



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA
FACULTAD DE ARTES
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO



TESINA DE GRADO

Tema:

“Diseño de la Imagen Corporativa para un club practicante de Airsoft, de la ciudad de Cuenca”.

Autor: Juan Carlos Illescas Vásquez

Tutor: Dis. Santiago Xavier Merchán Sánchez



FACULTAD DE ARTES

JUAN CARLOS ILLESCAS VÁSQUEZ





Resumen.

Esta tesis se encarga de analizar los antecedentes en el medio ecuatoriano para tomar los detalles que distinguen la práctica del Airsoft (aire suave), de las tácticas militares y demás deportes de réplicas; recopilando estos conocimientos para concretarlos en un logo que a su vez complemente la Imagen Corporativa para el grupo de aficionados a este deporte en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay en Ecuador, lo que es algo indispensable para un individuo y aún más para un grupo de personas afines a un tema en particular que deriva en una relación entre agrupaciones similares conformadas en distintas partes del Ecuador con diversos antecedentes culturales.

También se abordará el campo del Diseño Gráfico, en el que fundamentaremos la creación y elaboración técnica comunicativa para la producción del logotipo e imagen corporativa para el Grupo de Airsoft de Cuenca, analizando gráfica, morfológica, cromática, tipográfica y conceptualmente los logos e imágenes cercanas para discernir, tomar o rechazar criterios que ayuden a la elaboración de este trabajo visual.



Abstract.

Esta tesina trata la resolución del problema de identidad corporativa de un grupo practicante de un deporte en crecimiento en la ciudad de Cuenca, ubicada en la provincia del Azuay en Ecuador, el cual es el Airsoft, que consiste en un juego de acción que simula tácticas militares y réplicas de armas reales a escala 1:1, el cual será analizado como los integrantes de este grupo naciente en este deporte para con ayuda de las herramientas de diseño y el arte, crear una imagen corporativa para este, el cual servirá al grupo para identificarse en el deporte y el sano esparcimiento.



Índice

Sesión de derechos de autoría	6
Campos de Estudio.	8
CAPÍTULO I	9
Diseño.	9
Fundamentos.	9
Diseño Gráfico.	10
Imagen Corporativa.	10
Marca.	10
Cromática.	12
Tipografía.	13
Semiótica de la Imagen.	14
CAPÍTULO II	16
Airsoft.	16
Guerra y Airsoft	16
Primera Guerra Mundial.	16
Segunda Guerra Mundial.	17
Historia del Airsoft.	17
CAPÍTULO III	20
Homólogos.	20
Conceptualización.	21
Procesos (bocetaje).	22
Lluvia de Ideas.	22
Tipografía.	23
Nombres.	26
Cromática.	26
Morfología.	26
Concreción de Logotipo.	29
Nombre.	29
Tipografía.	29
Morfología de la Gráfica.	30
Creación de Imagen.	32
Conclusiones.	35
Bibliografía.	36



Índice de Anexos.

Bocetos	38
Manual de marca	



Sesión de derechos de autoría

Yo, Juan Carlos Illescas Vásquez, con cédula de identidad número 010414335-9 en calidad de aspirante a obtener el título de LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO, en la Universidad Estatal de Cuenca, Facultad de Artes, Escuela de Diseño, del año 2013, cedo todos los derechos presentes y futuros sin opción a reclamo por mi parte a la Universidad Estatal de Cuenca como requisito indispensable para la obtención del título esta tesina de mi entera autoría sin plagio de ningún tipo y dentro de las leyes educativas e institucionales vigentes.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad y al derecho sobre este documento para que la universidad lo use a su entera conveniencia.

.....

Juan Carlos Illescas Vásquez

010414335 – 9



Sesión de derechos de autoría

Yo, Juan Carlos Illescas Vásquez, con cédula de identidad número 010414335-9 en calidad de aspirante a obtener el título de LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO, en la Universidad Estatal de Cuenca, Facultad de Artes, Escuela de Diseño, del año 2013, cedo todos los derechos presentes y futuros sin opción a reclamo por mi parte a la Universidad Estatal de Cuenca como requisito indispensable para la obtención del título esta tesina de mi entera autoría sin plagio de ningún tipo y dentro de las leyes educativas e institucionales vigentes.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad y al derecho sobre este documento para que la universidad lo use a su entera conveniencia.

.....

Juan Carlos Illescas Vásquez

010414335 – 9



Campos de Estudio.

El Arte.

Arte y Diseño.

Arte y Guerra.

El Diseño.

Imagen.

Imagen Corporativa.

Marca.

Un buen nombre.

Deporte.

Airsoft.



CAPÍTULO I

Diseño.

Fundamentos.

Como explica Ricupero en su publicación de Diseño en el Aula, “el diseño surge de la distinción histórica de la producción industrial y la producción a mano, artesanal”. (Ricupero, 2007)

El Diseño comprende varias sub disciplinas, entre las cuales están el Diseño Industrial, Textil, de Objetos, Publicitario, Gráfico, de Interiores y más ramas de especialidad e investigación que aunque todavía no forma una ciencia se encuentra en camino de objetividad y complemento que den forma a esta disciplina que trata de la concepción formal de los productos. En consecuencia, debe ocuparse del aspecto estético, de su eficiencia funcional y de la adecuación productiva y comercial.

El auge del Diseño viene desde la revolución industrial a comienzos del siglo XX, en el cual se da un realce a la producción única, efectiva y funcional complementando estos parámetros de objetos o artes con atribuciones técnicas objetivas como subjetivas.

Sabiendo que estos hechos no dieron el origen al Diseño, sino que dieron paso a el reconocimiento de éste como tal ya que existía mucho antes que la imprenta de Gutenberg puesto que no se limita a la tinta sobre papel, también significa creación, en el momento en el que se diseña o disponen las formas, los colores y materiales con uno o varios conceptos u objetivos, a la organización de textos como diagramación en revistas, periódicos, web, hasta en la luna de un reloj o en el ojal de un alfiler como la marca de éste, en el proceso de mercadeo, constructivo, de innovación o posicionamiento, al decorar un pastel de la forma más simbólica y a conceptual expresiva, reconociendo la presencia total del Diseño en el día a día con una importancia fundamental para la creación o modificación de artes y objetos tangibles o intangibles en el convivir diario.



Diseño Gráfico.

Es la rama que se encarga de la producción comunicacional en forma fácil de comprender y asimilar, objetiva o subjetivamente con herramientas visuales, auditivas, audiovisuales, manual o tecnológicamente hasta en combinatoria de conceptos y técnicas para dar a conocer o recordar formas de vida, acontecimientos, informaciones o características de empresas, personas, agrupaciones y todo aquel que lo necesite técnicamente.

Imagen Corporativa.

Es lo que se piensa o se dice de la imagen, de la marca o del concepto de una empresa, es lo que el target piensa de mi marca.

La Imagen Corporativa conlleva un conjunto de elementos tangibles como intangibles, los cuales deben ser representados y dirigidos gráfica y conceptualmente para comunicar efectivamente lo que la empresa quiere representar y a su vez llegar a ser para su público meta.

Está construido fundamentalmente por su logotipo, pudiendo ser un logo, grafico icónico, un isotipo, textualmente icónico o un isologotipo conformado por gráfica, texto e iconicidad, lo que semióticamente dirá lo que es o se quiere que se piense de la empresa.

Además se debe concebir un manual de marca que dirija la correcta e incorrecta aplicación del logo en todo aquello que se le pueda aplicar, con especificaciones técnicas como medidas, máxima y mínima, tipografías, color, ubicación, soportes y demás datos que apoyen la integridad gráfica y morfológica de la imagen corporativa.

La papelería es la parte vinculante entre socios, target y competencia que debe ser manejada en la misma línea de la que se maneja la imagen corporativa de manera integral.

Marca.

Las marcas no se diseñan, se CONSTRUYEN, la diferenciación es la clave de una buena marca, son conceptos primordiales para diferenciar y conformar de manera ordenada una efectiva Imagen Corporativa solidificando la Marca de una empresa en crecimiento.

Para empezar a construir una Imagen corporativa hay 10 guías para el Diseñador



1. Buscas buenos clientes. Aquellos que pagan.

Nosotros podemos ser nuestros propios clientes sacando nuestros proyectos.

2. Ideas, ideas, ideas, cobra por tus ideas, por el valor añadido, no por la ejecución.

3. El buen diseño empieza con un buen contenido, escribe.

Hay que pensar en el contenido como, ideas, fotos, etc.

4. El buen diseño es entero:

Entender bien las ideas y tratar de no seguir las tendencias o la moda.

5. El buen diseño es para todos.

Que el diseño sea para todos (a prueba de tontos).

6. Debes ser un maestro técnicamente aunque no ejecutes.

Ser perfeccionista en técnicas y preocuparse de la concreción, dominar la técnica.

7. comparte tus Ideas.

No tener miedo de la copia o de dar las ideas que si te las copian puedes demandar.

8. El buen diseño es aquel que se paga.

Valorar el trabajo propio y darle el mismo trabajo al cliente o esa calidad.

9. No trabajes para / o con amigos.

Y si pasa, delimiten bien responsabilidades y precios, o no trabajar.

10. Copia de los buenos.

Tener una referencia visual o saber en qué medio se desenvuelve el diseño.

Tenemos siempre que recordar que la práctica nos plantea nuevos retos y con ello aportamos a nuestro conocimiento.



Cromática.

El color ha existido desde siempre y podemos decir que afecta de manera visual, psicológica y hasta influir en el comportamiento del individuo, por esto existe teoría de diferentes autores acerca de este tema como colocaremos a continuación.

Como se explica en el artículo de la revista digital que he revisado, llamada: Temas para la Educación; recogiendo varios conceptos de distintos autores, abstrayendo los rasgos fundamentales de cada color determinando que:

Rojo: Color fuerte, imponente, el más cercano a los ultravioletas según el prisma cromático, generador de cambios de humor en el ser humano, que puede transmitir angustia o amor, como ejemplo.

Naranja: Es un color mucho más llevadero, que puede producir exaltación o pasividad.

Amarillo: Color de la calidez, acogedor, tranquilizador.

Verde: El color de la calma, paz, naturaleza.

Azul: El color del cielo, sensato, serio, artístico, el preferido a nivel mundial.

Púrpura: Melancólico, elegante, regio, calmante, tendiente a la tristeza.

Marrón: Conservador, persistente.

Blanco: El color de la pureza, lo celestial, lo limpio.

Negro: contrastante, el color de la maldad, sutil.

El color desde épocas pasadas tenía, tiene y tendrá una simbología relacionada con algún aspecto subjetivo u objetivo, como por ejemplo en tiempos pasados el arcoíris tenía pos colores primarios como fundamento, por otro lado “el hombre medieval creía que el mundo constaba de cuatro elementos como componentes fundamentales, agua, tierra, fuego y aire, cada uno de ellos identificados con un color, blanco, negro, rojo y amarillo”. (Andalucía., 2010)

Así mismo el color puede ser un factor distintivo en relación con la forma y soporte, culturalmente hablando, al igual que un color puede dar otra connotación a un objeto, animal a una persona, además de darle un significado distinto a lo que signifique en sí el objeto, animal o cosa, del cual se habla.

Tipografía.

Los primeros vestigios de tipografía impresa aparecieron en Europa y eran bloques móviles de madera provenientes de China y fueron “considerados arte por el siglo X d. de C.” (MacLean, 1993), en Europa, luego vendría Gutenberg con sus tipos móviles en metal y revolucionaría el mundo sin imaginarse lo que había hecho, llegando a la actualidad e innovándose de a poco la tipografía hasta hace no mucho tiempo nos despegamos de los tipos móviles que ahora van formando parte de los museos; gracias Gutenberg.



<http://chrismielost.blogspot.com/2011/04/una-breve-historia-del-libro-del-papiro.html>

Entrando a la parte tipográfica, técnica, podremos ver que con el pasar de los siglos han ido apareciendo tipografías de distintas formas y dependiendo también los requerimientos, gustos por la tipografía y tipografía para los gustos, diversidad de tipos, familias y variaciones de las mismas; hoy en día con la variedad de tipografías es más claro realizar el diseño que requiere o pertenece a la tipografía.

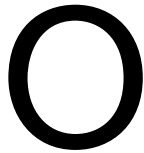
R

ARIAL

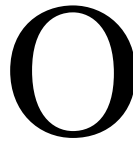
R

TIMES NEW ROMAN

Como dice Ruari, en su publicación, Manual de Tipografía, hay diversidad de tipografías en infinidad de necesidades para estas por lo que la legibilidad es fundamental al momento del diseño, ya que, por ejemplo, los tipos que tienen serifa, o terminaciones extra, son más legibles que las que no las tienen por qué la serifa separa las letras una de otra a cierta distancia para ser legible y al mismo tiempo une las letras para separarlas entre palabras.



ARIAL



TIMES NEW ROMAN

En tal caso tendríamos que las letras sin trazo terminal son menos legibles que las que lo poseen, con lo que podemos ver un punto a favor de los tipos con serifs, mientras que las sanserifs son mucho más limpias y rápidas en cuanto a la escritura pero más dinámicas y manejables.

Por tanto se orientará hacia una sanserif lo más legible, estable y fuerte a que se adapte con el diseño a realizar.

Semiótica de la Imagen.

Una imagen de por sí es solo eso, nada más, lo que en realidad interprete cada individuo o cada grupo dependerá del estado situacional y emocional en el que se encuentren estos, ya que lo que represente para unos una imagen determinada en un lugar del mundo, la que esté basada en significantes de ese lugar, no funcionara de la misma o ninguna manera al otro lado del mundo ya que variara sin duda si la imagen fue creada o diseñada para ese grupo específico. A su vez una fotografía es una representación de la realidad, como lo es la ilustración de los pensamientos, que también tiene relación con lo que existe en este mundo, ya sea objetiva o subjetivamente.

“La fotografía debe constantemente tratar con la realidad, las cosas del mundo”

Edward Weston

(Vilches, 1984).



“las dos únicas características intangibles de la fotografía son: el sentido de la presencia y el sentido de la autenticidad del mundo visible.”

Minor White
(Vilches, 1984)

La imagen tiene mucha, si no es toda la influencia que el diseño lo requiera, también hay que tomar en cuenta tanto en el momento de realizar el diseño como en el momento de analizar el producto visual, no solo la parte estética y filosófica de aquel producto sino que también la técnica, tecnología, grupo objetivo y los resultados objetivos y subjetivos que esto causa en el público como individuo a colectivo de ser el caso.

“Así mismo como afirma Peirce: << un signo es icónico cuando puede representar su objeto por vía de semejanza>>.” (Vilches, 1984).

De esto podemos apreciar como el ícono es una abstracción de lo que se quiere representar, por decir un producto de la abstracción del objeto y ahí el sentido más claro de las palabras de Peirce en el libro de Vilches.

CAPÍTULO II

Airsoft.

Guerra y Airsoft

La guerra ha existido desde que existen los grupos y sus diferencias ideológicas y de supremacía en un principio solamente impulsada por una característica del hombre el cual es la superioridad, en principio se peleaba con rocas, palos y huesos animales, lo que fue cambiando a medida que el hombre desarrollaba el intelecto, los palos y troncos transformados en lanzas, resorteras, la piedra en puntas y cuchillas, los huesos en firmes mangos y utensilios para moldear y zurcir las prendas, en tanto y en cuanto crecían los grupos e intereses de los mismos sobre otros, a lo que desarrollaban su identidad, culturas y costumbres, mientras se posesionaban de parcelas como lugar de asentamiento y cultivo siempre en busca de progreso y dominio para bien grupal desarrollando técnicas, tácticas, acuerdos, armas, gritos, nombres, identidades, emisarios, mensajeros, estructurando sistemas de honor, así como de lealtad, arraigando un sentimiento intangible por mantener una estructura de vida dentro de un domo el cual proteger para bien de unos e infortunio de otros.

Primera Guerra Mundial.



http://st-listas.20minutos.es/images/2011-03/281814/list_640px.jpg?1305146811

Segunda Guerra Mundial.



<http://www.fondosmil.com/3-safe/Alemanes-segunda-guerra-mundial.jpg>

A lo largo de la historia del mundo se han desarrollado guerras en las que el desarrollo de la técnica, táctica o de la tecnología son un factor decisivo para victoria de uno u otro bando, por cuanto se cristaliza la relación de este u otros factores en los que se tiene ventaja con relación al otro bando puede resultar crucial para una victoria.

El desarrollo armamentista ha llegado a niveles espectacularmente estremecedores en los que la devastación de una bomba nuclear como la de Hiroshima y Nagasaki, lloraron sangre por los ojos del mundo.

De ahí puedo decir que es rescatable la guerra más no como el acto cruel de la muerte, sino como el uso de las tácticas y el honor del ganador como del perdedor, ya que por tanta devastación en el mundo a causa de las guerras y la carrera armamentista de algunas “potencias”, que surgen, tienen, deben tener total apoyo juegos como el paintball y el airsoft que lejos de buscar la muerte física del otro fomenta la sana competencia y el desarrollo grupal.

(Parker., 2010)

Historia del Airsoft.

La historia del Airsoft (aire suave) comienza alrededor de los años 80's a raíz de la prohibición de armas de fuego en el oriente, concretamente en el país de Japón, extendiéndose a países vecinos, luego a Europa y América, cubriendo el mundo para los años 90's en que se fortaleció como un deporte de acción en el que se simulan tácticas militares con lo que conlleva, como réplicas en escala 1:1, que percutan esferas plásticas de alrededor de 6mm en plástico o material biodegradable, estas réplicas pueden ser plásticas o metálicas para mayor realismo con una característica real que diferencia el mundo de las

armas de fuego y de las de airsoft, como eje fundamental a simple vista y es la punta naranja, la cual hace una diferencia visual y con significado semiótico ya que el naranja es un color de alerta pero de más calma relacionado con el color rojo; además se usa en el Airsoft réplicas de uniformes de los ejércitos del mundo y en la actualidad de los uniformes de los personajes de videojuegos de guerra o combate, así mismo de caricaturas, series, etc.

Como material de protección hay que recalcar que es indispensable equiparse ya que una esfera en una partida de airsoft puede alcanzar alrededor de 400 fps, y dependiendo a su vez del tipo de mecanismo percutor que posea la réplica.

Entonces, tomando en cuenta lo dicho en cuanto a seguridad en una partida de airsoft es indispensable equiparse con gafas de protección para que la vista quede a salvo, casco viene en segundo lugar, por consiguiente chaleco protector para el tronco, para las extremidades inferiores botines y rodilleras ya que se busca el mayor realismo en momentos de un combate dentro de una partida para lo que se busca parajes semejantes a los reales.

Para las extremidades superiores se necesitan coderas y guantes, así mismo, esto dependerá del participante, lo que no ocurre con las gafas protectoras que son indispensables desde el momento que se tiene relación con una réplica de airsoft.



http://www.bestairsoftgunsstore.com/my_files/images/double_tap_airsoft_exercise_2.jpg



La aparición del Airsoft se da en Cuenca, Ecuador, alrededor de los años 2000, por la necesidad de adrenalina deportiva, por medio en este caso, de armas deportivas similares al Paintball que es un deporte donde como munición percute proyectiles llenos de pintura de alrededor de un diámetro de 2 cm físicamente con el impulso de CO2 comprimido. Mientras que en el Airsoft (aire suave) se percuten esperas polipropileno o biodegradables de alrededor de 6mm de diámetro dependiendo la réplica o “arma deportiva” de Airsoft que se utilice, por medio de CO2, por golpe eléctrico de martillado o por golpe de martillado suave por medio de cimbra.

Este deporte nace en Ecuador en la época de los 90s en la ciudad de Quito donde se halla conformado el club de Airsoft Ecuador, que es el organismo máximo de este deporte en el país, acto seguido se genera el club (no formal) de Airsoft Quito, Guayaquil y ahora Cuenca, el cual sin ser formal, va buscando una identidad por medio de una imagen corporativa para crecer asociativamente y formalizarse en el futuro.

(<http://brigadastalker.foroactivo.com>, 2009)



CAPÍTULO III

Homólogos.



www.airsoftecuador.com

(Airsoft Ecuador, s.f.)

BLACK



ACES

AIRSOFT CLUB QUITO

**VISITANOS EN FACEBOOK
BLACK ACES AIRSOFT QUITO**

<https://www.facebook.com/groups/136035163127394/photos/>



<https://www.facebook.com/pages/Rangers-Airsoft-Guayaquil/296231907078363?fref=ts>

Conceptualización.

Abordaremos el Diseño, el deporte y la guerra desde el punto de vista del arte, ya que resulta indispensable para dar otra perspectiva que aporte a la semiótica de este trabajo integral que dará como resultado una imagen identificadora a un grupo practicante de un deporte sano que necesita una identidad y lo que ello conlleva.

Por lo antes mencionado, lo más óptimo es desarrollar formas fuertes, estables, tanto agresivas sin caer de lleno en ello, manteniendo respeto y armonía morfológica, dándole líneas geométricamente estables que conlleven curvas y rectas con equilibrio.

Se tomará la semiótica como una herramienta que nos ayude a descifrar interrogantes desde la parte comunicacional visual para poder concretar mensajes semióticos acertados al momento de la conformación identificadora de este grupo, ya que la búsqueda se centrará en diferenciar y dar a conocer el Airsoft y sus practicantes en la ciudad de Cuenca, Ecuador, de las armas de fuego y las guerras devastadoras que existen en este mundo.

Recorreremos la morfología de logos, marcas, analizando mecanismos y conceptos correctos que nos lleven a la producción ordenada y coherente de la mano de los conceptos que acompañan a lo que se quiere decir y percibir de este deporte y sus integrantes en este lugar.

Daremos parte a la cromática como gancho para dar realce y relación de los que se quiere y de lo que se va a decir de este grupo de Airsoft Cuenca, con lo que entra en análisis el color como un elemento semiótico de significados y significantes, de la mano de la morfología, tipografía, diseño y conceptos para conformar una estructura sólida en el campo del diseño y el arte.

Ahondaremos en el tema de la tipografía, analizando las tipografías utilizadas, las que conllevan relación con esta actividad y la o las que se utilizara o desarrollará para este trabajo.

Procesos (bocetaje).

Lluvia de Ideas.

Partiendo de un conglomerado de nombres, tipografías, formas, combinaciones entre estos elementos gráficos y demás operaciones al azar, se van concretando los elementos propicios para dar forma a la imagen que se necesita para identificar al grupo de Airsoft Cuenca.

En primera instancia se escoge el nombre de ZEUS, el cual proviene de la mitología griega, el cual es un dios poderoso del olimpo, padre de dioses como Ares, el dios de la guerra; Zeus, tiene como elementos de poder el rayo y el tridente, con lo cual decido bocetar en un inicio.



<http://oldcivilizations.wordpress.com/2010/07/19/los-dioses-de-sumer-%C2%BFeran-los-mismos-que-en-la-mitologia-griega/>



Tipografía.

Tomando como nombre provisional ZEUS y como complemento AIRSOFT por separado.

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

ZEUS

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT

AIRSOFT





Pruebo combinaciones entre nombre y el posible complemento que concretaría la idea identificadora.





Tomo estilos e inclinaciones para sumar o restar movimiento a la tipografía alrededor de 5 a 20° para la izquierda o derecha.



Se busca al igual nombres y tipografías que se ajusten a lo establecido para la concreción de la imagen, como por ejemplo:



Nombres.

Cavia: Nombre científico del cuy.

Zeus: Padre del dios de la guerra.

Depredador: Depreda o aniquila, dador de muerte.

Predador: Aniquilador masivo para satisfacer sus necesidades básicas y de instinto.

Aniquilador: Dador de muerte.

Liquidador: Finalizador, que pone fin.

Élite: De élite, grupo especializado en cierta función o trabajo.

Cromática.

En la parte cromática se decide tomar el negro para la tipografía y el naranja para la parte gráfica, ya que el negro es un tinte contrastante, fuerte, sobrio y elegante, con el cual podemos dar firmeza y respeto visual, el naranja por otro lado es un color llamativo y alertante que transmite una mezcla de adrenalina visual, esto semióticamente hablando, ya que el naranja es utilizado en la parte delantera de las réplicas de airsoft para distinguirlas de las armas de fuego, ya que por su calidad de réplicas deben ser lo más parecidas, sino, idénticas a sus parientes mortales.

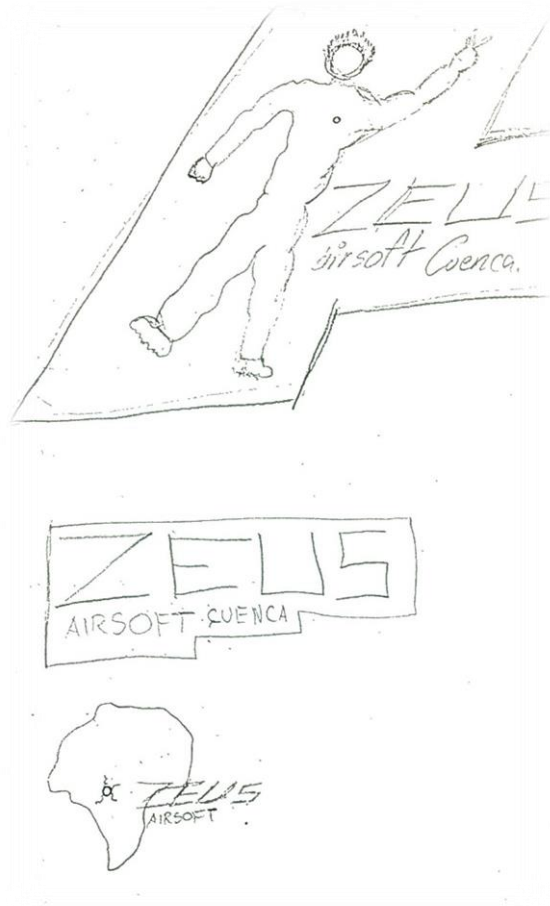
Por cuanto se deberá llegar a una relación aproximada de dominio cromático proporcional de alrededor de un 70 % de negro en relación a aproximadamente un 30 % de naranja cuando conformen un todo identificador llámese logo, isologo, logotipo, etc.

Morfología.

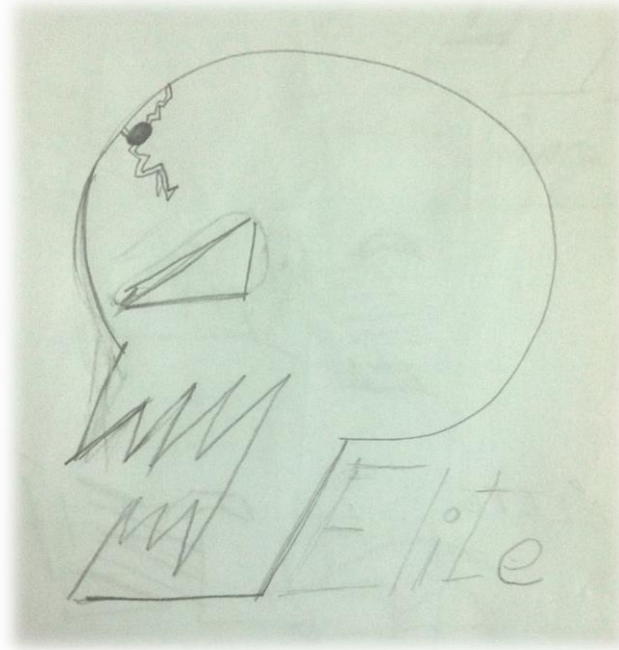
Se realizan combinaciones de formas rígidas, orgánicas, segmentadas, compactas, fusiones de elementos o representaciones ideológicas mentales de los que estos son en realidad, además se practican innumerables combinaciones de los mismos elementos con el objetivo de aclarar y elegir el camino correcto para la identidad de este grupo en particular.



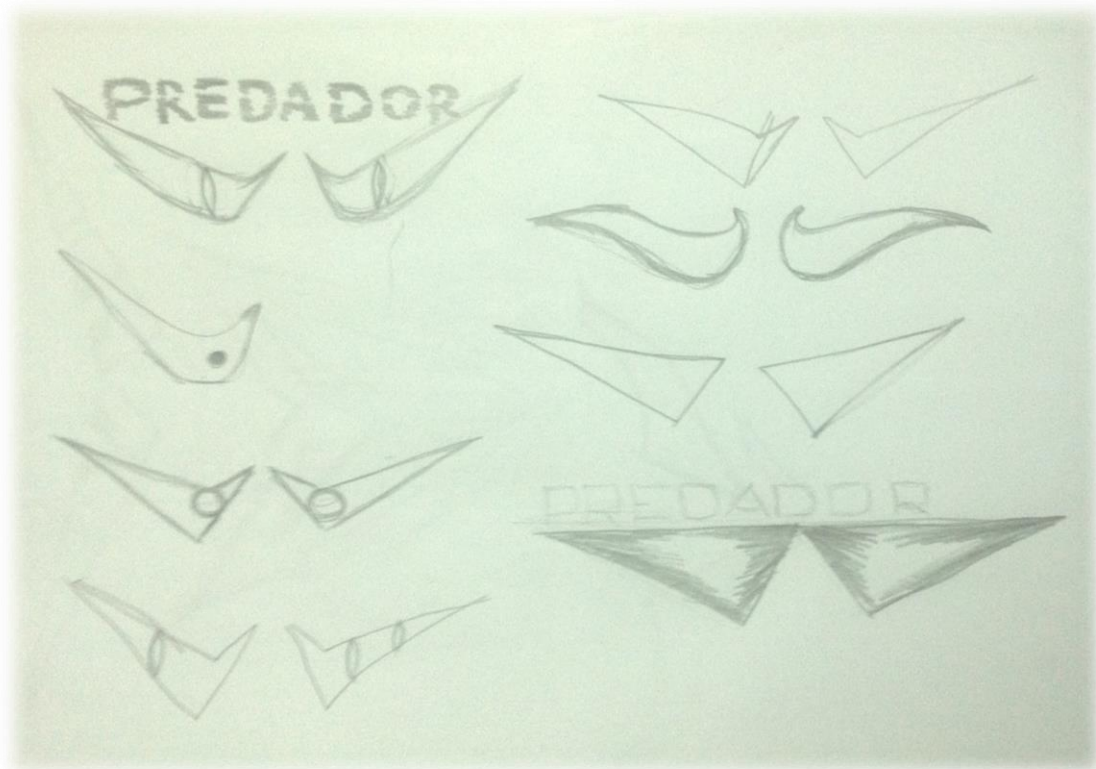
ILLESCAS JUAN, BOCETO EN PAPEL A LÁPIZ, FOTOGRAFÍA.



ILLESCAS JUAN, BOCETO EN PAPEL A LÁPIZ, FOTOGRAFÍA.



ILLESCAS JUAN, BOCETO EN PAPEL A LÁPIZ, FOTOGRAFÍA.



ILLESCAS JUAN, BOCETO EN PAPEL A LÁPIZ, FOTOGRAFÍA.



Concreción de Logotipo.

Se lo define así ya que contiene texto y gráfica expresa, elementos que serán manejables tanto independiente como de manera conjunta según lo amerite el caso.

Nombre.

De los mencionados se ha escogido el nombre de **PREDADOR**, que además de su significado, semióticamente tiene una relación significativa con el hecho de aniquilar, letalidad, eficacia, eficiencia, fuerza y sobre humanidad, siendo lo que se espera que se piense de este grupo de Airsoft en el Ecuador.

Tipografía.

La tipografía utilizada en el nombre será la GUARDIAN LASER REGULAR en un tamaño mínimo de 12p.

PREDADOR

A B C D E F G H I J K L M Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! " # \$ % & ' () * + , - . : ;

A B C D E F G H I J K L M Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Mientras que en el complemento que acompañará al nombre con la palabra Airsoft será la OIL STENCIL REGULAR.

A B C D E F G H I J K L M Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

! " # \$ % & ' () * + , - . : ;



Morfología de la Gráfica.

Tomando en cuenta el proceso de bocetaje llegué a la conclusión de abstraer las formas básicas distinguibles de una máscara con características de personalidad afines al logotipo y a lo que se quiere que este refleje como agresividad, fuerza, estabilidad, futurismo, sobriedad, simetría, factores que a mi criterio reúne la siguiente máscara.



<http://image.made-in-china.com/2f0j00wjOQKqTnkzoh/Wire-Mesh-Templar-Tactical-Airsoft-Mask-WS20917-.jpg>

Abstraje los rasgos más importantes a mi criterio, que perfilan la cabeza humanoide, dándole mucha superficialidad, un tanto androide o robótica para asumir un personaje que representa innovación, sobriedad y agresividad, para que se complemente con la tipografía.



Esta sería la cara de un aircorfter perfecto, que es a lo que aspirarían sus integrantes, tomando como referencia la clásica Terminator, para ser reconocidos a nivel nacional y mundial.

Creación de Imagen.

Combinando una serie de veces la gráfica con la tipografía en yuxtaposición con los caracteres del texto para acoplarlos de la mejor manera, resultando combinaciones como las siguientes:





Lo que conlleva a la decisión de darle movimiento a la tipografía tanto del nombre como del complemento con una inclinación hacia la derecha por la parte superior en caída a 20°, substrayendo la letra “A” del nombre PREDADOR para que quede como PRED DOR, espacio en el que se insertará la gráfica de la abstracción de la máscara de airsoft para que se complemente la personalidad del logo creado.



ILLESCAS JUAN, VECTORES, FOTOGRAFÍA.



Para la concreción cromática se utilizará en cuanto a la tipografía el negro (black) K: 100%, para dar sobriedad al logo en el nombre y el complemento, mientras que en la gráfica se implementará el naranja (naranja), C: 0%, M: 75%, Y: 100 %, K: 0 %. Ya que en el en el airsoft se emplea este color para distinguir las armas de fuego de las deportivas, aplicándolo en la punta frontal de las mismas, además de servir como referencia de seguridad o alerta.



ILLESCAS JUAN, VECTORES, FOTOGRAFÍA.



Conclusiones.

- Se ha podido crear un logotipo e imagen corporativa llamado PREDADOR, para un grupo de deportistas cuencanos que gustan del sano esparcimiento mediante un juego de honor como lo es el AIRSOFT; en hora buena se podrá distinguir a este grupo de camaradas y sobresaldrá de seguro con ayuda de su imagen identificadora ya que posee características y elementos técnicos, gráficos, conceptuales morfológicos y tipográficos que conforman un logotipo sólido, fuerte y distinto de sus homólogos.
- Nace un logotipo el cual posee características fundamentales como el hecho de ser fácil de pronunciar, es recordable, pregnante, asumiendo el reto de ser reconocido como tal únicamente a lo largo del tiempo y los retos que se presenten.
- Con esta imagen del grupo PREDADOR, se abren un sin número de caminos para aquellos que desconocen este sano deporte y que andan en busca de adrenalina que ahora podrán observar y disfrutar por medio de la práctica enganchados visualmente por esta nueva y primera, imagen de un grupo de Airsoft en Cuenca del Ecuador.
- Por último se puede acotar que para la realización de un logo, marca, imagen o similar, se debe uno mismo dejando lo profesional de lado, inmiscuir en la actividad o producto al que se le aplique el diseño en general, ya que sin esto, será mucho más difícil alcanzar la meta que se plantee el profesional gráfico en este caso.



Bibliografía.

Airsoft Ecuador. (s.f.). www.airsoftecuador.com.

Andalucía, F. d. (2010). Aspectos psicológicos del color. *Temas para la Educación*., Edición N° 11.

<http://brigadastalker.foroactivo.com>. (16 de Agosto de 2009).

Leiro, R. J. (2006). *Diseño: Estrategias y Gestión*. Buenos Aires: Infinito.

MacLean, R. (1993). *Manual de Tipografía*. Madrid: Hermann Blume Ediciones.

Mielost, C. (23 de Abril de 2011). <http://chrismielost.blogspot.com>. Obtenido de <http://chrismielost.blogspot.com/2011/04/una-breve-historia-del-libro-del-papiro.html>

Parker., G. (2010). *Historia de la guerra*. Madrid.: Ediciones Akal.

Ricupero, S. (2007). *Diseño Gráfico en el Aula*. Buenos Aires : Nobuko.

Vilches, L. (1984). *Lectura de la Imágen*. Barcelona.: Paidós Comunicación.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

2013



FACULTAD DE ARTES



JUAN CARLOS ILLESCAS VÁSQUEZ