

RENOVACIÓN DE IMAGEN

Plataforma Nacional para la
Reducción del Riesgo de desastre (PNRRD)



RENOVACIÓN DE IMAGEN

Plataforma Nacional para la
Reducción del Riesgo de desastre (PNRRD)

Proyecto para optar al título profesional
de Diseñadora Gráfica

Autora

Javiera Aguirre Ramos

Profesor Guía

Leonardo Soto

Santiago de Chile

Diciembre - 2021

Agradecimientos

Mis más sinceros agradecimientos a la Escuela de Diseño y al Equipo de ONEMI, por darme la oportunidad de participar en este proyecto colaborativo, en el cual pude poner en práctica todos mis conocimientos y experiencias como diseñadora.

También a mi profesor guía Leonardo Soto, por guiarme en este proceso, que a pesar del poco tiempo que tuvimos logramos ajustarnos y llegar a un buen producto final.

Y por último y más importante agradezco a mi familia, en especial a mi madre, padre y hermana, que sin su apoyo y amor incondicional a lo largo de todo este proceso no hubiese sido posible.



Resumen

En este proyecto de diseño, se realizó una renovación de imagen, para la Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastres, dirigida por ONEMI. Este proyecto comienza definiendo conceptos básicos de diseño y determinando una estrategia de identidad y comunicación, la que tiene como objetivo un análisis de referentes internacionales, una auditoría de marca, un análisis FODA y una encuesta, entre otros. Con toda esta información y después de definir los conceptos, se desarrollaron dos propuestas de logotipos. Además de la construcción de tres paletas de colores y un estudio de familias tipográficas.



Capítulo 0

Introducción

Debido a las características geográficas y geológicas de nuestro país, muchas veces se ve expuesto a amenazas tanto de origen natural, como de origen humano, es por esto que en el año 2012, Surge La Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo (PNRRD) mecanismo de coordinación multisectorial para abordar de manera formal e institucionalmente la gestión del riesgo de desastre. La Plataforma no cuenta con una imagen actualizada de su marca, por lo que se le solicitó al Departamento de Diseño de la Universidad de Chile un proyecto conjunto para la renovación de la imagen de la PNRRD, este proyecto se trabajó de forma colaborativa entre Daniela Saldaña y Javiera Aguirre. Como primera etapa se desarrollo una investigación previa sobre Imagen, fundamentos básicos del diseño y comunicación visual, de autores como, Charles Peirce, Wucius Wong y Bruno Munari. En una segunda etapa se definió una estrategia de identidad y comunicación, basada en los postulados de Norberto Cháves. Es aquí en dónde se definen los conceptos principales con los cuales en una ultima etapa se trabajó de manera individual, con sus formas, colores, y familias tipográficas, para dar como resultado dos propuestas finales.

0.2 . Objetivo General

© Renovar la imagen de la Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de desastre (PNRRD)

0.3. Objetivo Especifico

© Diseñar un logotipo basado en el análisis de la plataforma y conceptos que la representen.

© Elegir una tipografía de libre uso que sea apta para los diferentes usos que se le dará al isotipo.

© Seleccionar tres propuestas de color para dar al cliente mayor variedad para elegir.



Contenido

Resumen	5
0. Capitulo 0	7
0.1 Introducción	7
0.2. Objetivo General	7
0.3. Objetivos Especificos.....	7
1.Capitulo	12
1.1 ¿Quiénes son?.....	12
1.2 ¿Por qué surge la plataforma?.....	12
1.3 ¿Cómo funciona?.....	13
2. Capitulo 2.....	14
2.1. Historia de la semiología.....	14
2.2. Que investiga la semiótica.....	14
2.3. ¿Cómo funciona la semiótica de Pierce?.....	15
2.3.1. Signo, Objeto E Interpretante.....	15
2.3.2. El objeto.....	15
2.4. Relaciones Tríadicas.....	16
2.5. ícono.....	16
2.6. Índice.....	17
2.7. Símbolo	17
3.Capitulo 3.....	18
3.1. Comunicación visual.....	18
3.1.1. Comunicación visual casual.....	18
3.1.2. Comunicación visual intencionada.....	18
3.2. El mensaje visual.....	18
3.3. Descomposición del mensaje.....	19
3.4. Forma.....	19
3.4.1. Formas geométricas.....	20
3.4.2. Formas orgánicas.....	20
3.5. Simetría.....	20
3.6. Estructuras.....	20
4. Principios del diseño.....	22
4.1. Contraste.....	22
4.2. Centro de interés.....	22
4.3. Espacio.....	22

5. Principios del color.....	23
5.1. Blanco y negro	23
5.2. Colores neutros.....	23
5.3. Colores cromáticos.....	23
5.3.1. Tono.....	24
5.3.2. Valor.....	24
5.3.3. Intensidad.....	24
6. Capitulo 6.....	25
6.1. Conceptos de marca.....	25
6.1.1. Imagen corporativa.....	25
6.1.2. Identidad corporativa.....	25
6.2. Estrategia de branding.....	25
6.2.1. Perfil y posicionamiento estratégico de la marca.....	26
6.3. Análisis de referentes.....	26
6.4. Auditoria de marca.....	32
6.5. Análisis FODA de la marca.....	34
6.6. Encuesta y Brief.....	34
7. Capitulo 7.....	36
7.1. Conceptualización, abstracción y síntesis de forma.....	36
7.1.1. INTERSECTORIAL.....	36
7.1.2. PREVENCIÓN.....	36
7.1.3. REDUCCIÓN DE RIESGO DE DESASTRE.....	36
7.2. Exploración de formas conceptuales.....	37
7.2.1. Exploración de forma Propuesta Nro. 01.....	37
7.2.2. Exploración de forma Propuesta Nro. 02.....	37
7.3. Definición de forma y exploración de la misma.....	37
7.3.1. Definición de propuesta Nro. 01.....	38
7.3.2. Definición de propuesta Nro. 02.....	39
8. Capitulo 8.....	40
8.1. Color.....	40
8.1.1. Paleta de colores del Marco de Sendai.....	40
8.1.2. Paleta de colores Moderna.....	42
8.1.3. Paleta de colores Gobierno.....	43

8.2. Pruebas de color.....	44
8.2.1 Prueba de color Propuesta nro. 01.....	44
8.2.2. Ajuste de prueba de color Propuesta nro. 01	44
8.2.3 Prueba de color Propuesta nro. 02.....	44
8.2.4. Prueba de color sobre fondos Propuesta Nro. 01.....	45
8.2.5. Prueba de color sobre fondos Propuesta Nro. 02.....	45
9. Capitulo 9.....	46
9.1. Familias tipográficas.....	46
9.1.1. Familia tipográfica Oswald.....	46
9.1.2. Familia tipográfica Lato.....	46
9.1.3. Familia tipográfica Raleway.....	46
9.2. Disposición del texto.....	47
9.2.1. Disposición de texto Lato.....	47
9.2.2. Disposición de texto Raleway.....	47
9.3. Propuestas finales.....	48
9.3.1. Propuesta 01, tipografía Lato, paletas de colores, y sobre plano.....	48
9.3.2. Propuesta 02, tipografía Lato, paletas de colores, y sobre plano.....	49
9.3.3. Propuesta 01, tipografía Raleway, paletas de colores, y sobre plano.....	50
9.3.3. Propuesta 01, tipografía Raleway, paletas de colores, y sobre plano.....	51
10. Conclusiones	52
11. Referencias.....	53

Capítulo 1

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre

1.1 ¿Quiénes son?

La Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo (PNRRD) se conforma en el país en el año 2012, esta surge como un mecanismo de coordinación multisectorial para abordar de manera formal e institucionalmente la gestión del riesgo de desastre. Esta consta de más de 190 organizaciones del ámbito público, académico, sociedad civil, privado, fuerzas armadas y de orden, organizaciones internacionales presentes en el país e incluso organismos autónomos. Esta instancia es coordinada por la Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI). (Silva, 2020)

1.2 ¿Por qué surge la plataforma?

Chile debido a sus características geográficas y geológicas, está expuesto a variadas amenazas de origen natural, como terremotos, tsunamis, marejadas, erupciones volcánicas, y eventos hidrometeorológicos extremos; como también se ve expuesto a amenazas de origen humano, como lo son: incendios forestales, ciberataques, conflictos sociales, etc y de origen Biológico-Sanitario, como lo es la marea roja que afecta al ecosistema y a los modos de vida de las personas, o la actual pandemia por

COVID-19 que a afectado al país de forma directa e indirecta estos últimos dos años.

En el año 2010, estando el país adherido al Marco de Acción de Hyogo para la reducción del Riesgo de Desastres desde el 2005, poco había avanzado sobre lo que establece dicho Marco, solo contaba con iniciativas aisladas, lo que demostraba que aún no existía una apropiación ni tampoco una comprensión real en lo que respecta la Gestión de Desastre (GRD) y de su fin la Reducción del Riesgo de Desastre (RRD). Estos antecedentes nacionales, servirán para que el gobierno tomará acción y solicitara al Sistema de Naciones Unidas (SNU), una evaluación del estado de las GRD en el país, en la cual como resultado se proponen 75 recomendaciones, las cuales tenían fundamento en torno a las prioridades que se acordaron en el Marco de Acción de Hyogo que tiene como eje. Como primera recomendación era la necesidad de formular una política nacional para las GRD a través de un proceso multisectorial, interinstitucional que involucre tanto al sector. (Silva, 2020)

1.3 ¿Cómo funciona?

La plataforma Nacional funciona reuniendo a más de 180 organismos representantes, designados o ratificados año a año por sus autoridades, los cuales responden a variados perfiles, algunos de carácter estratégico, para facilitar la toma de decisiones, y otros de carácter técnico, siendo estos encargados de áreas de GRD/RRD/emergencias en sus respectivos servicios.

La plataforma cuenta con un reglamento de funcionamiento el cual establece la existencia de un comité directivo que define algunas líneas de trabajo prioritarias anuales, el cual es actualmente SEGPRES y ONEMI. En términos de modalidad de trabajo funciona de dos formas, la primera corresponde a mesas de trabajo intersectoriales temáticas, que cuentan con un organismo líder, que actúa como jefe de proyecto sumado a varios organismos colaboradores, que en conjunto velan por el desarrollo del objetivo, meta y plazos de determinada acción estratégica que los convoca. La segunda modalidad corresponde a sesiones plenarios, las que tienen un carácter informativo y de rendición de cuentas, para pre-

sentar a los miembros de la Plataforma, los avances en cuanto a la implementación de los instrumentos de gestión nacionales u otros contenidos que se consideren pertinentes. (Silva, 2020)



Imagen 1. Logotipo PNRRD

Capítulo 2

2.1. Historia de la semiología

Mientras que Ferdinand de Saussure, en la década de 1900, concebía la semiología como una ciencia por constituirse, definiendo su objetivo como el estudio de la vida de los signos en el seno de la vida social, el filósofo y lógico norteamericano Charles Sanders Peirce afirmaba: "Por lo que sé, soy un adelantado en la tarea de despejar el territorio para abrir camino a lo que denominó semiótica, es decir la doctrina de la naturaleza esencial y las variedades fundamentales de la semiosis posible." Desde estas proposiciones hasta el día de hoy la significación ha sido un recorrido particularmente difícil y su desarrollo estuvo marcado por la incorporación de las diversas corrientes de pensamiento, las que si bien permitieron una revitalización de la problemática, determinaron un proceso de absorción sin crítica de numerosos vicios de razonamiento (Sercovich, 1973 , como se citó en Pierce ,1974)

2.2. Que investiga la semiótica

La semiótica no investiga un campo determinado, sino que es una comprensión científica, no existen, entonces, objetos semióticos previos a su determinación teórica. La semiótica propone el análisis de la dimensión significativa de todo hecho desde el momento en que se asigna su pertinencia: el régimen de determinaciones objetivas que hacen significativo a lo real. Por lo que todo aquello hacia lo que apunta su mirada conceptual, se convierte desde ese momento en objeto semiótico. Se propone, así, como una teoría de lo ideológico, a poco que se acepte que los "sistemas de representaciones colectivas "no preexisten como objetos científicos a menos que estén determinados teóricamente como tales. Sólo se podrá reproducir racionalmente los procesos objetivos de la metabolización significativa de lo existente, aceptado que lo ideológico no es una práctica, sino una dimensión, teóricamente determinada, de cualquier práctica social. (Pierce, 1974)

2.3. ¿Cómo funciona la semiótica de Peirce?

Para comprender cómo funciona la semiótica de Peirce, primero debemos entender conceptos tales como Signo, Objeto e Interpretante y la interacción entre ellos.

2.3.1. Signo, Objeto e Interpretante.

Un signo o también llamado representamen, es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter; este crea en la mente de la persona un signo equivalente, o tal vez, un signo aún más desarrollado. Este signo creado Peirce lo llamó el interpretante del primer signo. El signo está en lugar de algo, su objeto, pero no en todos sus aspectos, sino sólo con referencia a una idea. Para que algo sea un signo, debe representar a otra cosa la que será llamada objeto. Por otro lado, si un signo es distinto de su objeto, debe existir, sea en el pensamiento o en la expresión, alguna explicación, algún argumento, algún otro contexto que muestre cómo, o sobre la base de que sistema, o por qué razones, el signo representa al objeto o al conjunto de objetos a que se refiere.

El signo puede solamente representar al Objeto y aludir a él. No puede dar conocimiento o reconocimiento del objeto. Esto es lo que se define como Objeto de un Signo. (Peirce, 1974)

2.3.2. El objeto.

Los objetos pueden ser una cosa singular conocida existente, o que se cree que haya existido, o que se espera que exista, o un conjunto de tales cosas, o una cualidad o una relación o hecho conocidos, de los cuales cada Objeto singular puede ser un conjunto o reunión de partes, o puede tener algún otro modo de ser, como, por ejemplo, un acto permitido como lo es la acción de (cruzar con luz verde), pero esto no impide que la negación de tal acto (cruzar en luz roja) sea igualmente permitida; También un objeto puede ser algo de naturaleza general, deseado o requerido, o invariablemente encontrado en ciertas circunstancias generales. (Peirce, 1974)

2.4. Relaciones Triádicas

Según Peirce los principios y analogías de la Fenomenología, permiten describir, a distancia, como deben ser las divisiones de las relaciones triádicas, en donde se dividen en:

© Relaciones triádicas de comparación, son aquellas cuya naturaleza es la de las posibilidades lógicas.

© Relaciones triádicas de funcionamiento, son aquellas cuya naturaleza es la de las posibilidades lógicas.

© Relaciones triádicas de pensamiento, son aquellas cuya naturaleza es la de las leyes.

También Pierce menciona que se debe distinguir, en toda relación triádica, entre el Primero, Segundo y Tercer correlatos.

© En donde el primer correlato, es, de los tres, aquel que se considera como de naturaleza más simple, constituyendo una mera posibilidad si uno cualquiera de los tres es de esa misma naturaleza y no llegando a ser una ley.

© El segundo correlato es, aquel que es considerado como de complejidad intermedia, de modo tal que si dos cualquiera de los otros son de la

misma naturaleza, entonces el Segundo Correlato es una existencia real.

© El tercer correlato es, aquel que es considerado como de naturaleza mas compleja, es una ley siempre que alguno de los otros lo sea, y no es una mera posibilidad.

Con esto podemos entender y relacionar que un Representamen es el primer correlato, el segundo correlato se llamará su Objeto, y como tercer correlato se llamará su Interpretante. En esta relación triádica el posible interpretante es determinado para ser el Primer Correlato de la misma relación triádica con el mismo objeto, y para algún posible interpretante. Un signo es el Representamen del cual algún interpretante es una cognición de alguna mente. (Pierce,1974)

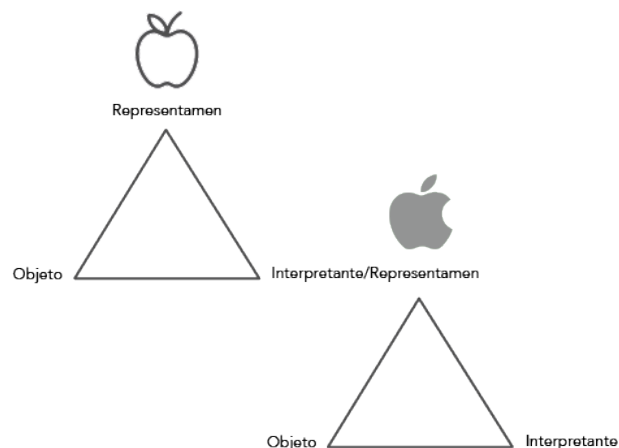


Imagen 2. Diagrama Triada de Peirce.

2.5. ícono

Siguiendo con la terminología de Peirce (1974), un ícono es un signo que se refiere al objeto, el cual denota en virtud de caracteres que le son propios, y que posee igualmente exista o no exista tal objeto. Cualquier cosa, cualidad, individuo existente o ley, es un ícono de alguna otra cosa, en la medida en que es como esa cosa y en que es usada como signo de ella. Un ejemplo de ícono puede ser cuadros, esculturas figurativas, caricaturas, las onomatopeyas o imitaciones del sonido, mapas, planos, etc.

2.6. Índice

Un índice es un signo que se refiere al Objeto que representa, en virtud de ser realmente afectado por ese objeto, en medida que el índice es afectado por el Objeto, tiene necesariamente alguna cualidad en común con el Objeto, y es en relación con ella como se refiere al objeto. Algunos ejemplos de índice son: el humo, es un índice de fuego, las nubes negras con un índice de lluvia, una huella de animal, es un índice de que el animal pasó por ahí, etc.

2.7. Símbolo

Un símbolo es un signo que se refiere al objeto que se representa en virtud de una ley, es una asociación de ideas generales que operan de modo, que son la causa de que el Símbolo se interprete como referido a dicho objeto, El símbolo se refiere a su objeto a través de la asociación o de otra ley, este estará indirectamente afectado por aquellas instancias. Un ejemplo de Símbolo es: paloma blanca, igual a paz, un hexágono de contorno rojo, igual a pare, una cruz, igual a cristianismo, etc.

Capítulo 3

3.1. Comunicación visual

La comunicación visual según Munari y Cantarell (2016), es todo lo que ven nuestros ojos, una nube, una flor, un dibujo técnico, un zapato, un cartel, un insecto, una bandera, etc. Aunque estas imágenes pueden tener un valor distinto según el contexto en el que se encuentren, y pueden dar informaciones diferentes. Entre los mensajes que pasan por nuestros ojos, podemos establecer al menos dos distinciones, la comunicación visual casual y la intencional.

3.1.1. Comunicación visual casual

Un ejemplo de comunicación visual casual, sería, una nube que pasa por el cielo, no tiene la intención de advertir que se acerca un temporal. La comunicación casual puede interpretarse libremente por quien la recibe, ya sea como mensaje científico o estético, o como otra cosa. Este tipo de comunicación puede examinarse bajo dos aspectos:

© Información estética: Se entiende un mensaje que nos informe, por ejemplo, de las líneas armónicas que componen una forma, de las relaciones volumétricas de una construc-

ción tridimensional, o de las relaciones temporales visibles en la transformación de una forma en otra.

© Información práctica: Se entiende un mensaje, por ejemplo, un dibujo técnico, una foto de actualidad, unas noticias visuales de la televisión, una señal de tráfico, etc. (Munari y Cantarell, 2016)

3.1.2. Comunicación visual intencionada

Un ejemplo de comunicación visual intencionada sería, la serie de nubecitas de humo que hacían los nativos para comunicar una información codificada. Para esta comunicación el mensaje debe recibirse el pleno significado que desea el emisor.

3.2. El mensaje visual

La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales que forman parte de la gran familia de todos los mensajes, estos son los que golpean nuestros sentidos. Sin embargo, aunque en los mensajes, existe un emisor que los emite y un receptor los recibe, el receptor está inmerso en un ambiente lleno de interferencias que pueden modificar el mensaje e incluso anularlo. Por otro

3.3. Descomposición del mensaje.

lado, aunque el mensaje se dirija bien proyectado y llegue al receptor, cada receptor, tiene algo que se denomina filtros, por los cuales el mensaje debe atravesar antes de llegar al mismo, estos filtros se pueden categorizar, en:

© De carácter sensorial: un ejemplo de esto, sería una persona que es daltónica, no percibe determinados colores, por lo tanto los mensajes basados exclusivamente en el lenguaje cromático, llegaran a él de forma alterada, e incluso podrían anularse.

© De carácter operativo: o dependiente de las características fisiopsicológicas del receptor, un ejemplo de esto, un niño de tres años analiza un mensaje de una manera muy diferente de la de un adulto.

© De carácter cultural: en este se dejará pasar sólo aquellos mensajes que el receptor reconoce, es decir aquellos que forman parte de su universo cultural, como por ejemplo, muchas personas occidentales no reconocen la música oriental como tal, porque no se corresponde con sus normas culturales. (Munari y Cantarell, 2016)

El mensaje puede dividirse, en dos partes, la primera es la información propiamente dicha que lleva consigo el mensaje, y la segunda es el soporte visual, que es el conjunto de elementos que hacen visible el mensaje, son todas las partes que se toman en consideración y se analizan para poder utilizarlas con la mayor coherencia respecto a la información, estas son textura, forma, estructura, modular y movimiento. (Munari y Cantarell, 2016)

3.4. Forma

Si bien existen diferentes comprensiones semánticas de la palabra forma, Munari se refiere en su texto a dos tipos de formas, las geométricas y las orgánicas. Cada una de estas formas nacen de una manera distinta, tienen medidas interiores propias y se comporta de una manera diferente cuando se le examina. Los ensamblajes de cierto número de formas iguales producen formas a menudo distintas; nacen grupos de formas con otros caracteres, efectos de negativo y positivo, imágenes dobles, imágenes ambiguas, figuras topológicas increíbles y figuras imposibles dibujadas de una manera perfecta y rigurosa, pero imposibles de construir.

3.4.1. Formas geométricas

Este tipo de formas, son las que conocemos todos, por haberlas visto en manuales de geometría, dentro de estas podemos encontrar formas básicas, (Imagen 3) que son las tres que ya conocemos, círculo, cuadrado y triángulo equilátero.



Imagen 3: Figuras geométricas básicas

3.4.2. Formas orgánicas

Las formas orgánicas, podemos encontrarlas en aquellos objetos o manifestaciones naturales, como por ejemplo, la raíz de una planta, un nervio, una descarga eléctrica, un río, etc. (Munari y Cantarell, 2016)

3.5. Simetría

La simetría estudia la manera en cómo las formas se acumulan, ve la relación que existe entre la forma base repetida y la forma global obtenida mediante la acumulación. Dentro de las reglas de la simetría existen cinco casos básicos.

- Identidad: consiste en la superposición de una forma sobre sí misma, o bien en la rotación total de 360° sobre su propio eje.

© Traslación: es la repetición de una forma a lo largo de una línea recta curva o de cualquier otro tipo.

© Rotación: la forma gira alrededor de un eje que puede estar dentro o fuera de la propia forma. (Imagen 4)

© Reflexión: se obtiene colocando algo delante de un espejo y considerando a su vez la cosa y su imagen

© Dilatación: es una ampliación de la forma que solo la extiende sin modificarla. (Munari y Cantarell, 2016)

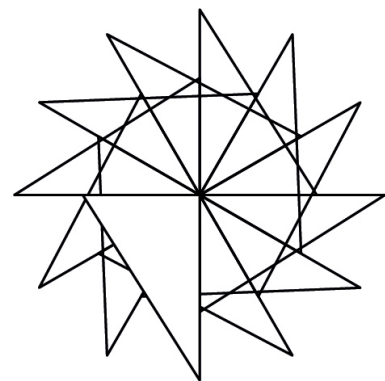


Imagen 4: Ejemplo de rotación

3.6. Estructuras

Son aquellas construcciones generadas a partir de la repetición de formas iguales o semejantes en estrecho contacto entre sí, en dos o tres dimensiones (Imagen 5). Una de las características principales de una estructura, es el de modular un espacio y darle una unidad formal, además facilita el trabajo del diseñador, que al resolver el módulo, resuelve todo el sistema, un ejemplo de estructura modulada, es la colmena. (Munari y Cantarell, 2016)



Imagen 5: Ejemplo de estructuras.

Capítulo 4

Principios del diseño

Para este proyecto utilizaremos las definiciones que utiliza Wong y Aya (2013) para referirse a los principios del diseño y a los principios básicos del color. La definición de estos conceptos, ayudará a comprender las intervenciones que tendrán las propuestas más adelante.

4.1. Contraste

El contraste es la comparación de elementos disímiles, este ayuda a identificar las formas y a aumentar la variedad visual en una composición. Los aspectos del contraste no sólo incluyen la forma, el tamaño, el color y la textura, sino también la posición, la dirección y los efectos espaciales. El contraste en la mayor parte de los casos se introduce de manera subconsciente a medida que se crean y disponen las formas.

4.2. Centro de interés

Una composición informal debe coordinar sus elementos alrededor de un centro de interés: un área donde todos los elementos se originan, cesan o interactúan, en cambio una composición formal, no incluye necesariamente un centro de interés especialmente si hay una retícula general basada en una traslación regular.

4.3. Espacio

En el diseño, el espacio que es ocupado, suele denominarse positivo y el espacio no ocupado se denomina espacio negativo. Un espacio parece poseer profundidad cuando una forma se superpone a otra sin unirse a ella, como también puede crearse una ilusión de profundidad haciendo girar lateralmente una forma en el espacio, como por ejemplo un cuadrado que se transforma en rombo, paralelogramo o un trapecioide.

Capítulo 5

5. Principios del color

Que el ser humano pueda ver, es por efecto de la luz, ya que esta nos permite distinguir un objeto de otro, así como de su entorno. La luz, siendo esta una energía, llega a nuestro sistema nervioso óptico y es interpretado como color por nuestros cerebros. La iluminación del sol es la que determina el estándar en nuestra percepción del color. Según W. Wong existen principios básicos para comprender la interacción del color, los cuales mencionaremos ahora. (Wong y Aya 2013)

5.1. Blanco y negro

El negro, es el mas oscuro de los colores conocidos, si se aplica a una superficie es capaz de borrar aquello que la cubría originalmente, por otro lado el blanco es ideal como superficie para aplicar colores, ya que puede mostrar las manchas mas tenues y no distorsiona los colores, aunque si los oscurece ligeramente. Ni el blanco ni el negro pueden producirse mediante la mezcla de otros pigmentos. El contraste entre negro y blanco, es uno de los mas acentuados, este permite un máximo de legibilidad y economía de medios, este contraste es ideal para esbozar, dibujar, escribir e imprimir.

5.2. Colores neutros

La mezcla de pigmentos negros y blancos en proporciones variables produce una serie de grises. Esos grises, junto con el negro y el blanco, son denominados colores neutros. Aunque de estos mismos, es posible obtener numerosas graduaciones, un plano que incluya esas gradaciones se denomina escala de grises, es esta no figura, el negro ni el blanco, por que la escala proporciona comparaciones en claro y en oscuro para diversos colores, y no hay ningún color tan oscuro como el negro o tan claro como el blanco. Los grises son mucho más eficaces para sugerir la profundidad y el volumen que el negro y el blanco.

5.3. Colores cromáticos

Generalmente se relacionan los colores cromáticos con el espectro que puede observarse en el arcoíris. Todo color cromático puede describirse de tres modos, los cuales mencionaremos a continuación. Estas definiciones servirán más adelante para entender las propuestas de color que se utilizaran para las propuestas más adelante.

5.3.1. Tono

El tono es el atributo que permite clasificar los colores como rojo, amarillo, azul, etc. Una descripción más precisa, en cuando se encuentra la inclinación del color de un tono, como por ejemplo un determinado color rojo, puede ser más preciso si se menciona como rojo anaranjado. (Imagen 6)

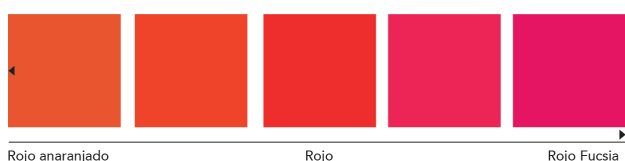


Imagen 6: Ejemplo de tipos de tonos del color rojo.

5.3.2. Valor

Este se refiere al grado de claridad o de oscuridad que tiene un color, un color conocido puede describirse de forma más precisa si se clasifica claro u oscuro, por ejemplo, se dice que un rojo es claro, cuando este es más claro que el rojo que esta en nuestras mentes. (Imagen 7)



Imagen 7: Ejemplo de valor del color rojo.

5.3.3. Intensidad

La intensidad o también llamada saturación, indica la pureza de un color, los colores de fuerte intensidad, o colores saturados, son los más brillantes y vivos que se pueden obtener, en cambio los colores insaturados tienen una intensidad débil, son apagados y contienen una alta proporción de gris. (Imagen 8)



Imagen 8: Ejemplo de intensidad del color rojo.

Capítulo 6

6.1. Conceptos de marca

6.1.1. Imagen corporativa

La imagen corporativa según Norberto Chaves (2005) aparece como el registro público de los atributos que identifican al sujeto social, es equivalente a la lectura de una institución, la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos sectores o colectivos, tiene o construye de modo intencional o espontáneo. De todas las definiciones de imagen, la más aceptada es "aquella que le atribuye el carácter de una representación colectiva de un "discurso imaginario"

6.1.2. Identidad corporativa

La identidad corporativa, circula por capas sumergidas, indirectas, semiconscientes o subliminales, privilegiando a los canales no tradicionales de comunicación. Debido a esta priorización del emisor, el concepto de comunicación tiende incluirse dentro del concepto más global de imagen, haciéndose dinámico por el mero incremento de su consumo verbal, este experimenta la potencia de su contenido y función semántica. Este proceso no se detiene en el protagonismo del emisor, sino que, en un segundo movimiento, revierte sobre la realidad proyectando so-

bre la oferta, los modelos identificatorios del sujeto. Así se produce una segunda versión del proceso de subjetivación, siendo entidades cuya imagen era el resultado espontáneo, puro efecto pasivo, cobran ahora institucionalidad, y con ello una identidad intencional, ejercida y manipulada a conciencia. (Chaves, 2005)

6.2. Estrategia de branding

Como estrategia de branding para este proyecto conjunto, utilizamos los postulados de Norberto Chaves, en donde postula que el diseño de signos identificadores de alta calidad, operan en un sentido estrictamente inverso, ya que no adapta el mensaje al estilo, sino que, el estilo al mensaje. Para esto plantea, formular una estrategia de identidad y comunicación, y para esto lo primero es definir el perfil y posicionamiento estratégico de la marca, recopilando los siguientes datos de la marca existente. (Chaves y Belluccia, 2003)

6.2.1. Perfil y posicionamiento estratégico de la marca

- © Sector en que se inscribe: Público
- © Subsector concreto: órgano de carácter asesor de ONEMI
- © Finalidad o misión: contribuir a incrementar las condiciones de seguridad de las personas, sus bienes y su medio ambiente, a través de la puesta en común de conocimiento técnico y de recursos
- © Rango o escala: Entidad grande
- © Implantación y alcance geográfico: Entidad nacional
- © Trayectoria: 10 años
- © Carácter de su propiedad: 193 organismos miembros (públicos, privados, OSC, academia, FFAA y de Orden, OOII y autónomos)
- © Tipo de dirección: dirección conjunta entre EGPRES y ONEMI
- © La clase de cultura interna: espacio colaborativo, de encuentro y trabajo intersectorial
- © Actividad concreta: Promocionar a nivel nacional la reducción de riesgo de desastre o ejecución y seguimiento de más de un centenar de acciones estratégicas plasmadas en la Política y Plan Estratégico Nacional vigentes, apelando al principio de corresponsabilidad.
- © Escala del mercado: Masivo y universal, ya que va dirigido a todo el país.

- © Tipo de audiencia a la que se dirige: población, sectores productivos, infraestructura, servicios, modos y medios de vida, ecosistemas, entre otros.
- © Situación competitiva: Líder, al ser la primera PNRRD
- © Perspectivas futuras: rehabilitar y reconstruir, planificando las inversiones e intervenciones para que consideren no generar nuevos riesgos y reducir los existentes, de tal modo que los procesos de recuperación sean sostenibles.

6.3. Análisis de referentes

Continuando con la estrategia de identidad y comunicación, nos planteamos realizar un análisis de los referentes internacionales que se relacionen a la plataforma, para esto se analizaron 5 plataformas para la RRD de diferentes países, Colombia, Canadá, Ecuador, México y Japón.

Referente Nro 1

Nombre: Plataforma regional para la reducción del Riesgo de desastre
País: Colombia Año: 2018



Imagen 9: Logotipo Plataforma Regional para la RRD en las Americas, Colombia.

Tipografía 1 : lineal, gruesa y con bordes redondeados, título

Tipografía 2 : lineal, delgada y con bordes redondeados, bajada

Isotipo: representación del continente Americano a través de figuras geométricas que se entrecruzan.

Paleta de colores: paleta del Marco de Sendai, pero se le suman colores de transición. (Imagen 11)



Imagen 10: Paleta de colores Plataforma Regional para la RRD en las Americas

Legibilidad: media

Se logra una lectura parcial del isotipo, rápida asociación a América y a algún concepto relacionado a la interacción entre países. Deja de lado conceptos que se asocien a la reducción de riesgo de desastres. Además, no logra un buen peso visual entre isotipo y tipografía.

Pregnancia: grado de recordabilidad
Medio - bajo

Coherencia: Existe coherencia entre la imagen y lo que quiere comunicar, ya que podemos entender que se refiere a América, aunque si el isotipo no tuviese el texto como apoyo, se haría difícil relacionarlo a una plataforma de reducción del riesgo de desastre.

Referente Nro 2

Nombre: Plataforma regional para la Reducción del Riesgo de Desastres en las Américas

País: Ecuador Año: 2014



Plataforma Regional para la Reducción del Riesgo de Desastres en las Américas

IV Sesión - Guayaquil, Ecuador del 27 al 29 de Mayo 2014

Imagen 11: Logotipo Plataforma Regional para la RRD en las Americas, Ecuador.

Tipografía 1 : lineal, gruesa y condensada, título

Tipografía 2 : lineal y con mayor espesor.

Isotipo: Representación del continente Americano construido por hexágonos (figura asociada a la estabilidad y la resistencia) siendo enfrentado por acontecimientos (Flechas)

Paleta de colores: Similar a la paleta del Marco de Sendai, colores cálidos y fríos y con un alto nivel de saturación.



Imagen 12: Paleta de colores Plataforma Regional para la RRD en las Americas, Ecuador.

Legibilidad: media

Se logra una fácil lectura del isotipo, ya que se asocia fácilmente a una América que enfrenta acontecimientos y se construye y une bajo la figura de la resistencia. En este caso la tipografía actúa como apoyo del isotipo y no como la explicación de este.

Pregnancia: grado de recordabilidad: Medio – alto

Coherencia: Existe coherencia entre la imagen y lo que se quiere comunicar, es fácil comprender todos los elementos de este logotipo, aunque podemos decir que falta resolución entre los elementos que lo componen, ya que algunos generan ruido visual.

Referente Nro 3:

Nombre: Plataforma regional para la Reducción del Riesgo de Desastre

País: Mexico Año: 2017



22-26 MAYO, 2017 | CANCÚN, MEXICO
2017 PLATAFORMA GLOBAL
PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES

DEL COMPROMISO A LA ACCIÓN

Imagen 13: Logotipo Plataforma Global para la RRD, México.

Tipografía 1: lineal, geométrica y con variación en el estilo de la fuente.

Tipografía 2 : lineal, delgada y con un gran interletraje.

Isotipo: Los cuatro iconos simbolizan los elementos clave de la resiliencia y la sostenibilidad en la cultura maya. Estos iconos se utilizaban en las telas mayas tradicionales en Chiapas (México). Chaac: dios de la lluvia; ceiba: árbol sagrado; Tierra: deidad de la Tierra; y serpiente: fertilidad de la tierra.)

Paleta de colores: Se utilizan los cuatro colores que representan las prioridades del Marco de Sendai + Azul. (Imagen 14)



Imagen 14: Paleta de colores Plataforma Global para la RRD, México.

Legibilidad: media

Se logra una lectura parcial del isotipo, ya que si bien podemos asociarlo a elementos culturales indígenas, la falta de conocimiento sobre estos, nos da una lectura incompleta de sus significado. En este caso la tipografía funciona como apoyo para asociar mejor los elementos del isotipo.

Pregnancia: grado de recordabilidad medio - bajo

Coherencia: Existe coherencia entre la imagen y lo que se quiere comunicar, se logra apreciar un trabajo elaborado con una buena elección de elementos, y aunque su significado no es fácil de comprender para quienes no tienen conocimientos previos, la intención de éste es clara y consecuente.

Referente Nro 4

Nombre: Quinta Plataforma Regional para la Reducción del Riesgo de Desastres en las Américas

País: Canadá Año: 2017



Imagen 15: Logotipo Plataforma Regional para la RRD en las Américas. Canada.

Tipografía 1: lineal, gruesa y condensada

Tipografía 2 : lineal, delgada y condensada

Isotipo: Representación del globo terrestre, acompañado de una hoja de maple, que se asocia a Canadá, el país anfitrión, además de un grupo de líneas con los colores del marco de sendai.

Paleta de colores: Utiliza los colores del Marco de Sendai, más el rojo canadiense y un gris con poca saturación. (Imagen 16)



Imagen 16: Paleta de colores Plataforma Regional para la RRD en las Américas. Canada.

Legibilidad: media

No se logra una buena lectura del isotipo, podemos llegar a asociarlo a una entidad mundial por el mapa y a Canadá por la hoja de maple, pero no vemos ningún concepto asociado a la reducción de riesgo de desastres, por lo que la tipografía toma el rol de explicar el isotipo.

Pregnancia: grado de recordabilidad medio - bajo

Coherencia: Existe poca coherencia entre la imagen y lo que se quiere mostrar, el logotipo cumple, pero se puede notar poco trabajo conceptual y de síntesis de forma, son elementos individuales que juntaron y les dieron un significado, pero a nivel de composición visual no funciona del todo.

Referente Nro 5

Nombre: World Conference on Disaster Risk Reduction.

País: Japón Año: 2015



UN World Conference on
Disaster Risk Reduction
2015 Sendai Japan

Imagen 17: Logotipo, World Conference on Disaster Risk Reduction, Japon.

Tipografía 1 : lineal y delgada
Tipografía 2 : lineal y delgada

Isotipo: Se presentan 5 figuras curvas unidas por sus extremos, las que podemos asociar a personas tomándose de las manos, representando así la interacción, el trabajo en equipo y la colaboración entre los participantes.

Paleta de colores: Se utilizan los cuatro colores que representan las prioridades del Marco de Sendai más un quinto color que se ve presente en otras plataformas.(Imagen 18)



Imagen 18: Paleta de colores World Conference on Disaster Risk Reduction, Japon.

Legibilidad: media

Se logra una parcial lectura del isotipo, ya que si bien podemos asociarlo a figuras humanas y conceptos atribuidos al trabajo colaborativo, puede llegar a tener otras interpretaciones que se alejan de la intención real de la conferencia. En este caso la tipografía cumple la función de orientar la lectura del isotipo.

Pregnancia: grado de recordabilidad medio - alto

Coherencia: Existe poca coherencia entre la imagen y lo que se quiere comunicar. Existen dobles lecturas que perjudican la coherencia del logotipo.

6.4. Auditoria de marca

Como segundo paso según Cháves y Belluccia (2003), se debe auditar la marca ya existente, para esto se plantea hacer un diagnóstico de la marca existente aplicando los 14 parámetros, los que se indican a continuación.



Imagen 19. Logotipo PNRRD

Calidad gráfica genérica:

Los signos y su combinación poseen una calidad media en lo que se refiere tipografía e isologo, no se aprecia armonía estética ni unidad estilística, aunque sí puede llegar a ser reconocible y asociables al país por su paleta de colores, los elementos por sí mismos no representan a la marca en su totalidad.

Vigencia:

Los signos no parecen contemporáneos, estos siguen una línea gráfica poco actualizada, muy similar a la que tenía el gobierno en los años 2000.

Pregnancia:

Los signos no poseen una cohesión y síntesis formal que garanticen su recordabilidad y rápido reconocimiento.

Compatibilidad semántica:

Las referencias explícitas del signo pueden resultar confusas para la identidad de su usuario.

Vocatividad

Los signos no llaman suficientemente la atención, pueden llegar a pasar desapercibidos.

Reproducibilidad:

Los signos no resisten todo tipo de soporte material, existen versiones imperfectas que no se incorporan del todo.

Suficiencia:

Los signos identificadores no son los necesarios para cubrir todas las necesidades de identificación de la marca, existen carencias en la resolución de la forma que obstaculizan una clara identificación.

Ajuste tipológico:

El isotipo no cumple satisfactoriamente su función identificadora, ya que si bien

contiene elementos (Hexágonos) que se pueden asociar conceptualmente a estabilidad y resistencia, se aleja de las necesidades del caso concreto y puede llegar a asociarse a elementos ajenos a su identidad

Singularidad

Los signos no satisfacen el grado de diferenciación necesaria en el contexto institucional específico y general, se pierden en el conjunto como uno más.

Legibilidad:

Los signos no poseen suficiente claridad, contraste, ni una buena nivelación en los pesos visuales de sus elementos los que perjudican su lectura si las condiciones de tamaño, distancia y luz no son los adecuados.

Declinabilidad:

Los signos presentan elementos gráficos aislados con baja declinación y poca capacidad para la creación de sistemas

Corrección estilística:

El estilo formal del signo desidentifica, ya que se puede asociar a lenguajes ajenos a su perfil e identidad.

Versatilidad:

Los signos no se adaptan naturalmente a cualquier nivel de discurso de la marca, ya que si bien se adapta gráficamente al estilo usado por el gobierno, no se adapta a las versiones de la marca de otros países.

inteligibilidad:

El sentido intencionado de los signos no son fácilmente interpretables, ya que se presta a interpretaciones equivocadas.

6.5. Análisis FODA de la marca

Para este proyecto realizamos un primer análisis FODA, en base a la información previa que nos entregó la plataforma.

Debilidades:

No existe identidad de marca sólida
La falta de fidelización de la marca con la comunidad
Desconocimiento de las labores de la plataforma por la comunidad
Desconocimiento de la marca

Fortalezas:

marca existente
comunidad activa con quien conectar
capacidad de crear instancias de trabajo y coordinación multisectorial con red de actores establecida
equipo de trabajo sólido

Amenazas:

incertidumbre con respecto a lograr la interacción deseada con actores y comunidad

Oportunidades:

alianza, co-branding con organización existente (onemi)
no tener competencia directa
liderazgo dentro del mercado

6.6. Encuesta y Brief

Para complementar el análisis FODA, planteamos la aplicación de una encuesta, a los participantes de la plataforma, la que contaba con nueve preguntas que permitirían definir de manera conjunta, la misión, visión, objetivos, valores que representan a la Plataforma, y conceptos que les asocian. La encuesta también ayudó a los participantes de la plataforma a formular un brief definitivo con los datos mencionados anteriormente. La encuesta fue respondida por veinte personas, y cada una mencionó uno o más conceptos abstractos a la plataforma, Estos conceptos fueron puestos en una lista, y se seleccionaron los conceptos que se repetían, y cuantas veces se repetían. Lo que dio como resultado lo siguiente:

Multisectorial: 9
Colaboración: 5
Espacio de encuentro: 5
Compromiso: 4
Red: 3
Transversal: 2
Diversidad: 2
Prevención: 2
Sistema: 2

Selección de Conceptos 1

ESPACIO DE ENCUENTRO SISTEMA **COMPROMISO**
RED **MULTISECTORIAL**
TRANSVERSAL **COLABORACIÓN** PREVENCIÓN

Para comparar y contrastar los conceptos que fueron rescatados en la encuesta, realizamos , los mismos pasos con el Brief que el equipo de ONEMI nos envió, en este se seleccionaron palabras y conceptos que se repetían y se generó el siguiente conjunto de conceptos.

Selección de conceptos 2

REDUCCIÓN DE RIESGO **COLABORACIÓN** TERRITORIAL
INTERSECTORIAL
PREVENCIÓN TRANSDISCIPLINARIO

Finalmente después de obtener ambos grupos de conceptos, analizamos la similitud que existía entre ellos y llegamos a una selección final, la cual fue aprobada por el equipo de ONEMI. Resultando en los siguientes conceptos.

1. INTERSECTORIAL: Agrupa conceptos como (MULTISECTORIAL - RED)
2. PREVENCIÓN
3. REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES : riesgo desastres.

Capítulo 7

7.1. Conceptualización, abstracción y síntesis de forma.

Para lograr una mejor comprensión de los conceptos y la forma en la cual estos pueden verse, como primer paso definiremos el concepto, como segundo paso abstraemos su forma en palabras, y como tercer paso sintetizamos su forma, con respecto a los dos puntos anteriores.

7.1.1. INTERSECTORIAL

© Definición: intervención coordinada de instituciones

© Abstracción: compuesto por varias formas que se conectan

© Síntesis de Forma:

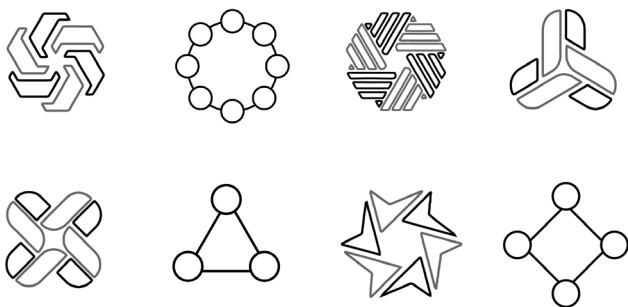


Imagen 20. Síntesis de forma INTERSECTORIAL

7.1.2. PREVENCIÓN

© Definición: medida tomada de manera anticipada para evitar que suceda algo negativo.

© Abstracción: forma que envuelve o cubre algo

© Síntesis de forma:

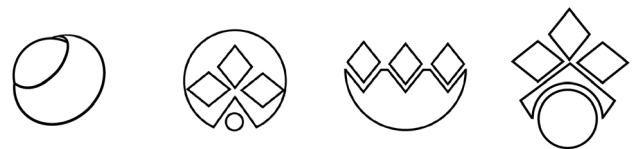


Imagen 21. Síntesis de forma PREVENCIÓN

7.1.3. REDUCCIÓN DE RIESGO DE DESASTRE

© Definición: probabilidad de que una amenaza se convierta en un desastre

© Abstracción: forma que amenaza la armonía o estabilidad de otras formas

© Síntesis de forma:

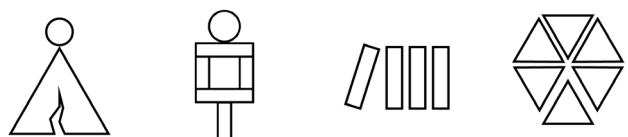


Imagen 22. Síntesis de forma RRD.

7.2. Exploración de formas conceptuales

Para este proyecto se planteó presentar dos propuestas definitivas, una propuesta explorando formas orgánicas, y otra explorando formas no orgánicas y geométricas. A continuación presentaremos la exploración de formas de ambas antes de llegar a la propuesta definitiva.

7.2.1. Exploración de forma Propuesta Nro. 1

En esta exploración, utilizamos formas geométricas como base, en esta propuesta se definió la existencia de un núcleo como centro de atención y el que de forma conceptual representará la prevención, en un segundo nivel de lectura, se definió que existiera una construcción geométrica compuesta, que representara lo intersectorial y como tercer nivel de lectura a modo de forma o contraforma la representación geométrica del riesgo de desastre, utilizando figuras angulares.

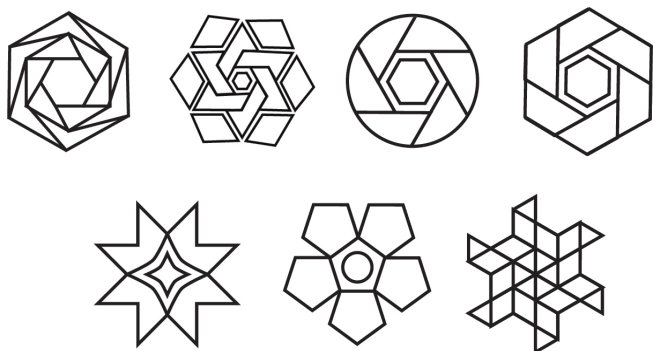


Imagen 23. Exploración de forma Nro.1

7.2.2. Exploración de forma Propuesta Nro. 2

Para esta segunda exploración, se probó la interacción entre formas orgánicas lineales, y la rotación de las mismas, lo interesante de estas formas, es que en los extremos en donde se entrecruzan, se generan formas nuevas, por lo tanto responde a los conceptos, intersectorial, al existir una interacción y conexión entre las formas que se generan, y la prevención al existir líneas que rodean a la figura principal y protegen un centro.

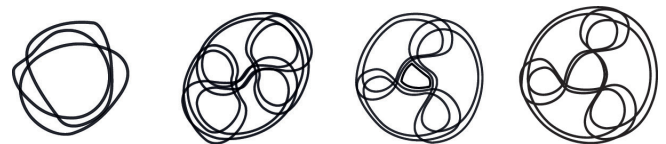


Imagen 24. Exploración de forma Nro.2

7.3. Definición de forma y exploración de la misma.

Luego de probar gradientes en escala de grises en cada una de las formas vistas anteriormente, se decidió elegir una forma orgánica, y una no orgánica de las mismas, las cuales fuimos interviniendo, para obtener figuras nuevas, y con las cuales también se exploraron diferentes tipos de gradiente en escala de grises.

7.3.1. Definición de propuesta Nro. 1

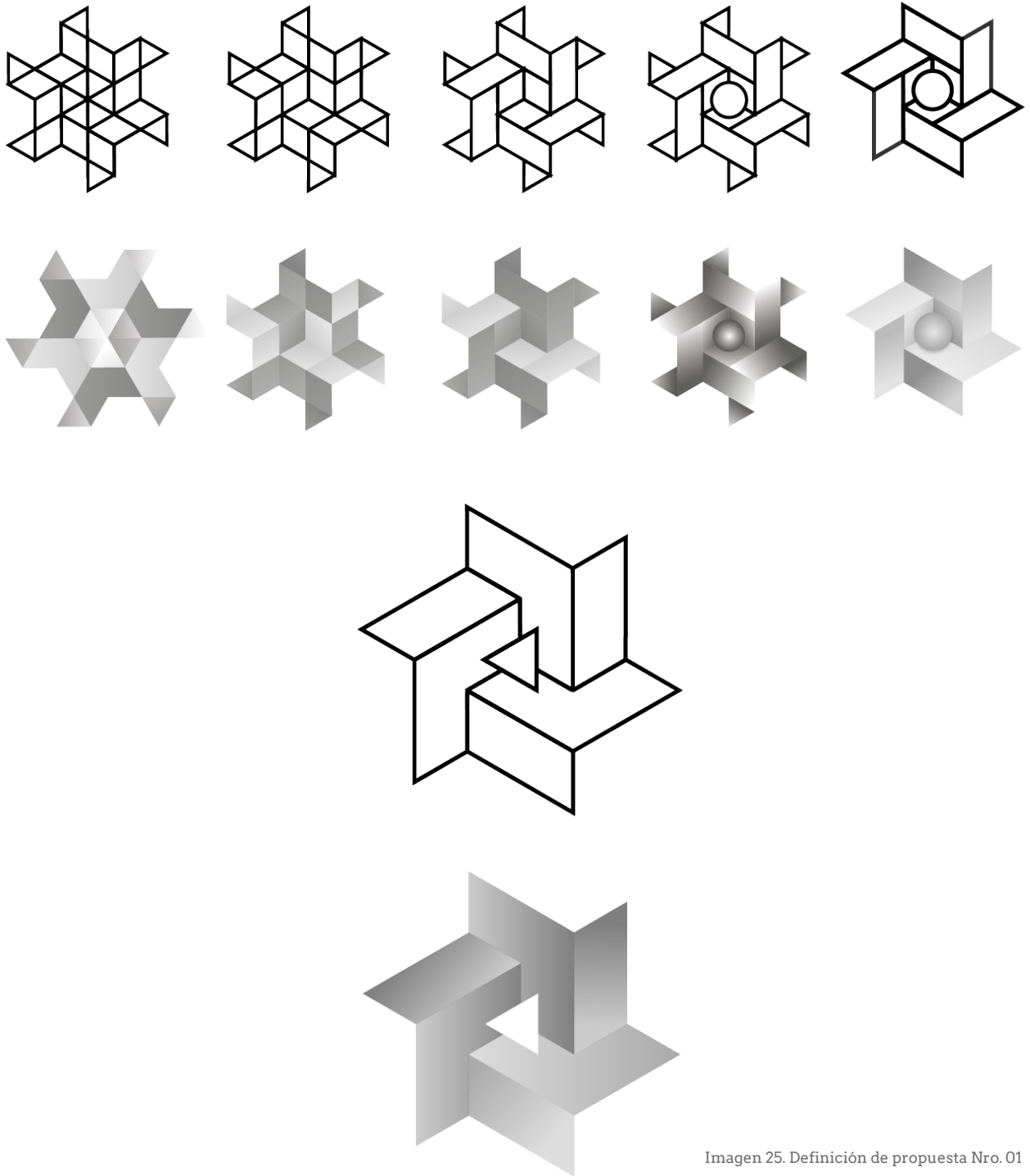


Imagen 25. Definición de propuesta Nro. 01

7.3.2. Definición de propuesta Nro. 02

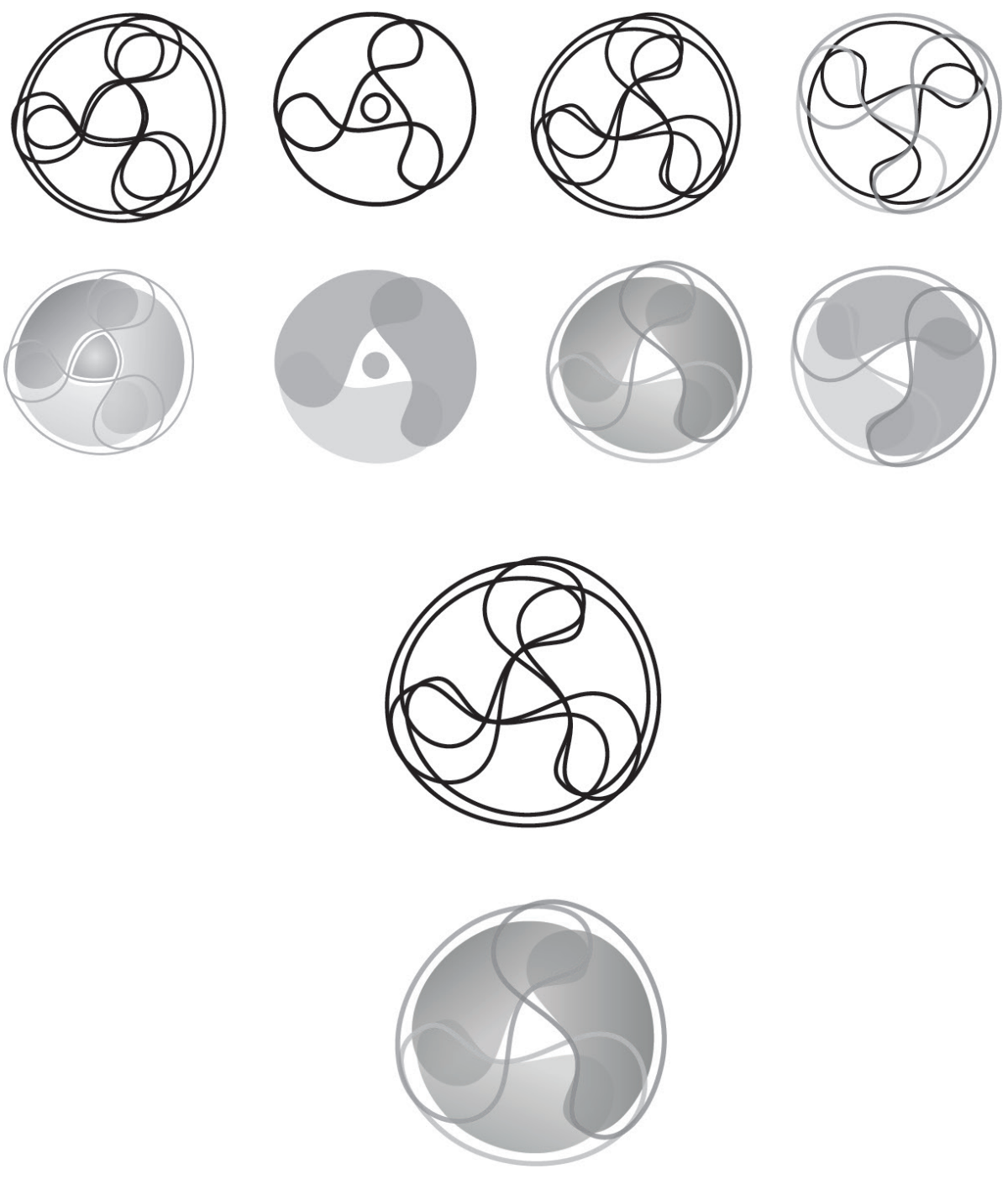


Imagen 26. Definición de propuesta Nro. 02

Capítulo 8

8.1. Color

Para este proyecto no existía un requerimiento de color establecido por la plataforma solo se acordó que la paleta de colores debía ser moderna, pero que aun así estaban abiertos a cualquier propuesta de color. Por lo tanto al ser libre la elección de color, se propuso utilizar una primera paleta de colores, utilizando los colores usados por el Marco de Sendai, Japón, una segunda utilizando colores en tendencia, y una tercera utilizando colores asociados al gobierno.

8.1.1. Paleta de colores del Marco de Sendai

En esta paleta de colores, cada color esta asignado a uno de los 4 pilares fundamentales del Marco de Sendai. Estos colores son utilizados por variadas plataformas de Reducción de Riesgo de Desastres a nivel internacional. Para utilizar esta paleta de colores, se aplico el filtro pixelizar sobre el logotipo (Imagen 27) para unificar algunos colores, y luego se utilizo la aplicación de Adobe Color (imagen 28) para hacer la extracción de color. Se ajusto la intensidad de los colores, para obtener colores mas brillantes y se reemplazo el naranja por amarillo, para dar mayor contraste entre ente y los otros dos colores.

Prioridad 1:
Comprender el Riesgo de Desastres



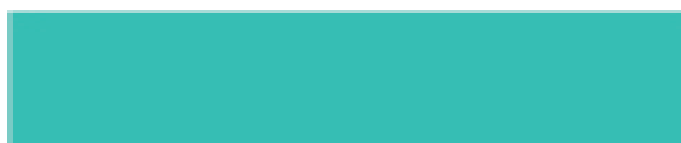
Prioridad 2
Fortalecer la gobernanza del riesgo de desastres para gestionarlo



Prioridad 3
Invertir en la reducción del riesgo de desastres para la resiliencia



Prioridad 4
Aumentar la preparación para casos de desastre a fin de dar una respuesta eficaz y "reconstruir mejor" en los ámbitos de la recuperación, la rehabilitación y la reconstrucción





UN World Conference on
Disaster Risk Reduction
2015 Sendai Japan

Imagen 27. Logotipo Marco de Sendai



Imagen 28. Pixelizar + AdobeColor Marco de Sendai

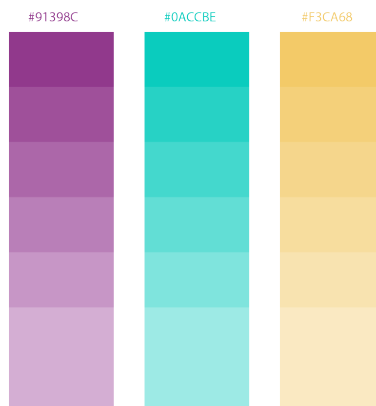


Imagen 29. Paleta de Colores Sendai Modificada.

8.1.2. Paleta de colores Moderna

En esta paleta de colores, al no existir una definición que se refiriera a lo moderno que solicito el cliente, se extrajeron los colores de una imagen (Imagen 30) con colores llamativos y brillantes, para esto se aplico el filtro pixelizar para unificar algunos colores, y luego se utilizo la aplicación de Adobe Color para hacer la extracción de color (Imagen 31). Finalmente, se seleccionaron 3 de los 5 colores sugeridos por la aplicación, y se realizó un ajuste en la intensidad de estos para lograr un buen contraste entre ellos.



Imagen 30. Imagen moderna

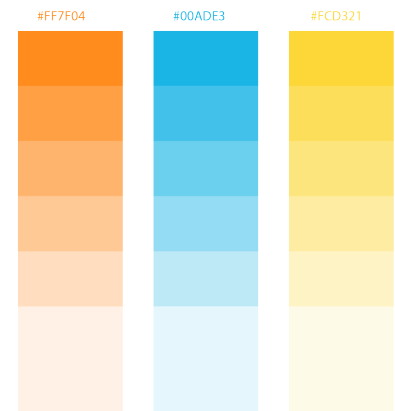


Imagen 32. Paleta de Colores Moderna



Imagen 31. Pixelizar + AdobeColor Imagen moderna

8.1.3. Paleta de colores Gobierno

Esta paleta de colores se selecciono a partir de dos de los colores utilizados en logotipos gubernamentales de Chile, el rojo y el azul, para saber que otro color podía ser añadido a la paleta, se buscaron ilustraciones que contuvieran estos 2 colores + 1, o +2, se selecciono la siguiente imagen (Imagen 33) y se utilizo el mismo proceso que en las anteriores paletas, se aplico pixelizar para unificar colores, y luego se utilizo la aplicación de Adobe Color para hacer la extracción de color. Igual que antes , se seleccionaron 3 de los 5 colores sugeridos por la aplicación, y se realizó un ajuste en la intensidad de estos para lograr un buen contraste entre ellos. (Imagen 35)



Imagen 33. Imagen colores Gobierno

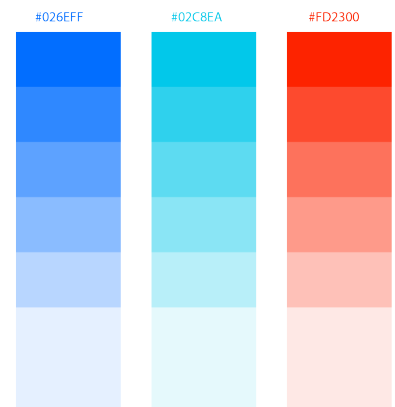


Imagen 35. Paleta de colores Gobierno

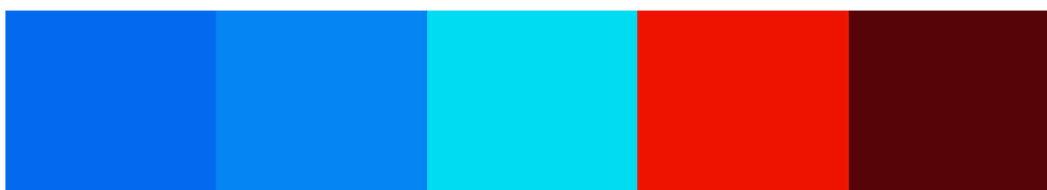
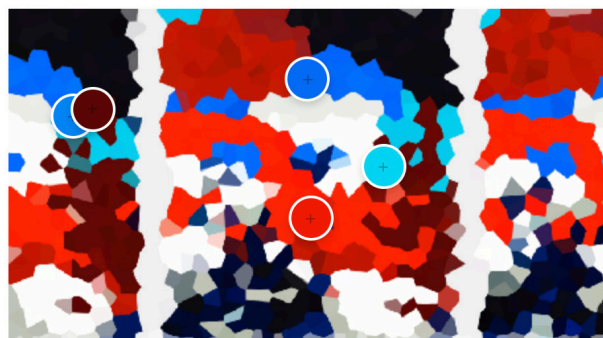
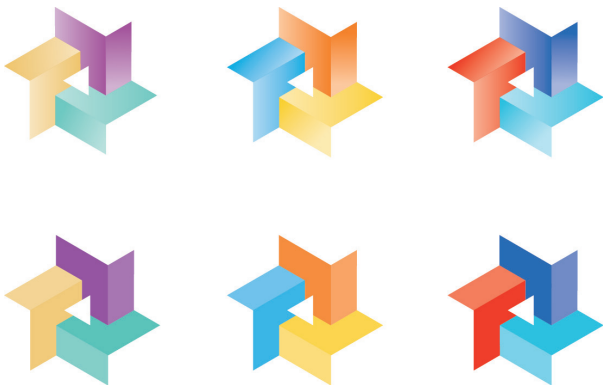


Imagen 34. Pixelizar + AdobeColor Imagen Gobierno

8.2. Pruebas de color

Teniendo definida las paletas de colores, el siguiente paso fue probar estas mismas en ambas propuestas. Se hicieron pruebas con variación de opacidad en las formas, variando del 100% de opacidad al 60% de manera gradual, esto para reforzar la tridimensionalidad de la propuesta y en otras se trabajó con el color en sólido más una variación del mismo pero con menor intensidad.

8.2.1 Prueba de color Propuesta nro. 01



Al momento de hacer pruebas de color sobre diferentes fondos, surgió un problema, ya que si bien funcionaba sobre fondos blancos, no funcionaba del todo sobre fondos oscuros, además que al momento de utilizarla en un solo color sólido, esta se per-

día ya que entre la construcción de sus partes no existía contraforma. Por lo que se hizo una modificación de esta, de la siguiente manera.

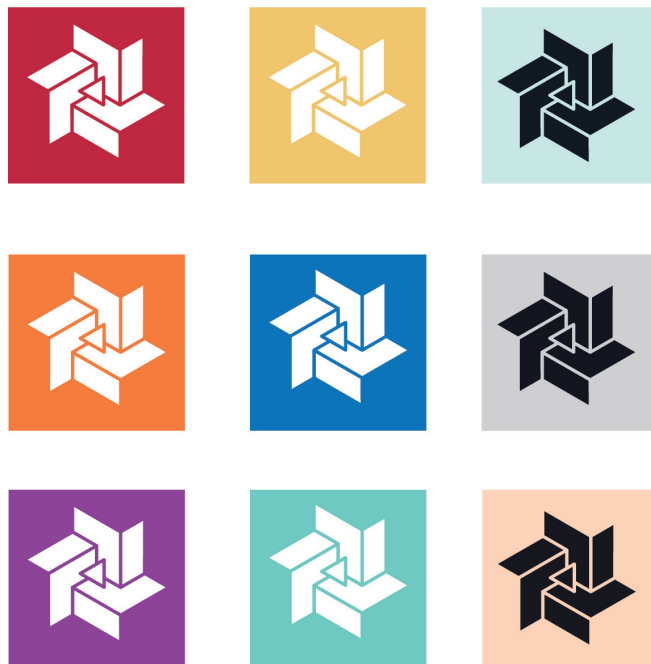
8.2.2. Ajuste de prueba de color Propuesta nro. 01



8.2.3 Prueba de color Propuesta nro. 02



8.2.4. Prueba de color sobre fondos
Propuesta Nro. 01



8.2.5. Prueba de color sobre fondos
Propuesta Nro. 02



Capítulo 9

9.1. Familias tipográficas

Para este proyecto, los únicos requerimientos que se mencionaron en las reuniones de trabajo con el equipo, fue que fuese una tipografía de libre uso y que contara con diferentes variantes; para esto utilizamos la pagina Google Font, en donde se pueden buscar tipografías de uso libre, además de que se puede filtrar según los requerimientos que nosotras consideramos. Estos requerimientos fueron, que la tipografía fuese de palo seco, para facilitar la lectura del texto además de que aporta modernidad a las propuestas.

9.1.1. Familia tipográfica Oswald

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Bold

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Medium

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Regular

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Light

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre ExtraLight

9.1.2. Familia tipográfica Lato

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Black

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Bold

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Regular

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Light

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Hairline

9.1.3. Familia tipográfica Raleway

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Bold

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre SemiBold

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Medium

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre Light

Plataforma Nacional para la Reducción del Riesgo de Desastre ExtraLight

9.2. Disposición del texto

Para la disposición de texto, el equipo de trabajo requirió que para la versión de texto completo, se dispusiera en dos líneas, y que la versión abreviada, el texto se dispusiera como, Plataforma Nacional para la RRD en dos líneas. Para las pruebas de disposición de texto, solo se utilizaron dos de las tres familias tipográficas, Lato y Raleway, ya que la primera Oswald, fue descartada por el equipo en una instancia previa.

9.2.1. Disposición de texto Lato

**PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE** Bold

PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE Regular + Black

**PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE** Black + Regular

PLATAFORMA Black+Regular **PLATAFORMA** Black + Opacidad
PARA LA RDD PARA LA RDD

PLATAFORMA Black **PLATAFORMA** Bold + Opacidad
PARA LA RDD PARA LA RDD

9.2.2. Disposición de texto Raleway

**PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE** Bold

PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE Regular + Black

**PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE** Black + Regular

PLATAFORMA Black+Regular **PLATAFORMA** Black + Opacidad
PARA LA RDD PARA LA RDD

PLATAFORMA Black **PLATAFORMA** Bold + Opacidad
PARA LA RDD PARA LA RDD

9.3. Propuestas finales

9.3.1. Propuesta 01, tipografía Lato, paletas de colores, y sobre plano.



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE



PLATAFORMA
PARA LA RDD



PLATAFORMA
PARA LA RDD



PLATAFORMA/
PARA LA RDD



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE

9.3.2. Propuesta 02, tipografía Lato, paletas de colores, y sobre plano.



**PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE**



**PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE**



**PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE**



**PLATAFORMA
PARA LA RDD**



**PLATAFORMA
PARA LA RDD**



**PLATAFORMA/
PARA LA RDD**



**PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE**

9.3.3. Propuesta 01, tipografía Raleway, paletas de colores, y sobre plano.



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE



**PLATAFORMA
PARA LA RDD**



**PLATAFORMA
PARA LA RDD**



**PLATAFORMA
PARA LA RDD**



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE

9.3.2. Propuesta 02, tipografía Lato, paletas de colores, y sobre plano.



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE



**PLATAFORMA
PARA LA RDD**



**PLATAFORMA
PARA LA RDD**



**PLATAFORMA/
PARA LA RDD**



PLATAFORMA NACIONAL PARA LA
REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRE

10. Conclusiones

Antes que todo, cabe mencionar que las propuestas anteriores fueron las últimas presentadas al cliente, por lo que ahora queda a su criterio elegir qué paleta de colores y propuesta será la definitiva de las cuatro finales, 2 diseñadas por Daniela Saldaña y las 2 presentadas en este documento. Por lo que será la última instancia del proceso mostrada en este informe.

Por otro lado, como hemos podido ver, la renovación de imagen de una plataforma gubernamental lleva consigo una serie de pasos que nosotras como diseñadoras, debemos saber resolver y prestar rigurosa atención. En este proyecto siendo solo una parte de la renovación total, se puede apreciar que desde lo teórico hasta lo práctico existe una serie de procesos que debemos de aprender y sistematizar para poder diseñar, como que tan importante es hacer una auditoría de marca, siendo que esta entrega importante información a la cual poner atención para no caer en las mismas falencias de la marca anterior, o que tan importante es aplicar nociones sobre forma y contraforma, que en este

caso puede evidenciar al momento del desarrollo de la propuesta Nro 01, la cual debió ser modificada para que funcionara a un solo color.

Este proyecto en particular para mí fue una oportunidad de conocer el trabajo real que debe realizar un diseñador/a, y con esto no me refiero solo a la parte de investigación y propuestas, sino que también a la interacción con el cliente, en este caso una entidad gubernamental; las reuniones, feedback y diferencias creativas, son parte de una realidad que pocas veces como estudiantes tenemos la oportunidad de enfrentar antes del mundo real, por lo que considero que instancias como estas, deberían de ser fomentadas aún más en la universidad. Así mismo, la oportunidad de trabajar en conjunto con otra estudiante, para mí fue una instancia de compañerismo, trabajo en equipo y colaboración que valoro enormemente y que creo debiera ser considerado como una posibilidad más al realizar un proyecto de título, considerando que el trabajo colaborativo es una habilidad que debe desarrollarse e incluso podría llegar a evaluarse dentro de instancias universitarias.

11.Referencias

Adobe. (s. f.). Extracción de colores. Adobe Color. Recuperado noviembre de 2021, de <http://color.adobe.com>

Chaves, N. (2005). La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional (0 ed.). Editorial Gustavo Gili.

Chaves, N., & Belluccia, R. (2003). La marca corporativa (1.a ed.). Paidós.
<https://es.scribd.com/document/286382171/La-Marca-Corporativa-Norberto-Chaves-1>

Munari, B., & Cantarell, S. F. I. (2016). Diseño y comunicación visual (2.a ed.) [Libro electrónico]. Editorial GG.

Pierce, C. S. (1974). La ciencia de la semiótica. Nueva Visión.
<http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/PEIRCE-CH.-S.-La-Ciencia-de-La-Semi%C3%B3tica.pdf>

Silva, N. (2020). PLATAFORMA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES, MECANISMO EFECTIVO DE GOBERNANZA PARA LA FORMULACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICA PÚBLICA. Departamento de Gestión del Sistema Nacional de Protección Civil. Wong, W., & Aya, O. E. I. (2013). Principios del diseño en color (2.a ed.) [Libro electrónico]. Editorial GG.

