento para comunicar a la población, el buen momento por el que está pasando el municipio, de acuerdo con Claudia Hoyos, gerente general de Marca País (2013) mediante una estrategia de diseño e implementación de la marca territorio como elemento de progreso para un territorio que pretende trascender y ser pionero en el desarrollo social. Dicha herramienta permitirá posicionar un municipio con sus características y cualidades por medio de un sistema gráfico que fomente la unidad del territorio y por consiguiente sus ámbitos cultural, social, turístico, industrial entre otros.

Ciertamente, lo que es más importante, es la creación de un sistema gráfico de identidad que represente todo el concepto de lo que es Soacha como municipio y parte integral de desarrollo del país, el proyecto de investigación en torno a ésta necesidad busca la manera de validar la forma y recursos adecuados para que el diseño genere una identidad y prestigio en la población, y esta a su vez, pueda conocer los servicios que el municipio ofrece de una manera más cómoda y directa.

El proyecto determina los elementos gráficos y herramientas necesarias fijando un solo concepto (“representación gráfica de identidad pública y de servicios”) para poder desarrollar un producto gráfico que se pueda distinguir y reconocer; de tal forma que la población Soachuna se sienta identificada y orgullosa de su municipio, de su cultura, de su historia, y de sus entidades.

Esta investigación se realiza con el fin de aportar un conocimiento y también un producto para toda la comunidad del municipio, para que pueda mostrarse y posicionarse, por medio de las herramientas y recursos adecuados para que se avive el interés en nuestro municipio. Más aún, la investigación recae en el compendio de conocimientos y la búsqueda de información y herramientas para el desarrollo de dicho sistema (color, forma, tipografía, marca, logo, imaginario colectivo), debe permitir que esta unidad gráfica represente a cabalidad al municipio de Soacha y a su comunidad.

Capítulo II

Referencia teórica

Iconografía

De acuerdo con el objetivo del proyecto, que es Diseñar la nueva imagen para Soacha, el proyecto contempla la iconografía definida por el DRAE. “Como la descripción de imágenes, retratos, cuadros, estatuas o monumentos”. Como una estrategia para analizar y describir la imagen propuesta en la investigación, mediante la interpretación de objetos, materiales, paisajes, espacios y el contexto de elementos espaciales y temporales en su entorno como lo menciona Cardona, REVISTA ÍBER. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia, Artículo de ÍBER. La iconografía en la didáctica de las ciencias sociales. (2011). Para garantizar de esta manera el desarrollo y elaboración de una marca que represente los valores y virtudes de la identidad del municipio de Soacha.

Flat Design

Como lo menciona Trigueros. MLGDISEÑO COMUNICACIÓN WEB. <http://mlgdiseno.es/flat-design-la-tendencia-web-en-este-2013/> (2013). “Flat Design es sencillamente diseño plano”. Lo que quiere decir el autor, es que el Flat Design es una tendencia de diseño minimalista que se caracteriza por la eliminación de sombras, gradientes, texturas y cualquier otro recurso del diseño que genere una sensación tridimensional.

Por mencionar un ejemplo de esta tendencia gráfica, basta con mirar el nuevo diseño de la Interfaz de Windows 8, donde se muestra claramente la ausencia de efectos de profundidad, gradientes, efectos tridimensionales, sombras y texturas. Esta propuesta se caracteriza por la sencillez de sus iconos planos y sus grandes cajas de colores.

Lo que verdaderamente importa, es que la propuesta gráfica planteada por el Sistema Gráfico para el Municipio de Soacha se sustenta en esta tendencia de diseño ya que posee imágenes simples que transmiten los mensajes con mayor fluidez, sin generar distracciones y que

todo público puede entender, colores sólidos y tipografías sans serif coherentes y funcionales.

Según Turner, <http://thenextweb.com/dd/2014/03/19/history-flat-design-efficiency-minimalism-made-digital-world-flat/> (2014). El flat Design no tiene un origen definido, pero se puede determinar algunas tendencias que pudieron ser inspiración en dicho estilo. El Swiss style o estilo suizo tipográfico internacional que domino los años 1940 y 1950 se especializo en el uso de tipografías Sans Serif en el contenido y el diseño limpio. Otra teoría dice que en el modernismo, el Flat Design proviene del minimalismo, en donde las figuras geométricas, pocos elementos, colores brillantes i líneas limpias predominan en este estilo de diseño.

La identidad territorial

No existe una definición del concepto de identidad territorial ampliamente aceptado. Desde el punto de vista de su importancia como activo para el desarrollo, se puede considerar la identidad como el conjunto de elementos (materiales e inmateriales) existentes en el mismo y susceptibles de diferenciarlo o de actuar como fuerza de cohesión del mismo.

Tradicionalmente se asocia a aspectos culturales y ambientales, es por eso que su concepción para el desarrollo de la imagen del municipio de Soacha se relaciona con la identidad de su población hacia su territorio natural lleno de propiedades, de características, recursos y valores que hacen del municipio un lugar propicio para la convivencia.

Así, para hablar de identidad del territorio con propiedad se hace necesario considerar una amplia variedad de tipos de identidad caracterizándolos y valorando sus repercusiones en los procesos de desarrollo. De acuerdo con Canclini (2005). Como aproximación a una caracterización de la identidad se pueden considerar en un extremo aquellos casos de fuerte “identidad natural o espontánea” frente al extremo opuesto, en el que se situarían aquellos territorios con una “identidad adquirida o inducida” por la voluntad de la población o por la presión de condicionantes externos de tipo institucional o administrativo.

En general puede decirse que cuanto mayor sea el sentido de pertenencia por el territorio mayor será su estabilidad y el acento de su representación gráfica. Los casos de espacios (normalmente municipios) que pertenecen a diferentes territorios funcionales para diferentes objetivos administrativos o técnicos son la contrastación empírica de este problema de inestabilidad en la delimitación del ámbito, por eso el desarrollo de este logo símbolo afianzará este concepto para que el territorio actúe como factor estratégico de desarrollo en las zonas rurales. Esta identidad podrá evocar a la cultura existente en el municipio, la cultura indígena Muisca que dejó un legado de arte rupestre que se puede observar por ejemplo en el parque La Poma de Soacha que puede ser un recurso valioso para la imagen del municipio y reconocimiento del patrimonio histórico del territorio, y en efecto para el proyecto un material de apoyo y recurso gráfico para el desarrollo de la propuesta.

Identidad cultural

La identidad cultural según Gilberto Giménez, LA CULTURA COMO IDENTIDAD Y LA IDENTIDAD COMO CULTURA, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, (2012), es el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia. No obstante, las culturas no son homogéneas; dentro de ellas se encuentran grupos o subculturas que hacen parte de la diversidad al interior de las mismas en respuesta a los intereses, códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos dentro de la cultura dominante. Esta cultura dominante es la que deberá establecer el concepto y será la determinante en pro de la creación de una imagen para Soacha ya que sus características son esenciales para que esta sea funcional.

Referente histórico

El arte rupestre

Se conoce como arte rupestre a los rastros de actividad humana o imágenes que han sido grabadas o pintadas sobre superficies rocosas.

En su paso por el mundo, el hombre ha dejado plasmadas en cuevas, piedras y paredes rocosas, innumerables representaciones de animales, plantas u objetos; escenas de la vida cotidiana, signos y figuraciones geométricas, etc., obras consideradas entre las más antiguas manifestaciones de su destreza y pensamiento. Antes del desarrollo de la escritura, las sociedades humanas posiblemente registraban ya, mediante la pintura y el grabado en piedras, una gran parte de sus vivencias, pensamientos y creencias.

Martínez D. y Botiva A. (2004). Rupestre web. Bogotá. Gobernación de Cundinamarca-ICANH. Adaptación del texto Manual de arte rupestre Cundinamarca. Recuperado de: <http://www.rupestreweb.info/introduccion.html>

Estos grafismos realizados sobre las rocas mediante pigmentos naturales, son llamados pinturas rupestres, y se caracterizan por utilizar sustancias minerales como el hierro, el carbón y arcillas, además sustancias animales como la sangre, grasas y colorantes vegetales; diversas mezclas de las que se obtuvieron diversos matices que van desde el negro hasta el blanco, pasando por una amplia gama de rojos, naranjas y amarillos.

Estos pigmentos se aplicaron con los dedos o con algún instrumento a manera de pincel. En muchos sitios rupestres es posible reconocer la impronta de los dedos o de la mano completa, lo que sugiere una aplicación directa del pigmento; pero también se advierten trazos muy finos o, por el contrario, áreas muy grandes, que debieron ser realizadas con algún instrumento. También existe un tipo especial de pintura que se denomina negativa y que se realizó soplando desde la boca el pigmento pulverizado sobre un objeto (por ejemplo, la mano), dando como resultado una imagen de su contorno.

Martínez D. y Botiva A. (2004). Rupestre web. Bogotá. Gobernación de Cundinamarca-ICANH. Adaptación del texto Manual de arte rupestre Cundinamarca. Recuperado de: <http://www.rupestreweb.info/introduccion.html>



En esta pictografía pudieron utilizarse combinadamente las técnicas dactilares, con instrumento e impronta (La Poma, Soacha, Colombia).

En el parque La Poma, en Soacha, y en otros sitios rupestres de Colombia, se han identificado impresiones en rojo de pequeñas manos, que por su tamaño parecen corresponder a las de niños. Esto evidencia que en la elaboración de estas pinturas participaban diversos miembros de la comunidad y que posiblemente el hecho de pintar o grabar era una actividad muy común o generalizada y que tenía diversos propósitos.



Parque La Poma (Cundinamarca, Colombia).
Piedra de La cuadrícula.
Impronta de mano de aprox. 14 cm de alto.
Esta huella parece corresponder a un infante de 10 a
12años de edad.
<http://www.rupestreweb.info/introduccion.html>

Arte rupestre en Colombia. Folleto Exposición Arte Rupestre en Colombia. Banco de la República

En el municipio de Soacha, se encuentran distribuidas en diversos conjuntos numerosas rocas con pinturas en rojo. Estas poseen características técnicas y gráficas similares. El Parque Ecológico La Poma, cerca de la carretera que conduce de Soacha a Silvania, conserva en buen estado una representativa muestra de estas manifestaciones (más de 15 murales), y aunque se trata de un proyecto aún en gestación, es un buen ejemplo del manejo que se le debe dar a los sitios rupestres, que en esta zona están en peligro debido al crecimiento del perímetro urbano. El territorio muisca es un escenario de aprendizaje, una escuela donde se puede contemplar y descubrir los lenguajes, el arte, la tradición y la identidad de un territorio, lamentablemente se ha olvidado, y la gente no sabe, ni reconoce la riqueza cultural e histórica que representan estos territorios.

De acuerdo con lo mencionado, el arte rupestre presente en el territorio representa una fuente valiosa de información cultural, para el desarrollo de la identidad gráfica para el municipio, no solo por importancia como patrimonio, sino por la riqueza gráfica vista desde los conceptos de color, forma, textura, diseño, comunicación e identidad, que son necesarios para generar la Marca de Soacha.

El arte rupestre es un patrimonio arqueológico del municipio ancestral, un patrimonio de la nación que está siendo acabado y olvidado paradójicamente, por aquellos que no conocen el valor tradicional de la expresión gráfica de la que es participe el territorio de Soacha. Las rocas con arte rupestre que hay en el municipio de Soacha pertenecen al patrimonio arqueológico de la nación, lamentablemente, no se ha hecho el debido proceso de protección, y se ha pasado por alto las leyes que resguardan los sitios arqueológicos por encima de la explotación minera y el desarrollo urbano. Parte de la comunidad, en su mayoría académica, ha realizado una serie de denuncias para tratar de salvaguardar los elementos, (llámese arte rupestre) que hacen parte de la identidad del territorio, pero otra parte de la comunidad no conoce la problemática de la destrucción del arte rupestre, de la cual se puede decir que: El arte rupestre que se localiza en el municipio de Soacha se encuentra amenazados por factores como el plan de ordenamiento territorial, que en teoría los debería incluir como zonas de preservación ambiental, pero en la realidad, son catalogadas como zonas de desarrollo urbano legal e ilegal, y las piedras son expuestas a la destrucción para ser utilizadas en materia de construcción, sumándole también, que los territorios donde se encuentra dicho patrimonio han sido entregados bajo títulos de explotación minera, y aunque de alguna manera Ingeominas, tiene la autoridad para entregar los títulos de explotación, la ley general de cultura obliga a que no se otorguen esos títulos donde hay patrimonio arqueológico.

Miércoles 9 de diciembre de 2009. Periodismo público.com Entrevista Coordinador de Patrimonio Soacha, Juan Carlos Rodríguez, Coordinador de patrimonio de la Dirección de Cultura de la Secretaría de Educación de Soacha. Recuperado y reescrito de: “Serias amenazas al arte rupestre de Soacha, <http://www.periodismopublico.com/Serias-amenazas-al-arte-rupestre>

Referente conceptual

La marca

La marca es la representación gráfica de la esencia del territorio de Soacha y la síntesis visual de su identidad, puede ser representada gráficamente de diversas formas como el logotipo, como símbolo y como la conjunción de ambos “logo símbolo”.

Esta debe transmitir los valores culturales y ha de asociarse con la personalidad del territorio por analogía, alegoría o lógica.

La marca Soacha, entendida desde la comunicación gráfica como un elemento simbólico, de acuerdo con Reinares, P. y Fernández, S. (2001) Gestión de la comunicación comercial – la identidad visual. Una imagen vale más que mil palabras. Debe cumplir con una serie de requisitos:

Asociación positiva: se debe relacionar con valores o atributos positivos entendidos por el público.

Fácil identificación: la cantidad de signos e imágenes que una persona interpreta y memoriza hoy día, es demasiada, por ello, hay que buscar formas sencillas, fáciles de entender, interpretar y recordar.

Adecuado nivel de abstracción: no es necesario mostrar lo evidente, simplemente sugerir a las personas y así conseguir la mejor manera de comunicar.

Capacidad de reducción: la marca Soacha debe ser funcional en cualquier campo que se le presente, ya sea desde una tarjeta de visita o un soporte digital, la marca Soacha debe brillar por sí sola.

Conservar sus atributos: la marca Soacha no debe desvirtuar su significado, aun siendo que se eliminen los colores con los que fue pensada. (Ver manual de imagen, manejo de colores).

Conservar sus elementos y significado aun en negativo: jugar con la marca Soacha de blanco al negro y viceversa, no debe representar ninguna variación en su interpretación

Reconocerse incluso desenfocada: es ideal que la marca Soacha se reconozca y se compruebe ese estado gráfico, sobre todo si se va a usar la marca en soportes móviles.

Peso: en términos generales, un signo visual eficaz debe ser compacto, poseer un cierto peso y un cierto contraste, que lo haga diferente de la competencia

Teoría de la forma

De acuerdo con Pereiro. La evolución es Creatividad, las leyes de la Gestalt y como ver más allá de la ilusión p.45 (2007) En la actualidad hay estudios que se relacionan con los procesos de comunicación y en donde interviene una serie de herramientas para cumplir con este objetivo; herramientas gráficas por ejemplo, capaces de contener un mensaje corto pero complejo que determine acciones y cambios en una sociedad, mensajes que se presentan en una forma simple pero que poseen toda una serie de teorías y leyes para que sean funcionales en el contexto donde se emplean.

La forma, por ejemplo, que posea este elemento es determinante para que sea percibido de la forma correcta, como lo expone (la psicología de Gestalt, Alemania s. xx) o teoría de la forma que dice: “La mente configura, a través de ciertas leyes, los elementos que llegan a ella a través de los canales sensoriales” lo que se puede ilustrar con el axioma “el todo es más que la suma de sus partes”. La forma no es única, son mil, es un instrumento para pensar, estas cobran valor dependiendo de su contexto y trascendencia. La forma es la principal herramienta para entender el mundo, esta se adapta al tiempo y al espacio es por eso que esta psicología propone una serie de leyes que exponen la forma en que es percibida una imagen por la población; por ejemplo el principio de cierre, en donde nuestra mente añade elementos faltantes para completar una figura, el principio de semejanza permite que la mente agrupe elementos similares en una entidad, la simetría donde las imágenes son percibidas como iguales y como un solo elemento, la continuidad permite crear un patrón de agrupamiento como parte de un modelo, la dirección común implica que estos elementos agrupados se perciban como una figura, la simplicidad organiza rasgos simples y regulares con una tendencia a la forma buena. Se debe tener en cuenta también una relación entre la figura y el fondo para afianzar el campo perceptual hacia la imagen.

Si se quisiera usar por ejemplo una pintura rupestre (es todo dibujo o boceto prehistórico existente en algunas rocas y cavernas.) Como representación para el municipio de Soacha, sería esta una representación la cual tendría que asociarse a elementos comunes de la población Soachuna, teniendo en cuenta la forma, el tamaño, la posición y el color, siendo este último un factor determinante para el funcionamiento de la imagen; pero ¿cuál es la mejor forma?; la mejor forma es la que responde a su función, una función que tiene que ver con lo cultural, y lo histórico para este caso.

La forma tiene que ver con la función como factor para perseverar o seguir vivo. En el diseño la función tiene que ver con satisfacer de la mejor manera posible una prestación dada, agrupando características como la estética y un acondicionamiento de valor que otorga por factores como el color.

Características de la "Buena forma"

Según Pereiro. (2007). La "Buena forma" en términos de psicología de la percepción, es entendida como aquella cualidad de un determinado estímulo visual que hace que nuestra percepción se centre en un objeto, segregándolo del entorno con facilidad. Se produce entonces una correcta visualización del mismo.

Existen una serie de factores que condicionan la percepción de una determinada forma con tales características:

- Cercanía: siendo los demás factores iguales (forma, tamaño, color, etc.) cuando más cerca están los objetos unos de otros en el campo visual, tanto más probablemente se organizarán, hasta formar percepciones singulares, unificadas. Sin embargo no se trata de simple cercanía, sino de una cercanía de procesos semejantes.

- Semejanza: cuanto mayor es la semejanza entre los objetos de un campo visual, tanto más probablemente se organizarán en percepciones singulares unificadas.

- Continuidad: Cuanto más situados están los elementos del campo visual en puntos que correspondan a una serie continua, regular, es decir, funcionando como partes de contornos conocidos, tanto más probablemente se organizarán en percepciones singulares unificadas.

- Cierre: Cuantos más sean los elementos del campo visual que forman todos continuos, tanto más fácilmente se organizarán en percepciones singulares y únicas.

- Contraste: Siendo iguales los demás factores, cuanto mayor sea el contraste entre los elementos de figura y los elementos de fondo (sean estos en brillantez, color o forma) tanto más fácilmente se formarán figuras.

- Significado: cuanta más significancia tengan los elementos del campo visual, tanto más se formarán figuras singulares y únicas. El significado es, en la mayoría de los casos, determinante en la formación de figuras.

Teoría del color.

De acuerdo con Ocampo, Apolo y la Máscara. La estética occidental frente a las prácticas artísticas de otras culturas. (1985), la teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado y una armonía combinando colores de luz o pigmento, estas reglas son fundamentales para detectar y procesar la información del color, como por ejemplo:

Tonalidad: Se refiere al estado puro del color

Valor: hace referencia a percepción presente de la luz en un color, cuanto mayor es el tono, mayor es la cantidad de luz en un color, es decir, más color blanco posee y viceversa hacia el negro

Saturación: Se refiere a la cantidad del color o a la "pureza" de éste. Va de un color "claro" a un color más vivo (azul cielo – azul oscuro)

Esta información debe ser utilizada de la mejor manera para que los colores no compitan entre sí y produzcan una saturación ya que el color puede afectar la psicología y hasta el estado de ánimo de las personas. Este es una de las más valiosas herramientas para que el diseño transmita las mismas sensaciones que el diseñador experimenta cuando usa de la forma adecuada el color conociendo su naturaleza y efectos, lo que expresa, su manejo en la luz y la sombra.

El color como cualquier otra técnica, tiene también la suya, y está sometido a ciertas leyes, que considerándolas se puede dominar la armonización, conocer los medios útiles que sirven para evitar la monotonía en una combinación cromática, estimular la facultad del gusto selectivo y afirmar la sensibilidad.

Para la elaboración de la marca Soacha, no solo requiere color para ser funcional, la elección de este, está basada en factores estéticos, psíquicos, culturales, sociales y económicos.

El nivel intelectual, el gusto de la comunidad, la localización y el clima también influyen en la lección del esquema y así mismo la finalidad o propósito de cada pieza. Pero entre estos factores del color el más importante es el psicológico.

Los colores del interior deben ser específicamente psicológicos, reposados o estimulantes porque el color influye sobre el espíritu y el cuerpo, sobre el carácter y el ánimo e incluso sobre los actos de nuestra vida; el cambio de un esquema de color afecta simultáneamente a nuestro temperamento y en consecuencia a nuestro comportamiento.

El color es luz, belleza, armonía y delicia de la vida, pero es sobre todo equilibrio Psíquico, confort y educación. No solo la apariencia de un color depende grandemente de su contexto en el espacio y en el tiempo, sería también necesario saber a qué tinte preciso se hace referencia, a qué valor de claridad y a qué grado de saturación.

En la psicología de los colores están basadas ciertas relaciones de estos con las formas geométricas y símbolos y también la representación heráldica. Los colores cálidos se consideran como estimulantes, alegres y hasta excitantes y los fríos como tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes. Aunque estas determinaciones son puramente subjetivas y debidas a la interpretación personal, todas las investigaciones han demostrado que son corrientes en la mayoría de los individuos, y están determinadas por reacciones inconsistentes de estos, y también por diversas asociaciones que tienen relación con la naturaleza.

El amarillo por ejemplo es el color que se relaciona con el sol y significa luz, alegría y estímulo.

El rojo esta relacionado con el fuego y sugiere calor y excitación.

El azul, color del cielo y el agua, es serenidad, infinito y frialdad.

Color Blanco: Es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz. Es la suma o síntesis de todos los colores, y el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia, significa paz o rendición. Mezclado con cualquier color reduce su croma y cambia sus potencias psíquicas, la del blanco es siempre positiva y afirmativa. Los cuerpos blancos nos dan la idea de pureza y modestia. El blanco crea una impresión luminosa de vacío, positivo infinito.

El color Negro, Símbolo del error, del mal, el misterio y en ocasiones simbólica algo impuro y maligno. Es la muerte, es la ausencia del color. También transmite nobleza y elegancia.

Color gris Es el centro de todo ya que se encuentra entre la transición entre el blanco y el negro, y el producto de la mezcla de ambos. Simboliza neutralidad, indecisión y ausencia de energía. Muchas veces también expresa tristeza, duda y melancolía. El color gris es una fusión de alegrías y penas, del bien y del mal. Da la impresión de frialdad metálica, pero también sensación de brillantez, lujo y elegancia.

El color y la forma cumplen las dos funciones más características del acto visual, transmiten expresión y nos permiten obtener información mediante el reconocimiento de objetos y acontecimientos, cada color como ya lo dije tiene un significado y expresa algo, pero este conocimiento puede variar de lugar y la cultura, al igual que otros elementos (la forma), puede asociarse a un concepto diferente en cada lugar, es por eso que la función de estos elementos

gráficos no es simplemente adornar, sino atraer, representar la realidad y proporcionar más información que la escrita o hacerla más evidente.

Retomando la teoría de Gestalt vinculada a las leyes del diseño, se establece también una jerarquía en el uso de los colores: primarios, secundarios, terciarios y cuaternarios, también una gama del negro y el blanco llamados colores neutros, esa forma de aplicación cromática podrá darle movimiento y ejercer una atracción hacia el diseño.

De tal manera y de acuerdo a la información anterior y la identidad que se desea alcanzar, los colores que predominan para el sistema gráfico de identidad territorial para Soacha son el Rojo, presente en el escudo y la bandera del municipio, amarillo, azul y blanco; todos estos colores pertenecientes a los símbolos heráldicos (bandera y escudo) que identifican al municipio.

Semiótica

Semiótica, también conocida como semiología o ciencia de los signos. Sus principales fundadores fueron el filósofo estadounidense C. S. Peirce y el lingüista suizo Ferdinand de Saussure. Ambos basan sus teorías en la distinción fundamental dentro del signo entre significante y significado, es decir, entre la forma escrita del signo y lo que representa. Peirce empleaba los términos *signans* y *signatum*, mientras que Saussure prefirió *signifiant* (significante) y *signifié* (significado). Peirce consideraba que la semiología era la base de la propia lógica, y describe la lógica como “la ciencia de las leyes necesarias generales de los signos”. Gran parte de su obra supone un intento por clasificar los signos en función de la naturaleza que existe entre significante, significado y objeto.

Imaginario colectivo

Un imaginario colectivo se compone de costumbres, valores, prácticas y razonamientos que existen en una sociedad. La instauración de un imaginario colectivo no debe ser una utopía, sino un procedimiento que nos permita analizar la democracia real y auténtica. La imagen está directamente relacionada con la figura o apariencia; convirtiéndose en una representación

(mental) de lo que se percibe. Esta percepción, al ubicarse en un contexto y tiempo determinado, no siempre concuerda con la realidad.

Un imaginario “es el efecto de una compleja red de relaciones entre discursos y prácticas sociales, e interactúa con las individualidades”. Este imaginario colectivo genera tendencias que se manifiestan a través del lenguaje y de la interacción.

Los modelos de los imaginarios colectivos son temporales. Es la percepción que se tiene sobre un grupo o aspecto utilizando estereotipos; los medios masivos de comunicación tienen una influencia en la conducta y comportamiento de la sociedad. Es como si una invención se convirtiera en costumbre; como si todos los mexicanos fuéramos charros, chaparros y morenos, con sombrero y bigote. Esto se debe a que una idea mediática se transmite de manera repetitiva y las sociedades empiezan a crear ciertos estereotipos (ideas generalizadas de la realidad).

Conceptos

Partiendo de los aportes teóricos de esta investigación que busca establecer un sistema de identidad territorial para el municipio de Soacha desde la Comunicación Gráfica, es necesario definir una serie de adaptaciones y contextualizaciones que faciliten la adecuada interpretación de nuevos términos para efectos del proceso de la creación de la Marca Soacha.

Para el mayor entendimiento de los términos, se presenta el marco terminológico que contiene los conceptos a tener en cuenta en relación con el proyecto.

La percepción gráfica de un logo símbolo: La percepción es el proceso de extracción de información del medio que lo rodea, en la comunicación gráfica y más con este proyecto la percepción juega un papel importante ya que se trata de cómo la comunidad desarrollara su propio imaginario de la imagen que se piensa realizar y establece un concepto de ella ya sea a favor o en contra, para ello hay que tener en cuenta, la perspectiva del área de diseño que determina la posición de este, que tiene que ser apropiada ya que el observador se encuentra

rodeado por un sinnúmero de elementos gráficos.

La forma en imagen de identificación territorial: Es definida por una zona o contorno que es capaz de representar un concepto para este caso de identidad territorial de forma clara y sencilla que incide en el imaginario colectivo de una comunidad.

La forma en la imagen de identidad cultural: Es la producción gráfica en instancia de abstracción que representa a través del tiempo y la historia un elemento que busca trascender en un ámbito cultural percibido por una población y que se vuelve funcional a su contexto.

Dirección figurativa de un elemento representativo: Es la proyección espacial de una forma; determina la posición en el diseño y de sus elementos complementarios, puede ser horizontal, vertical, inclinado, entre otras, es una herramienta esencial, que para este caso en el desarrollo del logo símbolo determine un estado de equilibrio, inestabilidad u otros factores que hay que tener en cuenta para el diseño.

Pigmento logo símbolo: Es el más importante y evidente factor que se empleara en el logo símbolo del municipio de Soacha ya que puede determinar dinamismo a la pieza, carácter, personalidad que serán percibidas por los habitantes del municipio, este pigmento será determinado por una teoría (teoría del color) que contiene un grupo de leyes para que su aplicabilidad sea la mejor y el diseño sea eficaz.

Textura de percepción gráfica: Es una modificación de la superficie del diseño y expresa visualmente sensaciones que principalmente son percibidas por el tacto o visualmente para representar un material que por ejemplo podría ser una composición gráfica con la textura de las rocas con pictogramas del parque La Poma de Soacha.

Escala figurativa de identificación: El tamaño de la pieza es fundamental para su desempeño en su función como identificador territorial, de esta depende que se genere conceptos como exageración, simplicidad entre otros

Dimensión gráfica: Capacidad tridimensional de un elemento o zona. La dimensión sólo existe en el espacio real tridimensional, pero se puede simular en una composición gráfica plana mediante técnicas de perspectiva, sombreado o superposición. También, mediante el uso de fotografías, que introducen espacios tridimensionales en la composición. La imagen del municipio podría contener algún elemento que permita esta condición de diseño.

Movimiento visual: Es una propiedad muy importante, que aporta connotaciones de dinamismo y fuerza. En la pieza gráfica no existe movimiento real, pero sí se encuentra implícito en ciertos elementos y se puede conseguir con ciertas técnicas que engañan al ojo humano o representando elementos que sí lo tienen en el mundo real, el uso de la dirección figurativa podría complementar esta aplicación.

Logo símbolo: Este término se ha utilizado ampliamente y es posible encontrar un sinnúmero de documentos y publicaciones que lo utilizan, aunque no existe formalmente como terminología en la Real Academia Española, es un neologismo que logra definir las dos partes que constituyen las marcas diseñadas con la integración de elementos de tipo verbal e icónico.

El símbolo: Es símbolo es la representación de las ideas por medio de gráficos con un significado propio, es un medio de expresión con semejanza a su significado, estos son de carácter humanista y poseen un significado amplio.

Referencia Institucional

El proyecto de investigación “SISTEMA GRÁFICO DE IDENTIDAD TERRITORIAL PARA EL MUNICIPIO DE SOACHA” busca al igual que la universidad indagar, construir, y desarrollar conocimientos aplicables en una comunidad. Estos conocimientos aportaran a las habilidades intelectuales mediante la búsqueda sistemática del saber. Por otro lado contribuye a la formación de los estudiantes con herramientas que favorezcan a la evolución de la sociedad. Esta investigación permite un proceso inventivo con un enfoque en el pensamiento de la comunicación en capacidad de resolver problemáticas en la misma, generando ideas y soluciones funcionales.

La investigación en la universidad se enfoca a la práctica y a la transformación de conocimientos metodológicos, teóricos, conceptuales entre otros para generar un plan de acción para determinada necesidad. Esta investigación es organizada permitiendo que el trabajo proponga una adaptación a cada contexto en donde se aplicara, garantizando el resultado y su operatividad.

La investigación en el programa de comunicación gráfica contribuye a la innovación y a la reflexión académica e individual generando una retroalimentación para el futuro desarrollo tecnológico. La investigación proporcionara recursos evaluativos para la formulación, diseño, ejecución y finalización de este proyecto, además es una oportunidad para el descubrimiento de campos de construcción y aplicación.

El proyecto en el programa de Tecnología en Comunicación Gráfica estudia la comunicación y su parte gráfica para trascender en la sociedad por medio de la investigación para responder a esta y a su desarrollo por medio de una actividad investigativa con elementos estructurales y elementales para consolidar de manera exacta el resultado gráfico.

Por tales razones el proyecto busca enfocarse y seguir una línea de investigación acorde a la normativa de la facultad de comunicación y del programa de tecnología en comunicación gráfica de la universidad Minuto de Dios, esta línea permitirá la comprensión del tema y las distintas propuestas del proyecto, estudiar la comunicación, desde su enfoque gráfico, comprender las distintas herramientas que se usaran y reflexionar en su modo de aplicación; estudiar la tecnología y su desarrollo para la sociedad.

Según el CINDE (1999), una línea de investigación, “es una estructura de trabajo (conceptual y operativa) que direcciona y aglutina la producción científica en un campo del conocimiento, buscando la progresiva configuración y comprensión de un objeto de estudio. Una línea define problemas tipo referidos al objeto, métodos de abordaje, y referentes que sustentan los modos de pensar y producir el conocimiento sobre tal objeto”.

Referencia Legal

El municipio de Soacha cuenta ya con una características y unos colores establecidos para la representación e identificación del municipio, por ejemplo la bandera de Soacha, se define de la siguiente manera: Guarda una proporción de dos tantos de ancho por tres de largo con dos franjas horizontales: la superior blanca, la inferior roja, de igual proporción. Sus colores significan:

El blanco: plata, respecto del metal, perla, respecto de las piedras preciosas, agua, respecto a los elementos. Además resumen los significados de integridad, obediencia, firmeza, vigilancia, elocuencia y trabajo.

El rojo, significa el cobre, respecto al metal rubí, respecto a las piedras preciosas, fuego, respecto a los elementos cedro, clavel respecto de los árboles, a Martes dios del fuego, respecto a la mitología, además resume los significados de: valor, intrepidez, arrojo.

Los colores elegidos para la comunicación de Soacha aplicados a las piezas publicitarias y el slogan “Soacha para vivir mejor” son:

El color ROJO es el color de la vida y del fuego que la alimenta. Representa la energía, la fortaleza, la determinación, así como a la pasión por la ideas. Es un color muy intenso a nivel emocional. Tiene una visibilidad muy alta, por lo que se suele utilizar en avisos importantes para llamar la atención. Trae el texto o las imágenes con este color a primer plano resaltándolas sobre el resto de colores. Es muy recomendable para encaminar a las personas a tomar decisiones rápidas. En heráldica el rojo simboliza valor y coraje. Es un color muy utilizado en las banderas de muchos países. El rojo puro, evoca energía, vigor, fuerza de voluntad, cólera, valor, capacidad de liderazgo.

El NEGRO Representa el poder, la elegancia, la formalidad. El negro en su visión más positiva, representa también autoridad, fortaleza, también se asocia al prestigio y la seriedad. Aumenta la sensación de profundidad y perspectiva. Sin embargo, no es recomendable utilizarlo

como fondo ya que disminuye la legibilidad.

BLANCO EN FONDOS:

Combinado con colores vivos y poderosos como el naranja o el rojo, produce un efecto agresivo y vigoroso. El blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, y la transparencia, se le considera el color de la perfección. El blanco significa seguridad, pureza y limpieza. Puede representar un inicio afortunado. En heráldica, el blanco representa fe y pureza. En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza. En la publicidad institucional el blanco puede utilizarse para comunicar transparencia. Es un color apropiado para organizaciones de gobierno o de trabajo social.

GRIS Proyecta creatividad y simboliza el éxito. En combinación con el rojo y el blanco crea ambientes de contraste para resaltar el concepto SOACHA... MEJOR

Amarillo, azul y rojo para subrayar en el slogan, ubican a Soacha en el contexto global como parte integral de una nacionalidad que respeta y promueve.

Estos son los colores representantes del municipio y como se puede dar cuenta son colores fuertes, con gran personalidad que evocan a la inteligencia, la frescura, la fuerza, la limpieza, el respeto, entre muchas cosas más, es por eso que se resalta la importancia de manejar cuidadosamente el o los colores que contendrá la imagen representativa del municipio.

Consultado y re-escrito el 7 de septiembre de 2010 en

[<http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mIxx-1-&m=f#simbolos>"]

El escudo

Escudo cortado y medio partido. En Jefe de azul, un sol figurado de oro. En campo derecho de la punta de plata, el Salto del Tequendama. En campo izquierdo de la punta los rojos, dos ruedas dentadas en plata, como sinónimo de la industria. En el centro el escudo de armas de la familia Colmenares, de origen español, primeros dueños de los terrenos donde se encuentra el municipio. Sobre el escudo una cinta den color oro con la divisa: "Sol Ómnibus Lucet" (el sol brilla para todos).

Adornan el escudo dos banderas cruzadas detrás de él, con los colores del municipio rojo y blanco, y hojas de acanto, en verde bordean los campos de punta. En sitio de honor, la etimología de la palabra "Suacha", nombre inicial del municipio escrito en lengua aborígen, la imagen del sol, oro porque es el metal por excelencia, el máspreciado, sobre fondo azul su casa, con una cara humana y siempre con ocho rayos rectos y ocho ondulados alternados. Como divisa aparece "Suacha" su nombre aborígen.

La bandera

Guarda una proporción de dos tantos de ancho por tres de largo con dos franjas horizontales: La superior blanca, la inferior roja, de igual proporción. De conformidad con las normas de la heráldica sus colores significan:

El blanco significa plata, respecto del metal, perla, respecto de las piedras preciosas, agua, respecto a los elementos. Además resumen los significados de integridad, obediencia, firmeza, vigilancia, elocuencia y trabajo.

El rojo, significa el cobre, respecto al metal rubí, respecto a las piedras preciosas, fuego, respecto a los elementos cedro, clavel respecto de los árboles, a Marte dios del fuego, respecto a la mitología, además resume los significados de: valor, intrepidez, arrojo.

Consultado y re-escrito el 7 de septiembre de 2010 en

[<http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mIxx-1-&m=f#simbolos>]

Referencia técnica

Como ya es sabido el proyecto busca encontrar y aplicar una serie de herramientas para el desarrollo de un sistema gráfico a través de una marca que identifique y represente al municipio de Soacha, para ello se necesita que estas herramientas posean una serie de características para el buen funcionamiento y aplicación.

Variables Visuales

La representación gráfica forma parte de los sistemas de signos fundamentales que el hombre ha construido para retener, comprender y comunicar las observaciones necesarias para su supervivencia y su vida pensante. "Lenguaje destinado al ojo, se beneficia con las propiedades de ubicuidad de la percepción visual y obedece a sus leyes".

Por "variables visuales" entendemos a todos aquellos estímulos que la percepción visual discrimina como diferentes; diferencias que son fundamentales para la construcción gráfica. El ojo distingue 9 variables visuales:

Forma.

Tamaño.

Matiz.

Saturación.

Valor.

Textura.

Orientación espacial.

Las dimensiones del plano: alto

Ancho.

Con estas nueve variables la gráfica construye los mensajes visuales, manipulándolos según requerimientos y objetivos comunicacionales.

Para el diseño del sistema gráfico también se debe tener en cuenta una guía básica para la composición del mismo; que contenga los diferentes elementos gráficos y sus normas de

aplicación, con el fin de servir de herramienta eficaz para controlar todos aquellos aspectos que garanticen una coherencia de la imagen ante todos los ciudadanos. Que defina y normalice estos elementos para evitar disfuncionalidades, aplicaciones dispares o conflictos con la imagen del municipio

La tipografía:

Otro tema a la hora de diseñar un logo o marca es la elección de la tipografía, ésta busca que el mensaje se adapte hacia el público al que va dirigido. Principalmente, busca ser funcional, comunicar, transmitir.

Un buen logo debe ser fácil de recordar; debe tener un impacto inmediato y perdurable. Los logotipos tienen dos ingredientes: formas y letras. Se puede utilizar uno de los dos, o una combinación aceptable de ambos (logo símbolo). Puede tener más peso la imagen, o al revés, ser más importante la letra. Las formas de la tipografía pueden estar más o menos manipuladas para que se adapten al logo; puede partirse de una tipografía preexistente, o bien crear una especialmente para el logo.

Dentro del diseño de logos con tipografías hay algunos recursos muy usados como, la adaptación del texto a curvas y a formas: el texto puede seguir un contorno o situarse dentro de un objeto.

Capítulo III

Investigación de campo

Tipo de Investigación

La investigación es un proceso que permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social, aplicando conocimientos con fines prácticos, por tal razón existen diferentes tipos de investigación clasificados bajo unas normas de desarrollo, entre las cuales encontramos por ejemplo:

Naturaleza de los objetivos: tratan del nivel de conocimiento que se desea alcanzar (exploración, descripción, co-relacional, explicación, experimental y no experimental).

Tiempo en que se efectúan: Inv. Sincrónicas; estudios de fenómenos de corto periodo y Diacrónicas; estudios de fenómenos de periodos largos.

Naturaleza de información que se recoge: cualitativa, cuantitativa, participativa,

Encontramos también otro tipo de investigaciones, histórica, básica, aplicada, proyectiva, documental y de laboratorio.

Clasificación Tipo de investigación

Al realizarnos la pregunta: ¿De qué manera adoptar la identidad territorial como un sistema de representación desde la Comunicación Gráfica? Es acertado decir que posee las características de una investigación proyectiva.

Este tipo de investigación se conoce también como proyecto factible el cual determina la creación o elaboración de una propuesta o modelo para solucionar un problema, este tipo de investigación suele usarse para inventos, programas y diseños, la elaboración de esta propuesta debe ser un modelo de solución que satisfaga una necesidad de manera metodológica.

Al igual que el objetivo principal del proyecto “Desarrollar, y diseñar un sistema gráfico de representación de identidad pública y de servicios para el municipio de Soacha que cumpla su

función de representar satisfactoriamente al municipio y sus distintas entidades aportando al desarrollo de la sociedad”. Este tipo de investigación desarrolla una propuesta operativa viable para solucionar requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales.

Este tipo de investigación se apoya en la investigación documental la cual permite recopilar información a través de fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie tales como, libros, artículos o ensayos de revistas y periódicos, entre otros.

Y en la investigación de campo que complementa acudiendo a entornos naturales y artificiales optimizando a la posible propuesta de solución por medio de la práctica en un contexto definido.

Esta investigación comprende básicamente las siguientes etapas:

El diagnóstico;

Planeamiento y fundamentación teórica de la propuesta;

Procedimiento metodológico;

Actividades y recursos necesarios para su ejecución;

Análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del proyecto;

En caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta y la evaluación tanto del proceso como de sus resultados.

Pueden llegar hasta la etapa de las conclusiones sobre su viabilidad, o pueden consistir en la ejecución y evaluación de proyectos factibles presentados y aprobados por otros estudiantes, para dar continuidad a líneas de investigación propuestas por la universidad Minuto de Dios.

Clasificación paradigma

Para el proyecto de imagen para el municipio de Soacha sus condiciones se amoldan al paradigma socio-critico, ya que puede explicar el proceso para realizar una propuesta sustentable en teoría aplicable para la solución de un problema, la teoría desarrollada en este proyecto puede ser verificable y controlada.

Este paradigma nos permite tener una visión completa del contexto para el cual se desarrollará la propuesta de Marca para el municipio de Soacha, logrando determinar la raíz del problema que en este caso es la falta de imagen para el municipio de Soacha y su estructura social determinando la mejor estructura de desarrollo para el proyecto de investigación

En este paradigma podemos considerar su desarrollo en una gran población ya que el resultado puede generar una solución subjetiva perceptible a la comunidad Soachuna.

Línea de Investigación

Como resultado del proceso de investigación realizado en el proyecto SISTEMA GRÁFICO DE IDENTIDAD TERRITORIAL PARA EL MUNICIPIO DE SOACHA, se pretende la generación del aporte a las líneas de investigación de la Tecnología en Comunicación Gráfica. De ahí que el campo de conocimiento y formación del proyecto forme parte de la Línea Gestión Gráfica y Desarrollo Tecnológico.

El proyecto genera una propuesta en el conocimiento y el manejo de la identidad territorial como un recurso basado en teorías y tecnología, partiendo del concepto de identidad, territorio y representación gráfica para el municipio, pautas técnicas y diseño para la concepción de una propuesta que responda la necesidad de una marca que transmita un valor de identidad para el grupo objetivo que en este caso es el municipio de Soacha.

De acuerdo con lo anterior, es preciso señalar que el aporte más significativo que el proyecto le brinda a la línea de investigación es la construcción de nuevos conceptos y sistemas de trabajo y diseño enfocada al avance y desarrollo tecnológico, desde la cual se identifica un contexto y una población determinada, para los que se genera una solución gráfica viable y accesible.

Mediante esta línea de investigación el proyecto debe ser capaz de generar un conocimiento y una técnica en pro del desarrollo y el bienestar de la sociedad. Esta investigación

al ser desarrollada técnicamente es una herramienta para ejecutar el conocimiento como una guía a la solución de problemas y necesidades en los diferentes contextos en que se pueda aplicar.

De la misma forma que el proyecto cuyo objetivo principal es generar un sistema gráfico para el municipio de Soacha a través de unos conceptos técnicos y tecnológicos y su aplicación, la línea de investigación Gestión Gráfica y Desarrollo Tecnológico en cuyos objetivos se encuentran identificar oportunidades sobre temas, problemas y necesidades de comunicación en factores políticos, sociales, económicos, culturales, entre otros, el Proyecto propone una solución gráfica y como se menciona anteriormente una metodología de acción para implementar un recurso gráfico y tecnológico en términos de usabilidad ofreciendo un servicio tanto para los habitantes del municipio, como para todos aquellos que lo visitan; e impulsa al estudiante a generar una solución gráfica creativa, viable y apropiada que según las necesidades de un contexto, supla todas sus expectativas. Esta línea nos permite como comunicadores gráficos y para el proyecto establecer una relación con las instituciones locales, con la tecnología y con la sociedad. En consecuencia nuestro conocimiento se debe enfocar en saber planear, crear, diseñar y producir una respuesta acorde con la demanda del espacio laboral. Así como se menciona en las LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN EN EL PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN GRÁFICA, (Soacha, Cundinamarca, 01 de Agosto de 2011.)

Hipótesis

De acuerdo con la pregunta de investigación ¿De qué manera adoptar la identidad territorial como un sistema de representación desde la Comunicación Gráfica?, la hipótesis es:

“Estableciendo pautas de diseño e identidad y características del sector piloto (comuna dos, Soacha centro), la mejor manera de adoptar la Comunicación Gráfica, es desarrollar un sistema de identidad territorial por medio de una Marca, que represente al municipio como un territorio de cultura, desarrollo y calidad humana.”

Población


El Sistema Gráfico para el Municipio de Soacha contempla la división administrativa del territorio, que corresponde a seis comunas que son Compartir, Soacha Central, La Despensa, Cazucá, San Mateo y San Humberto; esto con el fin de poder establecer un foco específico de análisis que represente de manera adecuada al resto del municipio. De acuerdo con esto, el Sistema Gráfico para el Municipio de Soacha ha determinado la comuna Dos del Municipio, Soacha Centro ubicado en la parte central de la ciudad y recibe su nombre de la cabecera central e histórica del municipio, en el sector de la Plaza principal de Soacha, a menudo llamado también Soacha Parque como se menciona en Sitio oficial de Soacha en Cundinamarca, Colombia (2012).

Muestra

La muestra de donde se obtendrán los datos y análisis para la investigación, son alrededor de 100 personas, de ambos sexos que se encuentren en la zona delimitada por el proyecto anteriormente y escogidas al azar, con el fin de garantizar la recolección de información cualitativa y relevante en el proyecto.

Variables

Variable	Definición Operacional.	Valor	Indicador	Escala de medición
Identidad territorial	Sentimientos de pertenencia e identificación que tiene una persona por un lugar y todo lo que tiene que ver con él.	Historia	Verbal	Nominal
		Cultura		
		Territorio		
		Imagen		
Ítem	Como habitante del municipio de Soacha usted:			
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conoce la historia del municipio 2. Se siente identificado con el municipio 3. Conoce el territorio del municipio 4. Sabe cuáles son los símbolos que representan al municipio 			

	5. Considera que el municipio de Soacha debe tener una imagen que lo represente a parte de los símbolos territoriales.			
Variable	Definición Operacional.	Valor	Indicador	Escala de medición
Elementos visuales	Lenguaje visual, compuesto por características fundamentales para la construcción gráfica	Forma	Verbal	Nominal
		Tamaño		
		Color		
		Orientación		
		Dimensión		
Ítem	<p>1. ¿Se identifica con los colores del municipio?</p> <p>2. ¿Considera que la imagen que identifique al municipio debería llevar estos colores?</p> <p>3. ¿cree que estos colores identificarían bien al municipio de Soacha?</p> <p>Anexo tabla de colores.</p> <div style="text-align: center;">  </div>			

Encuesta

La encuesta es una herramienta para la recolección de información, cuyos resultados contribuyen al desarrollo de conocimiento o soluciones sostenibles. Es un instrumento muy flexible y variable para la investigación ya que se puede aplicar en varios contextos con características específicas y al estar bien diseñada permite la confiabilidad y su validez. Como parte de una estrategia del Sistema de Identidad para el municipio de Soacha, se realizó la siguiente encuesta con fines educativos y de investigación, la información recolectada no será usada de manera que afecte a los encuestados de manera directa, por el contrario es relevante para el proceso de construcción de la Marca Municipio de Soacha. La encuesta juega un papel importante en su desarrollo ya que es una manera rápida y oportuna de obtener información objetiva para el desarrollo tecnológico.

La siguiente encuesta se realiza con fines educativos y de investigación, la información recolectada no será usada de manera que lo afecte a usted, por el contrario es relevante para el desarrollo del proyecto.

1. ¿Cuáles son los símbolos que identifican al municipio de Soacha?

Bandera

Escudo

No sabe

Otro

2. ¿Conoce el significado del escudo de Soacha?

Si

No

3. ¿Conoce los colores de la bandera de Soacha?

Si

No

4. ¿Sabe que es arte rupestre?

Si

No

5. ¿Cree usted que estos símbolos son suficientes para representar al municipio de Soacha?

Si

No

6. ¿Cuáles son los colores que identifican a Soacha?

Rojo, amarillo, azul

Rojo, Blanco

Blanco, azul

Verde, blanco, rojo

Blanco, amarillo

Azul, rojo

Negro, blanco, rojo

No sabe

Otro

7. De los siguientes elementos, ¿Cuál identifica mejor a Soacha?

Iglesia San Bernardino

Parque principal

Puente de Soacha

Estadio Luis Carlos Galán

Alcaldía de Soacha

8. ¿Se está convirtiendo Soacha en una localidad más de Bogotá?

Si

No

9. ¿Cree usted que el municipio de Soacha debería pertenecer a Bogotá?

Si

No

10. ¿Qué concepto representa mejor al municipio de Soacha?

Cultura

Turismo

Crecimiento

Gastronomía

Inversión

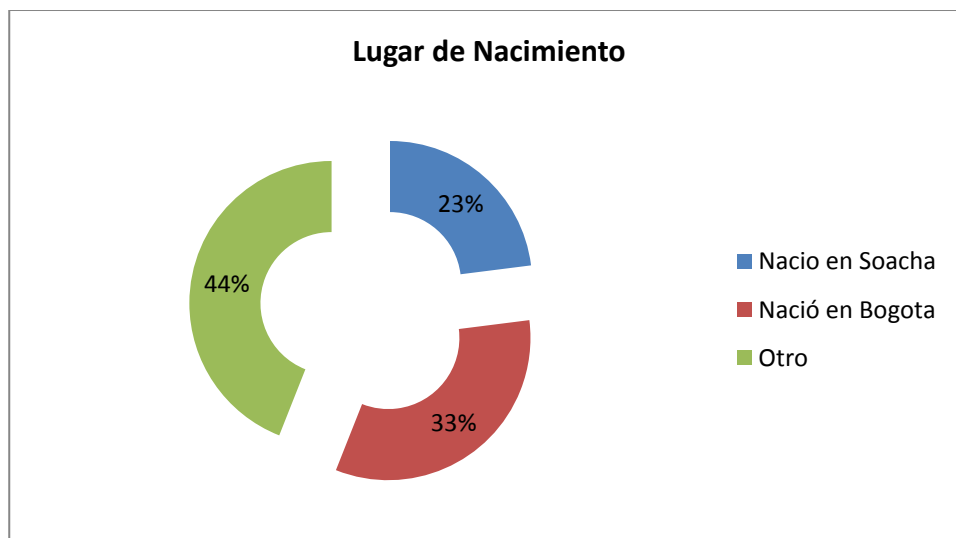
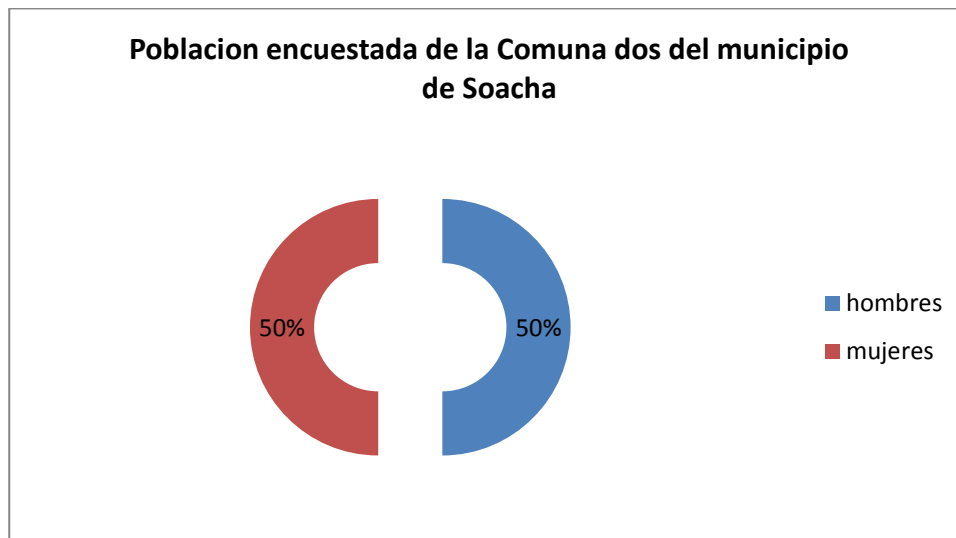
Vivienda

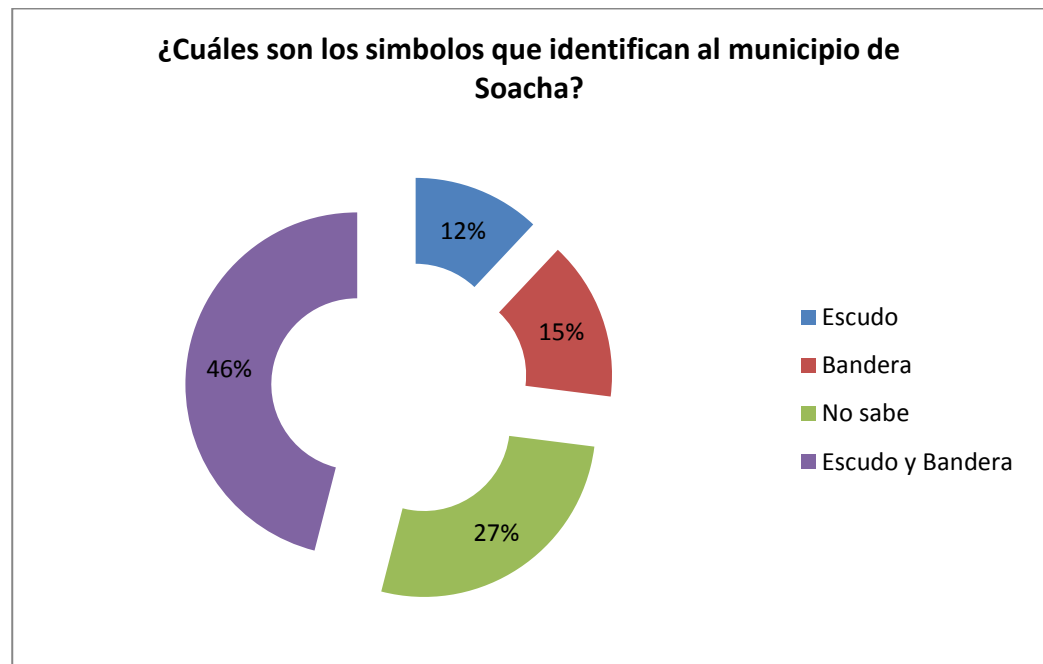
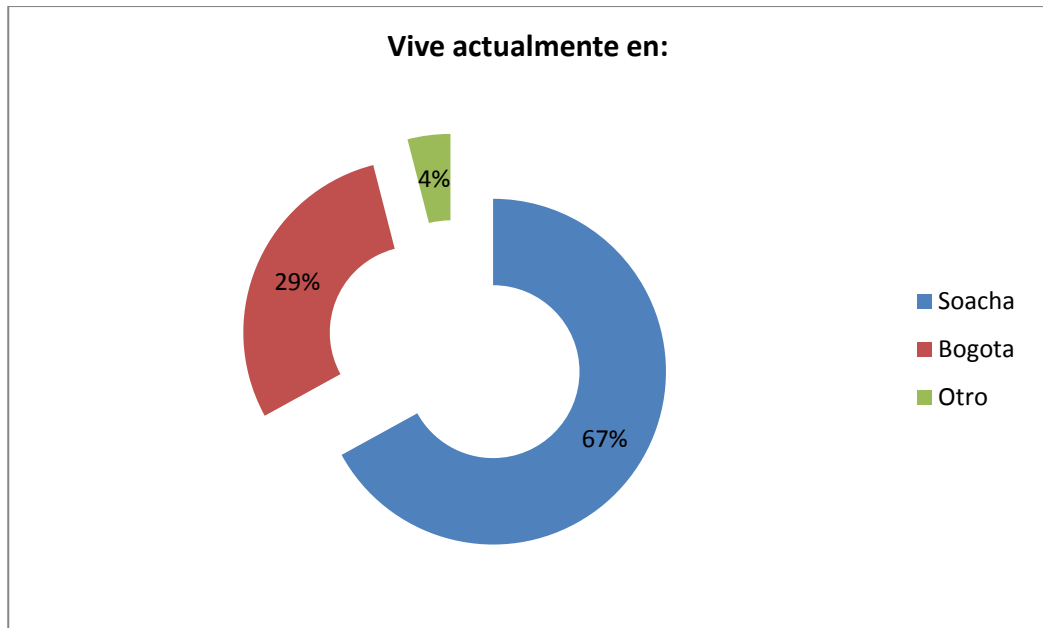
Todas las anteriores

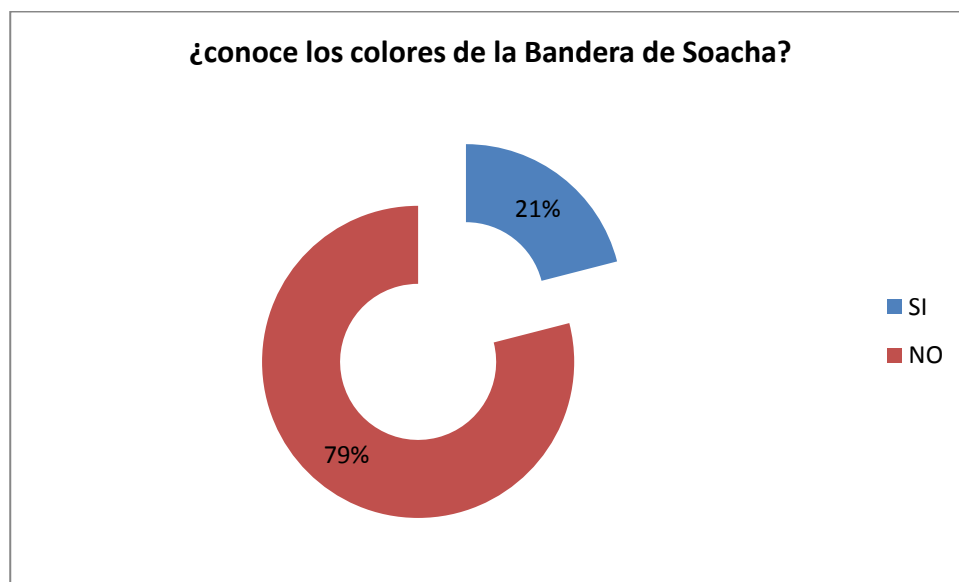
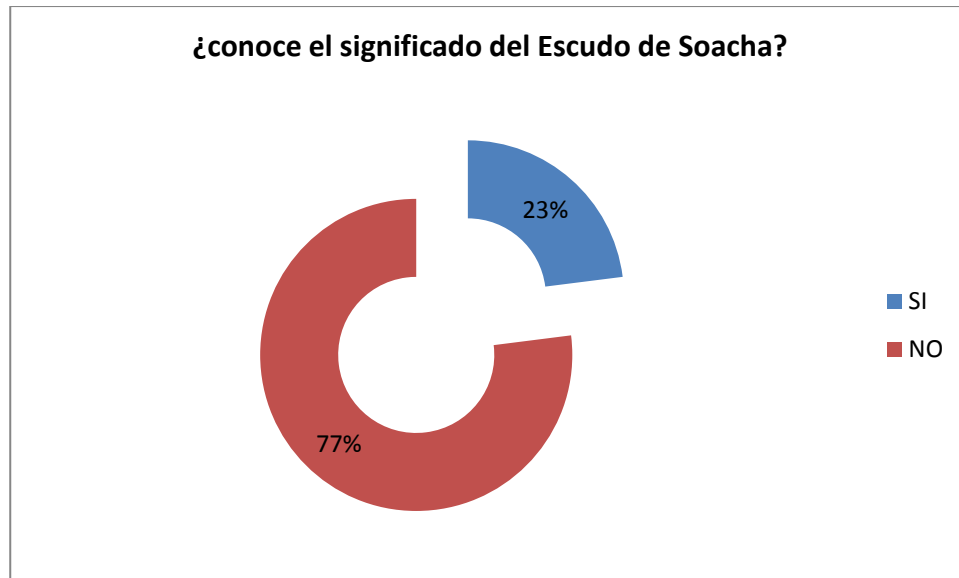
Otro

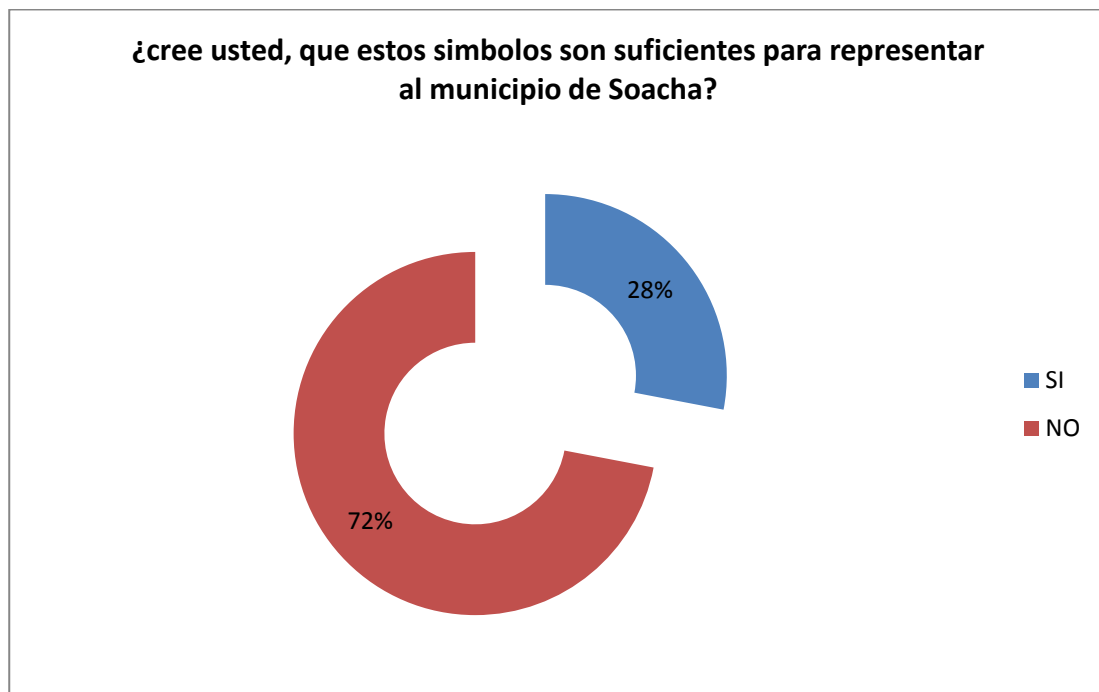
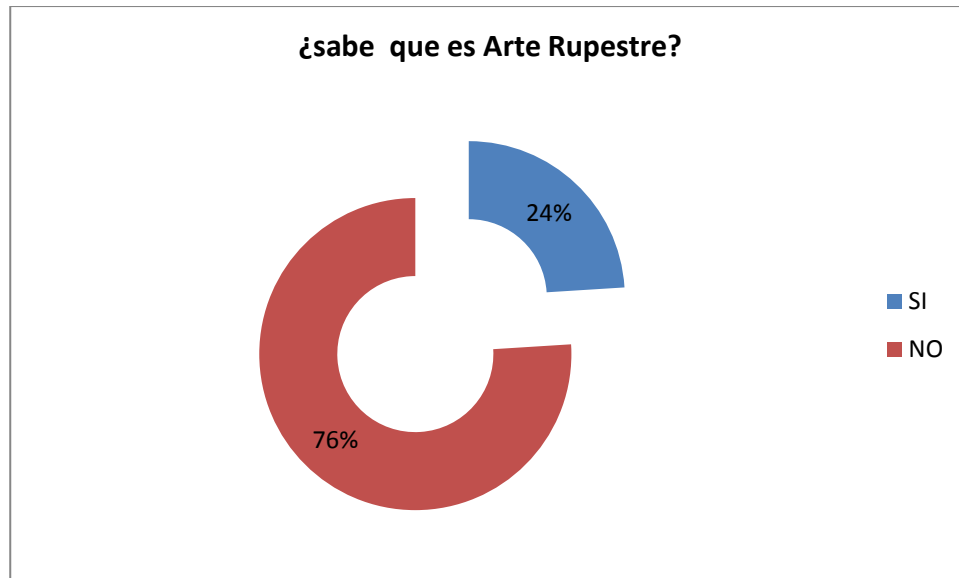
Sistematización y análisis de resultados

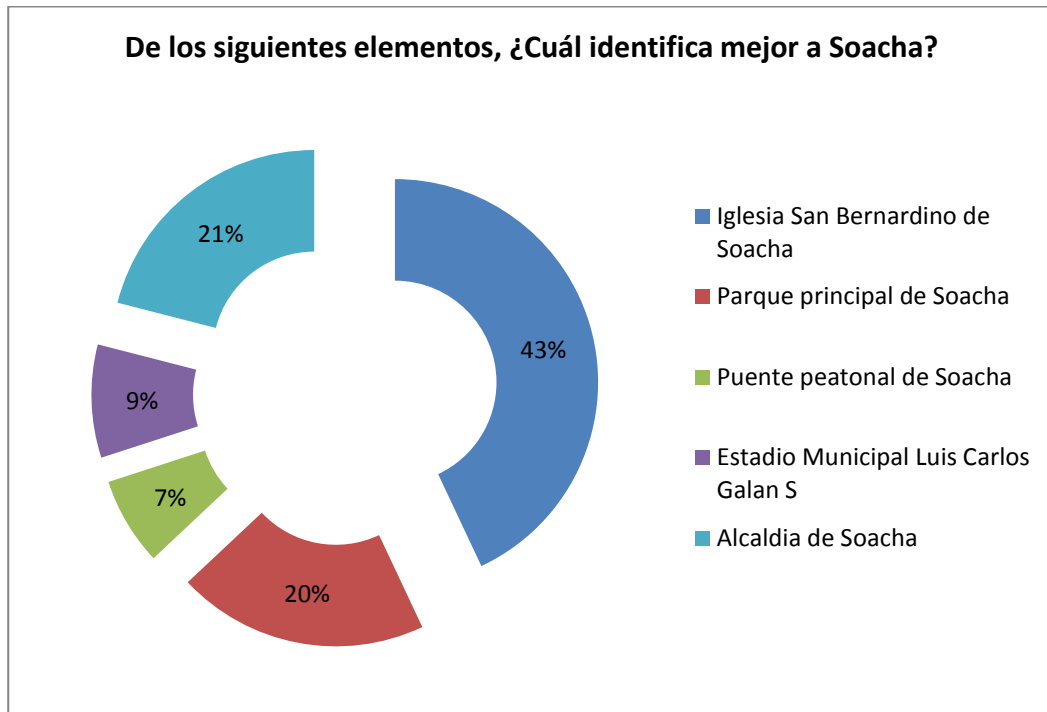
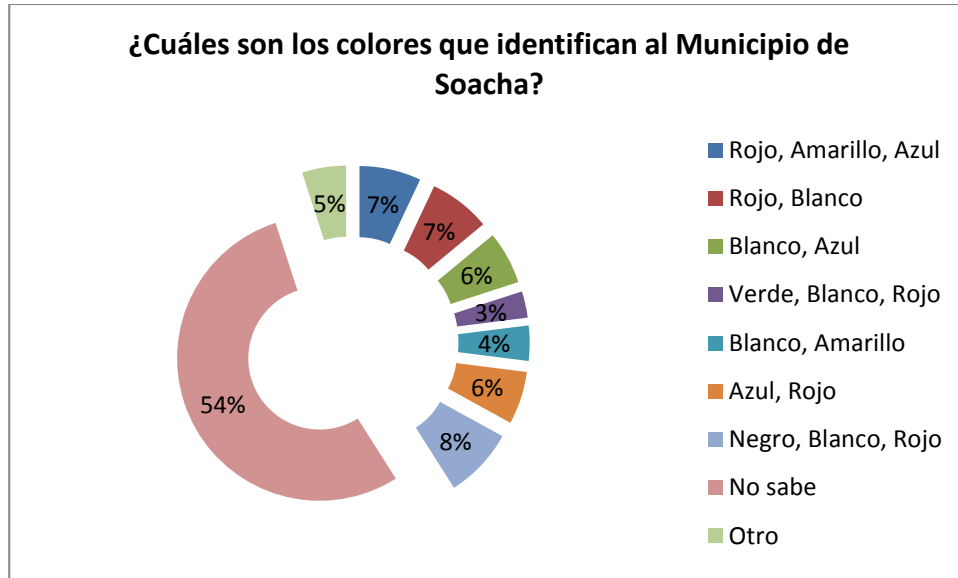
Los resultados de las encuestas realizadas a 100 personas, habitantes o no del municipio de Soacha en la comuna dos, Soacha Centro, se relacionan a continuación

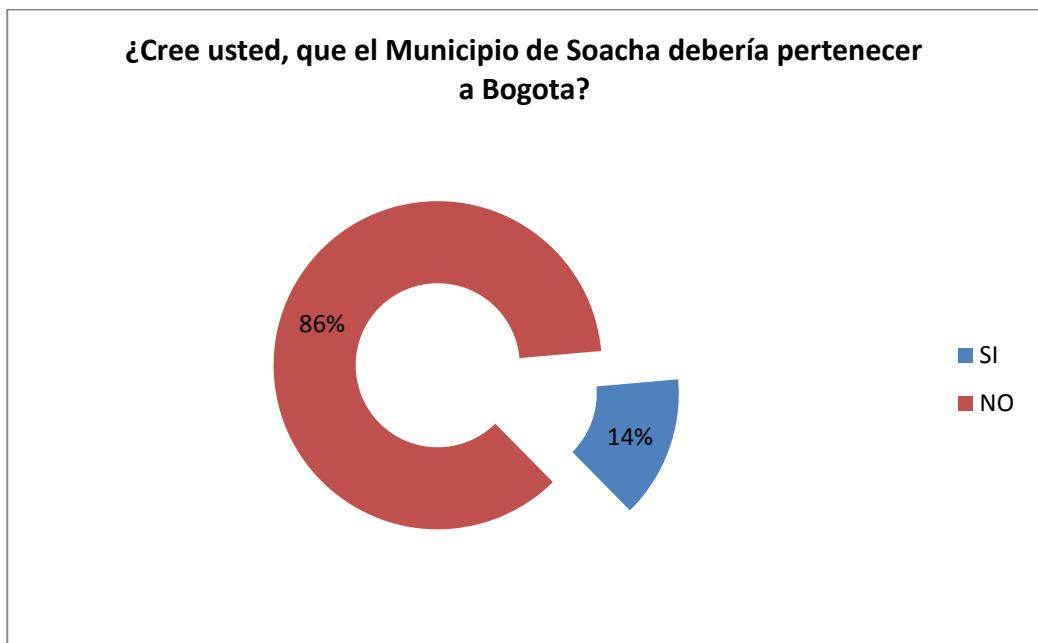
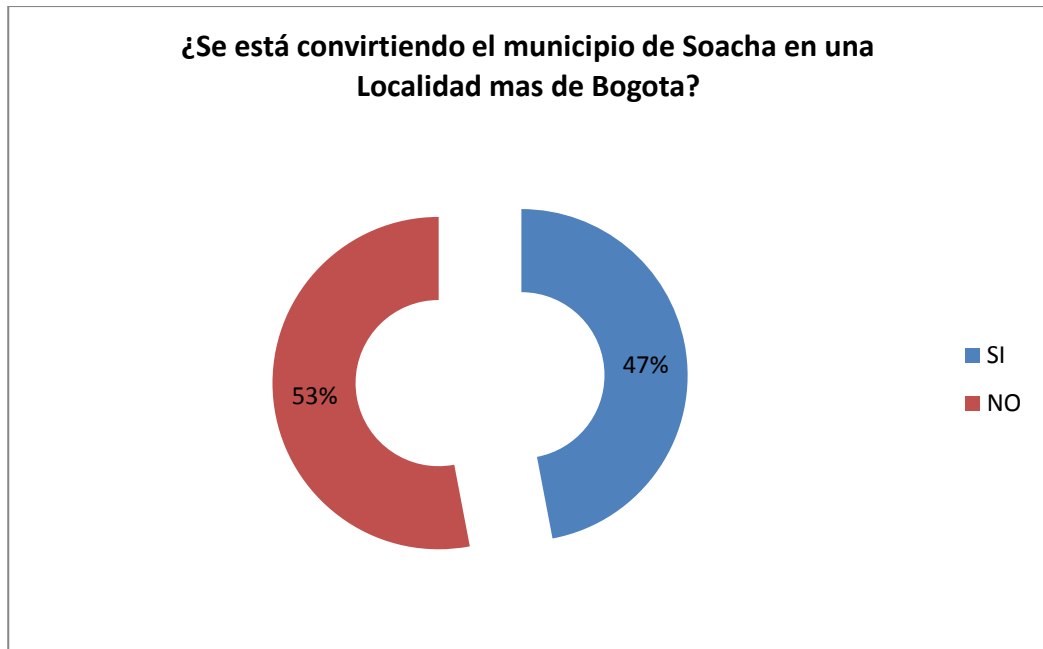


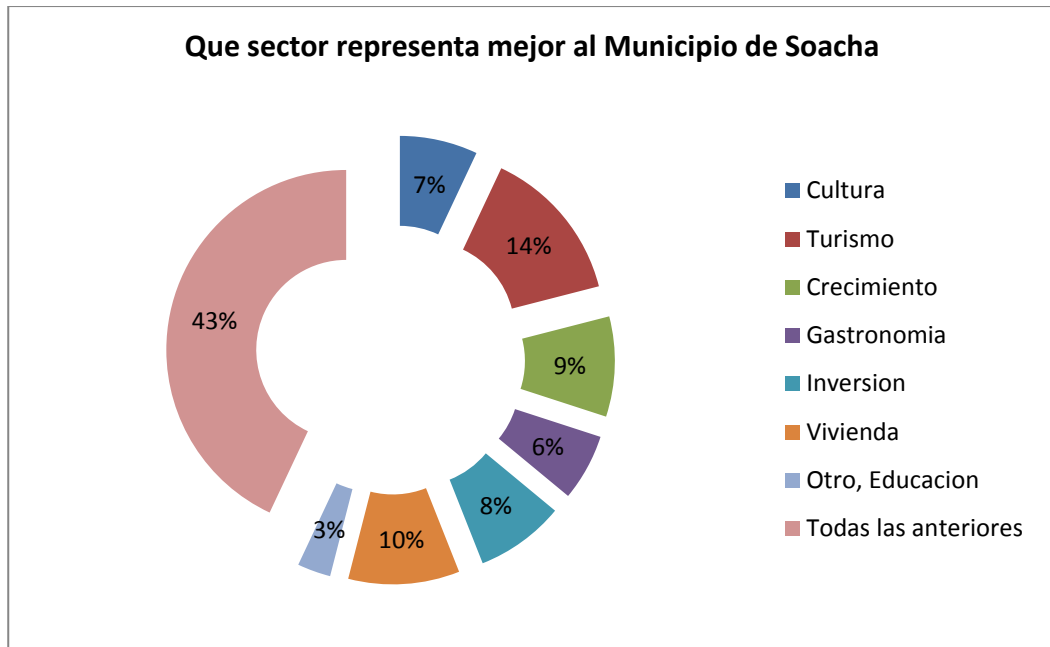












Interpretación

De acuerdo con la encuesta realizada a un total de 100 personas del municipio de Soacha, de ambos géneros, el 77% de dicha Muestra proviene de Bogotá, y diferentes partes del país, lo que demuestra que, en relación al total de la población del municipio que es de 500097 habitantes, de acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, ESTIMACIONES DE POBLACIÓN 1985 - 2005 Y PROYECCIONES DE POBLACIÓN 2005 - 2020 TOTAL MUNICIPAL POR ÁREA. (2014) cerca de 385074 habitantes no son oriundos del municipio y por lo tanto desconocen el patrimonio histórico y gráfico con el que cuenta el territorio, cabe resaltar, que un 23% de los encuestados afirma haber nacido en el municipio y conocen el desarrollo histórico y social del mismo.

El 76% de los habitantes encuestados reconoce la bandera y/o el escudo como símbolos de identidad del municipio, ya que son elementos gráficos que hacen parte de cualquier territorio a nivel nacional. Sin embargo manifiestan no tener otro referente visual con el municipio de Soacha, es decir, que al tener una población tan diversa, los encuestados no se sienten identificados con los símbolos que hacen parte de la identidad visual.

Más de la mitad de los habitantes encuestados no reconoce los colores blanco y rojo como aquellos que identifican al municipio, a pesar de la asociación con la bandera que contiene estos colores, además el 72% de los encuestados, cree que el escudo y la bandera de Soacha no son suficientes a la hora de representar un territorio que crece día a día.

El 84% de la población encuestada manifiesta que la comuna dos, en el sector de la Plaza principal de Soacha, a menudo llamado también Soacha Parque, se identifica una gran riqueza gráfica, debido a su arquitectura iconográfica como lo es la Iglesia de San Bernardino, convirtiéndose así, de esta manera en el elemento escogido para el desarrollo de la marca Soacha.

Debido a la conurbación de territorios entre el Municipio y la Ciudad, el 86 % de los encuestados manifiesta que Soacha debe seguir siendo independiente a Bogotá a pesar de su

crecimiento y desarrollo; y en cambio fortalecer su identidad y generar un valor diferenciador entre los territorios, mediante la comunicación visual y el desarrollo de la Marca Soacha, en la cual interviene los diferentes factores que hacen parte de la identidad de este territorio, siendo algunos de ellos la cultura, turismo, historia, crecimiento, gastronomía, inversión, vivienda, y educación.

Conclusiones

La problemática de conurbación entre la ciudad de Bogotá y el municipio de Soacha no solo afecta las barretas territoriales, un elevado número de habitantes del municipio provienen de diferentes partes del país, lo que ha deteriorado el sentido de pertenencia e identidad hacia él, la recepción de diversas culturas del territorio colombiano hacen a un lado las costumbres y manifestaciones de todo carácter de la población Soachuna.

A pesar de que la mayoría de los encuestados vive en el municipio de Soacha y reconocen la bandera y/o el escudo como símbolos de éste, no se sienten identificados por ellos. Por lo que se hace indispensable la creación de un nuevo símbolo que represente al territorio.

Los colores rojo y blanco son efectivamente reconocidos por la población, como aquellos que identifican al municipio, por lo que es preciso manejar una policromía en la nueva identidad gráfica que los contenga.

La población del municipio de Soacha es muy devota y creyente, de ahí que la iglesia de San Bernardino ubicada en la comuna dos, sea vista como un elemento altamente representativo y participe de la identidad del territorio.

En el formato de observación aplicado junto con la entrevista (ver anexos) se estableció que, en el municipio de Soacha no existe una marcación geográfica de identidad territorial que establezca los límites del territorio.

Mediante el formato de observación se logró identificar fallas en el sistema de señalización principalmente en la comuna dos ya que es escasa y se encuentra en aumento deterioro

Dentro de los elementos gráficos utilizados por las instituciones públicas del municipio (alcaldía, secretaria de gobierno, secretaria de educación y cultura, entre otras) como papelería, membretes, tarjetas, facturas, brochure; se implementa el uso del escudo de Soacha como

elemento distintivo, siguiendo un esquema básico de diseño y de bajo aporte a la identidad, por tal motivo, la implementación de la nueva imagen de Soacha en el diseño de las diferentes piezas debe favorecer el sentido de identidad y fortalecer su concepto.

Las hojas membretadas utilizadas por el gobierno municipal tienen una diagramación básica que consta de:

Logotipo “Soacha-Gobierno municipal” y el escudo de Soacha justificado a la parte superior derecha

Logo de la nueva administración del municipio justificado a la izquierda inferior y datos de ubicación y contacto justificado a la derecha inferior

La población del municipio de Soacha encuestada y principalmente aquellos que no son oriundos de él, evidencian la falta de elementos gráficos informativos y de ubicación de los principales lugares del municipio.

Cronograma de actividades

AÑO	MES	ACTIVIDADES
2010	Marzo	1er diseño de propuesta de Investigación
	Agosto	Presentación de la propuesta, proceso de investigación temática y recolección de datos cuantitativos.
2011	Abril	Análisis de resultados y diseño de propuesta gráfica
	Octubre	Presentación de Anteproyecto
2012	Febrero	Entrega de proyectos a Jurados
	Marzo	Recepción de proyectos para correcciones
	Abril	Correcciones y recepción de proyectos terminados. Sustentación
	Mayo	Proyecto aplazado. Cambio de jurados y Coordinador de TCG Uniminuto Soacha
2013		
2014	Mayo	Re-integro Uniminuto - proyecto de grado.
	Junio	Reasignación de decentes temáticos teórico y gráfico. Nuevas
	Agosto	correcciones
	Septiembre	Ajustes a la propuesta gráfica
	Octubre	Ajustes a la propuesta metodológica y teórica del proyecto
	Noviembre	Sustentación

Presupuestos para el diseño de la Marca Soacha

Presupuesto y tarifas para el desarrollo de la Marca Soacha	
Ítem	valor
Logotipo para la Marca	\$ 720.000,00
Slogan de la Marca	\$ 689.000,00
Manual de Imagen básico (explicación - planimetría - colores- fuentes -usos (sin aplicaciones)	\$ 420.000,00
papelería básica (sobre, hoja carta, tarjeta personal, tarjeta lord)	\$ 424.000,00
Vallas 12x4 mt - arte	\$ 400.000,00
Avisos 3x0,70 mt	\$ 300.000,00
Pasa calle	\$ 212.000,00
Señalética (estudio del espacio, directorio y ubicación de piezas)	\$ 1.100.000,00
Pieza de señalética simple / unidad	\$ 84.000,00
Pieza señalética genérica zonal	\$ 159.000,00
Diseño de estampado de camiseta o gorra	\$ 212.000,00
Carpeta sencilla (2 cuerpos + bolsillo)	\$ 370.000,00
Volante media carta	\$ 159.000,00
Caratula CD corporativo	\$ 212.000,00
Caja CD corporativo (Diseño Packing)	\$ 954.000,00
Sitio web inteligente (automatizado)	\$ 2.120.000,00
Otros	\$ 1.000.000,00
total aproximado	\$ 9.535.000,00

Alcances de la marca

La aprobación de la Marca Soacha por entidades de gobierno como la Alcaldía Municipal y la población descrita en el proyecto, permitirán una expansión total de la marca en todo el territorio a lo largo de sus seis comunas, todas aquellas instituciones privadas, comerciales, educativas, de salud, transporte que deseen vincularse a la marca podrán hacerlo y garantizar de esta manera que se fortalezca la identidad del territorio a través de esta Marca.

La marca Soacha empezará a ser reconocida a nivel nacional e internacional, siendo este territorio industrializado, la marca será participe de todos los productos que allí se realicen como un sello de garantía calidad.

Limitaciones de la marca

El principal factor que afecta a la Marca, es que una vez sea aprobada se utilice como una campaña de paso o promoción de un gobierno, como ha sucedido con la imagen de “Soacha para vivir mejor” y “Soacha Bienestar Para Todos” de la actual alcaldía.

La marca está pensado para una ejecución en el ámbito urbano, es decir que La Marca Soacha no ha contemplado la integración al espacio rural, para lo cual debe generar una estrategia de comunicación para dicho grupo.

La propuesta de intervención

De acuerdo con los objetivos del proyecto Sistema Gráfico de Identidad Territorial para el Municipio de Soacha, los cuales contemplan el diseño de una nueva imagen que permita y promueva el desarrollo de la identidad de Soacha; a partir de las conclusiones de la investigación y los resultados de la recolección de información, considerando detenidamente los aspectos de la tradición Soachuna, se determinaron unos criterios de trabajo y diseño para la intervención gráfica.

Se diseñó para el municipio de Soacha una Marca que tiene por objetivo la creación y promoción de una identidad propia que manifieste la positiva transformación de este municipio multicultural, con gran capacidad económica, social, turística, de inversión, y lleno de oportunidades con una personalidad nueva e innovadora mediante un estilo gráfico denominado Flat Design, que se caracteriza por ser minimalista, limpio y responsable, lo que en el diseño corresponde a la funcionalidad y eficiencia del diseño.

El impulso y posicionamiento de ésta propuesta se dirige al grupo objetivo con un carácter fresco, moderno, activo y sobre todo contextualizado con el fin de favorecer la imagen y fomentar un imaginario colectivo positivo y eficaz.

En la exploración del proceso y con ánimo de lograr los objetivos propuestos, se ha inferido un sistema de identidad gráfica que complementa el proceso de creación de la Marca Soacha y una serie de aplicaciones que giran en torno a ella. El manual de Identidad de la Marca Municipal argumenta la evolución y aplicación de la imagen.

Por consiguiente se muestra a continuación el componente principal del Sistema Gráfico y algunas de las aplicaciones, con el deseo de que se dé un correcto uso de dicha imagen inscrita en el mencionado Manual.



Proceso de bocetación de la pieza principal

Siendo el tema de investigación, la identidad territorial, el principal insumo gráfico es la imagen que representará al municipio de Soacha, de acuerdo a lo anterior, es preciso mencionar e ilustrar el proceso de construcción de dicha imagen.

Bocetos iniciales de la Marca Soacha



Fig. 1



Fig. 2

Imagen de referencia para la construcción del logotipo



Fig. 3

Iglesia de San Bernardino, ubicada en el casco urbano del municipio, (comuna 2).

Líneas guía



Fig. 4

Proceso de abstracción

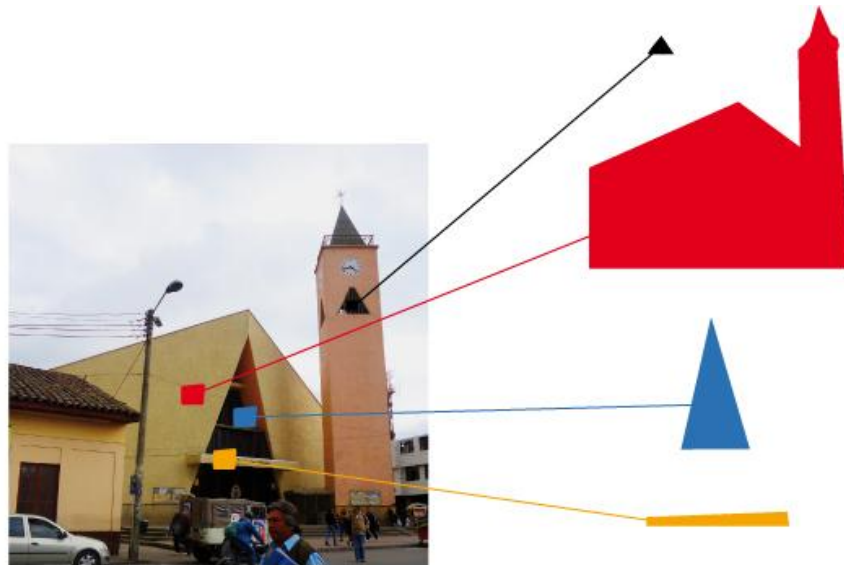


Fig. 5

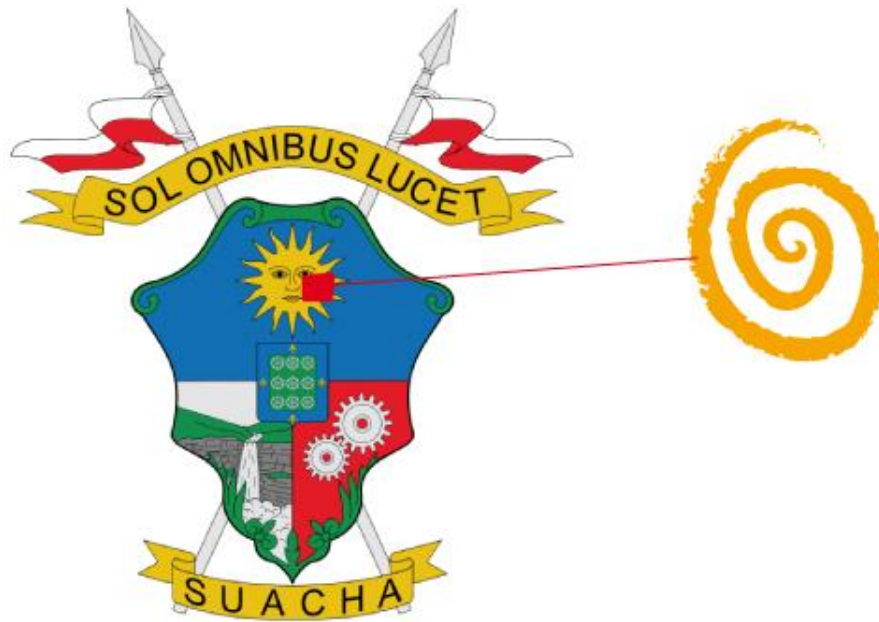





Fig. 6
Composición y diseño final


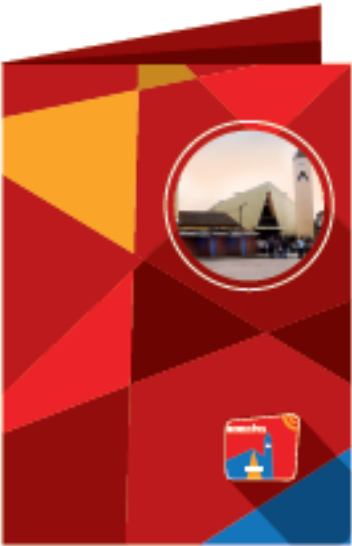



fig.

A continuación presentamos algunas de las piezas que contempla el SISTEMA GRÁFICO DE IDENTIDAD TERRITORIAL PARA EL MUNICIPIO DE SOACHA

Imagen	Pieza	Función
	<p>Logotipo</p>	<p>El logotipo es un elemento que antecede a la marca y por ende a la identidad, es un elemento distintivo, único y figurativo, este puede construirse a partir de elementos tipográficos, simbólicos o una combinación de estos, en suma a lo anterior, el logotipo es uno de los elementos básico de la identidad gráfica, por consiguiente es la pieza principal del proyecto, es la Imagen que identifica al municipio, y de esta depende el resto del planteamiento gráfico que se desea proponer, en concordancia al problema de diseño.</p>
	<p>Manual de identidad territorial</p>	<p>El Manual es la herramienta fundamental para aplicar la imagen que representa al municipio de Soacha en todos los mensajes visuales, impresos, audiovisuales y digitales. Es la manera como se expresa visualmente el territorio, con</p>

		<p>unos valores, características y personalidades que lo diferencian de otros espacios territoriales, el manual de imagen comprende formas, textos, tipografías y colores que se emplean bajo unas reglas específicas en las diferentes publicaciones, sean estas impresas y/o digitales, que muestren la cara del mencionado grupo objetivo, estas deben ser unificadas y homogéneas, para permitir así de un modo colectivo una identidad y sentido de pertenencia.</p>
	<p>Sitio Web</p>	<p>Se establece un sitio web como pieza gráfica del proyecto debido a que es una herramienta contemporánea de tecnología que permite la visualización de contenidos e información de forma ordenada y universal, es decir que permite una mayor cobertura de difusión de información al pertenecer a la World Wide Web, los usuarios podrán encontrar información pertinente del municipio de Soacha, tal como información general, enlaces de interés y los más relevante en este, su</p>

		<p>directorio virtual de los servicios públicos que ofrece el municipio, y la posibilidad de anunciarse o anunciar su negocio en un conjunto organizado, coherente y jerarquizado de páginas web, a través de las cuales podremos ofrecer, informar, publicitar o vender contenidos, productos y servicios del municipio.</p>
	<p>CD</p>	<p>Contiene toda la información referente al proyecto e investigación, en donde podrán consultar por ejemplo el Manual de Identidad Gráfica</p>
	<p>Carpeta</p>	<p>Es un impreso necesario en la comunicación de la información. Así mismo sirve para recopilar o archivar. Puede utilizar diversas técnicas y acabados con bolsillos Internos sobrepuestos o troquelados. Dentro del proyecto se integra como material de apoyo a la campaña de promoción de la nueva imagen del municipio y del sitio web. Se cataloga como un POP, que es aquel artículo promocional que un cliente puede retener y que sirve para</p>

		que la publicidad se vuelva permanente.
	Volante	<p>Volante: es un papel impreso que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo. Su mensaje es breve y conciso. Dentro del proyecto de integra como material de apoyo a la campaña de promoción de la nueva imagen del municipio y del sitio web.</p>

Estrategia de comunicación

Dentro del proceso de desarrollo creativo del proyecto (SISTEMA GRÁFICO DE IDENTIDAD TERRITORIAL PARA EL MUNICIPIO DE SOACHA) nos encontramos con la fase de la comunicación del producto, es decir la estrategia de comunicación del planteamiento gráfico del mismo, para ello se tiene en cuenta una formulación creativa y eficaz, que responda a los objetivos tanto del proyecto, como la necesidad gráfica que se pretende solucionar en el grupo fuente de investigación (Soacha centro, comuna dos).

En consecuencia de lo anterior se presenta la estrategia de contenido desarrollada en la estructura del proyecto:

De acuerdo con la necesidad de diseño a resolver expuesta anteriormente, el planteamiento gráfico debe ser viable dentro del desarrollo del marco contextual, lo que implica una ejecución en el espacio físico que priorice la necesidad de los habitantes y consolide los conceptos implicados en el desarrollo del proyecto, siendo estos la identidad territorial desde la comunicación gráfica, en conjunto con los objetivos del proyecto entre los cuales se establece una identidad territorial y una imagen (logotipo) dentro de un grupo de investigación ya nombrado, en la estrategia de comunicación lo más importante es la imagen. El logotipo es un elemento gráfico que identifica a una persona, empresa o producto, para este caso en particular es el activo más importante del proyecto, ya que está directamente relacionado con el concepto de marca e identidad. Debe ser capaz de responder y ofrecer en términos de identidad un sentido de valores, orgullo, creencias y modos de pertenencia en el comportamiento de un grupo objetivo.

Para la estrategia de comunicación se pretende ofrecer una alternativa de representación e identidad para el municipio de Soacha ya que este no cuenta con un elemento gráfico que cumpla con estas esas demandas, a pesar de que tiene un escudo y una bandera propios.

Para ello se generan una serie de piezas gráficas dirigidas al grupo objetivo de investigación, que para este proyecto se define como la comuna dos del municipio de Soacha (Soacha centro), que complementan el desarrollo de la identidad del municipio y amplían el

planteamiento gráfico.

Debido a que el proceso de concepción de las piezas gráficas se encuentra en desarrollo, la campaña que se está realizando corresponde al objetivo de crear ansiedad en torno al cambio, o mejor dicho a la nueva propuesta de identidad gráfica y a las piezas complementarias de este proyecto. La campaña de expectativa pretende incentivar a la población a prepararse para el lanzamiento de la nueva imagen del municipio y de la plataforma de sitio web que es un directorio de servicios públicos que ofrece el municipio.

Para alcanzar este objetivo se plantearon piezas gráficas complementarias al logotipo como es el caso del volante promocional, el cuadernillo y la carpeta; encaminados a la promoción del sitio web y de la misma imagen.

Estructura de la estrategia de comunicación.

Antecedentes: Soacha es un municipio de Cundinamarca ubicado al sur de la sabana de Bogotá es el único municipio cuyo casco urbano se integra totalmente al casco urbano de Bogotá, con las localidades de Bosa y Ciudad Bolívar, por tal razón la identidad gráfica territorial, y el sentido de pertenencia de los habitantes del municipio se han deteriorado a tal punto que la identificación del territorio municipal pierde su valor gráfico a pesar de que se cuenta con el escudo y la bandera propios.

Objetivo de la estrategia: El objetivo de la estrategia de comunicación, de acuerdo a lo anterior es generar una identidad que se usa para la construcción del sentido de pertenencia, la representación colectiva de identidades urbanas, y legalizar las prácticas de apropiación del territorio.

Consumo: El consumo de esta imagen permitirá la homogeneidad del territorio y establecerá un vínculo de marcación espacial entre el municipio de Soacha y la Capital Bogotá.

El proceso de consumo: el consumo de esta imagen se llevara a cabo a partir de la promoción de dicha identidad, con material impreso que informen a la población de esta nueva imagen.

Target group: El grupo piloto de la investigación es la población de la comuna dos del municipio de Soacha, más exactamente Soacha centro, y su plaza principal, serán ellos quienes evalúen finalmente la viabilidad del proyecto.

El nivel de viabilidad del proyecto que arroje la prueba piloto, podrá permitirnos ampliar la aplicación del mismo a todo el territorio del municipio, de ahí la importancia de la escogencia de dicha población.

Estrategia creativa

Características de la imagen: Es la primera vez que se pretende generar una nueva imagen para el municipio de Soacha, esta se caracteriza principalmente por ser un diseño limpio y sencillo, pero con un inmenso valor cognitivo y morfológico, es decir que contiene ciertos elementos inscritos en él, que llaman al sentido de pertenencia territorial, histórica y cultural.

Beneficios de la imagen: La imagen puede uniformar el territorio del municipio de Soacha, imposibilitando el desarrollo de la conurbación, en el campo de la identidad territorial.

De igual manera permita la generación del sentido de pertenencia de los habitantes hacia el territorio municipal.

Que lo diferencia de los demás: Como se mencionó anteriormente, Es la primera vez que se pretende generar una nueva imagen para el municipio de Soacha a través de una marca, y para cualquier otro municipio de Cundinamarca, de acuerdo con esto, el privilegio y primicia de contar con una imagen que identifique al municipio, fuera del escudo y la bandera, deja a Soacha por decirlo de alguna manera, por encima de los demás.

Imagen actual: debido a la problemática de la conurbación, el municipio de Soacha está catalogada como una ciudad dormitorio, es decir, las fuentes de trabajo que ofrece la ciudad de Bogotá son atendidas por personas que residen, no sólo en Bogotá, sino también en varios de los municipios cercanos, principalmente Soacha. Por este motivo la identidad territorial permitirá

erradicar dicha concepción, y establecer el territorio como una zona industrial, empresarial, comercial, residencial, educativa y cultural.

Eslogan: “Bienvenido. Hoy es el primer día de una fabulosa experiencia para su vida”. Con esta frase de bienvenida se pretende motivar al grupo objetivo a que conozcan a su municipio a través de su identidad y los servicios que este ofrece.

Plan de medios

Análisis de consumo: el grupo piloto de investigación en su mayoría se constituye de jóvenes, adultos y adultos mayores, cada uno con características propias e igualmente medios de consumo propios; por ejemplo los jóvenes, estudiantes y universitarios prefieren los sitios de internet y la publicidad exterior, los adultos, en general, los avisos de prensa, revista y televisión.

Medios adecuados para la divulgación: las piezas gráficas mencionadas anteriormente hacen parte indispensable de la divulgación y promoción de la nueva identidad del municipio.

Medición de resultados.

Que se quiere obtener: los medios de divulgación para la identidad territorial del municipio deben generar en la población la necesidad de conocer y sentirse identificados con la representación territorial del municipio, además invitar a la comunidad, a visitar el sitio web y por ende los servicios que Soacha tiene para su población.

Medios de impresión: las diferentes piezas publicitarias de las que se compone la propuesta de diseño, serán impresas digitalmente, con maquinaria XEROX, la impresión digital se realizara en propalcote 240 para la carpeta (es un elemento que demanda alta resistencia y duración) y para las otras piezas, volante, cuadernillo y manual de imagen, propalcote de menor gramaje, aproximadamente 180.

El software implementado para el diseño de las diferentes piezas graficas es Adobe®

Illustrator® CS4. Un Editor de gráficos vectoriales tanto para medios digitales, como para impresión. Adobe® Photoshop® CS5, que permite editar imágenes y retoque de fotografías. Además de una plataforma de desarrollo web basado en la tecnología nube (cloud-based) para el diseño del sitio web.

Fotografías y documentos. Anexo (CD)

Bibliografía

Protocolo PARA LA PRESENTACIÓN DE LOS PROYECTOS DE GRADO Resumido

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN EN EL PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN COMUNICACIÓN GRÁFICA.

La antropología urbana en México (Néstor García Canclini 2005)

Manual de identidad corporativa - Luis Arango Nieto - Corporación Colombiana de Investigación - 8 de noviembre de 2004 – ejemplar 1200 – colección BanRep

Manual de identidad visual corporativa: proyección en el diseño de la estrategia comercial (Wally Olins 1989) 1 Ed. En castellano 1991 celeste ediciones

Logotipos, identidad, marca y cultura. (Conway Lloyd Morgan) traducción index book. Mc Graw Hill.

Teoría del Color - Como combinar y elegir colores para el diseño gráfico - Gustavo Gili 1991

Teoría del color, Estela Ocampo, Apolo y la Máscara la estética occidental frente a las prácticas artísticas de otras culturas 1958.

http://books.google.com.co/books?id=jfr2Mg57sA0C&pg=PA177&dq=teoria+del+color&hl=es&ei=rKimT6eBJYOg8QScxbSSAw&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&resnum=2&ved=0CDoQ6wEwAQ#v=onepage&q=teoria%20del%20color&f=false

Imagen Corporativa - Manual de imagen corporativa - Gustavo Gili 1991

Teoría de la forma, Pereiro Gerardo, la evolución es creatividad 2007

<http://books.google.com.co/books?id=pAg67MH42P0C&pg=PA44&dq=leyes+de+gestalt&hl=es&sa=X&ei=u6emT9agHcS-AeNl4iyAQ&ved=0CDAQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false>

La identidad cultural, según Gilberto Giménez, LA CULTURA COMO IDENTIDAD Y LA IDENTIDAD COMO CULTURA, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, (2012),

<http://medioexpresivoscampos.org/wp-content/uploads/2012/04/LA-CULTURA-COMO-IDENTIDAD-Y-LA-IDENTIDAD-COMO-CULTURA1.pdf>

Recuperado y reescrito de: “Serias amenazas al arte rupestre de Soacha, <http://www.periodismopublico.com/Serias-amenazas-al-arte-rupestre>

Miércoles 9 de diciembre de 2009. Entrevista Coordinador de Patrimonio Soacha, Juan Carlos Rodríguez, Coordinador de patrimonio de la Dirección de Cultura de la Secretaría de Educación de Soacha.”

Sitio oficial de Soacha en Cundinamarca, Colombia http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/sitios_visitar.shtml (2012)

Recuperado de: <http://www.rupestreweb.info/introduccion.html> .Diego Martínez Celis y Álvaro Botiva Contreras. Adaptación del texto Manual de arte rupestre Cundinamarca (Gobernación de Cundinamarca-ICANH, Bogotá, 2004).

Población, Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE en su BOLETÍN Censo General 2005 Perfil SOACHA CUNDINAMARCA https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/25754T7T000.PDF

Y ESTIMACIONES DE POBLACIÓN 1985 - 2005 Y PROYECCIONES DE POBLACIÓN 2005 - 2020 TOTAL MUNICIPAL POR ÁREA, http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/Municipal_area_1985-2020.xls

La historia del Flat Desing. Adaptado y recuperado de <http://thenextweb.com/dd/2014/03/19/history-flat-design-efficiency-minimalism-made-digital-world-flat/4/> AMBER LEIGH TURNER 19 de marzo'14, 15:09 (2014).

Artículo de ÍBER. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia

La iconografía en la didáctica de las ciencias sociales

<http://www.grao.com/revistas/iber/068-iconografia-didactica--materiales-interactivos/la-iconografia-en-la-didactica-de-las-ciencias-sociales?accion=PEDIDOSUSCRIPCION>

Recuperado y adaptado de: <http://www.rupestreweb.info/introduccion.html> - Qué es una pictografía.


Arte rupestre en Colombia. Folleto Exposición Arte Rupestre en Colombia. Banco de la República

Pedro Reinares Lara, Sergio Calvo Fernández. (2001) Gestión de la comunicación comercial – la identidad visual. Una imagen vale más que mil palabras. Serie McGraw-Hill de management.

Costos y precios de las diferentes piezas gráficas, recuperado y adaptado de

Finder publicidad. finderpublicidad.com Creatividad y estrategia para una comunicación efectiva

Anexos

SISTEMA GRÁFICO DE IDENTIDAD TERRITORIAL PARA EL MUNICIPIO DE SOACHA						 <small>UNIMINUTO</small> <small>Universidad Nacional de Ingeniería</small>	
Muestra Municipal:							
La siguiente encuesta se realiza con fines educativos y de investigación, la información recolectada no será usada de manera que lo afecte a usted, por el contrario es relevante para el desarrollo del proyecto.							
Sexo:	Masculino		Femenino				
Donde nació :	Soacha		Bogotá		Otro		
Vive actualmente en:	Soacha		Bogotá		Otro		
1. ¿Cuáles son los símbolos que identifican al municipio de Soacha?					Bandera		
					Escudo		
					No sabe		
					Otro		
2. ¿Conoce el significado del escudo de Soacha?					Si		
					No		
3. ¿Conoce los colores de la bandera de Soacha?					Si		
					No		
4. ¿Se siente identificado con la bandera y escudo de Soacha?					Si		
					No		
5. ¿Cree usted que estos símbolos son suficientes para representar al municipio de Soacha?					Si		
					No		
6. ¿Cuáles son los colores que identifican a Soacha?					Rojo, amarillo, azul		
					Rojo, Blanco		
					Blanco, azul		
					Verde, blanco, rojo		
					blanco, amarillo		
					Azul, rojo		
					Negro, blanco, rojo		
					No sabe		
Otro							
7. De los siguientes elementos, ¿Cuál identifica mejor a Soacha?					Iglesia San Bernardino		
					Parque principal		
					Puente de Soacha		
					Estadio Luis Carlos Galán		
					Alcaldía de Soacha		
8. ¿Se está convirtiendo Soacha en una localidad más de Bogotá?					Si		

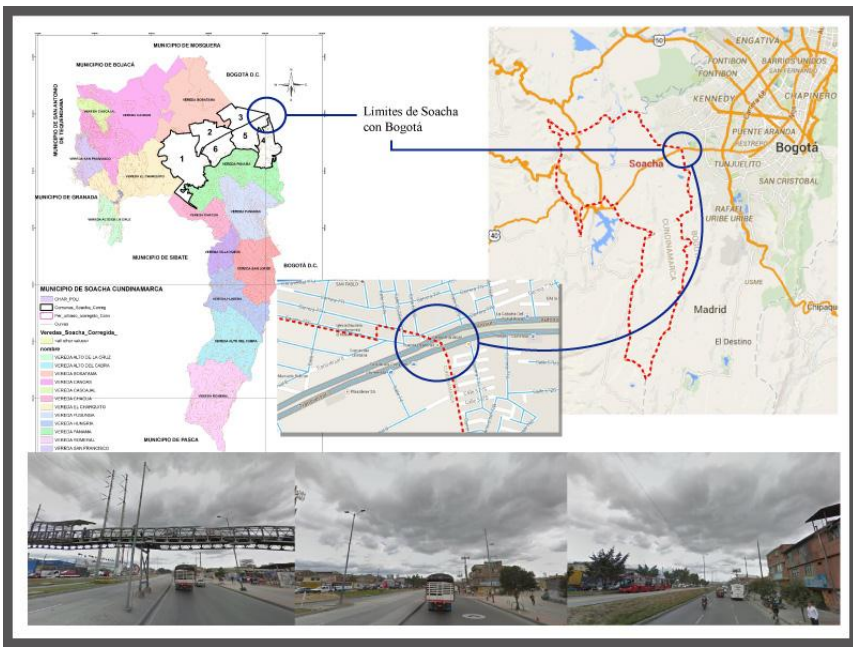
	No	
9. ¿Cree usted que el municipio de Soacha debería pertenecer a Bogotá?	Si	
	No	
10. ¿Qué concepto representa mejor al municipio de Soacha?	Cultura	
	Turismo	
	Crecimiento	
	Gastronomía	
	Inversión	
	Vivienda	
	Todas las anteriores	
otro		

FORMATO DE OBSERVACIÓN Y ANÁLISIS GRÁFICO SISTEMA GRÁFICO DE IDENTIDAD TERRITORIAL PARA EL MUNICIPIO DE SOACHA



Muestra Municipal:
 El siguiente formato se diseñó con fines académicos y con objeto de analizar gráficamente distintos elementos relevantes para la investigación.

Objeto 1
Límites de Soacha con Bogotá, Autopista Sur





Descripción
 Esta imagen evidencia el límite territorial entre la ciudad de Bogotá y el municipio de Soacha, y se distingue claramente que no existe ningún elemento gráfico que comunique esta información


<p>Objeto 2 Autopista sur. A la altura de La despensa</p>	
	<p>Descripción</p>
	<p>Falta de señalética e indicadores de zona</p>

<p>Objeto 3 Autopista sur. A la altura de Terreros</p>	
	<p>Descripción</p>
	<p>Elemento gráfico de señalética urbana, indicadores de zona y dirección</p>

<p>Objeto 4 Comuna dos municipio de Soacha – estadio municipal</p>	
	<p>Descripción</p> <p>Elemento grafico que identifica al Estadio Municipal Luis Carlos Galán Sarmiento, donde se evidencia el nombre, escudos de Soacha y el antiguo logo de la pasada administración “Soacha para vivir mejor”, además del logo del IMRDS.</p>

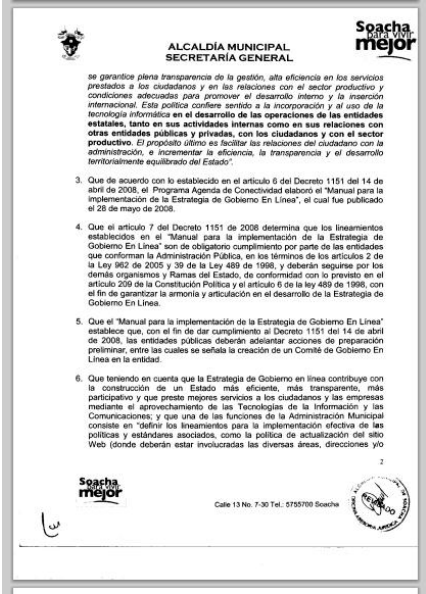
<p>Objeto 5 Comuna dos municipio de Soacha – Estadio municipal</p>	
	<p>Descripción</p> <p>Señalética en mal estado</p>

<p>Objeto 6 Comuna dos municipio de Soacha – Institución Educativa General Santander</p>	
	<p>Descripción</p>
	<p>Aviso nominal de la Institución Educativa General Santander, donde hace participe el escudo del municipio, con un diseño pobre de identidad gráfica.</p>

<p>Objeto 7 Parque de Soacha</p>	
	<p>Descripción</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de habladores informativos. 2. Propuesta gráfica del proyecto.

1

2

Objeto Documento público	Descripción
	<p>Documento institucional membretado con el escudo del municipio y el logo de la administración</p>