

**Propuesta de Tipografía y Color División Ciencias Sociales: Sistematización de
Experiencia en la In-House USTA**

Nicol Dayan Sua Galindo

Facultad de Diseño Gráfico, Universidad Santo

Tomás Trabajo de Grado octavo semestre

Jeice Dayanna Hernández

31 de octubre de 2022

Tabla de contenido

Introducción	1
Justificación	4
Pregunta articuladora	5
Objetivo general	5
Tema de reflexión y discusiones académicas	5
Discusión	7
Bibliografía	11
Anexos	13
Producto	16

Introducción

Desde las vivencias de la estudiante dentro de sus prácticas en la Universidad Santo Tomás para la agencia In-House, fue asignada a trabajar con la División de Ciencias Sociales, directamente con Fray Rodrigo Rivero Gutiérrez O.P, Decano de la misma. En cuanto empezaron a encargarle actividades referentes al quehacer de un diseñador para la División como piezas gráficas para diversos medios de difusión, la practicante rápidamente identificó falencias en dos elementos puntuales de la composición general de piezas: La tipografía y el color.

La sistematización de experiencias es de suma importancia para el desarrollo del presente trabajo, ya que, según el Ministerio de Educación (2014) a partir de experiencias o prácticas se producen procesos de aprendizaje y se obtienen nuevos conocimientos. Además,

la sistematización de experiencias describe y explica lo sucedido durante una experiencia, también justifica el motivo de lo sucedido. Los resultados de una experiencia son necesarios y describirlos es fundamental en toda sistematización de experiencias. De esta manera es posible asumir que el proceso de sistematización de experiencias es de suma importancia para lograr explicar por qué se obtuvieron dichos resultados y conseguir lecciones que permitan mejorar una práctica desde la reflexión. Entiéndase la sistematización de experiencias como:

Una interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre o explicita la lógica del proceso, los factores que han intervenido en él, cómo se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo. (Expósito y Gonzalo, 2017, como se citó en Sánchez, C; Pardo, J; Barajas, J; Sánchez, M; Hernández, S. 2020)

A su vez, la sistematización de experiencias tiene características que aportarán para la creación del presente documento ya que “produce conocimiento desde la experiencia, reconstruye, fortalece las capacidades individuales y en grupo, valoriza saberes de las personas, contribuye a identificar las tensiones entre el proyecto y el proceso, documenta la experiencia y elabora materiales, identifica y formula lecciones aprendidas.” (Jara, 2018, como se citó en Sánchez, C; Pardo, J; Barajas, J; Sánchez, M; Hernández, S. 2020).

En este trabajo se usa la sistematización de experiencias como metodología para establecer los problemas de tipografía y color en las piezas gráficas realizadas desde la In-House para la División de Ciencias Sociales y establecer a través del análisis de dichas piezas qué características gráficas y parámetros de la División de Ciencias Sociales con relación a las piezas gráficas pueden ser utilizados más adelante para la creación de una guía, manual o lineamientos gráficos.

La practicante identificó la tipografía y el color como los elementos con inconvenientes ya que, dentro de la División se encarga de hacer composiciones y piezas gráficas para divulgación en redes sociales, elabora piezas de comunicaciones internas, y apoya y crea piezas para eventos, mismas piezas que se requieren con inmediatez, lo cual se une al perfil del Egresado donde se ocupa tener en cuenta cómo el egresado considera las formas en las que el diseño gráfico se vincula con el entorno, también si el egresado proyecta su labor comunicativa como canal para aportar a las necesidades de personas, comunidades y la sociedad en general, y si el egresado colabora en la gestión de estrategias organizacionales. (Facultad de Diseño Gráfico, s.f)

En el proceso de elaboración de cada una de las piezas anteriormente mencionadas, identificó que el uso del color y la tipografía son diferentes, esto debido a que no está

establecida una paleta de color ni tampoco se ha fijado una tipografía para títulos, subtítulos, cuerpo de texto, etc, lo que generó varios inconvenientes a la hora de la creación de las piezas.

Para poder identificar cómo se puede mejorar y establecer algunos parámetros y lineamientos gráficos para la y tipografía y el color que realmente identifiquen a la División, dentro de la sistematización se plantea el diseño de la misma que consiste en primer lugar, establecer qué de la experiencia se va a sistematizar y los parámetros a analizar. En este caso, tal y como se comentó, la sistematización se ejecutaría alrededor de la tipografía y el color con el fin de lograr instaurar qué características de mejora se pueden llegar a realizar en estos dos temas. Ya que el fin de la sistematización se centra en una mejora de las herramientas para así agilizar procesos, se tiene como un segundo momento, precisar por medio de qué elementos se realiza el análisis y la sistematización que, según lo planteado, se realizará por medio de piezas gráficas previamente subidas en el Instagram de la División y el análisis de las mismas, determinando así los elementos de mejora y estableciendo según las lecciones aprendidas, una propuesta para el manejo del color y la tipografía de las piezas gráficas para la División de Ciencias Sociales.

Es fundamental tener en cuenta que tanto el color como la tipografía son de suma importancia para la identidad visual de la División. En *La importancia de la identidad visual corporativa*, Caldevilla Domínguez, D. (2009) nos menciona que “el campo específico de la tipografía comprende tanto la confección de logotipos como de las tipografías realizadas ex professo para identificar una línea de comunicación corporativa.” como uno de los puntos claves para comprender el rol valioso que posee la tipografía dentro de la identidad visual de una empresa, institución o entidad. Y también sobre el color, dice que:

El color es muy susceptible de interpretaciones personales. La teoría del color aplicada a las imágenes de IVC puede considerar dos campos fundamentales: la aplicación del color como elemento de entorno, funcional o ambiental y su aplicación a la unidad básica. En el primer caso, puede tratarse de una señal explícita de identidad, es decir, el color como elemento fundamental de identificación o como elemento de recuerdo. (Caldevilla Domínguez, D., 2009)

Teniendo en cuenta el peso de estos dos elementos para la identidad visual de la División de Ciencias Sociales, es oportuno hacer una propuesta de una mejora que sirva como un primer acercamiento a los elementos tipográficos y de color que se deberían tener en cuenta dentro de la agencia In-House para las piezas gráficas que se elaboren en el futuro

para la División de Ciencias Sociales, siendo este un insumo que luego pueda ser utilizado eventualmente en la generación de un manual tipográfico y de color para la misma.

Teniendo en cuenta la recuperación del proceso de la experiencia, se puede evidenciar los inconvenientes mencionados a lo largo de la presente introducción. Dentro de estas piezas de ejemplificación que se encuentran subidas en el Instagram de la División (véase anexo 1 y 2), especialmente centrándonos en tipografía y color, se encontró la carencia de uniformidad en dichos elementos, mismos que obedecen a una línea gráfica diferente. Las únicas referencias que se encontraron fueron de piezas gráficas anteriores pero no había realmente una línea gráfica establecida ya que cada pieza manejaba el color y la tipografía de manera diversa.

Es conveniente destacar la importancia del diseño gráfico tanto para establecer la identidad de una marca, empresa, etc, como para la difusión óptima de un mensaje, tal como lo señala la docente e investigadora Jeice Hernández:

El diseño gráfico se consolida como una forma eficiente de comunicación; una herramienta para transmitir conocimiento por medio de imágenes. Sus mensajes visuales se pueden traducir en historias colmadas de narrativas atractivas que ayudan al entendimiento de ideas y conceptos. (Hernández, 2020)

De este modo, con estos problemas identificados, los cuales se buscan resolver en pro de la identidad visual de la División y teniendo en cuenta la importancia del diseño gráfico dentro de las piezas de difusión masiva, el objetivo es elaborar una recuperación del proceso para posteriormente identificar las problemáticas que existen alrededor de la tipografía y el color y así elaborar una propuesta que aporte a la mejora de estos elementos en la creación de piezas gráficas dentro de la División de Ciencias Sociales a través de un primer acercamiento a un manual de color y tipografía.

A partir de los inconvenientes antedichos, es acertado concluir que se pretende elaborar una recuperación del proceso para posteriormente identificar los elementos que se pueden mejorar y construir una propuesta que aporte a dicha mejora.

Justificación

El objetivo planteado en el apartado anterior se va a lograr basándose en la propia experiencia de la practicante que explica la problemática propuesta. De igual forma, se hace uso de una entrevista al director de la agencia In-House que confirma la necesidad del establecimiento de tipografía y color dentro de la línea gráfica de la División de Ciencias Sociales. Basados en la sistematización de experiencia y el resultado de la entrevista se evidencia una falta de correlación gráfica entre la tipografía y el color dentro de las imágenes

realizadas para la División de Ciencias Sociales, la cual como se mencionó anteriormente es vital para su identidad visual. Por este motivo se hace una propuesta a raíz de la sistematización de experiencias que genere una mejora en el manejo del color y la tipografía, encontrando elementos que se puedan volver a replicar y sean provechosos en el futuro para la línea gráfica de la División.

Pregunta articuladora

¿Cuáles son elementos gráficos de la División de Ciencias Sociales de la Universidad Santo Tomás que se puedan aplicar a la creación de un manual de color y de tipografía?

Objetivo general

Elaborar una recuperación del proceso de experiencias para identificar elementos que se pueden mejorar de la tipografía y el uso del color en la elaboración de piezas gráficas dentro de la División de Ciencias Sociales y elaborar una propuesta que aporte a la mejora de estos dos elementos.

Tema de reflexión y discusiones académicas

Al establecer la recuperación de aprendizaje relevante desde la experiencia de la práctica en la In-House se tuvieron en cuenta las imágenes analizadas ya que con la carencia de manuales gráficos y de elementos identitarios propios de la División de Ciencias Sociales de la Universidad Santo Tomás, fue necesario hacer el análisis de distintas piezas hechas hasta el momento, a continuación se presentan diversas piezas gráficas que se fueron analizando al comienzo de la práctica para poder generar piezas acordes a ellas. Sin embargo, al verlas y establecer sus características gráficas, se recalca la problemática central del presente documento: No existe una unidad gráfica. Así, se crea la necesidad de aportar a dichos elementos a través de la tipografía y el color puesto que la carencia de uniformidad dentro de la tipografía y color puede repercutir negativamente en la identidad visual de la División y a su vez, en la de la Universidad Santo Tomás, afectar su estética y además, el uso inadecuado de la tipografía y el color, podrían entregar mensajes erróneos o incoherentes con respecto a lo que se desee comunicar en cada pieza.

Es acertado tener en cuenta que, como lo menciona Hernández, J (2020) en *La transversalidad del color y su papel comunicador en las imágenes visuales, de la literatura a la imagen actual del cuento clásico Blancanieves* el color puede ser tomado como “portador de significado, adquirido por la sociedad, heredado desde los comienzos y que marca nuestra visión y percepción del mismo” y por ello es importante tener en cuenta, por ejemplo, los colores aplicados en fondos, tipografías o elementos gráficos que puedan hacer parte de una pieza teniendo en cuenta los referentes gráficos de la División.

Además, es valioso rescatar la perspectiva del color desde el diseño gráfico:

Para el diseñador el color es un medio de expresión en sí mismo, que posibilita determinar el carácter de las formas y personalizar los objetos. El diseñador, por medio del uso del color, puede introducir pluralidad de mensajes y crear puntos focales de atención en una composición. (Gómez. A, Jurado. C., Castañeda, W., Londoño. F., Rendón. G. 2006)

Por otro lado, desde la tipografía, Apaza Tataje, L., Castillo Agurto, V., Li Quevedo, S., Salcedo Fajardo, C., & Sanchez Figueroa, G. (2020) nos dicen que:

Una tipografía en una corporación se hace diferenciador por su profunda investigación de mercado, dejar claro que es lo que quiere lograr en el sector y reproducir la validación de sus clientes en la marca, será el factor que determinará qué tanto se posiciona del resto de los competidores.

Así mismo, podemos evidenciar que, tanto la tipografía y el color, no como elementos independientes sino unidos, también son importantes para el proceso creativo de la identidad visual de una marca u organización, puesto que “la tipografía aporta personalidad, dota carácter y transmite los valores de la organización. Además, los colores constan con caracteres principales y secundarios.” Vasquez Castro, L. G. (2020)

Desde los elementos formales del color este tiene unos alcances y unas posibilidades que no han sido explotados hasta el momento y que sí pueden potenciar el resultado de piezas para la División de Ciencias Sociales no solamente en aspectos visuales sino también en aspectos sémicos, esto debido a que se empiezan a generar asociaciones con respecto al color que benefician el mensaje que la División desee comunicar.

Es necesario abordar todas las posibilidades para potenciar la asociación del color utilizando tanto el color denotativo como el color connotativo. Un ejemplo de ello lo podemos ver nuevamente desde *La transversalidad del color y su papel comunicador en las imágenes visuales, de la literatura a la imagen actual del cuento clásico Blancanieves* donde Hernández, J (2020) hace referencia al color connotativo en, este caso, el cuento de Blancanieves de Prop (1984) diciendo: “Según el planteamiento del autor, la sangre (mencionada al comienzo del cuento) haría parte de un ritual donde no es, hasta que este elemento identificado por el color rojo”. Esto significa que el color tiene un estímulo simbólico que permite al lector en este ejemplo asociar los rituales, la sangre y la violencia con el color rojo. Cabe la posibilidad de hacer uso del color connotativo en los elementos gráfico usados para la identidad visual de la División de Ciencias Sociales, así mismo, teniendo en cuenta que, el color denotativo se percibe como una propiedad natural de los objetivos y es la forma realista para la identificación de los mismos, se consideran muchas

posibilidades abiertas a la exploración e implementación de la División que no se han encontrado hasta el momento en el uso del color debido a que este está tomado desde un aspecto más estético.

Es importante poder potenciar esto dentro de las imágenes y así lograr una mejor recordación, y lograr una mejor identidad no solo desde una visión estética sino desde una connotación sémica. Al no tener en cuenta el color en su contexto, se pierden ciertas interacciones que se pueden potenciar a través del color en la imagen como puede ser el efecto que tiene el color en el público al que va dirigido. Según Heller E. (2000) en su libro *Psicología del Color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón* “ningún color carece de significado. El efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir, por la conexión de significados en el cual percibimos el color.”. También dice “El contexto es el criterio para determinar si un color resulta agradable y correcto o falso y carente de gusto. Un color puede aparecer en todos los contextos posibles —en el arte, el vestido, los artículos de consumo, la decoración de una estancia— y despierta sentimientos positivos y negativos.”

Otra de las interacciones que se pueden potenciar a través del color en la imagen es la relación del color y la tipografía, la cual según Arcioni, B. (2014) es muy importante porque, por ejemplo, “la elección del color se vuelve clave cuando queremos definir las jerarquizaciones. Por ejemplo, si queremos que un texto se destaque en un primer nivel de lectura, nos conviene elegir lo más contrastante. En otro caso, en donde se quiere dejar ese párrafo en un 2do o 3er nivel de lectura, se irá disminuyendo el contraste con lo cual no llamara tanto la atención.”

Se debe tener en cuenta al establecer el color en la División de Ciencias Sociales que el color no debe ser tratado solamente como un elemento estético sino que el color puede ser tratado también como un elemento expresivo, sémico y que tiene relación con el resto de elementos que pertenecen a la imagen.

Discusión

Dentro de la recuperación del proceso de la experiencia es posible observar diversas falencias con respecto al color y la tipografía, para evidenciar aquello, la estudiante se remitirá a una serie de piezas gráficas a continuación.

Figura 1.

Comparación entre piezas gráficas



Nota. Adaptado de *Comparación entre piezas gráficas* [Figura 1], por División de Ciencias Sociales USTA, 2022, Instagram (<https://www.instagram.com/dcsusta/>).

En estas piezas de referencia publicadas en el primer semestre del año 2022, es posible evidenciar que tanto la tipografía de títulos, subtítulos y cuerpo de texto, son diferentes comparando ambas imágenes. Del mismo modo, en el caso del color, el color de fondo de las piezas tiende a oscilar bastante entre colores sólidos y gradaciones, estos diferentes en tonos muy variados ya que no pertenecen a ninguna paleta de color.

Figura 2.

Comparación entre piezas gráficas



Nota. Adaptado de *Comparación entre piezas gráficas* [Figura 2], por División de Ciencias Sociales USTA, 2022, Instagram (<https://www.instagram.com/dcsusta/>).

Estos mismos problemas se pueden ver en estas piezas igualmente elaboradas en el primer semestre del 2022 y realizadas por las anteriores pasantes. Nuevamente evidenciamos discordancias entre el color en los fondos, las tipografías, incluso el color aplicado a las tipografías es diferente.

Figura 3.

Comparación entre piezas gráficas



Nota. Adaptado de *Comparación entre piezas gráficas* [Figura 3], por División de Ciencias Sociales USTA, 2022, Instagram (<https://www.instagram.com/dcsusta/>).

Como último análisis de imagen para evidenciar las falencias con respecto a los elementos mencionados a lo largo de este documento, podemos observar estas piezas gráficas realizadas en diferentes momentos del 2022 y también elaboradas por diferentes practicantes. La pieza de la izquierda hecha por la practicante anterior, la de la derecha hecha por la actual practicante. Es notable que el mismo problema se continúa presentando hasta la actualidad, esto debido a que la practicante actual tenía como único referente las piezas subidas con anterioridad al Instagram de la División de Ciencias Sociales, y como ya ha sido expuesto, estas desde la creación de dicha red social, no tienen establecida una identidad visual.

Es oportuno en este momento recordar que la unidad gráfica es importante para establecer la identidad visual de una marca, organización, etc, y dentro de dicha identidad visual, el color y la tipografía tienen un papel vital. La tipografía es importante ya que:

La tipografía es la que va a acompañar a la identidad visual de la marca en toda la comunicación, debido a que va a estar presente en materiales de marketing y publicidad. Si la tipografía combina con el mercado objetivo y forma completamente parte de la identidad

visual de la marca, se puede decir que se ha creado una valiosa “visual equity” (Villanueva, 2013)

Así mismo, el color tiene un rol relevante dentro de la identidad visual ya que “Los colores corporativos son una parte fundamental en el diseño de un logo y demás elementos gráficos.” Talbot & McDonald (2016) mismos elementos que son de gran relevancia dentro de la identidad visual. De tal manera, la identidad visual debe considerarse de alto valor porque:

Las marcas que manejan mejor su identidad visual que el resto, son las que logran destacarse entre sus competidores y mantenerse a la vanguardia de las mentes de los consumidores por una cosa: son deliberadas sobre la apariencia de todo lo que su marca toca. Cuando se pone en práctica ese enfoque, hace que la imagen de una marca sea distintiva y “pegajosa”. Con un enfoque de marca distinto y deliberado, una marca puede destacarse en el mercado, abarrotado, tanto físicamente (anuncios, escaparates) y profesionalmente. La identidad visual familiar y avanzada permite que la marca se vuelva pegajosa en la mente de los consumidores cuando considera la oferta de productos o servicios de la marca. Irene Ancin A. (2018)

Una vez expuesto el inconveniente con el color y la tipografía, se considera oportuna la propuesta presentada en el apartado de Justificación: Un primer acercamiento al establecimiento de color y tipografía para la División de Ciencias Sociales como insumos para un manual. Para ello, sería necesario aplicar diversas técnicas aprendidas y llevadas a la práctica a lo largo de la carrera universitaria de la estudiante. Estas técnicas estarían consignadas en la propuesta de insumos de color y tipografía, mismas que se verán reflejadas en el producto que se mostrarán más adelante en el presente documento. Las técnicas antedichas serían, por ejemplo, la propuesta de una paleta de color adecuada a los colores de la División. Esta se puede fundamentar desde la referencia de los personajes creados anteriormente para la división: Dico, Compaz y Gente. Cada personaje posee su respectivo color (véase anexo 3), por lo que es coherente hacer uso de dichos colores para establecer una paleta de color (véase anexo 4).

También, es necesario establecer al menos dos tipografías, tanto para cuerpo de texto como para títulos, las mismas se establecerán teniendo en cuenta que “el tipo de fuente o fuentes tipográficas elegidas serán claves a la hora de transmitir los valores y la personalidad de un negocio.” (Alonso, 2022). Por dicho motivo y considerando los principales valores de la Universidad Santo Tomás “dinamizadora de la promoción humana y la transformación social responsable, en un ambiente sustentable, de justicia y paz, en procura del bien común.” (Universidad Santo Tomás, s.f) , se propone la tipografía Montserrat (véase anexo 5) para

cuerpo de texto ya que es conocida por ser una tipografía funcional, atemporal y muy versátil que funcionar bien con todo tipo de contenido, y la tipografía Helvetica Now (véase anexo 6) para títulos, ya que esta tipografía es legible en todo tipo de pantallas, especialmente en pantallas pequeñas como las de los teléfonos, además es una tipografía clara, elegante y versátil. Se sugiere usar ambas tipografías con todas sus variables y pesos según la necesidad que requiera permear el contenido a tratar.

Finalmente, es acertado concluir que la sistematización de experiencias de la practicante desde la agencia In-House fue el método más adecuado ya que permitió conseguir una recuperación del proceso de la experiencia en un proceso de diseño dentro de la División de Ciencias Sociales, dicha recuperación permitió construir una propuesta que aportará positivamente al establecimiento de la identidad visual de la División a través de insumos de color y tipográficos como primer acercamiento de lo que eventualmente podría ser un manual.

Bibliografía

Sánchez, C; Pardo, J; Barajas, J; Sánchez, M. Hernández, S. (2020). Sistematización de experiencias: Diferentes miradas de una vivencia. Repositorio Universidad Santo Tomás.

Jara, O. (2018). La sistematización de experiencias: Práctica y teoría para otros mundos posibles. Colombia: Primera edición.

Jara, O. (1994). Para sistematizar experiencias: una propuesta teórica y práctica. Tarea, Asociación de Publicaciones Educativas.

Hernández, J. (2020) El reto de la cuarta revolución industrial en Colombia: Datos, Diseño y Artes. Colombia, 4, 153.

FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO - Universidad Santo Tomás (s.f). Quiénes Somos. Recuperado 3 de Octubre de 2022, tomado de <https://facultaddisenografico.usta.edu.co/index.php/la-facultad/quienes-somos>

Caldevilla Domínguez, D. (2009). La importancia de la identidad visual corporativa. *Vivat academia*, (103), 0001-26.

Ministerio de Educación (2014). Unidad de Formación Nro. 8 “La Sistematización en los Procesos de la Educación Permanente”. Cuadernos de Formación Continua. Equipo PROFOCOM. La Paz, Bolivia.

Hernández, J. (2020). La transversalidad del color y su papel comunicador en las imágenes visuales, de la literatura a la imagen actual del cuento clásico Blancanieves. *Kepes*, 17(21), 171-194.

Gómez. A., Jurado. C., Castañeda, W., Londoño. F., Rendón. G. (2006) PATRONES DE COLOR INTERPRETACIÓN VISUAL DE LOS VALORES CROMÁTICOS REGIONALES EN CALDAS. Manizales - Colombia. Universidad de Caldas.

Apaza Tataje, L., Castillo Agurto, V., Li Quevedo, S., Salcedo Fajardo, C., & Sanchez Figueroa, G. (2020). La importancia de la tipografía como distintivo en la creación e identidad de imágenes corporativas en Perú en el 2019.

Talbot, S., & Mcdonald, J. (20 de Junio de 2016). The 7 key elements of corporate and brand identity design. Obtenido de Lucidpress:

<https://www.lucidpress.com/blog/the-7-key-elements-of-brandidentity-design>

Villanueva, M. (3 de abril de 2013). Joan Acosta: Imagen Corporativa. Obtenido de Todo al 27: <https://todoal27.wordpress.com/2013/04/03/joan-costa-cuestionario/>

Irene Ancin A. (2018): “La importancia de la identidad visual en la creación y posicionamiento de la marca”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (agosto 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/08/identidad-visual-marca.htm>

División Ciencias Sociales USTA. (2022). Comparación entre piezas gráficas [Figura 1]. Instagram. <https://www.instagram.com/dcsusta/>

División Ciencias Sociales USTA. (2022). Comparación entre piezas gráficas [Figura 2]. Instagram. <https://www.instagram.com/dcsusta/>

División Ciencias Sociales USTA. (2022). Comparación entre piezas gráficas [Figura 3]. Instagram. <https://www.instagram.com/dcsusta/>

Alonso, L. (18 de julio de 2022). Cómo elegir la mejor tipografía para tu marca: cuál es la más adecuada. Marketing4ecommerce.

<https://marketing4ecommerce.co/como-elegir-la-mejor-tipografia-para-tu-marca-diseno/>

Presentación - Universidad Santo Tomás (s.f). Visión. Recuperado 28 de Octubre de 2022, tomado de <https://usantotomas.edu.co/presentaci%C3%B3n>

Heller, E. (2000) Psicología del Color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Múnich, Alemania.

Arcioni, B. (2014). *El color y sus aplicaciones en tipografía*. Tipoblog. <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2014/el-color-y-sus-aplicaciones-en-tipografia/>

Anexos

Anexo 1. Primera pieza de ejemplificación encontrada como referencias anteriores en el Instagram de la División de Ciencias Sociales de la Universidad Santo Tomás.



Anexo 2. Segunda pieza de ejemplificación encontrada como referencias anteriores en el Instagram de la División de Ciencias Sociales de la Universidad Santo Tomás.



Anexo 3. Personajes representativos de cada una de las facultades de la División de Ciencias Sociales creados por la agencia In-House. De izquierda a derecha: Gente (Sociología), Dico (Diseño Gráfico) y Compaz (Comunicación Social).



Anexo 4. Propuesta de paleta de color para la División de Ciencias Sociales.



#2E1340

#5D2E8C

#29A7D9

#6CD9D9

#F29A2E

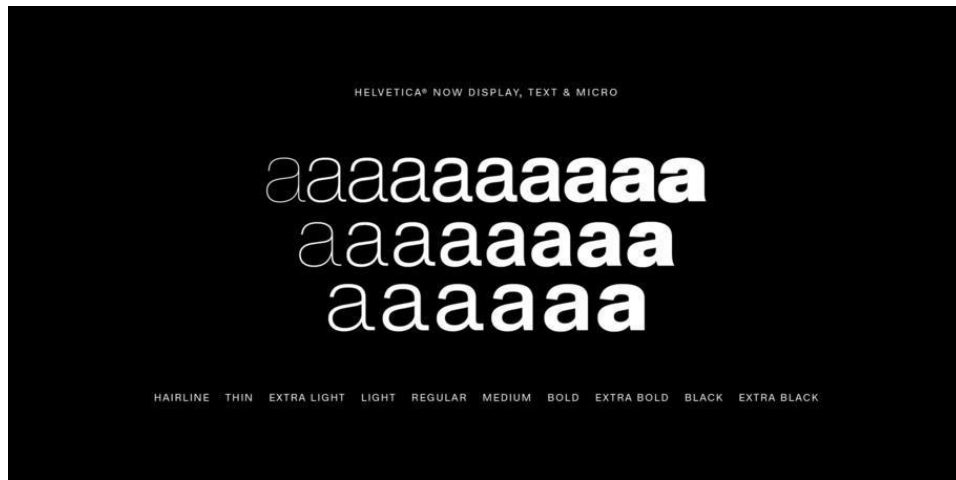
Anexo 5. Tipografía Montserrat creada y diseñada por Julieta Ulanovsky, Sol Matas, Juan Pablo del Peral y Jacques Le Bailly.

Montserrat

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOP
 QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnop
 qrstuvwxyz
 1234567890

Anexo 6. Tipografía Helvetica Now creada por Monotype Design Studio y Charles Nix sobre el trabajo de Max Miedinger y Eduard Hoffman en los años 50.



Anexo 7. Entrevista a Paulo Parra, director de la agencia In-House.

Entrevistadora: ¿Existe un manual de identidad corporativa o visual dentro de la División de Ciencias Sociales?

Entrevistado: No que tenga idea.

Entrevistadora: ¿Cree que es importante establecer una unidad gráfica para la División? ¿Por qué?

Entrevistado: Sí, se trata de ser consistentes con la identidad, que exista cohesión independientemente de que las piezas tengan objetivos de comunicación diferentes.

Entrevistadora: ¿Conoce algunos parámetros gráficos que sean utilizados en las piezas gráficas de la División?

Entrevistado: De pronto los personajes que ya están establecidos y los logos institucionales.

Producto





#DCSUSTA

DÍA DEL DOCENTE TOMASINO DCS USTA

**Claustro docente de la División
de Ciencias Sociales**

La #DCSUsta invita a sus docentes a
compartir un almuerzo

Lugar: Atlantis - Edificio Luis J. Torres
Hora: De 11 a.m a 2 p.m.



Nota. Esta pieza será implementada en la semana del 14 al 18 de noviembre del 2022 en la plataforma de Instagram. La idea es continuar haciendo uso de estos parámetros para las siguientes piezas.