

Rediseño de la imagen gráfica y diseño
de una presentación web informativa para el
Museo de las Conceptas de Cuenca

Universidad del Azuay
Facultad de Diseño

Rediseño de la imagen gráfica y diseño de
una presentación web informativa para el
Museo de las Conceptas de Cuenca

Trabajo previo a la obtención
del Título de Diseñador Gráfico

Realizado por
J. Daniel Guaña C.

Tutores:
Rafael Estrella
Esteban Torres
Catalina Serrano
Ana Tripaldi

Cuenca, 15 de Julio de 2005

Dedicatoria y agradecimiento

Dedico este trabajo a todos aquellos
que me apoyaron, aconsejaron e
informaron durante su realización .
De manera especial lo dedico a mis
padres por su ayuda incondicional

Agradezco a la señora Clara Jaramillo
por la valiosa colaboración que me
brindó .

Yo , Daniel Guaña,
declaro que los textos del presente
trabajo son de mi autoría y que por lo
tanto asumo la responsabilidad de lo
expresado en los mismos

Indice

Abstract	5
Introducción	7
Capítulo 1 Antecedentes	10
Capitulo 2 Diagnóstico	13
Capítulo 3 Programación	21
Capitulo 4 Diseño Gráfico	21
Conclusiones	50
Anexos	52
Bibliografía	56

Abstract

El presente trabajo tiene como principal misión la de convertirse en una de las primeras tentativas para dotar al Museo de las Conceptas de una imagen gráfica renovada.

Vemos que a pesar de constituir una institución de una riqueza cultural enorme, no posee un adecuado sistema de elementos gráficos, situación que de alguna manera disminuye la presencia que esta institución proyecta a la comunidad en la que se halla.

Es así que con este proyecto intentamos colocar la primera de las piedras en la actualización de la imagen global de este museo.

Intentamos cumplir con este cometido, a través de la renovación de la identidad gráfica, rediseñamos el isologo que hasta ahora ha utilizado la institución tratando de establecer cualidades que se identifiquen con una visión más contemporánea.

También proponemos el rediseño de los elementos que conforman el sistema señalético, debido a que este constituye una parte muy importante del entramado de elementos que confluyen en la identidad global.

Por otro lado la propuesta de una presentación web informativa obedece a la necesidad de la actualización de los medios comunicativos que toda institución demanda.

Planteamos un producto que tiene la capacidad potencial de llegar a todo el mundo, un producto que a través de los medios contemporáneos puede trascender las fronteras geográficas y llegar a una gran cantidad de personas.

Esto evidentemente es un beneficio para una institución de este tipo, pues se sabe que estas mucho dependen de las visitas que puedan recibir.

Es así que nos embarcamos en una investigación en varios sentidos, por un lado el aspecto cultural e histórico y por otro el aspecto tecnológico sin el cual hubiese sido imposible plantear un proyecto de esta naturaleza.

Entonces invitamos al lector a revisar el informe de todo el proceso que hemos seguido para conseguir un producto que busca como ya dijimos convertirse en la primera tentativa de una renovación de naturaleza mas amplia.

Introducción

Justificación

El Museo de las Conceptas constituye para la ciudad de Cuenca una de sus instituciones históricas y culturales más representativas debido a que guarda dentro de sus salas una parte muy rica y significativa del registro histórico, social y religioso de la época colonial y postcolonial cuencana (s XVI- s XIX) y la sociedad que la habitó.

Es por esto que el Museo de las Conceptas desde su fundación en la década de los 80 se convierte en una plaza de gran valor turístico al poseer elementos de gran riqueza cultural para atraer al visitante que desee adentrarse en la historia de la Congregación de la Sagrada Concepción y del imaginario pictórico religioso que se ha manifestado en Cuenca a lo largo de sus más de 400 años de vida.

Una institución de estas características, creemos debe poseer, entre otros atributos en el campo de las relaciones sociales una serie de elementos que construyan una identidad corporativa coherente y significativa que resuma eficientemente los valores que resguarda y presenta a una comunidad determinada.

Sin embargo, en el caso concreto del Museo de las Conceptas podemos observar que esto no se cumple satisfactoria-

mente. Hemos detectado básicamente dos instancias donde se comprueba algunas deficiencias: Identidad gráfica poco contundente y desactualización en los medios de comunicación propios de los tiempos presentes

Vemos que la identidad gráfica del Museo no es contundente: posee un logotipo que carece de identificación y una señalización que o se ha ido transformando a través de los años en obsoleta o no ha sido concebida desde un principio con una intención integradora, de manera que ahora se la percibe como una serie de elementos neutros e incompletos que no guardan entre sí ni en su contexto una relación tipológica concreta.

En otro sentido, la desactualización que se mantiene con respecto a los medios de difusión y comunicación modernos como la Internet es otro de los factores que afectan al Museo. Cuando navegamos por la Internet nos percatamos de que no se posee una página web propia que pueda difundir e informar internacionalmente las cualidades, obras e historia del mismo

Al tomar en cuenta estos datos es que se propone la realización de un proyecto que abarque principalmente 2 campos referentes al diseño de imagen

y a la difusión de sus valores :
Rediseño de la imagen gráfica (logo-
tipo y señalización); Diseño de una
presentación web publicitaria.

Objetivos

- Dotar al Museo de las Conceptas de un renovado sistema de identidad gráfica que unifique bajo unos mismos parámetros las diferentes manifestaciones que este tiene con la comunidad.

- Proponer un elemento difusor de información que contribuya a acercar el contenido histórico y cultural que posee el Museo hacia el potencial visitante nacional e internacional.

Alcances

En lo geográfico y la población
Alcance local, a través de la identidad visual y señalización.

Alcance internacional, a través del elemento difusor de información para la web.

1.1 Quienes son las Conceptas

La Congregación de las Concepcionistas o Conceptas es una orden religiosa femenina fundada primeramente en México en 1540 y luego en Quito en 1777 teniendo como objetivo original el de establecerse como un monasterio de mujeres encargadas primero de entregar su vida al servicio de Dios a través de diferentes votos y exigencias y por otro lado, de formar como profesoras a mujeres indígenas, de manera semejante como hacían los monjes en relación a la población masculina.

Esta Congregación pronto olvida los objetivos originales y empieza a identificarse con los intereses particulares de las criollas comenzando a funcionar como una institución lucrativa donde entre otras cosas, la entrada de las novicias se compraba con la dote que la familia de la muchacha entregaba al convento como una forma de conseguir favores espirituales y crecer en el estrato social de la época.

Posteriormente en la ciudad de Cuenca el Monasterio es fundado en 1599 cuando el Cabildo solicita que se estableciese el primer monasterio de la ciudad al que puedan ingresar las doncellas descendientes de conquistadores.

Así entonces, una familia que deseaba que sus tres hijas entrasen en la congregación dona "la mejor casa de toda la ciudad" para que en ella se adecue primeramente el convento y luego se construya la iglesia.

A lo largo de los años el convento va olvidando los objetivos de servicio bajo los cuales fue constituido y se convierte en un ente económico de mucha fuerza que crecía en función de los pagos de las dotes que las novicias realizaban al ingresar a la orden, tanto en dinero como en obras y bienes.

Es por este motivo que el convento a lo largo de sus 400 años de historia ha logrado guardar una extensa colección de obras de gran valor histórico y artístico fruto de esta forma de pago que las religiosas debían hacer al ingresar a la congregación.

Con el transcurrir del tiempo, la situación de las Conceptas ha cambiado y poco a poco se ha ido desvirtuando la condición de ente económico para convertirse en uno de resguardo de tradición y fe.

Actualmente las Concepcionistas tienen cierta relación con la comunidad a través del comercializar los

diferentes productos que se elaboran en el convento, como por ejemplo, los dulces de diferentes sabores, quesadillas y muy especialmente la tradicional agua de "Pitimas"

1.2 Historia del Museo

El Museo de las Conceptas es una institución cultural cuencana que nace con el objetivo de mostrar al público el legado artístico de los 400 años de historia que posee el Monasterio de la Inmaculada Concepción de Cuenca.

Nace en los años 80 cuando un grupo de personas solicitan a Obispo de ese entonces, Monseñor Alberto Luna Tobar para que medie entre la sociedad y las religiosas de la congregación para que donen el espacio que anteriormente se destinaba al hospital del convento con el objetivo de readecuarlo y convertirlo en un museo de arte religioso donde se muestre una parte de las obras pertenecientes al Monasterio.

Es así que se inaugura después de tres años de adecuamiento en 1986 a través del financiamiento brindado por el Banco Central y la Junta Monetaria de ese entonces.

1.3 Naturaleza del Museo

A través de las visitas realizadas a la institución en las primeras etapas del

proceso hemos podido obtener las siguientes conclusiones:

- Se trata de una institución enmarcada en una actividad cultural. Tiene como objetivo mostrar al público una serie de obras que han constituido parte de la historia del convento del mismo nombre.

- La personalidad que posee esta institución es de tradición y religiosidad. Es decir que desde la arquitectura hasta el mensaje contenido en sus obras nos comunican ideas conservadoras enmarcadas en la propuesta de rescatar y mantener lo que definió una época, una forma de vida, una parte de la historia tanto de la ciudad en general como del monasterio en particular.

- La diferenciación que se produce con los otros museos existentes en la ciudad es generada precisamente por la naturaleza de su muestra: Nuestro museo es casi exclusivamente religioso y hasta cierto punto familiar, cálido, casero. No olvidemos que también se exponen artículos de la cotidianidad.

- En la parte técnica se trata de un museo relativamente pequeño cuya estructura organizativa no presenta grandes dificultades: fácil recorrido, obras ordenadas temáticamente.

El presente capítulo se lo desarrollará tratando de explicar en breves rasgos la situación actual en la que se halla el Museo con respecto a la percepción que tiene de él la comunidad como en lo que se refiere al análisis desde el punto de vista del diseñador.

2.1 ¿Por qué rediseñar la identidad gráfica?

La razón fundamental por la que se propone un rediseño del sistema de identidad gráfica se centra principalmente en un intento de actualizar la que hasta ahora se ha venido manejando, para adaptarlo a los requerimientos tanto comunicativos como funcionales que el entorno moderno exige. Si analizamos los logotipos de mayor éxito nos daremos cuenta que poseen unas cualidades comunes que explicaremos a continuación. Pongamos especial interés en el caso y la explicación sobre el logotipo de la firma "PRUDENTIAL" lo que pensamos es un ejemplo que se acerca bastante a nuestro caso particular.

En capítulos posteriores desarrollaremos de una manera más detallada tanto el diagnóstico como los motivos formales por los cuales desarrollamos este proceso.

2.2 Tendencias actuales

*

2.2.1 Simplificación

Es una cualidad que consiste en eliminar los elementos superfluos de tal manera que se observen formas simples y bien definidas.



Veamos el caso de 3M:



Desde sus inicios la marca 3M ha sufrido un sinnúmero de variaciones. Se han ido utilizado varias versiones que no guardan entre sí ni en su aspecto formal una clara norma unificadora excepción hecha para el nombre de la marca: Los signos 3 y M



2.2.4 Fuerza e impacto visual

El logotipo de SHELL ha ido simplificándose cada vez más desde la ilustración detallada de una concha marina hasta el signo obtenido por Raymond Loewy



imagen 1

* Los gráficos y los resúmenes de estas dos páginas son obtenidos de:
Silver, Lisa, Diseño de logotipos, Pasos para conseguir el mejor diseño, Gustavo Gili, México, 2001.

donde se observa una forma contundente que puede ser aplicada en varios formatos sin problemas. Por otro lado la cromática refuerza esta intención de tal manera que el texto se hace casi innecesario.

2.2.2 Identificación y reconocimiento

“La simplificación de los elementos gráficos que conforma los logotipos si bien es una tendencia de las marcas modernas no siempre es la mejor solución, antes hay que observar el reconocimiento que se tiene entre el signo y la empresa”

Veamos el caso de Prudential:

En los años 80’s se rediseña el logotipo que representaba de una manera naturalista al Peñón de Gibraltar símbolo de la empresa Prudential, logrando una versión extremada-



imagen 2

mente simplificada de dicho Peñón. Sin embargo en los años 90 se llega a la conclusión de que este signo no era reconocido como el símbolo de Prudential y por ello se realiza una nueva propuesta donde se representa al mismo Peñón de una manera intermedia entre lo naturalista de la primera versión y lo abstracto de la segunda. En este se puede distinguir claramente al Peñón al mismo tiempo que se percibe una estilización moderna.

2.2.3 Funcionalidad tecnológica

Es decir la capacidad de distinción que debe poseer un logotipo cuando es aplicado en distintos soportes.

El caso de BAYER:

En este caso, dejando de lado el proceso de simplificación que sigue la marca, nos concentraremos en la funcionalidad que posee la versión actual del logotipo.

El signo llega a un grado tal de simplificación que puede ser utilizado sin ningún problema en soportes tan pequeños como una pastilla o tan grandes como el rótulo luminoso gigante en la planta de producción en Leverkusen.



imagen 3

2.3 Situación actual del Museo

2.3.1 Percepción del medio

Antes de iniciar la descripción de como lo percibe el público, creemos necesario establecer la idea de que existen 3 tipos de público (revisar anexos, páginas 53,54,55):

- El público general .- Es decir aquél que en general no tiene costumbre de visitar museos.

- El público conocedor.- Es aquel que se halla vinculado con la cultura dentro de la ciudad . Está enterado de las actividades que se realizan en los museo, y los ha visitado por lo menos una vez.

- El público turista.- Aquel que visita sitios de interés por una sola vez. Los conoce por referencias de publicaciones turísticas impresas o virtuales. Está conformado por extranjeros y habitantes de otras ciudades

En el caso del público general, los sondeos realizados nos indican que un

alto porcentaje del universo muestra, nunca a visitado el Museo pero si posee referencias básicas de la actividad que realiza. Es decir que se trata de un público que no presenta un marcado interés hacia la institución.

En el público denominado conocedor, por otro lado, hemos averiguado que el porcentaje de reconocimiento que tiene el Museo es muy alto debido a que la gran mayoría de este público lo ha visitado por lo menos una vez y sabe con certeza lo que realiza.

En el sector del público turista, del total de la muestra encuestada la mayoría no lo ha visitado ni tampoco tiene referencias del mismo, aunque por otro lado la Dirección del Museo indique que del público que lo visita la gran mayoría corresponda precisamente a este sector .

En otro sentido al no estar vinculado con profundidad con una comunidad en particular, este público sentirá predilección por lo que represente una expresión cultural o un atractivo turístico del sitio que visita.

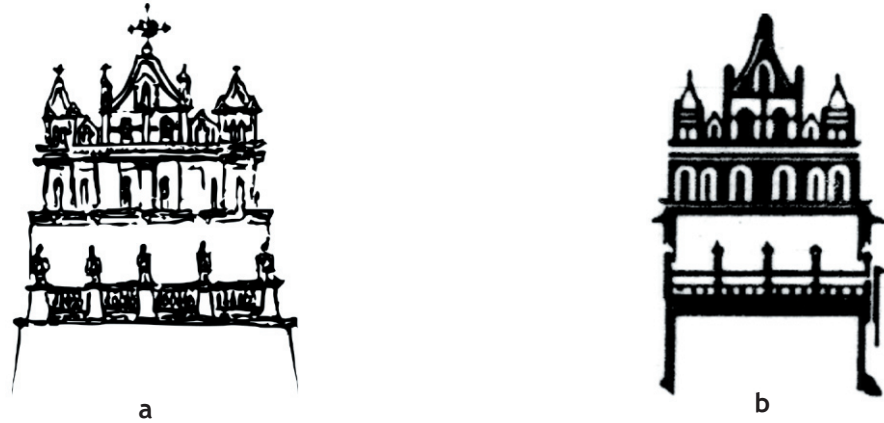


imagen 4

2.4 Percepción del medio hacia la imagen gráfica

Para establecer la situación desde la que se parte en el proceso de rediseño de imagen, se realizan así mismo sondeos enfocados a detectar como la gente percibe el sistema gráfico actual (logotipo y señalización).

Manteniéndose la tendencia anterior en cuanto a los tres tipos de público, obtenemos en dichos sondeos que el público general en su gran mayoría no reconoce a qué institución pertenece el símbolo.

El público conocedor, si reconoce el signo y también la edificación representada en el mismo, es decir que este signo se halla posicionado en la mente de este público, dato muy importante que será tomado en cuenta mas adelante.

El público turista, al no estar vinculado con la ciudad y sus iconos, no tendrá conocimiento en este sentido.

2.5 Análisis de la imagen gráfica

2.5.1 Isologo

Análisis conceptual

El símbolo puede ser comprendido siguiendo el siguiente razonamiento:

El Museo pertenece al Monasterio de las Conceptas. La iglesia y su espadaña constituyen la parte formal más representativa del conjunto. La espadaña es tomada como símbolo del Museo.

Análisis Morfológico

La imagen de la espadaña está definida a través de una serie de formas complejas obtenidas de una abstracción de máximo contraste de una fotografía. (Gráfico 4a)

Observamos que en general no existe una intención clara de diseño y que el desarrollo gráfico de esta propuesta se ha basado más en la intuición que en un estudio de diseño: Vemos formas caóticas que sugieren vagamente los elementos que conforman la espadaña: ventanas, la cruz, los detalles, etc. pero de una manera poco clara y



Museo
del
Monasterio
de la
Concepción



Genealogía Mariana (Árbol de José). Sglo XVIII
Anónimo. Colección del Museo

a



**MUSEO DEL MONASTERIO
DE LAS CONCEPTAS**

Calle Hermano Miguel y Juan Jaramillo - Teléfono 2 830-625
Cuenca - Ecuador

Arquitecto
Patricio León
DIRECTOR DE LA ESCUELA DE DISEÑO
DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
Ciudad

b

imagen 5

desordenada.

2.5.1 Análisis de las aplicaciones

En este sentido podemos decir que no se observa coherencia tipológica. En unos casos se utiliza un modelo de logotipo y en otras una versión totalmente distinta. La tipografía también se ve afectada pues también es utilizada sin un criterio de unidad, variando de una aplicación a otra. (imagen 5)

2.5.2 Señalización

Dentro de las aplicaciones para la identidad gráfica se considerará a la señalización como parte importante de la misma, por lo que realizaremos un breve recuento de las observaciones

realizada en torno a ella.

De lo primero que nos damos cuenta al observar el sistema señalético del Museo de las Conceptas, es que su aspecto superficial se halla en un estado de deterioro muy notable. Vemos que está constituido por un grupo de elementos que ya ha cumplido su ciclo de vida y que por otro lado están incompletos: Los materiales lucen deslucidos, en algunos casos están manchados por la pintura que ha sido utilizada en las paredes, faltan varios pictogramas y en una ocasión se ha utilizado uno totalmente improvisado.

Posteriormente, luego de que las cuestiones más evidentes se han superado, podemos hablar de otras en las que las observaciones son más sutiles pero claras. Por ejemplo, el sistema se basa en un grupo de elementos numéricos colocados en cada una de las salas a las que puede acceder el usuario.

Por otro lado, sabemos que éste camina dentro del recorrido del Museo sin tener referencias de lo que va a encontrar ni de donde lo va a hacer.

Esto propicia una situación que aunque no es demasiado grave en un contexto amplio pues no interfiere en que el usuario continúe su recorrido o no, si genera ciertos inconvenientes, más ligados a la parte corporativa y comunicativa que a la funcional. Esto lo explicamos de la siguiente manera:

El usuario que ingresa al Museo va a buscar puntos de referencia que lo guíen por un recorrido que no conoce: buscará paneles de referencia, sonidos

o cualquier señal que le proporcione una información. Entonces, si no encuentra estas señales, tendrá dos opciones: o salir del Museo o continuar sin las referencias.

Si continúa y empieza a visitar las salas se dará cuenta de que estas señales no eran vitales para realizar el recorrido, que de todas maneras lo realizó y que en definitiva no ha perdido demasiada información.

Esto es lo que sucede exactamente en nuestro caso. El sistema señalético en rigor podría ser eliminado de escena sin que esto repercuta en una comprensión menos eficaz del Museo.

Sin embargo ésta es una salida poco coherente pues como lo exponemos en el enunciado del proyecto lo que intentamos en el mismo es establecer un sistema formal tipológico que englobe los diferentes aspectos en los que se vea comprometida la imagen de marca y sabemos que precisamente la señalética es uno de los elementos donde se puede desarrollar este concepto.



imagen 6

Por lo dicho anteriormente podemos justificar nuestra intención aduciendo que una propuesta de un sistemas señalético para el Museo de las Conceptas es necesario para el refuerzo de la corporatividad pero no es imprescindible para una comprensión de fondo.

2.6 Presentación informativa publicitaria

2.61 Los museos en la web

Los tiempos cambian, las cosas evolucionan. Las formas tradicionales de ver y hacer las cosas hace tiempo que están encaminándose en las vías de la contemporaneidad. Una de ellas es el Internet. Las instituciones públicas y privadas cada día sienten más la necesidad de establecer una comunicación global. Los museos no son la excepción. Todos los grandes museos del mundo poseen su página web. En ella se informa, a veces detalladamente, a

veces de forma somera, del contenido que dicho museo guarda, de las actividades que desarrolla y de sus piezas más importantes .

Con la llegada a nuestro medio de las nuevas tecnologías, los diseñadores nos vemos avocados a utilizarlas en beneficio de los requerimientos de nuestros clientes. Este es el caso que nos concierne. Vemos que en nuestro país existen muy pocos museos que poseen su página web, excepción hecha a la Capilla del Hombre del artista Oswaldo Guayasamín y del propio Museo de las Conceptas de Riobamba, por lo que creemos que una propuesta de este tipo además de propiciar cierto aire de actualidad a la institución a la que se dirige, permite que el cúmulo de información seleccionada llegue potencialmente a todo el mundo con lo que se estarían ampliando las posibilidades de reconocimiento, nuevas visitas, colaboraciones, comunicación en general.

Capítulo 3

Programación

3.1 Imagen gráfica

3.1.1. Isologo

Estrategia

En un medio compuesto por un público que reconoce e identifica un signo o grupo de signos como símbolos de una institución, lo más factible en un proceso de rediseño o actualización de un sistema de identidad resulta mantener ese grupo de signos pues evidentemente se ha logrado obtener en la mente del público al cual nos referimos una asociación entre la forma que adopta el signo y el concepto al cual representa.

Dentro del marco de actualización, una tentativa de suplantación de este sistema ya establecido y logrado después de tanto tiempo de exposición pública, implicaría considerar algunos importantes factores que si bien en ciertos casos resultarían necesarios e imprescindibles, en otros, como el nuestro, derivarían en grandes esfuerzos publicitarios y con ello económicos que en último término no repercutirían en beneficios sustanciales y por ello mismo no se justificarían.

Es por esto que se propone para el caso que nos ocupa desarrollar un proceso en el que se trate de lograr un equilibrio semántico, rescatando lo que es reconocible y ya está establecido dentro del símbolo con lo que se podría considerar novedoso y moderno.

Para esto trataremos de determinar cuáles son los elementos de la imagen actual que se acoplan a lo reconocible y por eso mismo cuales los que se mantendrían.

La forma que adopta el signo representa a la espadaña de la Iglesia de las Conceptas. Esta forma está definida a través de una abstracción de dicha espadaña basada en una forma realista de alto contraste donde se ha tratado de representar la mayor cantidad de elementos que la componen: pilares, ventanas, detalles, etc.

Estas formas constituyen un entramado complejo que si bien puede ser identificado, y funcionar por el signifi-

cado que encierra, estéticamente se lo percibe como desordenado y caótico. Paralelamente, el texto que se utiliza no se integra totalmente puesto que no existe una tipografía definida para utilizarla con criterio de unidad.

Así, entonces, lo que se plantea es rescatar el elemento identificador más importante: la imagen de la espadaña de la iglesia, por considerar que constituye un símbolo sintetizador de los tres elementos que conforman la Institución de las Conceptas: Monasterio, Iglesia, Museo.

Por otro lado y para cumplir con el equilibrio semántico propuesto se trabajará en la variación de la forma con la que se representa dicho elemento, de manera que sea en este punto donde se observe la intención de modernización (ver capítulo 2, tendencias contemporáneas).

Partidos de diseño

Funcional

El enunciado principal de este proyecto es el de desarrollar un proceso de actualización de la imagen gráfica de este museo. El término actualización

podrá interpretarse desde varios puntos de vista. Aquí, como ya hemos mencionado anteriormente, proponemos utilizar el término en el sentido en que la nueva propuesta deba adaptarse a los requerimientos y medios de comunicación modernos.

Desde esta perspectiva, la funcionalidad que deberá buscarse en la propuesta radicaría en buscar formas que no presenten dificultad de reproducción en los diferentes medios en los que se los utilizará: web, papelería, señalización, etc.

Tecnológico

Este punto se refiere a los medios utilizados para la materialización de los símbolos. Principalmente estaremos hablando de herramientas digitales, dado que estas proporcionan cualidades formales que se acercan a los requerimientos de simplicidad y limpieza planteados anteriormente.

Expresivo-estético

Es el condicionante más importante. Este punto puede ser interpretado a través de la intención de buscar formas y recursos gráficos que produzcan

un resultado visualmente atractivo, tratando en todo momento de buscar armonías y equilibrios entre los componentes al mismo tiempo de considerar la cercanía entre el concepto y la forma en que este es representado visualmente.

3.1.2 Señalización

Estrategia

Parte importante del programa de rediseño de imagen es el de una propuesta de señalización que consistiría en el desarrollo de un sistema gráfico que informe al visitante sobre el contenido de cada sala e instancia del museo, al mismo tiempo que refuerce la noción de corporatividad establecida por el isologo desarrollado .

En este punto debemos hacer una aclaración en el sentido de que el programa de señalización que plantiemos se enfocará en este último punto (refuerzo de la noción de corporatividad, y realce de la marca) más que en cualquier otro dado, que las circunstancias propias de este Museo en

particular (facilidad de recorrido, dimensiones relativamente reducidas, etc.) no requieren de un sistema que obedezca a la exactitud y prolijidad comunicativa que plantean los teóricos de estas disciplinas para otras instituciones más complejas de forma y concepto.

Por lo tanto lo que se plantea en este proyecto en relación a este punto es desarrollar una propuesta que se adapte con suficiencia a los requerimientos reales y particulares del sitio que estamos tratando al mismo tiempo que presente una intención integradora en relación a los demás elementos de la identidad gráfica.

Partidos de diseño

Funcional

Se refiere a la aplicabilidad que presente al sitio particular. Se desarrollará en base a la investigación de campo referente a datos prácticos como número de salas, contenido de las mismas, recorridos, número de servicios, etc.

Expresivo- estético

Se relaciona con lo dicho anteriormente sobre la compatibilidad tipológica que presente en relación a los demás elementos de la identidad visual. Se tomarán en cuenta tipografías, formas y colores que puedan ser percibidos como integrados al medio.

En otro sentido intentaremos ser coherentes con el papel que desempeñará el sistema señalético dentro del contexto general, es decir que, tratándose de una situación en la cual la parte de mayor interés se centra en las obras que guarda tanto el Museo como la Congregación, creemos que los elementos pertinentes a la señalización deberían estar planificados de tal manera que no compitan con lo sustancial del Museo.

Se tratará de lograr elementos funcionalmente válidos que no utilicen recursos gráficos innecesarios ni experimentaciones superfluas.

Lo que se requiere son elementos que informen de la manera más clara posible.

Tecnológico

Así mismo, en este punto se tomarán en cuenta y se elegirán los materiales que puedan proporcionar tanto cualidades funcionales como estéticas. Es decir aquellos que por sus caracte-

terísticas permitan una posibilidad de impresión adecuada al mismo tiempo que se acoplen con el mínimo impacto al medio. Creemos que la mejor opción dadas las posibilidades técnicas que en nuestro medio se ofrecen es el elemento madera por cuanto puede ser transformado a través de tratamientos especiales a casi cualquier forma.

Existen otros elementos como la cerámica, por ejemplo, que, si bien pueden funcionar correctamente por la integración que ofrecen a este ambiente concreto, por otro lado presentan inconvenientes técnicos tales como la excesiva laboriosidad, que nos obliga a abandonarlos por lo menos para este proyecto.

3.2 Presentación web publicitaria

Estrategia

Continuando con este proceso, el siguiente punto que trataremos se refiere al desarrollo de una presentación web publicitaria. En este sentido creemos que la decisión de utilizar este medio responde a razones de índole estratégica, pues el Museo al constituirse como una institución icono de la ciudad adquiere un innegable atractivo turístico internacional, lo

que unido al hecho de que gran parte de este tipo de información se obtiene a través del internet, permiten que este medio se convierta en el más adecuado para nuestro caso, dado además su relativo bajo costo de manutención.

De esta manera lo que planteamos como respuesta, es la realización de una presentación web donde se exponga de una manera didáctica la información más precisa posible sobre esta institución, para que el usuario en la navegación que realice dentro de la presentación pueda obtener los datos básicos sobre la institución.

Partidos de diseño

Funcional

Se propondrá un producto donde la facilidad de navegación sea un factor de primer orden. El tratamiento que se dará a los elementos comando estará enfocado a cumplir este requerimiento.

En este sentido, la presentación deberá estar diseñada para que el usuario no requiera de gran experiencia en el manejo de este tipo de medios.

Expresivo - estético

Manteniéndonos en la línea de simplicidad y de asumir el papel de "recipientes", de contenedores de información antes que el de protagonistas, asumiremos para este punto la utilización de recursos gráficos simples, elementos sobrios, desprovistos de excesivas elaboraciones que pudieran dificultar la funcionalidad como la correcta lectura de su contenido.

Tecnológico

Este producto se desarrollará con herramientas digitales dado que son las que proporcionan las posibilidades de interactividad y ordenamiento de información.

Capítulo 4

Diseño Gráfico

En el capítulo anterior se han dejado sentadas las bases desde las cuales partiremos para el desarrollo práctico de una serie de elementos netamente visuales. Tanto para el caso de la imagen gráfica como para el caso de la presentación web, el proceso que se sigue se dividirá básicamente en cuatro instancias, dentro de las cuales, se tendrán en mente las estrategias planteadas en el capítulo anterior. Estas instancias son:

- Recolección de información.- donde se obtiene la información que se cree necesaria.

- Bocetaje.- donde se realizan los primeros acercamientos gráficos y se establecen las ideas primarias. En general se lo ha realizado a mano.

- Propuestas.- posteriormente se obtienen varias propuestas que obedecen a los parámetros impuestos. Se realiza un proceso de selección conjuntamente con el cliente para dirigir los futuros cambios y corregir errores.

- Selección.- se escoge la propuesta más completa y se trabaja en los detalles.

- Aplicaciones.- es decir el uso que se haga de la propuesta básica.

4.1 Imagen gráfica

Isologo

4.1.1 Recolección de información

En este caso, debido a que no se trata de desarrollar un diseño nuevo, sino mas bien de tomar lo ya establecido y proponer variaciones parciales, este punto no tiene demasiada trascendencia. La vía ya está trazada en el capítulo de programación.

4.1.2 Bocetaje

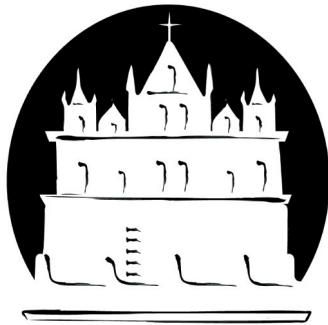
Como ya lo dijimos, iniciamos el proceso a través de varios dibujos. (imagen 7)



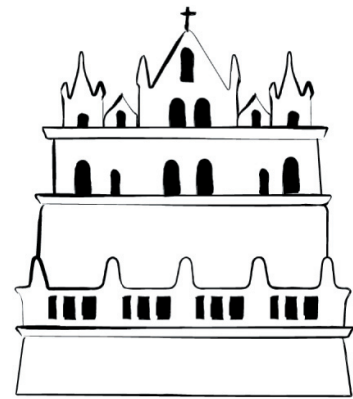
imagen 7

4.1.3 Bocetos (2)

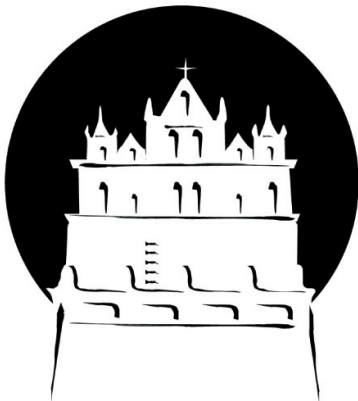
Seleccionamos algunas ideas básicas y las trabajamos en Illustrator. Observamos que la calidad obtenida no es la mejor, pero ya aparece una forma que podría derivar en un resultado de mayor calidad.



a



c



b



d

imagen 8

4.1.4 Propuestas

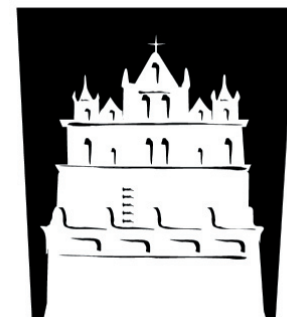
Escogemos una idea y trabajamos en diferentes posibilidades de representación. En este punto experimentamos con el fondo. La opción "b" de la imagen 8 presenta una mejor concreción que las demás por varias razones:

- Surge la forma circular que puede ser interpretada desde diversos puntos de vista, objetivos y subjetivos: "eternidad", relacionada con toda la doctrina religiosa, "perfección", idea vinculada a Dios
- Desde el punto de vista de la percepción, el círculo es una forma amable.
- Desde el punto de vista del diseño, las formas circulares llaman más intensamente la atención.

Entre las opciones "b" y "d" de esta página escogemos la b pues en "d" el círculo adquiere un mayor peso en relación a la imagen de la espadaña y por otro lado se percibe como una especie de c colocda hacia abajo.



a



b



d



c

imagen 9

4.1.5 Selección

Elegimos una propuesta y trabajamos en los detalles. Por ejemplo en "b" eliminamos los gráficos que representan unas escaleras que existen en la espadaña, por no aportar demasiado en el resultado y para simplificar la forma.

En "c" depuramos la forma de la silueta de la espadaña y alargamos las bases

En "d" añadimos una sinuosidad en la base para dar un sustento a la composición y bajamos la intensidad del fondo a un gris medio con la intención que lograr un efecto menos brusco.

"d" será la propuesta definitiva.



a



b



c



d

imagen 10

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

imagen 11

4.1.6 Adición de texto.

Seleccionamos la tipografía “University Roman” puesto que creemos que corresponde a un tipo cuyas características formales evocan algunas ideas que se adaptan a nuestra circunstancia. Cuando la observamos nos percatamos de que se relaciona al mismo tiempo con un tipo clásico que con uno alegre. Sus formas curvas evocan en cierto sentido las formas del barroco.

Al acoplarla al isologo obtenemos dos posibilidades que consieramos válidas (imagen 12):



Museo de las Conceptas



Museo
de las
Conceptas

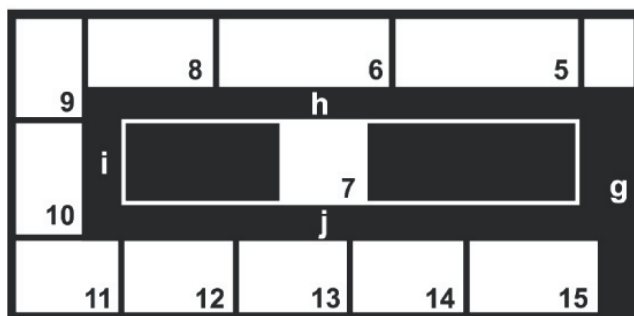
imagen 12

4..2 Señalización

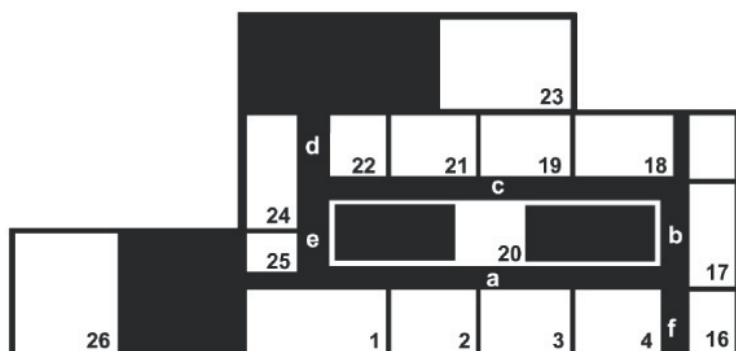
4.2.1 Recolección de información

Número de salas y sitios de interés

Existen en total 33 sitios que conforman el museo, de los cuales 26 son públicos y susceptibles de señalizarse. Estos a su vez se dividen en dos grandes grupos: 3 estancias para servicio y administración, y 23 salas o sitios de interés.



Planta alta



Planta baja

- | | | | | |
|-----------------|----------------------|--------------------|---------------------------|--------------------|
| 1. Recepción | 7. Capilla | 12. Miniaturas (1) | 18. Ornamentos Litúrgicos | 23. Vida cotidiana |
| 2. Historia (1) | 8. Arcángeles | 13. Miniaturas (2) | 19. Vida cotidiana | 24. Dirección |
| 3. Historia (2) | 9. Retablo | 14. Porcelanas | 20. Velatorio | 25. Obra del mes |
| 4. Historia (3) | 10. Natividad | 15. Mobiliario | 21. Dormitorio | 26. Cementerio |
| 5. Virgen María | 11. Pasión de Cristo | 16. Baños | 22. Taller | |
| 6. Santos | | 17. Cocina | | |

imagen 13

Recorridos

Existe un solo recorrido sugerido por la administración. Este se halla determinado de esta manera particular con la finalidad de que el visitante pueda apreciar las obras en el orden en el que fueron dispuestas originalmente. Es decir con una lógica basada en la temática que cada sala guarda. Además este recorrido permite un orden y una linealidad que no permite confusión. Sin embargo, en la práctica el visitante también puede realizar un recorrido menos ordenado y visitar las salas según su propio criterio. Esto no constituye un gran inconveniente, pero siempre resulta mejor visitar el museo bajo el orden sugerido.

Planta baja

Las tres primeras salas situadas en el pasillo "a", a mano derecha de la persona que ingresa al museo

Planta alta

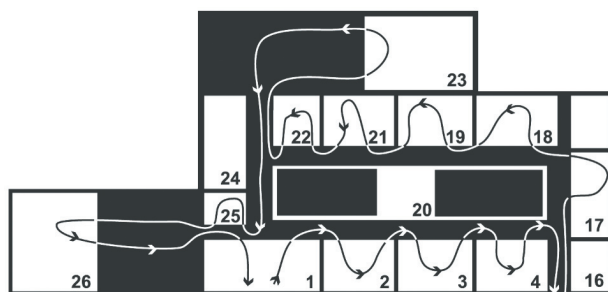
Luego se suben las escalera colocadas al final del pasillo "a". Se sigue por el pasillo "g" al final del cual se halla una escultura y junto a ella la primera sala que contiene obras.

Se continúa con las salas vecinas (4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14) siguiendo el orden lógico, a través de los pasillos "h", "i", "j", "k".

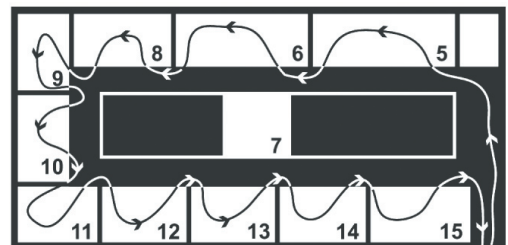
Planta baja

Posteriormentes se bajan las escaleras y se continúa el recorrido visitando las demás salas (15,16,17,18,19,20,21) a través de los pasillos "b" y "c" de la planta baja. Luego se toma el pasillo "d" que conduce a la parte posterior del museo.

Se regresa y se toma nuevamente el pasillo "d" y luego el "e" y el "f" que conduce al auditorio (cementerio).



Planta baja



Planta alta

imagen 14

Pictogramas utilitarios

Son aquellos que se utilizarán para indicar ciertas conductas o sugerir recorridos.

Basicamente se trata de:

- No fume
- Dirección sugerida
- Recepción

Documentación fotográfica

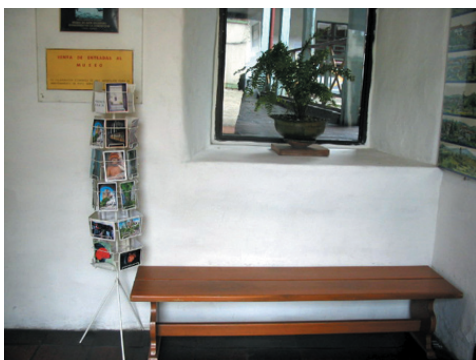
Se la realiza para que el proceso de diseño se lo desarrolle tomando en cuenta los elementos formales, arquitectónicos, característicos del sitio, además de documentar las propuestas anteriores.



b



c



a



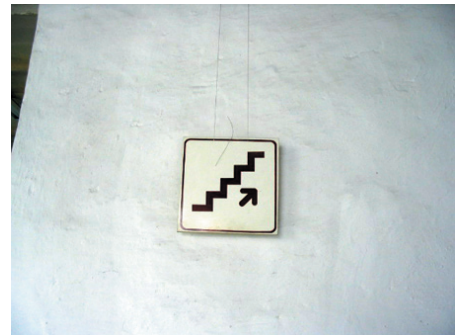
d

imagen 15

Posicionamiento de elementos señaléticos anteriores. Podemos observar el estado de deterioro en el que se hallan, tanto como la cualidad de "neutralidad" que generan los elementos demasiado generales que conforman el sistema.



a



b



c



d

imagen 16

Conclusiones

En primer término debemos aclarar que la presente observación realizada al sitio se la efectuó con alguna anterioridad al proceso global de diseño, razón por la cual en el capítulo de programación nos permitimos adelantar algunos parámetros bajo los cuales actuaríamos. Dichos parámetros fueron obtenidos de las observaciones que ahora desarrollamos.

Después de la revisión hecha al sitio podemos obtener conclusiones importantes que nos darán una base para el proceso de diseño: desarrollo de la forma y elección de materiales principalmente:

- Los materiales predominantes del sitio son el adobe, la madera, la arcilla.
- La arquitectura tiene influencia española y francesa, típica de siglos anteriores.

- Es un sitio apacible, tranquilo, silencioso, con una frescura proveniente tanto del jardín como de sus gruesas paredes de adobe.

- Externa e internamente su color predominante es el blanco en las paredes y también el marrón amarillento de la madera lustrada.

- Posee una importante presencia de madera vista. (imagen 17)

Es por esta serie de observaciones que hemos realizado las decisiones que ahora recalamos:

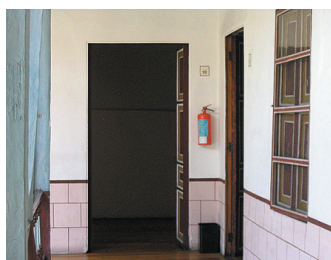
- Utilización de madera. - Vemos que en todo el Museo se encuentra este material

- Elección cromática. - Elegimos la gama del color vino, puesto que corresponde a una tonalidad muy utilizada en la arquitectura del sitio y en las propuestas señaléticas anteriores.

- Simplicidad formal de manera que no se establezcan conflictos entre el contenido y la forma.



a



b



c

imagen 17

Definición del problema:

Se trata de diseñar un elemento donde se resuma lo que cada instancia del museo guarda.

Se debe diseñar un módulo compositivo al cual se acoplen los demás elementos señalizadores.

Se propone colocar en este módulo dos elementos básicos:

- Uno numérico.- que establezca orden y se constituya como factor de referencia.
- Uno literal donde se indique la actividad que se realiza en cada instancia.

El resultado deberá tender a respetar el elemento tipológico.

4.2.2 Bocetos.

Se los realiza directamente en ilustrador pues los requerimientos planteados no precisan un trabajo detallado (imagen 18)



imagen 18

Bocetos (2)

Continuamos buscando una composición que pueda satisfacer equilibradamente lo que nos hemos planteado tanto en el capítulo de programación como en el de diseño.

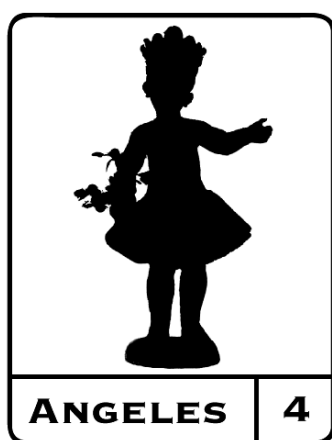
Vemos pues que en primer término utilizamos figuras que representan esquemáticamente las obras que una determinada sala posee. Utilizamos formas logradas a través del tratamiento de alto contraste de fotografías.

La experimentación con el texto obedecía a criterios de modernización y legibilidad.

Pero como podemos ver pronto se abandonan estas posibilidades pues en un contexto general, es decir en

el relacionado con el diseño gráfico y con el del ambiente, no se obtenía una clara unificación: Las imágenes deberían ser relativamente grandes lo que hubiese provocado un impacto con la sencillez del ambiente. Por otro lado la esta tipografía que si bien podía ser considerada como moderna también fue desechada puesto que no se relacionaba con la tipografía establecida para el isologo.

En los últimos bocetos en cambio ya se observa un intento válido, que con tratamientos adicionales podría aportar resultados interesantes. Se nota coherencia tipológica y sencillez.



a



b

imagen 19

4.2.3 Propuestas

Rescatamos las últimas versiones (imagen 19 b) y las trabajamos. Básicamente lo que hacemos es eliminar marcos y líneas de separación pues pensamos que no aportan elementos de interés estético ni funcional. Mantenemos la tipografía establecida, mantenemos el elemento numérico y eliminamos el isologo.

Trabajamos en el posicionamiento y composición tipográfica con lo que logramos el esquema de la propuesta definitiva. (imagen 20)

Posteriormente se trabaja en la materialidad del esquema obtenido.

Por lo pronto explicaremos brevemente las razones para haberla escogido:

- Sencillez.- No existen elementos que distraigan la atención. Observamos que sus componentes obedecen a una condición netamente práctica. Además dado que se considera para la materialización la madera tratada, el detalle formal, el punto de interés se lograría en base a ese mismo tratamiento.

- Coherencia tipológica.- Con la identidad gráfica, lograda a través de la tipografía puesto que se está utilizando el mismo tipo con el que tratamos el isologo.

Con el ambiente. Por la utilización del elemento madera y de la cromática. (imagen 21)



imagen 20

4.2.3 Propuestas (2)

Cromática y materialidad

La elección realizada con respecto a la cromática y materialidad se la realiza considerando los siguientes elementos:

- El sistema anterior ya utiliza los colores elegidos.
- En el entorno se observa el predominio del color tanto de la madera como de los rojos.

Así vemos que los pilares , las puertas, los barandales están pintados de vino. Existen mucho espacio ocupado por la madera tanto vista como pintada.

Es así que se resuelve la concreción de los elementos señaléticos de la siguiente manera:

Materialidad. Madera con un tratamiento cromático que aluda a los elementos encontrados en el sitio: pi-

sos, barandales, vigas, puertas, etc.

Grabado: El texto informativo que debe incluirse se lo define después de revisar los procesos tecnológicos con los que es posible realizar esta operación: rooteado, calado, pirograbado, pintado, impresión, etc.

Analizamos estas posibilidades tanto desde el lado expresivo, económico, y de factibilidad y llegamos a la conclusión que lo más adecuado sería la técnica del calado que consiste en utilizar una máquina que en cada signo realiza un "agujero" de tal manera que los elementos señaléticos se los percibe como en alto relieve.

El color del elemento textual se lo define con los vinos antes dichos.

Las especificaciones técnicas y los modos de uso se los desarrollará en el documento "manual de uso".



imagen 21

4.3 Presentación informativa para la web.

4.3.1 Recolección de información

¿A quien nos dirigimos?

De acuerdo a los sondeos y observaciones realizadas, hemos determinado que el Museo de las Conceptas constituye un elemento de interés para un público relacionado con la actividad cultural tanto nacional como internacional. Dentro de este target tendríamos a artistas, historiadores, turistas, estudiantes, profesores, y cualquier otra persona allegada a lo cultural.

Perfil de usuario

Nuestro público meta es uno que debido a la actividad que realiza está vinculado a la investigación: Desde el estudiante de nivel secundario que desee realizar una consulta general sobre este Museo hasta el turista que navega por el Internet en busca de sitios de

interés del lugar que va a visitar. Tenemos también a la persona interesada en los eventos culturales que se realizan en la ciudad.

Tono de la comunicación

Tomando en cuenta nuestro público meta, el tono que adoptaremos tanto en la información textual como visual será uno de seriedad, de sobriedad que trate de no llegar al extremo de la solemnidad. Es decir que buscaremos un tono que resulte funcional, puntual, pero con cierto estilo minimalista tanto por razones técnicas como personales.

Temas

Los temas que seleccionaremos para desarrollarlos en la presentación estarán dirigidos a proporcionar la información más general y puntual del

Museo. Temas que son requeridos para conocer un ente cualquiera de una manera general.

Estos son:

-Historia.- este capítulo se dividirá en tres instancias que corresponden a cada uno de los elementos que conforman la institución de las Conceptas: La Congregación en general, Las Conceptas en Cuenca, y el Museo en particular.

- Galería.- donde se mostrará una serie de obras que desde el punto de vista histórico y artístico consituyen las más representativas. Se tomará como referencia el trabajo de tesis de Eulalia Moreno Dávila por considerar que dicho trabajo posee la suficiente autoridad y profundidad para explilcar dichas obras.

- Museo. donde se mostrará al navegante los datos prácticos que requiere para tener una idea de lo que se muestra en él. A través de mapas se informará de la posición de las salas como del contenido que guardan.

- Calendario de eventos.- un capítulo donde se pretende realizar un aporte al movimiento cultural de la ciudad,

puesto que se mostrarán las actividades de este tipo que se v ayan a realizar dentro del mismo Museo como en la ciudad.

- Contáctos.- donde se informará de la posición exacta donde se halla el Museo dentro de la ciudad. Se tomarán referencias que faciliten su localización. Además se dará a conocer teléfonos y correo electrónico. Es un punto pensado para turistas.

4.3.2 Bocetos

En la parte funcional realizamos diagramas de flujo que nos darán una idea de la navegación que deberá tener nuestro trabajo. (imagen 22)

Cuando ya hemos obtenido un diagrama coherente realizaremos las propuestas de interfaz directamente desde el computador puesto que en general nos preocuparemos mas de la funcionalidad de la propuesta que de su parte formal, es decir que aprovecharemos el orden y hasta cierto punto la rigidez que nos obliga a seguir este tipo de método pero por otro lado no olvidaremos la capacidad de atracción y la coherencia formal que debería tener la interfaz.

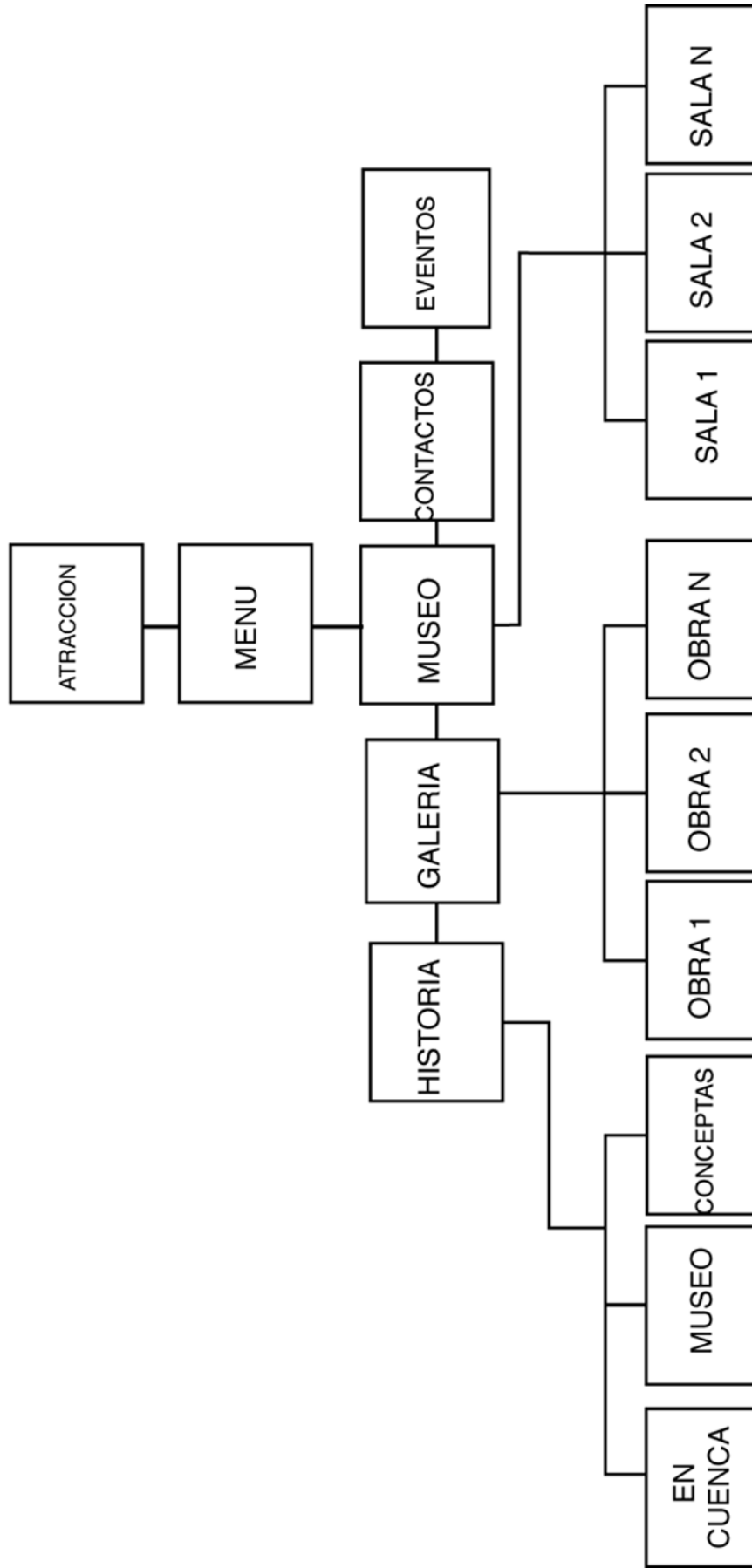
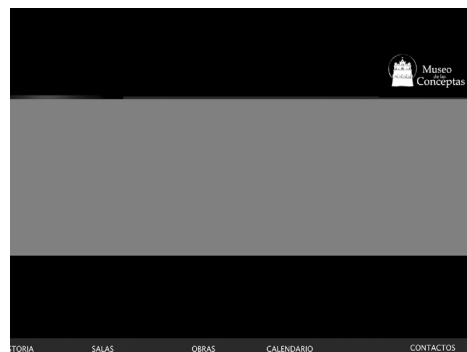


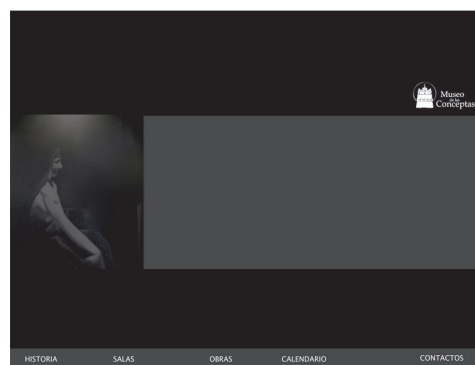
imagen 22

Desarrollamos varias propuestas que las sometemos a un proceso de selección guiádonos principalmente por la versatilidad que presenta cada composición para la colocación de los elementos informativos planteados.

Optamos por la opción "c" ya que ésta se acopla coherentemente tanto al requisito dicho, como a la línea estética adoptada en todo el proyecto.



a



b



c



d

imagen 23

Propuestas

Una vez elegido el diseño que deberá tener la interfaz procedemos a diseñar el guión que se deberá seguir en la presentación.

En general, adoptaremos como elementos constantes la utilización de formas geométricas básicas, la preponderancia de la escala de grises y en los casos donde se requiera, la utilización del color (principalmente en las imágenes de las obras).

Así entonces la presentación inicia con la aparición del isologo sobre fondo negro, de manera que se obtiene una composición que llama fuertemente la atención sobre este.

Luego el usuario debe hacer click sobre este isologo para poder ingresar a otra pantalla donde se muestra una foto que según nuestro criterio resume

una idea clave del Museo: Una ciudad dentro de otra; penetrar en un ámbito de cierto misterio .

En esta fotografía se observa un pasillo oscuro y al fondo una especie de jardín con mucho sol.

A un lado de esta puerta se lee la frase "le da la bienvenida", que se complementa con "El Museo de las Conceptas" situado anteriormente.

El usuario debe hacer otro clic para ingresar a la pantalla donde se presenta la información. En esta parte aparecen progresivamente los botones que deberán presionarse para poder visualizar la información.

Cada uno de estos botones nos lleva a otras pantallas que según el caso contendrán información visual y textual.

Más detalles se podrán analizar en el documento "Manual de uso".

Conclusiones

Así pues, terminamos con lo que se refiere a la parte teórica del proyecto. Aquí hemos analizado desde varios puntos de vista lo que significa el Museo de las Conceptas, hemos determinado las falencias que mantiene con respecto a la parte gráfica y hemos planteado una propuesta que intenta resolverlas.

Hemos analizado brevemente la falta de participación en los medios de comunicación modernos y así mismo proponemos una alternativa que si bien es cierto a costado tiempo, trabajo y dedicación, no deja de constituir el inicio de un proyecto de mayor alcance donde se utilicen en la medida de lo posible la información presentada en este informe y como es de esperar se complementen con las nuevas investigaciones y nuevas propuestas futuras.

Ahora únicamente nos hace falta poner en práctica este modesto acopio de información y esperar a que el tiempo y el uso en el medio real nos den la respuesta sobre la validez de las estrategias y decisiones tomadas.

Anexos

En esta sección expondremos los resultados de los sondeos realizados a un total de 90 personas comprendidas entre los 18 a 70 años.

Los datos son obtenidos a través del método de encuesta.

En general se trata de obtener información sobre las actitudes y preferencias que tienen ciertos públicos sobre la actividad cultural realizada en la ciudad de Cuenca.

En primer lugar, podemos establecer que encontramos tres tipos de público, determinado cada uno con la realización o no de una actividad determinada.

En primer lugar dividimos el universo de nuestra muestra en tres partes, según la actividad que cada una realiza.

Es de suponer, en otro sentido que los porcentajes aquí propuestos son únicamente una aproximación a la realidad y que no constituyen valores exactos, aunque si nos proporcionan una idea general de las tendencias que se mantienen.

Así tenemos que:

PÚBLICO GENERAL será considerado aquél que no realiza una actividad

ligada a la cultura.

PÚBLICO CONOCEDOR.- aquél que realiza una actividad vinculada a lo cultural (artistas, profesores, estudiantes, etc.).

TURISTA.- aquél que visita temporalmente la ciudad y busca sitios de interés.

Cada uno de estos tiene cierta forma de actuar y ciertas preferencias que determinarán algunas decisiones sobre el proyecto. Estas serán precisamente los elementos que indagaremos en las encuestas realizadas:

Para el público general:

- Actividades culturales preferidas
- Ha visitado el Museo de las Conceptas?
- Palabras descriptivas
- Reconoce el signo?

Para el público conocedor:

- Ha visitado el Museo de las Conceptas
- Reconoce el signo?
- Palabras descriptivas

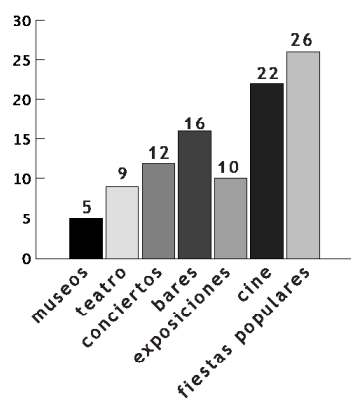
Para el público turista:

- Ha visitado el Museo?
- Medios utilizados para informarse.

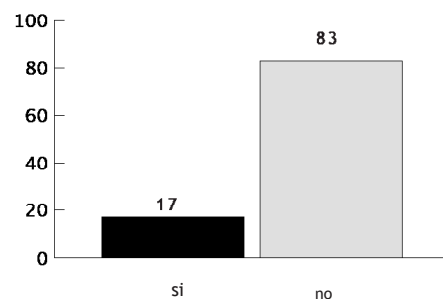
Público general: Las conclusiones que obtenemos de los sondeos realizados son las siguientes:

- Este es un público que realiza preferentemente otras actividades a la de visitar museos
- Este es un sector que mayoritariamente no ha visitado el Museo de las Conceptas
- Este es un público que en su gran mayoría no reconoce el signo o lo confunde con otros.
- Las referencias que tiene del Museo son generales y básicas.

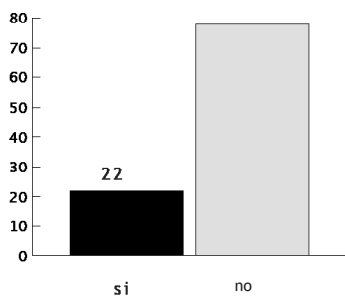
actividades preferidas



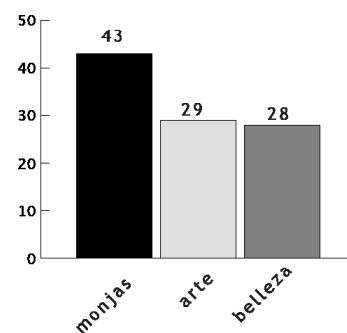
ha visitado el museo



reconoce signo



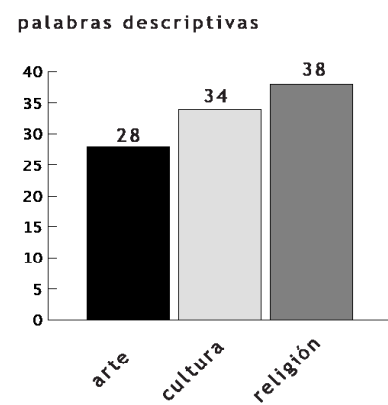
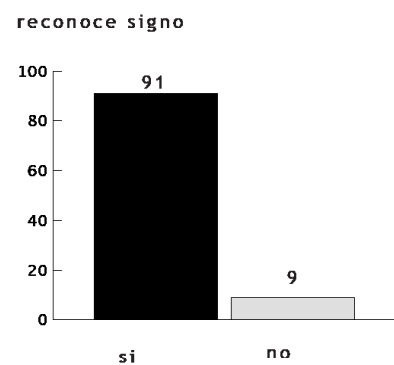
palabras descriptivas



Público conocedor:

Se obtienen las siguientes conclusiones:

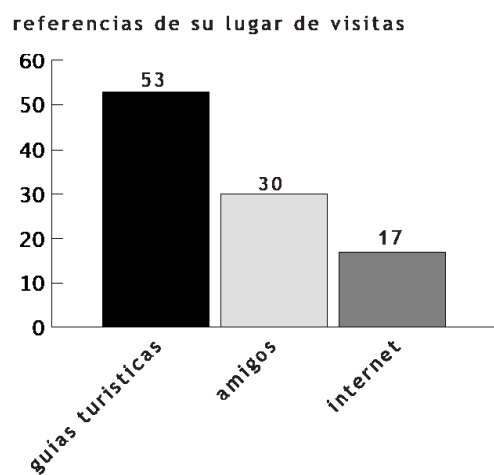
- Es un público que en su gran mayoría lo ha visitado por lo menos una vez
- Es un público que reconoce el signo y tiene conciencia de lo que representa.
- Las referencias que posee son más específicas.



Turista: Obtenemos que:

- Es un público que hasta el momento de la entrevista no ha visitado el Museo.

- Las referencias de los sitios que visita mayoritariamente los obtiene de las guías turísticas.



Bibliografía

-Carter, David, Logo International, Art Direction Book Company, 1984.

-Costa, Joan, Imagen Global, Ed. CEAC, 1era edición. Barcelona, 1987 .

- Costa, Joan, Señalética, CEAC, Barcelona 1989.

- Kennedy, Alexandra, Monasterio de la Inmaculada Concepción, 1 era edición, Quito, 1999.

-Monteforte Mario, Los Signos del Hombre, 1 era edición, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede en Cuenca, 1985.

- Moreno, Eulalia, La colección pictórica del Museo de las Conceptas de Cuenca, 1era edición, Universidad del Azuay, Cuenca, 2005

- Murphy John, Como diseñar marcas y logotipos, Gustavo Gili, Barcelona, 1989.

- Silver, Lisa, Diseño de logotipos, pasos para conseguir el mejor diseño, Gustavo Gili, México, 2001.

- Swan, Alan, Saenz Carlos, Creación de bocetos gráficos, Gustavo Gili, Barcelona 1990