

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES**



TITULO DE LA INVESTIGACIÓN
DISEÑO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA MESA TERRITORIAL
DE DESARROLLO ARTESANAL, DEL MUNICIPIO DE SAN
SEBASTIÁN, DEPARTAMENTO DE SAN VICENTE, EL
SALVADOR, 2017.

PRESENTADO POR
QUINTANILLA ESTRADA, JESSICA VANESSA QE11002
SIBRIAN VARGAS, VERONICA YAMILETH SV10013
VELASQUEZ MOLINA, FRANCISCO ALBERTO VM10072

INFORME FINAL
PARA OPTAR AL TITULO DE LICENCIADOS EN ARTES PLÁSTICAS
OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO

DOCENTE ASESOR
LIC. EVER ODIR RAMOS PORTILLO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN
CARLOS ALBERTO QUIJADA FUENTES

CIUDAD UNIVERSITARIA NOVIEMBRE 2017 EL SALVADOR
SAN SALVADOR

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Roger Armando Arias Alvarado
Rector

Manuel de Jesús Joya Ábrego
Vicerrector Académico Interino

Nelson Bernabé Granados
Vicerrector Administrativo Interino

Rafael Humberto Peña Marín
Fiscal General Interino

Cristóbal Ríos Benítez.
Secretario General Interino

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

José Vicente Cuchillas Melara
Msc. Decano

Edgar Nicolás Ayala
Mti. Vicedecano

Héctor Daniel Carballo Díaz
Msc. Secretario

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

Ligia del Rosario Manzano Martínez
Msc. Directora

Carlos Alberto Quijada Fuentes
Msc. Coordinador General De Procesos De Graduación

Ever Odir Ramos Portillo
Lic. Docente Asesor

TRIBUNAL CALIFICADOR

Lic. Álvaro J. César Sermeño

Lic. Miguel Ángel Mira

Msc. Carlos Alberto Quijada Fuentes

INDICE GENERAL

	PAGINAS
AGRADECIMIENTOS.....	IX
RESUMEN.....	X
PRESENTACIÓN	XIV
INTRODUCCIÓN	XVI
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	XVII

CAPITULOS

1. CONTEXTO Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN TEXTIL EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE.....	19
1.1. ANTECEDENTES.....	19
1.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN TEXTIL ARTESANAL DE SAN SEBASTIÁN.....	28
1.3. DISEÑOS Y PRODUCTOS DE TEXTILES EN SAN SEBASTIÁN.....	33
2. LA IDENTIDAD GRAFICA COMO HERRAMIENTA DE RECONOCIMIENTO Y POCISIONAMIENTO EN EL SECTOR ARTESANAL TEXTIL.....	39
2.1. LA IDENTIDAD GRAFICA.....	39
2.2.IDENTIDAD GRAFICA PARA EL RECONOCIMIENTO Y POSICIONAMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL.....	58

2.3. ESTUDIO DE CONCEPTOS BÁSICOS, ELEMENTOS VISUALES, VALORES, Y QUE IDENTIFICAN AL SECTOR TEXTIL ARTESANAL DE SAN SEBASTIÁN.....	65
3. DESARROLLO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA MESA TERRITORIAL DE DESARROLLO ARTESANAL, DEL MUNICIPIO DE SAN SEBASTIÁN.....	75
3.1.BRIEFING.....	75
3.2.CONSTRUCCIÓN DE PROPUESTAS.....	76
3.3 DESARROLLO DE MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA DE LA MESA TERRITORIAL DE DESARROLLO ARTESANAL DE SAN SEBASTIÁN	83
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES	100
GLOSARIO.....	101
ANEXO 1.....	103
ANEXO 2.....	106
ANEXO 3.....	138
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	140

INDICE DE IMAGENES

Imagen 1: Mapa Geográfico, Municipio de San Sebastián. Fuente: San Vicente, Monografía Departamental y sus municipios, 2016	17
Imagen 2: Vista aérea del municipio de San Sebastián, San Vicente. Fuente: Mi Pueblo y su Gente, 2012.....	18
Imagen 3: Iglesia y zona central de San Sebastián. Fotografía por: Grupo de investigación.....	20
Imagen 4: Artesanos miembros de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián. Fotografía por: Grupo de investigación.....	25
Imagen 5: Telar. Fotografía por: Grupo de investigación.....	29
Imagen 6: Telares. Fotografía por: Grupo de investigación.....	31
Imagen 7: Flores, X, García, A, Magaña, E, Universidad de El Salvador, 2016. Principales diseños identificados en los tres talleres artesanales. Fuente: "Procesos técnicos tradicionales de producción artesanal textil en el municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente 2016"	34
Imagen 8: Flores, X, García, A, Magaña, E, Universidad de El Salvador, 2016. Principales diseños identificados en los tres talleres artesanales. Fuente: "Procesos técnicos tradicionales de producción artesanal textil en el municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente 2016"	35
Imagen 9: Portal Parque Central de San Sebastián. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.	39
Imagen 10: Labores artesanales. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.....	43
Imagen 11: Telar. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.	47
Imagen 12: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.....	49

Imagen 13: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.....	51
Imagen 14: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.....	52
Imagen 15: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.....	54
Imagen 16: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.....	55
Imagen 17: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.....	56
Imagen 18: Carretes de hilo. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.. ..	58
Imagen 19: Taller Artesanal. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017....	62
Imagen 20: Hilos en telar. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.....	64
Imagen 21: Lanzadera de telar. Fuente: Wikipedia, 2015.....	69
Imagen 22: Diseño de patrones Fotografía por: Grupo de Investigación, 2017.	70
Imagen 23: Canillas. Fotografía por: Grupo de Investigación, 2017.....	70
Imagen 24: Diseño de patrones. Fuente: Nahanché, lo mejor en artesanías, 2016.....	71
Imagen 25: Presentación de propuestas. Fuente: Equipo Investigador. 2017..	74
Imagen 26: Lluvia de ideas. Fuente: Equipo Investigador.....	76
Imagen 27: Palabras restantes. Fuente: Equipo Investigador.....	76
Imagen 28: Conceptualización de imagotipos. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	78
Imagen 29: Votación para definir propuesta final. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.....	80
Imagen 30: Pruebas de color de propuestas de imagotipos. Fuente: Grupo de investigación, 2017.....	80

Imagen 31: Propuesta final. Fuente: Grupo de investigación, 2017.....	81
Imagen 32: Forma de imagotipo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	83
Imagen 33: Izquierda: versión original, derecha: versión símbolo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	83
Imagen 34: Reticula. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	84
Imagen 35: Reticula 2. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	84
Imagen 36: Izquierda: tamaño mínimo versión completa, derecha: tamaño mínimo versión símbolo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	85
Imagen 37: Imagotipo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	85
Imagen 38: Pantone. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	86
Imagen 39: magotipo a escala de grises. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	86
Imagen 40: Pantone a escala de grises. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	87
Imagen 41: Una tinta negro. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	87
Imagen 42: Una tinta blanco. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	87
Imagen 43: Tipografía. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	88
Imagen 44: Usos no correctos. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	89
Imagen 45: Imagotipo full color sobre fondo a color en el cual no se distinga el mismo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	89
Imagen 46: Imagotipo full color sobre fondo a color en el cual no se distinga el mismo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.,.....	90

Imagen 47: Imagetipo full color sobre fondo a color en el cual no se distinga el mismo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	90
Imagen 48: Hoja membretada. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	91
Imagen 49: Folder. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	92
Imagen 50: Sobre. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	92
Imagen 51: Tarjetas de presentación. Fuente: Equipo Investigador.....	93
Imagen 52: Viñeta. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	93
Imagen 53: Camisa polo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	94
Imagen 54: Camiseta. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	94
Imagen 55: Lapiceros. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	95
Imagen 56: Sello. Fuente: Equipo Investigador. 2017.....	95

AGRADECIMIENTOS

“Agradezco a Dios todo poderoso, por haberme permitido culminar mi carrera universitaria; a mis padres, mis hermanos y familia, por haberme brindado el apoyo suficiente para mantener el enfoque de seguir el camino hacia la superación personal y profesional. Dedico este logro a la memoria de mi abuela, Mariana Pérez de Estrada, quien siempre anheló verme coronar mis estudios; me aconsejó y orientó en cada etapa de mi vida para no perder de vista mis metas. Agradezco al Alma Mater cuyo seno me acogió, educó y formó como profesional; a sus catedráticos que con tanta capacidad me prepararon académicamente, transmitiéndome sus conocimientos con gran dedicación. Agradezco a mis compañeros y amistades, quienes me brindaron su apoyo a lo largo de mi carrera.”

Jessica Vanessa Quintanilla Estrada

“A Dios, por permitirme realizar con éxito mis estudios universitarios y por darme a mis padres, los cuales me han brindado amor y apoyo incondicional desde siempre, demostrando que todo es posible si uno quiere y trabaja en ello; Sin ustedes, nada de esto sería posible. A mis hermanos, por su compañía y consejos cuando más los necesitaba. A mis amigos, los cuales me enseñaron a valorar una buena amistad. A docentes y compañeros de estudio los cuales fueron parte de mi formación universitaria y me apoyaron para seguir adelante.”

Veronica Yamileth Sibrian Vargas

“Agradezco a Dios por haberme dado sabiduría, paciencia y la oportunidad de llegar hasta este momento de mi carrera. A toda mi familia que siempre me ha brindado su apoyo desde el inicio en mis estudios y por todo el esfuerzo que han hecho por mí para que yo pueda culminar mi carrera universitaria; agradecimientos a todos mis maestros que siempre me brindaron los mejores conocimientos para mi formación y por todo su esfuerzo que como docentes desempeñan. Por último a todos mis compañeros que aprecio mucho que fueron parte fundamental en mi crecimiento como persona y en todo ese camino de la vida de un estudiante, muchas gracias por su apoyo “

Francisco Alberto Velásquez Molina

“Agradecimientos especiales a nuestro asesor, Lic. Ever Odir Ramos Portillo, por orientarnos, durante nuestro trabajo de grado para poder desarrollarlo de la mejor manera y a los artesanos de la Mesa Territorial de Desarrollo artesanal de San Sebastián, por confiar en nosotros para el desarrollo de la identidad grafica para su institución. Dedicamos este esfuerzo a la memoria de nuestro compañero Gustavo Aquino, con quien compartimos el mismo afán de culminar esta etapa.”

Equipo de Investigación

RESUMEN

DISEÑO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA MESA TERRITORIAL DE DESARROLLO ARTESANAL, DEL MUNICIPIO DE SAN SEBASTIÁN, DEPARTAMENTO DE SAN VICENTE, EL SALVADOR, 2017.

Trabajo de grado presentado por:

Quintanilla Estrada Jessica Vanessa QE11002, Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico, Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador.

Sibrián Vargas Verónica Yamileth SV10013, Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico, Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador.

Velásquez Molina Francisco Alberto VM10072, Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico, Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador.

Esta investigación se titula: Diseño De Identidad Gráfica Para La Mesa Territorial De Desarrollo Artesanal, Del Municipio De San Sebastián, Departamento De San Vicente, El Salvador, 2017. Fue realizada como requerimiento de la Facultad de Ciencias y Humanidades y La Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador, para optar al título de Licenciado/a en Artes Plásticas Opción Diseño Gráfico. El problema de investigación del que se partió fue: ¿Porque la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal no posee una identidad gráfica que los represente, siendo ya una institución establecida? Para el cual se determinaron como objetivo general y objetivos específicos los siguientes:

Crear la identidad gráfica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, del municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente, con una propuesta

contemporánea e innovadora, para su proyección e identificación como organismo institucional.

Conocer el contexto y situación actual de los artesanos de textiles en San Sebastián.

Investigar las características particulares de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián.

Analizar los elementos visuales, valores, y conceptos básicos que conforman a la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, y así, identificar los posibles elementos para el diseño de su identidad.

Realizar un manual de identidad gráfica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, para su proyección e identificación como institución formalmente establecida.

Consta de tres capítulos abarcando desde la creación de una marca, hasta la construcción de un manual para organizaciones similares. La metodología empírica permitió la recolección de información mediante documentación bibliográfica y de campo.

Palabras clave: Marca, San Sebastián, identidad, textiles, artesanal.

ABSTRACT

GRAPHIC IDENTITY DESIGN FOR TERRITORIAL TABLE OF ARTISANAL DEVELOPMENT, OF THE MUNICIPALITY OF SAN SEBASTIÁN, DEPARTMENT OF SAN VICENTE, EL SALVADOR, 2017.

Degree work presented by:

Quintanilla Estrada Jessica Vanessa QE11002, Degree in Plastic Arts, Graphic Design Option, School of Arts, Faculty of Sciences and Humanities, University of El Salvador.

Sibrián Vargas Verónica Yamileth SV10013, Degree in Plastic Arts, Graphic Design Option, School of Arts, Faculty of Sciences and Humanities, University of El Salvador.

Velásquez Molina Francisco Alberto VM10072, Degree in Plastic Arts, Graphic Design Option, School of Arts, Faculty of Sciences and Humanities, University of El Salvador.

This research is titled: Graphic Identity Design for the Territorial Table of Artisanal Development, of the Municipality of San Sebastián, Department of San Vicente, El Salvador, 2017. It was done as a requirement of the Faculty of Sciences and Humanities and the School of Arts of the University of El Salvador, to apply for the Degree in Plastic Arts, Graphic Design Option. The main research problem was: Why does the Territorial table of Artisan Development does not have a graphic identity that represents them, being an established institution? the following are determined as one general and four specific objectives:

Create the graphic identity for the Territorial table of Artisan Development, of the municipality of San Sebastián, department of San Vicente, with a contemporary and innovative proposal, for its projection and identification as an institutional organism.

Know the context and the current situation of textile artisans in San Sebastian. Investigate the particular characteristics of the Territorial table of Artisan Development of San Sebastián.

Analyze the visual elements, values and basic concepts that make up the Territorial Table of Artisanal Development, thus identifying the possible elements for the design of their identity.

Carry out a manual of graphic identity for the Territorial Table of Artisan Development, for its projection and identification as a formally established institution.

It consists of three chapters ranging from the creation of a brand, to the construction of a manual for similar kinds of organizations. The empirical methodology allows the collection of information with bibliographic and field documentation.

Key words: Brand, San Sebastián, identity, textiles, artistan.

PRESENTACIÓN

La Escuela de Artes de la Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador, tiene como Visión ser el referente institucional de Educación Superior de Arte y Cultura a nivel nacional y centroamericano, dedicado a la creación y la investigación cultural y artística, combinando de manera eficaz y eficiente la formación académica de los estudiantes con destrezas teórico prácticas, así como a la integración en los nuevos lenguajes de comunicación artísticos y el uso de la tecnología tradicional y contemporánea. En la Misión, es importante formar profesionales e investigadores de la cultura y el arte, con óptima calidad académica, elevado sentido de la ética y de la proactividad y uno de los elementos fundamentales para fortalecer la investigación son los procesos de grado realizados por los estudiantes egresados. En tal sentido presentamos el estudio **DISEÑO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA MESA TERRITORIAL DE DESARROLLO ARTESANAL, DEL MUNICIPIO DE SAN SEBASTIÁN, DEPARTAMENTO DE SAN VICENTE, EL SALVADOR, 2017.** que comprende 3 Capítulos, cuyo objetivo fue: desarrollar la identidad gráfica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, del municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente, para lograr reconocimiento del municipio como productor textil., en consonancia con uno los requisitos de la Normativa universitaria para optar al grado de Licenciados(as) en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico. Con este Informe Final de Investigación se da cumplimiento al “Reglamento de la Gestión Académico Administrativa de la Universidad de El Salvador”, en sus tres etapas básicas:

La primera etapa, la **Planificación** de la investigación donde se elaboró el Plan de Investigación y Diagnóstico Institucional, realizado a través de visitas a la institución donde se enmarcó el proyecto, así como la Construcción del marco

teórico o Antecedentes de Investigación. El Plan de investigación, brinda las orientaciones de cómo abordar el proceso investigativo de acuerdo a los principios del Método cualitativo.

La segunda etapa, corresponde a la **Ejecución de la investigación** consistente en la Construcción del Objeto de Estudio, desarrollando trabajo de campo, con el uso de técnicas e instrumentos consistentes en: Documentación bibliográfica y de campo Registro fotográfico Puntos GPS de cada destino a visitar Mapas de ubicación de la zona Entrevista Semi-estructurada e Informal a partir de lo cual se elaboró este Informe Final de Investigación.

La tercera etapa, **Exposición y defensa del Informe Final**, consistente en la presentación del producto o resultado de la investigación, así como de la socialización ante docentes, invitados y Tribunal Calificador.

INTRODUCCIÓN

En El Salvador, el país más pequeño territorialmente de Centro América, pero rico en su cultura popular, destacan entre este tipo de expresiones las cerámicas, trabajos hechos a base de fibras naturales, textiles, tallado en madera entre otros.

Las artesanías se han desarrollado de diferentes formas, estilos y función, pero en cada etapa han conservado una característica propia, representando de esta manera el sentir y manifestaciones de un pueblo, dando testimonio de los cambios sociales, culturales, económicos, políticos acontecidos a través de la historia. Debido a esto, es importante como preámbulo, mencionar las diferentes etapas, mismas que han fortalecido la labor artesanal, creando nuevas ideas para la obtención de objetos novedosos, logrando trascender y mantenerse hasta estos tiempos

Cuando nos referimos a producción textil podemos hacer un enfoque único en el municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente el cual nos brinda la mejor esencia de textiles en productos diferentes y únicos. Es decir que se han posicionado a nivel nacional como los principales hablando del mercado de textiles. Sus procesos vienen desde la historia, junto con el artesano que también pone su esmero y creatividad para la elaboración de estos productos.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

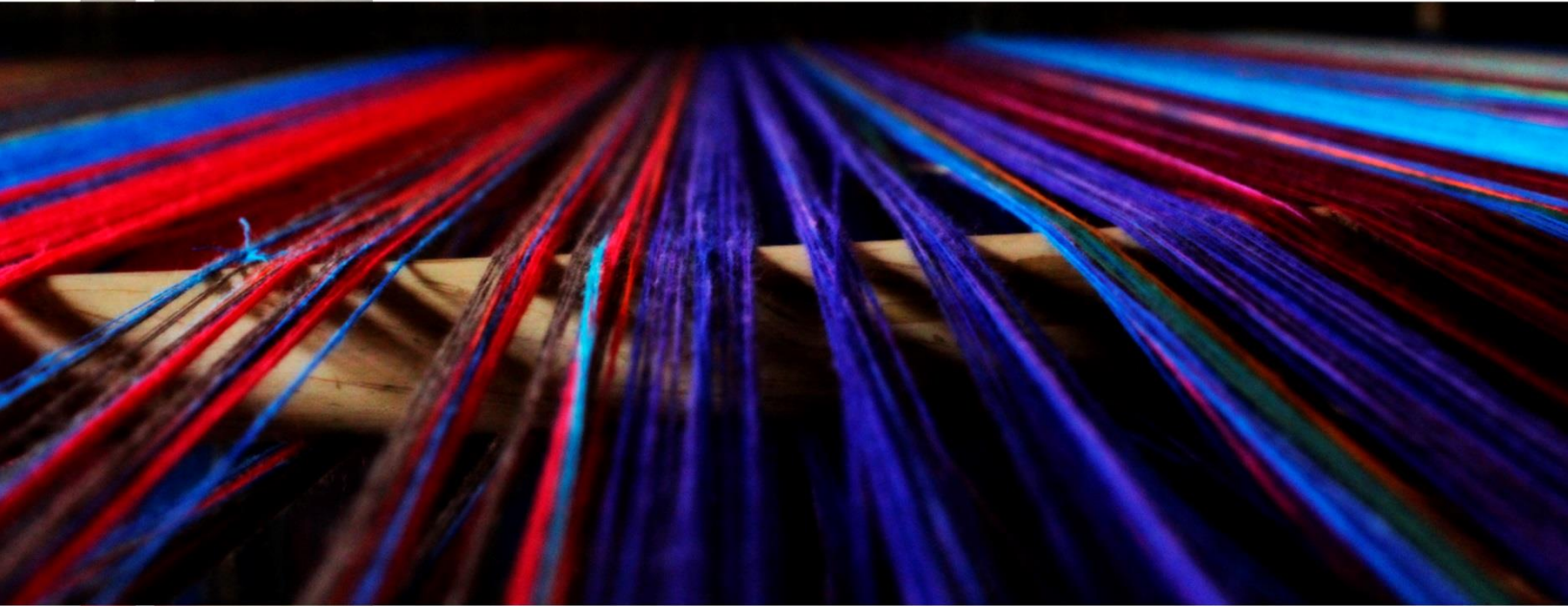
OBJETIVO GENERAL

Crear la identidad gráfica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, del municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente, con una propuesta contemporánea e innovadora, para su proyección e identificación como organismo institucional.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer el contexto y situación actual de los artesanos de textiles en San Sebastián.
- Investigar las características particulares de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián.
- Analizar los elementos visuales, valores, y conceptos básicos que conforman a la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, y así, identificar los posibles elementos para el diseño de su identidad.
- Realizar un manual de identidad gráfica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, para su proyección e identificación como institución formalmente establecida.

CAPITULO I



**CONTEXTO Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA
PRODUCCIÓN TEXTIL EN SAN SEBASTIÁN,
SAN VICENTE.**

CONTEXTO Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN TEXTIL EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE.

En El Salvador, el país más pequeño territorialmente de Centro América, pero rico en su cultura popular, destacan entre este tipo de expresiones las cerámicas, trabajos hechos a base de fibras naturales, textiles, tallado en madera entre otros.

1.1 Antecedentes

El departamento de San Vicente pertenece al área central de la República, el cual se divide en trece municipios.

Limita al norte con el departamento de Cabañas, al este con San Miguel y Usulután, al sur con el Océano Pacífico y al oeste con la Paz y Cuscatlán.



Imagen 1: Mapa Geográfico, Municipio de San Sebastián. Fuente: San Vicente, Monografía Departamental y sus municipios, 2016

San Sebastián tiene una extensión territorial de 61.83 kilómetros cuadrados, tiene una población de más de 15 mil habitantes y se encuentra a 660 metros de

altura sobre el nivel del mar. Posee el título de Ciudad, concedido en 1918 y se encuentra a una distancia de 49 kilómetros de San Salvador.

Para su administración San Sebastián se encuentra dividido en 9 cantones y 38 caseríos. Siendo sus cantones: El Paraíso, El Porvenir Aguacayo, La Esperanza, La Labor, Las Rosas , Los Laureles, San Francisco, Santa Elena, Santa Teresa.



Imagen 2: Vista aérea del municipio de San Sebastián, San Vicente. Fuente: Mi Pueblo y su Gente, 2012

Cronología:

Aspectos importantes en la historia de la artesanía en El Salvador.

1927 – Familia Hernández se especializó en la cerámica artística en Ilobasco, Cabañas.

1942 – Nacieron las miniaturas de barro de Ilobasco.

1962 – Antonio Herrera fundó una escuela con enseñanza gratuita de la cual, posteriormente nació “El Centro de Cerámica de Ilobasco”.

1972 – Fernando Llorc llega a La Palma, Chalatenango y con su estilo innovó en el sector productor artesanal a nivel nacional. Flores, García, Magaña (2016).

A los habitantes de este municipio se les conoce con el calificativo “BATANECOS”, el nombre tiene sus orígenes haciendo referencia a la zona del lugar, el cual proviene de una llamada tela tipo manta denominada “Batan” elaborada desde los inicios históricos de San Sebastián.

En el año de 1770 San Sebastián era un valle perteneciente al curato de San Vicente, el 12 de junio de 1824, paso a formar parte del departamento de San Vicente el 23 de febrero de 1828 al 23 de enero de 1830, formó parte del efímero Distrito de Ilobasco.

Para el 30 de julio de 1836, una nueva ley segregó el municipio de San Sebastián del distrito de Ilobasco, incorporándose nuevamente al distrito y departamento de San Vicente; siendo cabecera de distrito en el año 1873, con base en los distritos de Ilobasco y Sensuntepeque.

Segregados de los departamentos de Cuscatlán y San Vicente, se creó el departamento de cabañas el 10 de febrero de 1873.

Al quedar el departamento de San Vicente, reducido al distrito e igual denominación, se acordó crear de inmediato el distrito de San Sebastián, con cabecera en el pueblo de ese nombre y con los municipios anexos de Santo Domingo, San Lorenzo, San Esteban Catarina y Santa Clara.

En 1874, San Sebastián obtuvo su título de Villa, y para el 30 de abril de 1918 obtuvo el título de ciudad.



Imagen 3: Iglesia y zona central de San Sebastián. Fotografía por: Grupo de investigación

1.1.1 Economía

La economía es el principal factor que incide en el interés de las nuevas generaciones por aprender el oficio. El salario percibido por un artesano es hasta cierto punto inseguro pues depende de variables que definirán la ganancia obtenida al final del día. Entre ellas se encuentran el precio que cada dueño de taller le asignara a cada pieza, las tareas que se le asignen al artesano en todo el proceso artesanal (canillar, tejer, urdir, etc.), el volumen de órdenes de trabajo que tenga pendiente el dueño del taller, entre otros.

Los artesanos trabajan en base a horarios o jornadas laborales y en otros casos, por obras.

Ningún artesano tiene prestaciones legales como las tiene un empleado regular debido a la informalidad del negocio, en este sentido no gozan de seguro social y no cotizan al sistema de pensiones. Un tejedor promedio gana entre un rango de \$60.00 a \$90.00 la semana, constituyendo este un ingreso mensual de \$240.00 a \$360.00. Un urdidor gana un aproximado de \$90.00 a \$200.00 la semana, sin embargo en muy pocos casos se llega a ganar el máximo de \$200.00 por semana, esto dependerá del dueño del taller y de que tanta demanda tengan sus productos.

Este promedio de ingresos económicos plantea el mejor de los panoramas para los artesanos ya que en la mayoría de casos es mucho menor.

Respecto al horario de trabajo este variara de taller a taller, en la mayoría de casos es el artesano quien lo establece ya que se trabaja por obra, hay ocasiones en las que los pedido demandan más horas de trabajo para lograr sacarlos a tiempo pero sin importar las horas invertidas la paga será la misma, en este sentido se tiene que hay horario que son los correspondientes a los de un horario promedio de 8 horas con una hora de descanso para el almuerzo.

Sin embargo como ocurre en la mayoría de casos las horas invertidas a diario pueden ir desde las 8 horas hasta las 12 horas diarias, siendo este último caso el más común. Flores et al. (2016)

1.1.2 Producción agrícola

En gran parte se divide en maíz, frijol, arroz, y maicillo. En el área pecuaria se cría ganado bovino, porcino y equino a nivel de consumo municipal, ya sea con fines de faenas agrícolas o para consumo.

1.1.3 Producción textil

Lo más relevante en cuanto al comercio en San Sebastián son los tejidos, ya que son conocidos tanto dentro como fuera del país. Localmente, existen negocios como bazares, tiendas, farmacias, abarroterías y demás en la que se establece comercio con los municipios de sus alrededores, con algunos departamentos y también en el extranjero. No se conoce exactamente desde cuando existen los telares debido a que no se lleva un registro minucioso de la existencia de los mismos, pero es el año de 1942 cuando tiene mayor apogeo la elaboración de artesanías textiles, en ese año el Presidente de la república, correspondiente a esta época, General Maximiliano Hernández Martínez, ordenó que los uniformes, sábanas y accesorios de tipo textil utilizados por el ejército debían ser elaborados en el pueblo de San Sebastián, situación que significó un apoyo a la producción de los artesanos y además impulsó el desarrollo cultural, artesanal y autóctono de la zona. San Sebastián, Municipios de El Salvador (2016).

San Sebastián, del departamento de San Vicente, es ahora mismo el centro textil con mayor demanda y que ofrece más variedad de artículos, aun cuando su producción bajo de manera apreciable debido al conflicto bélico que ha afectado esta región (guerra civil 1982-1992).

Los productos de San Sebastián tales como las colchas, hamacas de tela de lona, manteles y cobertores se consumen en todo el territorio, especialmente entre los grupos de recursos bajos y medios.

En San Sebastián también se han introducido artículos de carácter turístico y otros de tipo ornamental como telas de cortinas, telas para ropa de modas y diversos usos. Podría afirmarse que San Sebastián garantiza actualmente la mayor permanencia de la artesanía textil, modificando algunos elementos que por tradición se han ejecutado, esto por una parte a los cambios en las demandas, mismas a las que han tenido que adaptarse el sector artesanal y

por otra parte a ciertos aspectos que han hecho más práctico el trabajo, sin embargo, en la actualidad los procedimientos seguidos por los artesanos para la obtención de los textiles siguen conservando en esencia la tradicionalidad que les caracteriza.

1.1.4 Seguridad

Flores et al. (2016) afirma que: por parte del representante de la Policía Nacional Civil del municipio de San Sebastián y comentarios de los mismos artesanos y dueños de los talleres, se maneja que la seguridad no es un factor determinante en la producción y proyección de sus productos. Aunque probablemente el caso sea distinto dependiendo de cada taller.

1.1.5 Turismo

En cuanto a los sitios turísticos, San Sebastián se caracteriza por las visitas a los telares y las molindas. En los últimos años el municipio de San Sebastián ha sido visitado por gran cantidad de turistas que van en búsqueda de conocer sus tradiciones y el trabajo maravilloso que los artesanos locales realizan, lo cual ha aportado modestamente a la economía del municipio siendo el atractivo principal el arte del telar.

1.1.6 Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal

Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal pretende solventar, ya que esta busca entre otras cosas crear un registro de patentes para evitar que los diseños hechos por los artesanos sean plagiados como se ha hecho en la actualidad. Se pueden mencionar casos de empresarios del área de diseño que

han copiado estos diseños haciéndolos pasar por propios y obteniendo ganancias a partir de ello. Flores et al. (2016)

1.1.7 Finalidad de la Ley

Art. 2.- La presente Ley tiene por finalidad:

- a) La protección y reconocimiento de la persona artesana.
- b) El desarrollo de las habilidades artísticas y capacidades productivas del sector artesanal.
- c) El resguardo de las tradiciones y saberes ancestrales, así como la promoción de expresiones culturales que generan identidad nacional. Asamblea Legislativa, (2016)

1.1.8 Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal.

Se inició el 01 de Mayo de 2016, para tener una entidad que representara a los artesanos del sector textil de San Sebastián. Anteriormente, los miembros que conforman esta estructura pertenecían a una asociación que pretendía actuar con los mismos fines, pero debido a diferencias entre los integrantes, se desligaron de esta para formar la organización antes mencionada.

Particularmente, la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal del municipio de San Sebastián cuenta con 1 año de vigencia, en el cual se han ideado varios proyectos, que tienen como objetivo, mantener activas las costumbres y tradiciones de la producción textil que caracteriza a ese municipio; así mismo generar conocimientos sobre nuevas técnicas y métodos textiles para todos los artesanos locales.

La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián es la encargada de potenciar el reconocimiento del municipio como productor textil en este mismo municipio. Está formada por artesanos locales que laboran tanto independientemente como en talleres.

La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, nació gracias a la iniciativa de CONAMYPE y los mismos artesanos, por la necesidad de organizarse como tal y crear una institución que los representara y buscara el desarrollo comunitario de los mismos. Actualmente existen 22 mesas territoriales a nivel nacional, impulsadas por CONAMYPE y CEDART con el fin de generar organización entre los artesanos para crearse oportunidades en beneficio de ellos mismos.



Imagen 4: Artesanos miembros de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián. Fotografía por: Grupo de investigación

1.2 Situación actual de la producción textil artesanal de San Sebastián.

En El Salvador, actualmente, existe una crisis de identidad nacional, tanto como del patrimonio cultural, pues en los últimos años los aspectos más representativos del país, como es el caso de las artesanías, han ido desapareciendo debido a distintos factores incidentes.

Para el municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente, las artesanías textiles, son patrimonio y aunque actualmente esta tradición se pierde, aún hay posibilidades de rescatarla y es primordial hacerlo, ya que representa una parte muy importante de la historia salvadoreña y toda una vida de esfuerzo y dedicación para los artesanos; uno de ellos es Cristo Ayala, quien ha trabajado desde los 12 años en los telares.

El trabajo textil elaborado en San Sebastián es muy famoso y cotizado por colores, diseños y calidad. En la actualidad este municipio se ha convertido en una ciudad de alto turismo, formando parte de los Pueblos Vivos de El Salvador debido a la tradición más artesanal para elaborar majestuosas hamacas, colchas, cubrecamas, manteles para mesa, tortilleros, pequeños pero coloridos morrales y prendas de vestir. La Palabra Universitaria, Flores et al. (2015)

Lamentablemente parece que la extinción de la actividad textil artesanal es inevitable debido a la creciente globalización que impone la producción masiva sobre la calidad y valor cultural que representan los productos artesanales.

1.2.1 Participantes y métodos en el arte del telar

El negocio de telar en algunos casos es de carácter familiar donde este ha sido heredado por varias generaciones respectivamente; sin embargo, en otros es el dueño del taller quien posee las herramientas y no interviene en el procedimiento

de manufactura, contratando a los artesanos necesarios para su cadena de producción.

En la actualidad las personas que se dedican de lleno a este oficio rondan edades de entre los 45 y 80 años. Es poco frecuente encontrar personas de rangos menores a esa edad que se dediquen a este arte o se mantengan durante mucho tiempo en la práctica del mismo. Los jóvenes comienzan aprendiendo el oficio y asisten a los talleres por cierto tiempo, pero paulatinamente lo abandonan para dedicarse a otras actividades laborales.

Las nuevas tecnologías han obligado al artesano a modificar algunos pasos mínimos del proceso artesanal, sin embargo, esta conserva en esencia aspectos que se han practicado tradicionalmente desde sus inicios.

Cabe mencionar que los telares como herramienta principal no han sufrido ninguna modificación y prácticamente la totalidad de los talleres sigue siendo el mismo que ha sido heredado por generaciones anteriores o por los mismos artesanos de la zona. De esta manera se conservan telares con antigüedad de más de 100 años. Otro factor que destaca es que en gran parte de los talleres en San Sebastián el oficio sigue siendo exclusivo de hombres, mujeres también lo conocen, pero no se dedican de manera activa a ello, generalmente se les asignan tareas menores como canillar, etc.

Por otra parte a pesar de tener otro tipo de recursos e insumos para lograr el mismo fin en ciertas partes del proceso, los artesanos siguen utilizando lo que por costumbre han aprendido, como en el caso particular de la fase de “pegado” que consiste en unir los hilos de la urdimbre nueva a la que se ha finalizado, los artesanos siguen haciendo uso del elemento ceniza tal y como se hace desde sus inicios. Flores et al. (2016).

Mujeres y principalmente hombres, dominan con maestría el arte de tejer, particularmente en los 1.79 kilómetros cuadrados del área urbana de San

Sebastián, aunque también se encuentran telares en los restantes 60 kilómetros que pertenecen a la zona rural del municipio, donde algunos habitantes también viven de la artesanía textil.

Otros tejedores que cuentan con sus propios telares, comercializan sus productos en este taller que en la actualidad cuenta con 12 telares artesanales que cualquier persona que los visite puede llegar a conocer y ver el trabajo que mujeres y hombres emprendedores realizan. La Palabra. (2015)

1.2.2 Decadencia del telar

El oficio de la fabricación del producto textil en San Sebastián más que por generar grandes ingresos representa un factor identitario culturalmente hablando, al artesano Bataneco y lo practica por amor a la tradición y por mantenerla viva, buena parte de la población local considera que sería una lástima que tal costumbre con tanta trascendencia se echara a perder.

El desconocimiento del proceso inmerso en cada uno de los productos de San Sebastián tanto como el desinterés de generaciones nuevas por aprender este arte se pueden atribuir a diversos factores, entre los que destacan:

La escasa valoración y protección al oficio del telar provoca que el producto no sea vendido a un precio justo lo que da como resultado un salario muy poco competente en las que un artesano apenas cubre necesidades básicas, por ende es complicado si éste quiere optar por cumplir algún proyecto a corto plazo en el que sea necesario un ingreso económico más elevado.

Es lamentable que las nuevas generaciones se vean desinteresadas en continuar con este patrimonio cultural, generalmente personas adultas son las únicas practicándolo. La juventud prefiere dedicarse a actividades académicas o bien laborales que les garanticen ingresos económicos más seguros y



Imagen 5: Telar. Fotografía por: Grupo de investigación

Mayores a los que se obtiene mediante el oficio del telar pues aportan en mayor medida a sus propósitos y metas personales.

La falta de inversión y acciones que vayan encaminadas al crecimiento y proyección del sector apenas acaban de iniciarse si se ven desde un punto de vista relativo. Hoy por hoy CONAMYPE es la única institución que trabaja de manera activa con los artesanos de San Sebastián a partir de iniciativas como:

- Mesas de Desarrollo Artesanal permanentes donde los artesanos del municipio participan activamente.
- Iniciativas como “Premio Artesanías de El Salvador”
- Foros nacionales de artesanos
- Talleres de formación especializada
- Capacitaciones

El impulso directo de la recientemente aprobada Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal, entre otros. Como se puede apreciar no existe una ayuda económica directa al sector artesanal, sin embargo esto es consecuencia del mal uso o mala administración del artesano, constituyendo este un factor negativo culturalmente hablando, donde los capitales semilla son invertidos en otros fines distintos a los de la del mejoramiento de los talleres y del proceso de producción, razón por la cual COMANYPE opta por capacitar de manera activa a los artesanos y busca propiciar iniciativas que favorezcan la proyección, protección y crecimiento del sector artesanal. Flores et al. (2016)

1.2.3 Reconocimiento y valor del trabajo textil artesanal en San Sebastián

El trabajo artesanal textil en San Sebastián ha constituido el principal elemento de identidad cultural y el rubro destacado de su economía hogareña para quienes se dedican a esa labor. Podemos decir que el municipio es un pilar principal de la artesanía textil de El Salvador, el cual distingue e identifica a determinado grupos de artesanos locales que aún se encuentran laborando este tipo de telares históricos.

El reconocimiento que tiene el textil artesanal de San Sebastián es muy extenso gracias a que el producto textil es de una gran calidad que busca mejorarse siempre. Lo ha llevado a distinguirse y llegar a tener un auge en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio; de esta manera se contribuye a que futuras generaciones de artesanos locales continúen con la tradición del textil y que en un futuro les beneficie aún más con una mayor demanda de sus productos al igual que con su desarrollo personal.

Sin duda alguna una labor muy importante identitaria cultural de un pueblo que se niega a morir en su historia, es muy importante valorar el trabajo del artesano ya que es un pilar fundamental en mantener vivas la historia, tradiciones y

costumbres de un pueblo que es pieza clave refiriéndonos a los procesos artesanales del país.



Imagen 6: Telares. Fotografía por: Grupo de investigación

1.3 Diseños y productos de textiles en San Sebastián

Para Chacón (2011), es frecuente incluir a esta población en las categorías productivas de agricultor o ama de casa, no habiendo una categoría particular y especial para el artesano donde se le reconozca por su valor; sin embargo, algunas entidades que ofrecen apoyo técnico al sector artesano manifiestan la existencia de un 5% del total de la población, cuyo equivalente corresponde a una población promedio de trescientos mil artesanos. A pesar de este tipo de situaciones, los artesanos textiles de este municipio, laboran su profesión desde hace mucho tiempo, lo cual ha caracterizado al San Sebastián por la producción textil del mismo.

El conocimiento del quehacer artesanal de El Salvador ha sido heredado de generación en generación, se le puede llamar tradición oral pues no existe un manual que los artesanos siguen para la ejecución de un oficio. Tal es el caso particular de los artesanos que trabajan los telares en San Sebastián donde el conocimiento es transmitido al aprendiz mediante la práctica misma sumándole a este, detalles referentes al diseño.

1.3.1 Iconografía del textil artesanal Bataneco

Al abordar la iconografía en los diseños de producción artesanal textil de San Sebastián, las limitantes que se presentan tienen un factor en común, el cual hace referencia a la herramienta principal de los artesanos, el cual es el telar. Sus diseños son básicos, ya que consisten en motivos geométricos jugando con el ancho y largo de las líneas.

Los elementos recogidos o diseños planteados en los productos de San Sebastián se rigen por la herramienta que utilizan, que es el telar de palanca. Debido a esto, sus diseños no poseen algún significado místico o profundo. Sin embargo podría deducirse que la tendencia respecto a los colores inicialmente obedeció a las tinturas que podían obtenerse a partir de elementos orgánicos y naturales.

Aunque el auge de la actividad textilera ha disminuido en este municipio, y solo personas mayores se dedican a esta actividad, varios artesanos todavía intentan transmitir sus conocimientos a las nuevas generaciones ya que consideran que más que un oficio es una forma de vida y representa una parte fundamental de su cultura e identidad y desligarse de sus costumbres o tradiciones, que representan al municipio, generaría una pérdida de identidad cultural como municipio.

1.3.2 Diseños y colores aplicados al producto artesanal Bataneco

San Sebastián es reconocido por su gran desarrollo artesanal textil y la gran tradición de sus diseños, sin embargo, actualmente su demanda ha disminuido en comparación a épocas anteriores, limitándose hoy en día a diseños que constan de figuras geométricas básicas, generalmente poligonales.

Las composiciones más frecuentes se componen de tejidos ovalados, a cuadros, con rayas y tonos intensos; aplicados a manteles, sábanas, hamacas, individuales, entre otras prendas.

Los diseños son muy similares entre talleres, las variaciones vienen dadas por la combinación de colores o por algún detalle personal que el artesano decida incluir en el diseño, en un principio se trabajaba el algodón mientras que la mayoría de los productos son en base a sedalina. El diseño está a cargo del urdidor quien posteriormente se lo transmite al operario del telar, en algunos casos el urdidor también es operario por lo cual el mismo se encarga de todo el proceso de elaboración de una pieza textil en un telar de palanca. Flores et al. (2016)

Los diseños y formas plasmados en cada producto realizado en este municipio constituyen una función de factor identitario cultural que definen a los batanecos como autores de dichos productos pues son elementos que les caracterizan.

Cada diseño requiere de un ritmo de movimientos entre manos y pies, distinto para cada diseño a aplicar, evento que se da a partir de la combinación ente los pedales del telar (calculas) y los lisos que componen la aviadura para cada diseño en particular.

<p>COLCHAS</p>	<p>4 lisos, diseños a cuadros, ovalo invertido, medio ovalo, ojo de perdiz. Combinación de 4 lisos y 4 calculas. Diseño identificado en "Artesanias El Portalito"</p>	
<p>MANTELES</p>	<p>Rayas con colores, diseño a cuadros. Combinación de 8 lisos y 8 calculas Diseño identificado en "Artesanias El Portalito"</p>	
<p>CUBRECAMA</p>	<p>Medio ovalo, diseño a cuadros o lineales. Combinación de 4 lisos y 6 calculas. Diseño identificado en "Artesanias El Portalito"</p>	
<p>MANTAS TORTILLERAS</p>	<p>Diseño a cuadros. Combinación de 8 lisos y 8 calculas. Diseño identificado en "Artesanias El Portalito"</p>	
<p>MANTILLAS</p>	<p>Granito. Combinación de 4 lisos y 4 calculas. Diseño identificado en "Artesanias El Portalito"</p>	

Imagen N° 7. Fuente: "Procesos técnicos tradicionales de producción artesanal textil en el municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente 2016".

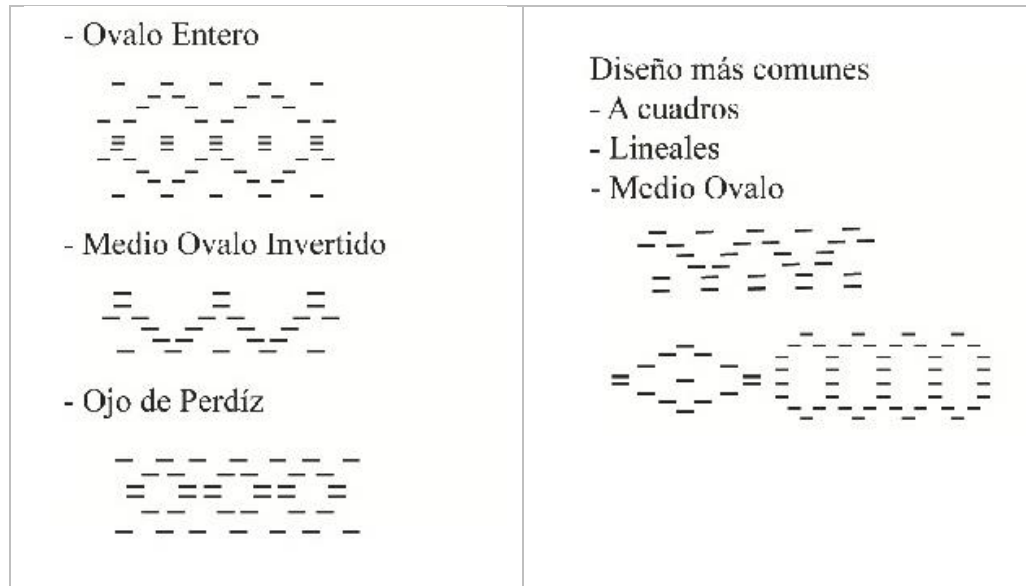


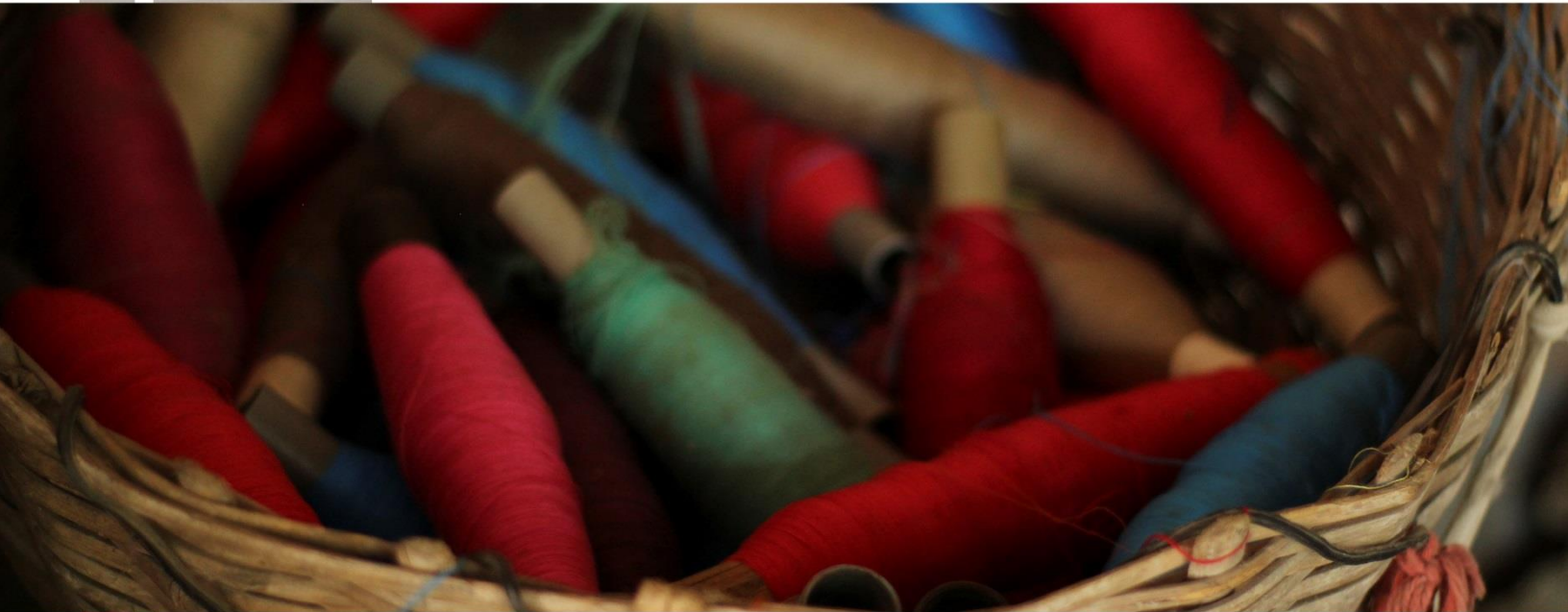
Imagen N° 8. Flores, X, García, A, Magaña, E, Universidad de El Salvador, 2016. Principales diseños identificados en los tres talleres artesanales. Fuente: "Procesos técnicos tradicionales de producción artesanal textil en el municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente 2016".

Los colores más usados son naranja, negro, azul, verde, fucsia; usando los colores más brillantes para las hamacas. En otros talleres se usan variaciones de colores más pasteles como el rosa, celeste, ocre, naranja, morados, entre otros, estas tonalidades se dejan para productos como las mantas, manteles, colchas, etc.

Para la producción de los diseños plateados es necesario ejecutar una tarea llamada empitado, la cual consiste en una serie de amarre o "programación" de ciertas piezas del telar entre las que figuran los lizos de la aviadura, carculeros y pedales, dando como resultado el diseño deseado. Y este podría considerarse como el último paso antes de la tarea de tejer.

El tratamiento del hilo previo al proceso de tejido se modificó debido a que ya no es necesario someterlo a los procedimientos de antaño, esto responde al hecho de que la composición del mismo permite que sea resistente al proceso. Flores et al. (2016)

CAPITULO II



**LA IDENTIDAD GRÁFICA COMO
HERRAMIENTA DE RECONOCIMIENTO Y
POSICIONAMIENTO EN EL SECTOR
ARTESANAL TEXTIL.**

CAPITULO II

LA IDENTIDAD GRÁFICA COMO HERRAMIENTA DE RECONOCIMIENTO Y POSICIONAMIENTO EN EL SECTOR ARTESANAL TEXTIL.

2.1. La identidad gráfica

Las identidades construyen una necesidad humana tan básica que es difícil imaginar cómo nos la arreglaríamos sin ellas. (Cullen, Diseño Corporativo Pasos para conseguir el mejor diseño, Barcelona, 2004). El autor nos dice que la identidad es básicamente parte de nuestra vida, es una necesidad que tenemos, y que nos hace querer diferenciarnos desde el punto personal hasta las cosas alternas de la vida como puede ser el identificar tales cosas poderlas separar o escoger o más bien poder tener esa necesidad de elegir entre las diferentes cosas que no son iguales y se distinguen por algo.

Diccionario Concepto De (2015) Establece: Etimológicamente identidad proviene del vocablo latín *identitas*, referente al grupo de rasgos y características que diferencia a un individuo, o grupos de individuos del resto.

Lorenzana, Meza & Hintz (2016) refieren que la identidad no es cuestión exclusiva de las cosas y los seres naturales. La identidad es también la de las organizaciones sociales: un grupo étnico, nacional, ideológico, cultural o mercantil. Así, podemos hablar de la identidad de un individuo, de un grupo, de un país, de una civilización o de una empresa. Cada uno de ellos será reconocible por un conjunto de signos perceptibles, que le son propios y característicos: sus signos de identidad. De esta manera se pretende en la investigación la construcción de una identidad meramente gráfica, para proporcionar a la Mesa una imagen con que identificarse en diferentes circunstancias, registrando todo lo que esto implica en un manual de marca.

La identidad visual, desde el punto de vista gráfico, se ocupa de la concepción, desarrollo y elaboración de los elementos constituyentes de la identidad de la empresa y de la ordenación operativa de su aplicación práctica, el cual culmina con la presentación física y/o digital del manual de identidad gráfica y las maneras correctas de aplicación de elementos base de la identidad de la empresa o institución.

La identidad se construye en el seno de la empresa, teniendo en cuenta consideraciones vitales como el contexto en que se desenvolverá la empresa o institución, así como las identidades de los competidores, la percepción que puede generar en sus públicos potenciales, los valores internos de la empresa, la sostenibilidad en el tiempo, entre otros elementos que determinaran elementos tan concretos como el diseño de la marca y la comunicación que se empleará para dar a conocer la propia identidad.

2.1.2. Identidad corporativa

Al momento de describir las formas de comunicación de una institución son frecuentemente empleados los términos de “imagen” e “identidad” corporativos, los cuales, tienden a confundirse entre sí en ocasiones. “imagen” como retrato de una organización según es percibida por los públicos objetivo” y la de “identidad” como forma en que una empresa se presenta a los públicos objetivo. (Gutiérrez V, Identidad Corporativa, Cajamarca Perú, 2011).

Según el autor nos dice que al hablar de imagen nos refiere al retrato o la cara de una organización, mientras que la identidad es con dicha organización se presenta ante el público meta.

La consideración inicial de “identidad corporativa” como sinónimo de logotipo, estilo corporativo y otras formas de simbolismo utilizadas por una entidad. Sin embargo, se llegó a la conclusión de que resulta muy difícil comunicar sólo

mediante manifestaciones visuales dejando el resto al azar, por lo que se han de tener en cuenta todos los factores de una organización. (Gutiérrez V, Identidad Corporativa, Cajamarca Perú, 2011).

Según el autor al hablar de identidad corporativa no podemos hacer solo referencia al logotipo y estilo de papelería u otras alternativas de diseño visuales para establecer a una organización, sino que también se debe tomar muy en cuenta todos los aspectos iniciales y profundos de la organización.

La Identidad Corporativa de una organización tiene una influencia decisiva en todos los aspectos de la gestión de una organización. Collins & Porras (citado por Capriotti, 2009) señalan que la Identidad Corporativa orienta las decisiones, políticas, estrategias y acciones de la organización, y refleja los principios, valores y creencias fundamentales de la organización. Así, es necesario reflexionar sobre esta cuestión y definir qué es la Identidad Corporativa y establecer cuáles son sus componentes fundamentales.



Imagen 9: Portal Parque Central de San Sebastián. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.

Según los autores hacen un análisis de lo que una identidad genera a una empresa o institución, donde es esta la que la lleva a desarrollarse mediante los principios rasgos característicos que identifican a dicha institución, los cuales se ven reflejados a través de la identidad corporativa.

La identidad corporativa es aquella percepción que una organización tiene sobre sí misma. Resulta ser la suma de la historia y las estrategias de una empresa. Y la imagen corporativa es la percepción que tiene un determinado público sobre su empresa. (Gutiérrez V, Identidad Corporativa, Cajamarca Perú, 2011).

2.1.3. La importancia de la Imagen Corporativa

No está de más destacar la razón del por qué es tan importante la imagen corporativa, se puede decir que esta es el esqueleto de toda organización, sus bases; es todo aquello que el público no puede ver a la primera pero que es importante para una institución poderlo transmitir. Capriotti (2009) sostiene: La gestión de los atributos de identidad de una organización y su comunicación a sus públicos tiene como objetivo prioritario lograr la identificación, diferenciación y preferencia de la organización. Debido a la situación existente en el entorno general y competitivo, uno de los problemas más importantes para las organizaciones es que los públicos tienen dificultades para identificar y diferenciar los productos, servicios y organizaciones existentes en un mercado o sector de actividad. Por esta razón, la Imagen Corporativa adquiere una importancia fundamental, creando valor para la entidad y estableciéndose como un activo intangible estratégico de la misma.

Mediante la pertenencia de una imagen corporativa, la organización puede obtener los siguientes efectos por parte del público meta:

- Ocupar un espacio en la mente de los públicos. Capriotti (2009) menciona: Por medio de la Imagen Corporativa, la organización existe para los públicos. Y cuando hablamos de existir, nos referimos a ocupar un espacio en la mente de las personas. Significa estar presentes para ellos. Si la organización está en la mente de los públicos, existe, y si no, no existe. (...). Esta es la parte abstracta organizacional y se logra mediante la experiencia que se brinda al tratar con el público.
- Facilitar la diferenciación de la organización de otras entidades, por medio de un perfil de identidad propio, duradero y diferenciado, creando valor para los públicos. (...) Además de existir, esa existencia debe ser valiosa para los públicos, debe tener un valor diferencial con respecto a las otras organizaciones que existen en la mente de los públicos. Para que los públicos elijan a la organización, el primer paso es que exista para ellos, pero no es la única condición. La segunda condición es que los públicos la consideren como una opción o alternativa diferente y válida a las demás organizaciones. La Imagen Corporativa permite generar ese valor diferencial y añadido para los públicos, aportándoles soluciones y beneficios que sean útiles y valiosos para su toma de decisiones. (...) Este planteamiento de beneficio mutuo es una de las claves del éxito de las organizaciones. Capriotti (2009)
- La existencia de una Imagen Corporativa fuerte permitirá que las personas tengan un esquema de referencia previo, sobre el que podrán asentar sus decisiones. Con ello, las organizaciones con una imagen corporativa consolidada podrán minimizar el impacto, en cuanto a influencia en las decisiones de compra, que tienen los factores de situación y los factores coyunturales, ya sean individuales o sociales. Aun así, es conveniente recordar que las decisiones de compra se verán influenciadas por todo un conjunto de factores (información, imagen, situación, coyuntura, etc.), (...).Capriotti (2009)

- Actuar como un factor de poder en las negociaciones entre fabricante y distribuidor. Si los procesos de decisión de compra se producen, fundamentalmente, por factores situacionales o coyunturales, el punto de venta será el lugar donde se producirán muchas decisiones y, por ello, el distribuidor tendrá una cuota alta de poder en su relación con el fabricante, ya que las personas elegirán en el punto de venta cualquier producto o servicio que necesitan. Si, por el contrario, la decisión de compra está fuertemente influida por factores previos a la situación de compra (como puede ser la Imagen Corporativa), la influencia de la situación y de la coyuntura disminuirá, y las personas tenderán a elegir los productos o servicios sobre la base de la Imagen Corporativa del fabricante. Al basar su elección en estos aspectos, el fabricante tendrá un poder de negociación superior en su relación con el distribuidor, ya que la gente elegirá un producto o servicio concreto en cualquier punto de venta. Capriotti (2009)
- Lograr vender mejor. Una organización que tiene una buena Imagen Corporativa podrá vender sus productos o servicios con un margen superior, ya que seguramente podrá colocar precios más altos en relación con otros similares. Esto es porque la gente estaría dispuesta a pagar un plus de marca, ya que la imagen corporativa sería una garantía de calidad o de prestaciones superiores a los demás productos o servicios. Capriotti (2009)
- Atraer mejores inversores. Una buena Imagen Corporativa facilitará que los inversores estén interesados en participar en una entidad aportando capital, ya que la perspectiva de beneficios puede ser superior a otras organizaciones que no posean una buena imagen o que sean desconocidas. Capriotti (2009)
- Conseguir mejores trabajadores. Una organización que tenga buena Imagen Corporativa será más apetecible para trabajar. Para las personas que trabajan en el sector, esa entidad será una referencia, y será preferida a otras, lo cual le facilitará a dicha organización la contratación de personas más adecuadas en

función de su perfil profesional. Por todas o algunas de estas razones, la Imagen Corporativa puede ser reconocida como un capital importante para una organización, y hace necesario que se planifique una actuación coherente que pueda influir en la imagen que se formen los públicos. Capriotti (2009)



Imagen 10: Labores artesanales. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.

La identidad corporativa es importante para lograr posicionamiento y por consiguiente recordación en el mercado de enfoque. Lorenzana et al. (2016) mencionan: El objetivo de una identidad corporativa es proponer y proyectar el profesionalismo, crear lazos entre clientes potenciales y destacar en el mercado. Por esta razón el carecer de una imagen es el mayor error que una pyme o empresa pueda ejecutar, ya que es la herramienta clave para la supervivencia, progreso y respuesta favorable con cada uno de sus clientes.

Podemos decir que al igual que se puede lograr adquirir el objetivo principal de la empresa o institución a partir de lo que se quiere transmitir de acuerdo con su imagen.

La imagen o identidad se centra en que aquella se refiere a la actividad organizada por parte de una empresa de difundir en un ambiente determinado su propia esencia, ésta (la imagen) alude a la interpretación que los públicos hacen de dichos actos. Así pues, la personalidad corporativa emana de una institución y la imagen deriva de la evocación que los individuos realizan de la misma a partir de la interacción de sus experiencias, impresiones, creencias, sentimientos y conocimientos sobre ella. (Gutiérrez V, Identidad Corporativa, Cajamarca Perú, 2011).

Según lo antes mencionado la importancia de una identidad para una determinada institución, es vital ya que gracias a ella se puede generar un concepto de reconocimiento sobre ella misma.

Para la creación de una imagen es necesario seguir un proceso, el cual parte desde el nombramiento de la marca y un concepto implícito en ella para realizar un elemento gráfico que tenga cohesión con dicho nombre. Lorenzana et al. (2016) indican que la proyección de la imagen de una empresa se materializa además de por su nombre (naming) y sus elementos gráficos y visuales (logotipo) a través de las personas que la representan, de sus cualidades, actitudes, experiencia y manera de actuar, igualmente se manifiesta a través de la forma en la que se organiza su entorno, de sus reuniones y de cada detalle de los eventos que se planifican y a los que acude.

Cabe mencionar que la tarea no termina en crear una marca, el trabajo trasciende de ello y se encuentra en la proyección que quien la posee, le proporcione para con el público meta. Lorenzana et al. (2016) En muchas ocasiones el desarrollo continuado de la imagen de una empresa u organización a partir del diseño de un logotipo culmina en la creación de una marca, por lo menos este es el fin de

la mayoría de actuaciones que se hacen en este sentido, aunque no siempre se consigue. Una marca vale por lo que significa, por tanto, la auténtica dimensión de la marca no es ella misma sino la imagen que tenemos de ella; es una entidad con dimensión social y es un proceso colectivo de creatividad, expresa ideas, valores y conceptos que deben ser coherentes en su aplicación.

El objetivo de la creación de la identidad gráfica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal es brindar un rostro a la organización para que pueda ser reconocido e identificado tanto en su municipio propio como fuera de él; entre los consumidores de sus productos o servicios de ella, en los eventos de organizaciones del mismo tipo. Consiguiendo que las personas beneficiadas con el proyecto se sientan orgullosas con la pertenencia del mismo, así como alentar a otros a unirse y hacer prevalecer el arte que caracteriza al municipio de San Sebastián.

Lorenzana, Meza & Hintz (2016) La construcción de una marca es muy compleja y son numerosas las variables que influyen en los diversos aspectos que configuran la percepción de la misma, sin embargo, la propuesta de marca de la cooperativa debe ser clara y sencilla, se requiere un esfuerzo de síntesis, enfoque y coherencia. Es imperativo que en el proceso de creación de la marca participen los interesados en ella y el diseñador o diseñadores pues, es un trabajo en equipo en el que se intercambian ideas y conocimientos.

Todas estas actividades en torno a la identidad de las empresas u organizaciones, la creación de marcas, entre otros, se agrupan hoy en día en lo que se denomina “Branding” que engloba tanto aspectos de imagen como de organización, estrategia y comunicación. Lorenzana et al. (2016)

2.1.4. Importancia de la identidad gráfica

Toda empresa e institución constituye un sistema que integra su misión, visión, y objetivos los cuales deben ser representados por una imagen, que cumpla con otros factores como la identidad, la cultura y la comunicación corporativa. Todos estos factores están a cargo del diseñador gráfico, como agente directamente implicado en la construcción de la imagen y resultado final de todo un conjunto de procesos. El diseño gráfico aplicado en la creación de la identidad grafica de una institución, es el instrumento que ayuda a representar unitariamente todos los elementos de esta, de manera integrada y con una construcción lógica.

Lorenzana, Meza & Hintz (2016) definen la identidad gráfica como la imagen conceptual que un espectador tiene de una organización o una empresa, por otro lado, la imagen corporativa forma parte de la identidad y hace referencia a los aspectos visuales de dicha representación. La identidad no solo se trata de un logotipo, abarca aspectos como sensaciones, emociones, filosofía y valores que transmiten al exterior, es decir el conjunto de elementos que los espectadores perciben de ella. (...) La Identidad de una empresa es el sentimiento de existir con un posicionamiento respecto a los demás, y asumiendo su propia historia. Con un proyecto único, personal y estable. Todo esto proporciona diferenciación, permanencia, equilibrio, valor, autenticidad y reconocimiento. Se puede decir que la identidad grafica proviene del estudio de gran parte de la identidad corporativa.

Capriotti (2009) refiere que el estudio de la Identidad Visual se vincula al análisis de todo lo relacionado con sus elementos constitutivos: el símbolo (la figura icónica que representa a la organización); el logotipo y tipografía corporativa (el nombre de la organización escrito con una tipografía particular y de una manera especial); y los colores corporativos (o gama cromática, es decir, aquellos colores que identifican a la organización). También en la aplicación de la Identidad Visual a través del diseño gráfico, audiovisual, industrial, ambiental o arquitectónico.



Imagen 11: Telar. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.

Ind (citado por Capriotti, 2009) piensa que la identidad de una marca refiere a los atributos esenciales que identifican y diferencian a una marca de otras en el mercado. Una identidad visual consiste en todo lo que el público va observar de la empresa, es decir que esta les va a transmitir todo lo que representa la empresa desde su interior hasta si exterior.

Una de las mayores ventajas y gran estrategia al poseer una imagen gráfica es lograrse la distinción de la organización ante un público determinado. Arranz (citado por Lorenzana et al., 2016) sostiene: “(...) la gente tiende a comprar imagen además de comprar productos, por lo que la identidad grafica se convierte en clave de decisión, pasa a ser un producto en sí misma”. (Lorenzana et al., 2016)

Existen algunos elementos significativos que no se pueden hacer a un lado para la creación de una identidad gráfica. Lorenzana, Meza & Hintz (2016) afirman que es importante tener en cuenta al momento de crear la identidad (...) factores como la historia y cultura del espacio de estudio, asimismo roles y relaciones interpersonales de los miembros de la organización: desde esta perspectiva el estudio de la identidad corporativa se vuelve un problema complejo en el que intervienen los factores que identifican a la asociación tanto para su público interno como externos. De esta manera se conseguirá un resultado con la esencia del grupo de enfoque.

Una marca; supone componerse o haberse construido sobre las características esenciales de la empresa, organización, etc., a la que pertenece. Lorenzana et al. (2016) sostiene que la identidad gráfica pasa por diversos procesos de investigación y análisis detallados, donde su objetivo principal es proporcionarles a las empresas algo que los identifique entre todos los demás, donde proyecten su estilo y presencia hacia el competidor.

En los últimos tiempos no son pocas las marcas emergentes que como todas pretenden diferenciarse de las demás. Lorenzana, Meza & Hintz (2016) mencionan que el estudio de la identidad ocupa un lugar cada vez más importante dentro de la política estratégica de las empresas debido al surgimiento de nuevos mercados, al aumento de la competencia, aparición de nuevas tecnologías que propician procesos de reestructuración y diversificación en las líneas de productos.

Es por esta razón que se busca dotar a la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián de presencia en su identidad grafica capaz de quedarse en la mente de los espectadores de modo que la marca pueda ser reconocida en cualquier momento y espacio en el que dicha organización incursione y que transmita de forma clara, coherente y eficaz un mensaje positivo a través de su

imagen; que refleje su finalidad, objetivos y estrategias, logrando así diferenciación reconocimiento.

2.1.5. Tendencias de identidad Grafica en El Salvador

- Transición de colores: En diseño gráfico, un degradado (o un gradiente de color) es un rango de colores ordenados linealmente con la intención de dar visualmente una transición suave y progresiva entre dos o más colores. Eisenberg, J. David (2002). Esta tendencia, permite jugar con la selección cromática de los objetos para llevarlos a otros colores o simplemente a una menor saturación. La combinación de los colores a utilizar puede variar, al igual que la forma en que estos se degradan, ya sea axial, que es de forma vertical u horizontal, o radial, desde un punto céntrico. hacia los bordes de la forma.

El degradado tonal, en su aplicación más básica, parte de dos colores que al unirse en la parte media del degradado, forma un nuevo color que surge de la combinación de estos. Para lograr esta posibilidad del color existen en la actualidad muchos programas y paqueterías informáticos, pero desde luego que se puede desarrollar también a lápiz o tinta. Se trata, de un proceso que a mano requiere mucha destreza creativa, mientras que en lo digital necesita de una buena comprensión de la teoría del color y una correcta justificación conceptual para poder mostrarse. Eisenberg, J. David (2002)



Imagen 12: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.

- Geométrico: Las figuras geométricas influyen en el diseño de forma múltiple, especialmente cuando se trata de diseño del logotipo, pues cada forma adquiere un significado.

A grandes rasgos, el círculo representa libertad; la línea sirve como un medio de transporte e intersección; el triángulo denota seguridad, pero también lejanía; cuadrados y rectángulos implican estabilidad; y la espiral es hipnótica. R. Paredro (2015)

Paredro indica, que las formas proporcionan mensajes consistentes, que, si bien debe ser simple en su diseño, también tiene el reto de comunicar lo más que pueda. Aquí es donde la relación entre forma y función inherente a cada forma geométrica entra en juego en el diseño del logotipo. Con el fin de lograr un diseño memorable y duradero, es preciso conocer las funciones de las formas geométricas.

La geometría tiene mucha relevancia y profundidad, a pesar de su simplicidad. Es muy eficiente cuando se aplica con consideración a un logo. Las figuras geométricas, por sí solas, no denotan una mayor relevancia o no muestran su potencial como para ser la imagen o marca de alguna empresa o institución, pero su habilidad de comunicarse universalmente y la capacidad que se tiene de combinar formar junto con colores, apoya a transmitir el mensaje que se quiere dar con la marca que se genera a través de ellas.

Añadiendo combinación de símbolos, metáforas y patrones naturales relevantes, crea un diseño elegante que, siendo aplicados de la mejor manera, transmitirá a la audiencia el mensaje de manera inmediata, directa y memorable.



Imagen 13: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.

-Hand Drawn: Las opciones de logotipo dibujadas o ilustradas a mano se han usado durante mucho tiempo. Pero la tendencia está resurgiendo en un estilo más limpio y pulido. El truco para el estilo de logotipo dibujado a mano de hoy es que el aspecto está basado en bocetos, pero el diseño en sí mismo es más perfecto para píxeles.

El estilo es caprichoso y fresco. Debe transmitir originalidad. Este tipo de logo es más popular entre las pequeñas empresas o empresas que desean mostrar a los clientes que cada parte de lo que hacen tiene un toque personal.

El truco es que, si bien este estilo de logotipo tiene un aspecto simplista, no debería ser demasiado simple. Algunos estilos dibujados a mano pueden incluso ser bastante elaborados. Carrie Cousins (2017)

Particularmente popular en la industria de alimentos y bebidas, donde los dueños de negocios están decididos a proyectar un negocio que es a la vez autónomo y exclusivo de la competencia, pero también fuera de común y elegante. Esta tendencia ha sido el centro de atención durante algunos años. Este estilo se utiliza para la industria de la cafetería-restaurante, los peluqueros o el arte y la artesanía, generalmente. Loredana Papp-Dinea & Mihai Baldean (2017)

Los logotipos dibujados a mano emanar calidez, credibilidad y carisma; tres atributos que son más difíciles de capturar usando un diseño asistido por tipografías predeterminadas y elementos rígidos.

Para realizar un logotipo dibujado a mano, hay ciertos puntos a tomar en cuenta:

- Considerar el estado de ánimo del dibujo. Debe encajar en el negocio o sitio web al que éste servirá.
 - Cuidar que el boceto y las letras sean fáciles de leer.
 - No es necesario dibujarlo a mano; necesitará un archivo basado en vectores para uso general.
 - Combinar un boceto con una tipografía simple.
 - Si bien los estilos en blanco y negro son populares, especialmente en el estilo de pizarra, considerar el color para mantenerlo fresco y moderno.
- Carrie Cousins (2017)



Imagen 14: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.

-Minimalista: El minimalismo se trata de eliminar detalles innecesarios y dejar solo lo esencial. Después de varios años, se espera que el minimalismo mantenga su popularidad en el 2017. Con formas simples, colores y efectos mínimos y un enfoque inteligente, el minimalismo permite crear un logotipo único y usarlo en varios fondos y plataformas. Lilia Trokhymchuk (2017)

Hay un subtipo de minimalismo que se llama 'minimalismo literal', lo que significa que el diseño minimalista es simple y también orientado a los propósitos. Para que sus clientes comprendan la misión de su marca y lo que hace con mucha facilidad. El significado de la marca está oculto en el propio logotipo. Asena Arica (2017)

Sin importar el estilo que se quiera adoptar, el logo debe ser simple. Un logotipo complicado y atareado distraerá a los clientes de la esencia de la empresa o marca. Se deben hacer a un lado las líneas innecesarias, sombras o colores extra, y dejar que el centro del logo sea el centro de atención. Sarah (2017)

Esta tendencia le da a la marca la oportunidad de decir más con menos. Si la marca es simple es innovadora, se sugiere usar la tendencia minimalista y para explicarse sin tener que decir nada. Diseños muy simples pero que sean capaces de expresar lo que necesitan. Es por esto que se encuentran letras, una sola letra o un icono que son los encargados de crear una imagen de marca.

En estos casos, suele aparecer un solo color, o dos a lo sumo y el negro suele estar muy presente. Continúa la idea de Mies Van der Roe, "Menos es más", llevado a su mínimo extremo. Verónica Valenzuela, 2017.

En una sociedad saturada de información y en la que, en un solo día, puedes estar expuesto a centenares de logotipos, la clave está en diferenciarse del resto.

“Say more with less” o “Decir más con menos” es uno de los principios básicos a la hora de diseñar un logotipo de estas características y se debe tener muy claro el mensaje que se quiere comunicar. Creative Corner (2017)

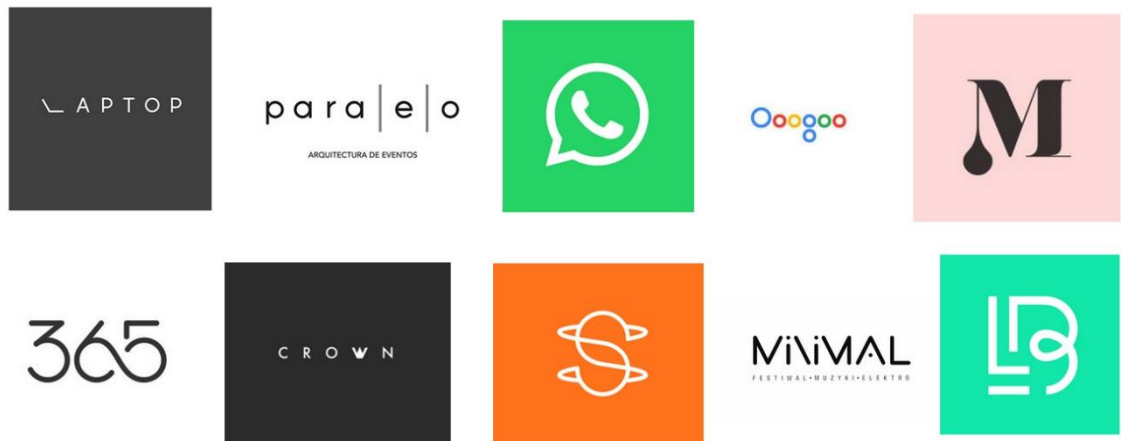


Imagen 15: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.

-Line Art: Desarrollar trazos a partir del seguimiento de una sola línea es, sin importar las formas que se utilicen, una manera de simplificar el diseño, darle un sentido de unidad y economizar el espacio con el que se dispone. Este tipo de diseños podrá observarse en el 2017 en el diseño de logotipos y las otras modalidades de identidad visual para marcas u organismos -isotipos, imagotipos e isologos- y también se apreciará en fuentes tipográficas, dibujos y en el terreno de las artes también. Alejandro Rodríguez (2016).

Este tipo de diseño tendrá una gran aceptación en el público ya que sus líneas puras y simpleza ayudan a que la cosa se visualice con cierta pureza, más que todo continua la línea que ya es una realidad como el minimalismo una variante muy sutil en el diseño de logotipos.

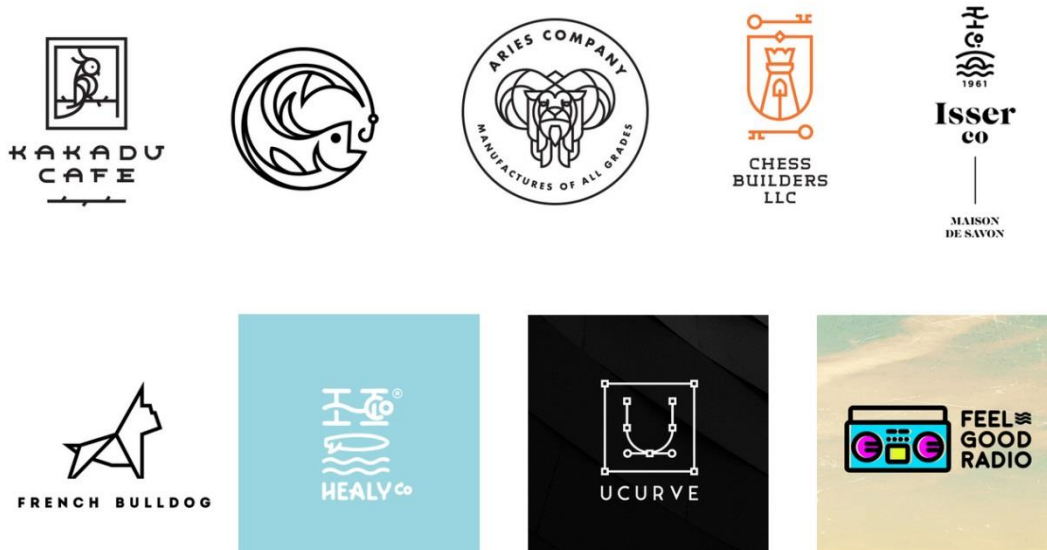


Imagen 16: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.

-Vintage: Lo Vintage parece que siempre estará de moda; sus connotaciones emotivas, nostálgicas y rememoración de recuerdos, tan ligado al pasado, junto con el logotipo como emblema de lo vintage, conseguirá transmitir de forma diferente a un logotipo de estilo moderno. También es una forma de transmitir autenticidad de la marca. Nubeser (2016).

Traer un estilo de moda del pasado parece que hoy en día está siendo muy provechoso, la tendencia de lo vintage está tomando fuerza desde hace unos años pero para el 2017 es más que conocido ver muchas propuestas de logotipos apegadas a este tipo de tendencia, que sin duda alguna está cambiando ciertos estándares de modernismo.

En la actualidad se utiliza este estilo, pero en 2017 estamos seguros que no solo seguirá como tendencia en diseño gráfico de logotipos, si no que aumentará la gente que demandará este estilo. Sin embargo, hay que tener en cuenta de que lo vintage es antiguo y podría retratar a la marca como fuera de moda o anclada en el pasado. Nubeser (2016).

Últimamente la forma de traer lo pasado a lo actual ha resultado muy positivo, esto siempre y cuando se cumplan con las técnicas adecuadas, posiblemente esto siga incrementando en el 2017 ya que nos topamos con una época donde la aparición de muchas nuevas tendencias están evolucionando todo; podemos decir que en el diseño de logotipo es donde primero se está observando dicho cambios que aún siguen en pie, es seguro que el público lo seguirá pidiendo pero con ciertas formas fusionadas o posiblemente puras del estilo anterior. Hoy en día existen muchas formas de ver el diseño de logotipos donde aún se pueden rescatar tendencias pasadas para perfeccionar un estilo determinado.



Imagen 17: Tendencia Hand Drawn en Logotipos. Fuente: Behance.

2.2. Identidad gráfica para el reconocimiento y posicionamiento del sector artesanal.

Actualmente, el sector artesanal ha logrado alcanzar un alto nivel de desarrollo, los trabajadores en el área con nuevos ideales lo han llevado a otro escalón. Lorenzana et al. (2016) sostiene: A lo largo de los años el desarrollo en el sector artesanal ha ido tomando fuerza en la sociedad, además de jugar un papel importante en la transformación de las nuevas tendencias tanto artísticas como

culturales. Todo esto ha sido posible gracias al realce que las instituciones han dado a este sector, permitiendo así crecer no solamente dentro de un marco formal, sino también ser reconocidos por parte de la población en general quienes le han dado un nuevo valor como muestra artística del sector que representan.

Lorenzana, Meza & Hintz (2016) mencionan que en el sector artesanal existe un gran error, que poco a poco debe de irse corrigiendo, las pequeñas empresas o Pymes, consideran que la construcción de una marca es cuestión de tener recursos y presupuesto lo suficientemente extenso para la creación de la misma, por esa razón es exclusivamente para compañías o grandes empresas.

Actualmente el mercado está incrementando de manera rápida y competitiva, el prescindir de una imagen, se convierte en una necesidad y prioridad, no una opción, sin embargo, en los casos en que las organizaciones que adoptan estos planes no siempre cuentan con el apoyo financiero para ser desarrollado en su totalidad, por lo que se deja de lado muchos elementos importantes que podrían llegar a definir el éxito de la marca.

En El Salvador el sector artesanal, está siendo apoyado por diversos programas para generar estímulos que faciliten la dignificación del sector mediante la toma de conciencia de su valor identitario, patrimonial y los derechos culturales de la población, cuyo propósito es la formalización en el sector artesanal.

Aquí es entonces donde el diseño gráfico juega un papel crucial en el plan de todo negocio grande o pequeño al construir una imagen que a cada uno pueda impulsar al posicionamiento. Lorenzana et al. (2016)



Imagen 18: Carretes de hilo. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.

2.2.1. Importancia de la identidad gráfica para destacar en el mercado artesanal

El área del diseño es imperativa hoy en día en toda empresa o negocio, es un factor que debe estar contemplado en todo plan de marketing para lograr llegar a muchas más personas, pues al cliente se le llega por la vista. Lorenzana et al. (2016) dice que el diseño gráfico es de vital relevancia en el desarrollo productivo de una marca y no solamente a nivel visual, sino también por los alcances comerciales que este puede traer a corto o largo plazo, siempre y cuando sea correctamente aplicado.

-Mayor proyección comercial: Lo que principalmente se busca con implementar el uso de identidad grafica en las organizaciones es conseguir la fidelización del público consumidor lo cual conlleva a un incremento en ventas y por ende genera mayores ingresos. El hecho de contar con una imagen les aportara mayor credibilidad y confiabilidad a la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal para con

sus clientes y entidades organizacionales, esto último, al momento de planear incursionar en nuevos mercados, incluso aquellos que se creen difíciles de alcanzar, el cual es uno de los principales objetivos como Institución.

-Identidad: Una organización cualquiera que sea su tipo, internamente tiene sus estatutos, sus bases sobre las que está fundada, sus valores, misión y visión, pero lograr transmitir estos factores al público, eso es crearse una identidad; el hecho de que los demás se identifiquen con las cualidades, actitudes, manera de actuar y experiencia que les deja una marca y la reconozcan por estos factores. Las personas se interesan por el producto o servicio que perciben, se preocupan por identificar quien lo ofrece, cada vez con mayor intensidad. Por esto se busca adaptar estas exigencias informativas para satisfacer las necesidades del mercado. Es por ello que se desarrolla en el contexto de la comunicación organizacional el concepto de imagen corporativa. Lorenzana et al. (2016)

-Recordación por parte de los clientes: Existen diversas estrategias competitivas en las que se puede basar la asociación para poder lograr un impacto positivo en el cliente, entre las que se mencionan las siguientes: diseño y colores tanto de marca como su publicidad, mayor disponibilidad y cobertura geográfica, tipos de mensajes entregados, uso de personajes reconocidos en las campañas publicitarias, originalidad, relación con diversos deportes, tamaño del aviso, llamar la atención con imágenes mostradas en cada aviso, comentarios de terceras personas, luminosidad del aviso, emociones que se vean reflejadas, realización de eventos, creatividad y atractivo de cada mensaje, beneficios funcionales de la marca, relación e inclusión con la cultura, mostrar nuevas e innovadoras actividades. Lorenzana et al. (2016)

-Posicionamiento: Con la creación de una identidad grafica se pretende figurar en la mente del público sin dar lugar a desviaciones, de modo que sea inconfundible aun cuando no sea la única marca de su tipo. Espinosa (2014) afirma: El posicionamiento se construye por medio de la comunicación activa de

los atributos, esto se puede lograr a través de la implementación de un buen slogan, logotipo o con un correcto manual de identidad gráfica. Permitiendo así destacar en el mercado, principalmente en uno donde la búsqueda por la exclusividad, la innovación y la identificación del consumidor hacia el producto sea un factor clave de consumo.

-Mayor competitividad: Al implementar una identidad grafica la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián podrá competir con las otras entidades del mismo tipo pues, existe una parte que ya cuenta con su imagen y esto realmente les trae muchos beneficios al momento de promoverse pues el público les reconoce por los componentes gráficos, además de su producto. La Mesa estará entonces propensa a experimentar un desarrollo en todos los aspectos. Se puede explicar que las ventajas de un buen diseño aportarán a la organización, una propiedad diferencial única, algo que dentro de su rubro generará un impacto por su particularidad, lo que permite trascender a nuevos mercados y sobrepasar barreras comerciales.

-Aumento del valor económico e incremento de ventas: Una marca de cualquier manera le suma a un producto exclusividad y le genera más confianza al público; por lo que el distribuidor puede permitirse incrementar razonablemente el precio de sus productos. Lorenzana et al. (2016) sostiene: Una empresa con un fuerte estudio de imagen, en muchos casos, se traduce como una empresa exitosa. Es por eso que se buscará que el público asocie la calidad de los productos propios de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal con la forma de presentación de este, lo que le permitirá desarrollar un valor económico aumentado que se proyectará como ganancias a largo plazo.

-Presencia en el mercado: Un factor que toda empresa o negocio tiene en común es el objetivo de hacerse notar y destacar entre las demás marcas, resaltar lo que las hace únicas, especiales, diferentes; cosa que se logra a través de la proyección de su imagen. Lorenzana et al. (2016) menciona: La presencia de

marca es una estrategia que ha venido dando excelentes resultados, con el propósito de llevar la marca fuera de ámbito tradicional, desde llevarla fuera de la ciudad hasta adaptarse durante cada temporada de clima. Resulta de las mejores opciones para darse a conocer entre el público y asimismo obtener preferencia por parte de ellos.

Todo esto refuerza los vínculos y también genera una muy buena primera impresión si es el caso que no aún no se conoce. (...) esto da una pauta para poder ser recordado y tener una mejor presencia en el mercado, así como también satisfacer las necesidades del cliente, estar más cerca de ellos y comunicar valores y la cultura de la asociación, esto genera buena experiencia y buen posicionamiento hacia una imagen positiva.

-Incurción en nuevos mercados: La aplicación del diseño gráfico en una marca, un grupo o un elemento en particular permite la ampliación de su impacto en nuevos niveles en los que inclusive muchas veces no se tenía pensado incursionar, es así como podemos decir que la apertura dentro del mercado es uno de los objetivos primordiales que se deben destacar como parte de las ventajas.

La búsqueda de apertura hacia nuevos mercados por parte de la Mesa territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián. será uno de sus objetivos principales, lográndolo por medio del impacto que la misma genere ya sea a nivel local, regional o internacional por medio de su marca, lo que le permitirá posicionarse en mejores espacios, más profesionales y con mejor rentabilidad y comercialización, ya que se considera que el producto al poseer una mejor imagen comercial posee un valor adicional al que podría ofrecer cualquier otro comerciante del mismo rubro.



Imagen 19: Taller Artesanal. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.

-Mejor primera impresión: Es importante mencionar que una marca debe transmitir la identidad y así mismo la personalidad que posee una empresa, esto con el fin de lograr conectar con el público desde el primer momento. Lorenzana et al. (2016) La personalidad de la empresa y su simbología es por la que se trasmite, quién, qué es, qué y cómo lo hace.

Al momento de implementar esta etapa dentro del desarrollo de imagen corporativa se busca que los elementos que se perciban desde el primer instante en el que da comienzo la relación entre marca y cliente, genere impresión y recordación del mismo; (...) proyectando el profesionalismo y el poder satisfacer de la mejor manera las necesidades del consumidor.

2.3. Estudio de conceptos básicos, valores, elementos visuales que identifican al sector textil artesanal de San Sebastián.

En el proceso de la construcción de la identidad grafica para La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal del sector textil del municipio de San Sebastián, San Vicente, se inició con una búsqueda de conocimientos previos sobre los conceptos básicos de todo lo que comprende al hablar de un de un sector artesanal determinado, ya que es muy importante el estudio de todos los aspectos esenciales que se están aplicando a nuestra investigación.

Es así como damos paso a comprender todos los elementos que conforman la identificación del sector artesanal textil de San Sebastián.

2.3.1. Conceptos Básicos

Al hablar de un sector artesanal es hablar de artesanos y artesanías, por cual debemos conocer sobre la posición y el arduo trabajo que los artesanos realizan, para elaborar este tipo de arte manual con el objetivo de crear piezas comerciales o artísticas. Y que así mismo la artesanía ocupa un lugar muy importante en las culturas de los pueblos.

Las artesanías pueden llegar a tener fines estéticos y decorativos en este caso conocer sobre el término y como se distinguen las artesanías en nuestro país es muy importante ya que nos ayuda a observar con mayor atención y clasificación de lo que podemos llamar artesanías y no artesanías.



Imagen 20: Hilos en telar. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.

Para conocer más sobre lo que es el sector textil artesanal del municipio de San Sebastián fue muy importante conocer la parte del conceptual de artesanía y su definición, sobre que artesanía se produce en el sector, y así poder identificarla como artesanía cultural, identitaria e histórica del pueblo.

Las artesanías textiles son el patrimonio cultural de San Sebastián, aunque el papel que juega este arte en el municipio se ve en peligro de terminar hay posibilidad de rescatarlo ya que significa un parte muy importante de la historia de nuestro país. Este arte representa mucho esfuerzo y sacrificio de los artesanos que aún lo trabajan y es como salen adelante realizando piezas solamente a base de hilo para su comercialización.

Para el sector textil de San Sebastián los telares son pieza fundamental para la elaboración de los textiles, no se sabe exactamente desde cuando existen los telares, en algunos libros se hace referencia al siglo XVII y en otros se menciona que surgieron a finales del siglo XIX, provenientes del sur de España.

Se dice que en la década de los 30, los telares de mano se modificaron y dio paso a los telares de caja, que fueron inventados por un sacerdote de apellido Olmedo, con el apoyo de dos carpinteros originarios del lugar, Santiago y

Eugenio. Estos telares son los que utilizan actualmente los artesanos locales, y en tal sentido se indica una evolución importante en el desarrollo de la industria artesanal textil del municipio de San Sebastián.

Los diseños de los productos del sector textil de San Sebastián son muchos desde telas que contienen hermosos diseños y vivos colores.

Es muy interesante la gama de diseños que los pobladores han creado para sus finos productos. El tamaño de los telares de San Sebastián varía, desde muy pequeños como una bolsa de mano hasta muy grandes como para obtener unos enormes cubrecamas.

Los tejidos son muchos que van desde cuadros con rayas a ovalados siempre con colores vivos e intensos, es muy relevante la colorida producción que nace de aquí y entre la creación de sus productos son desde hamacas, sabanas, manteles, individuales entre otras prendas.

Actualmente el sector textil de San Sebastián se plantea nuevos retos de aprender a crear nuevos diseños para su colección textil, esto ayudará a que su desarrollo propio sea aún mayor y que ayude a mantener viva la tradición histórica del sector textil del municipio.

En nuestra investigación nos planteamos primeramente en conocer a prioridad que es y que hace el sector textil del municipio de San Sebastián, San Vicente. Ya que esto nos da un impulso muy grande para poder comprender uno de los puntos centrales más importantes en el cual se basa la investigación, y que será el punto de partida para obtener todos los conceptos básicos e ideas primordiales de las personas con las cuales trabajamos y así poder determinar el principal objetivo que nos conduzca hacia el público meta.

2.3.2. Valores

Los valores son convicciones profundas de los seres humanos que determinan su manera de ser y orientan su conducta y sus decisiones ya sean de forma individual o colectiva.

Estos, se construyen según cada persona o la función de cada institución. Estos forman parte de su identidad, así como también orientan sus decisiones y fortalecen su sentido del deber ser. ya que están relacionados con los intereses y necesidades a lo largo de su desarrollo.

La Mesa territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián, al ser una institución que busca el desarrollo artesanal comunitario como municipio, cumple con ciertos valores de manera colectiva:

- La identidad. Es uno de los valores que más destacan respecto a la institución, por el conjunto de los rasgos que caracterizan como municipio y como artesanos textiles de San Sebastián.
- Cooperación. Debido al trabajo en común llevado a cabo por parte de un grupo de personas, que en este caso es La Mesa territorial de Desarrollo artesanal de San Sebastián, hacia un objetivo compartido, generalmente usando métodos también comunes, en lugar de trabajar de forma separada en competición, existe una colaboración entre los miembros de esta para el desarrollo artesanal comunitario local.
- Ética. La institución tiene un fuerte compromiso y visión a largo plazo con planes y actividades para reconocimiento y apoyo con los mismos artesanos.
- Participación. La institución, al estar conformada por los mismos artesanos locales del Municipio de San Sebastián, Promueve la participación en todos tus espacios de convivencia, para que sean parte de la toma de decisiones y acciones necesarias para cumplir con sus objetivos.

- Perseverancia. La Mesa territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián tiene claros sus objetivos y metas, y por esa misma razón, ha logrado conformarse y posicionarse en su estado actual, la cual no hubiera sido posible sin el esfuerzo físico, intelectual y moral de cada una de las personas que conforman dicha institución.

- Creatividad. La creatividad es el factor innato en cada uno de los artesanos, ya que son capaces de crear una amplia variedad de productos textiles y que son característicos de ese municipio, al igual con la creación y desarrollo de nuevos proyectos.

2.3.3. Elementos visuales

Para el desarrollo de este apartado es necesario hacer hincapié en un factor que conlleva hacia los elementos que identifican propiamente al sector artesanal textil del municipio de San Sebastián: la identidad visual. Piñuel (2002) establece: La identidad visual de una empresa u organización es hoy un vector esencial de su propia imagen, es decir, de cómo la empresa es percibida por sus públicos, e influye indudablemente en la opinión que el público tiene de la empresa y de su producción. La comunicación visual corporativa incluye manifestaciones expresivas visualmente reconocibles sobre los siguientes elementos:

- Los bienes y servicios que produce y ofrece al consumo, los cuales manifiestan la identidad de la empresa mediante el estilismo o el diseño (diseño industrial o diseño de producto) que está ligado a la forma de hacerse reconocer y diferenciar frente a la competencia por el aspecto visual de sus propios productos. Piñuel (2002)

- Los soportes impresos que vehiculan por diseño gráfico la comunicación institucional que la empresa lleva a cabo a través de la realización de documentos (tales como un catálogo, un folleto de presentación, un informe

anual, etc.) y que incluye la concepción y composición del logotipo y las diferentes manifestaciones visuales en que la empresa hace figurar su nombre. Piñuel (2002)

Lo anterior refiere a que el público sabrá identificar una marca primeramente por el resultado final de sus propios productos, qué diferencian a estos de los demás de su mismo tipo.

Brevemente se dice que la comunicación visual trata de conciliar progresivamente formas, colores, tipografía, espacios, con la personalidad de la empresa.

2.3.4. Elementos visuales característicos de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián

Teniendo como base lo antes mencionado, la meta es proyectar, cómo la marca proyectará la calidad del producto cuando éste no esté presente, es decir, en situaciones en que solamente figure el logotipo; el reto es realizar y escoger aquel elemento gráfico asertivo que dé como resultado el factible e inmediato reconocimiento el producto.

Esto se realizará por medio del estudio al grupo de enfoque en que se estudiarán primeramente factores de origen del producto o servicio, para lo que es necesario conocer brevemente la historia de este.

Dando como paso a seguir, del estudio al enfoque cultural, conociendo el valor social del producto que, en el caso de la Mesa Territorial de desarrollo Artesanal de San Sebastián, es todo aquello proveniente de la herramienta de trabajo principal que es el telar.

Esta información se obtendrá mediante el testimonio de personas que realizan esta labor a diario pues, son en realidad los expertos en la materia y los más indicados para brindar tal información de primera mano.



Imagen 21: Lanzadera de telar. Fuente: Wikipedia, 2015.

Habiéndose realizado una visita de campo, se lograron identificar ciertos elementos y colores que según los integrantes de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián son significativos y con los cuales sienten mayormente identificados debido a la demanda de producción y factores históricos.

Entre los colores que destacaron fueron: rojo, amarillo, verde, azul y en último lugar morado. Fueron mencionados debido a que además de ser los colores primarios, también son los que más utilizan para realizar diferentes productos.

En cuanto a elementos que frecuentemente mencionaron, figuran:

- Lanzadera: es un instrumento textil, creado, tal como los telares, durante la revolución Industrial en Europa. que permitía que en los telares anchos trabajase un solo operario y no dos como en aquel entonces. La función de este elemento es transportar el hilo deslizándolo de derecha a izquierda y viceversa para lograr ir asegurando el tejido.



Imagen 22: Diseño de patrones Fotografía por: Grupo de Investigación, 2017.

- Tejidos de patrones: destacando los más comunes y producidos. Estos constan de formas romboides y por su popularidad, son realizados en todo tipo de los productos que realizan. También se pueden mencionar los patrones cuadrículados que frecuentemente, asemejan tableros de ajedrez, estos van en dos colores que alternados.



. Imagen 23: Canillas. Fotografía por: Grupo de Investigación, 2017.

- Canilla: esta herramienta es básicamente, el carrete portador del hilo, de gran tamaño; va desde aproximadamente los quince centímetros de longitud y se coloca dentro de la lanzadera.

- Individuales: este es un artículo dentro de los productos que se realizan en el municipio de San Sebastián. Consiste en manteles pequeños para uso gastronómico.

El conocimiento de todo lo antes mencionado será crucial en el desarrollo de la identidad grafica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián, pues son referencias directamente proporcionadas por los artesanos locales de lo que mayormente los representa y con lo que se sienten identificados; lo que facilitara llegar a un concepto y por consiguiente a ese elemento correcto para la creación de primeramente un logotipo y así mismo del resto de elementos que comprende una marca.



Imagen 24: Diseño de patrones. Fuente: Nahanché, lo mejor en artesanías, 2016

CAPITULO III



**DESARROLLO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA
LA MESA TERRITORIAL DE DESARROLLO
ARTESANAL, DEL MUNICIPIO DE SAN
SEBASTIÁN.**

CAPITULO III

DESARROLLO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA MESA TERRITORIAL DE DESARROLLO ARTESANAL, DEL MUNICIPIO DE SAN SEBASTIÁN

El tener una identidad gráfica, es necesario para las instituciones, organizaciones, basándose en un estudio de la misma para que el diseñador gráfico pueda resolver una marca atrayente, atractiva y acorde al estilo de la empresa.

3.1. Briefing

Según la American Marketing Association, Briefing es un término, que identifica un instructivo o punto de partida cuya finalidad es identificar toda la información de la institución u organización como valores, objetivos, productos, clientes, competidores, entre otros: el cual sirve como base para elaborar lo que es, en este caso, un manual de identidad gráfica.

Una marca vale por lo que significa, por tanto, la auténtica dimensión de la marca no es ella misma sino la imagen que tenemos de ella. La marca son todos aquellos atributos tangibles e intangibles que configuran la percepción del producto, servicio o empresa que representa, y que a su vez construyen un tono de comunicación característico en forma de personalidad o tono de voz. Una identidad corporativa es la representación gráfica del conjunto de atributos que configuran el alma de la empresa o producto que representa. J. Costa. (2015).

La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, fue creada para tener una entidad que representara a los artesanos del sector textil de San Sebastián.

La base de esta organización es una junta directiva compuesta por artesanos independientes que trabajan en distintos talleres, con la idea de reforzar y potenciar el crecimiento de la obra artesanal que tan reconocida es en este municipio. Para la Mesa territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián, es importante que sus valores. Misión y visión se transmitan en su imagen, ya que su dimensión social y colectiva es muy grande, al ser una institución que representa a los artesanos de textiles de ese mismo Municipio.

La marca además de producir identificación entre los usuarios o consumidores de sus productos o servicios con ella, debe conseguir que éstos se sientan orgullosos y partícipes de la misma, se establece por tanto una identificación entre la marca y los usuarios.

3.2. Construcción de propuestas

Para esta fase, se llevaron a cabo reuniones con los miembros de la junta directiva de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián, en las cuales primeramente se expuso el proyecto de creación de su identidad gráfica, destacando beneficios de poseer una imagen; así como la metodología a emplear para todo el proceso de construcción de la marca.



Imagen 25. Presentación de propuestas. Fuente: Equipo Investigador. 2017.

Las reuniones fueron de carácter participativo con el fin de lograr recopilar toda la información necesaria para definir un concepto en el cual basar la marca. Esto fue clave en el proceso para encaminar la investigación en función de las necesidades identificadas.

Cabe mencionar que fue importante establecer un vínculo de comunicación con los miembros de la junta directiva pues esto fue de beneficio para iniciar el proceso creativo del desarrollo de la marca. Esta fase constó de dos momentos importantes: Lluvia de ideas y conceptualización.

3.2.1. Lluvia de ideas

El método "Lluvia de ideas" también conocido como "Brainstorming" según su creador, Alex Osborn (1960), tiene como objetivo: romper las limitaciones habituales del pensamiento y producir un conjunto de ideas entre las que poder escoger; nadie quiere tener una única opción dónde escoger cuando va a comprar un coche o un detergente, por lo tanto, ¿por qué tener sólo una opción cuando se intenta resolver un problema? Alex Osborn (1960).

La ejecución de esta técnica se realizó en conjunto con los miembros de la Mesa y facilitó la recopilación de todas aquellas palabras que pudiesen conducir a un concepto concreto para idear la marca.

Este ejercicio se desarrolló mediante una ronda en la que los miembros de la junta directiva a su turno correspondiente debían mencionar una palabra relacionada a la temática "Artesano Bataneo", hasta llegar a un total de 40 palabras iniciales. Como resultado, surgieron las palabras a continuación:

San Sebastián	Textil	Vida	Manteles
Tejido	Artesanía	Patrones	Individuales
Fibra	Hilos	Telar	Hamaca
Compromiso	Herencia	Canilla	Comunidad
Trabajo	Identidad	Lanzadera	Apoyo
Unidad	Bataneco	Arte	Voto
Desarrollo	Alegría	Artesano	Proceso
Crecimiento	Color	Organización	Taller
Urdidor	Redina	Conos	Diseños
Peine	Aviadura	Pedal	Trascañadera

Imagen 26. Lluvia de ideas. Fuente: Equipo Investigador.

San Sebastián	Textil	Telar
Tejido	Hilos	Artesano
Trabajo	Alegría	Apoyo
Unidad	Color	Proceso
Desarrollo	Patrones	Diseños

Imagen 27. Palabras restantes. Fuente: Equipo Investigador.

Posterior a la lluvia de ideas se procedió a la depuración de palabras con el fin de conservar aquellas que pudieran funcionar más para la construcción del isologotipo de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal.

Esto, se realizó de la misma manera, mediante una ronda en la que los artesanos debían escoger una palabra, según su turno, de la lista anterior, para crear una nueva con 15 palabras, de la cual se partiría para idear el isologotipo. Las restantes, serían consideradas las más apegadas al concepto deseado.

3.2.2. Conceptualización

Conceptualizar la identidad grafica de la Mesa territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián, permitió la ejecución con los elementos que caracterizan a dicha institución.

Para ello, se necesitó organizar y manejar de la mejor manera posible la información que fue brindada, para el buen desarrollo de la identidad gráfica.

Análisis: En esta etapa, el nombre oficial y registrado de la Institución “Mesa territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastian”, junto con los comentarios realizados por los artesanos y la lluvia de ideas, fueron la herramienta principal para la construcción de un concepto, el cual fue base para la construcción de la identidad de dicha institución.

Como resultado, se determinó que lo que caracteriza a los artesanos de textiles en San Sebastián lo que les identifica principalmente son sus patrones en textiles, así como sus colores, los cuales fueron base para la realización de propuestas para la elaboración final de la identidad gráfica

Evaluación y ejecución: En esta etapa, se involucró a los artesanos que conforman dicha institución, para la presentación de propuestas y selección de un diseño preliminar para la identidad grafica de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián.

Desde esta etapa, fue un punto de partida para la elaboración del manual de identidad grafica de dicha institución.

3.2.3. Presentación de propuestas

La presentación de las propuestas graficas a la junta directiva de La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián y demás personas que la conforman, determinó uno de los principales avances de la investigación.



Imagen 28. Conceptualización de imagotipos. Fuente: Equipo Investigador. 2017.

En este punto, parte la participación de los artesanos, ya que tuvieron un papel sumamente importante en el proceso de observación y selección, así como también la valoración del diseño del imago tipo, donde además es el punto de partida esencial hacia el manual de identidad gráfica.

El primer acercamiento que se tuvo con La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, con las primeras propuestas de marca para su organización se inició una presentación previa de tres propuestas gráficas, con las cuales ellos más se podrían identificar y así dar paso a modificaciones y a una posible elección de la propuesta que más se acoplase a sus necesidades y características de la organización.

Posteriormente se obtuvieron algunas modificaciones para mejorar el diseño del imago tipo, en las cuales se planteó cambiar pantone y tonalidades más vivas, al igual también se valoró cambiar forma de patrón y tipografía.

Es así como luego se dio paso a la implementación de las partes para el diseño final que gracias a todas sus observaciones sirvió para posteriormente elegir la propuesta definitiva.

3.2.4. Validación

Se realizó una segunda presentación de las nuevas propuestas ya con todas las modificaciones que se habían planteado en la anterior presentación, donde se mejoró el diseño estético del imago tipo, es así como se empezó con una previa charla de cuales habían sido las modificaciones realizadas en las propuestas.



Imagen 29. Votación para definir propuesta final. Fotografía por: Grupo de investigación, 2017.



Imagen 30. Pruebas de color de propuestas de imatipos. Fuente: Grupo de investigación, 2017.

Luego de las observaciones y comentarios de los artesanos de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, sobre las modificaciones realizadas se dio paso a la elección final de imagotipo, donde se definió por voto participativo.

Se concluyó con éxito la elección y con esto se continúa la siguiente parte esencial que es la construcción del manual de marca.

3.2.5. Imagotipo final

Con base a las últimas sugerencias que realizaron los artesanos, se realizó una modificación, la cual consta en un giro de 45° a la izquierda forma que se encuentra en el imagotipo, para que representara las dos iniciales de San Sebastián “S.S.”



Imagen 31: Propuesta final. Fuente: Grupo de investigación, 2017.

3.3. Ejecución de manual de identidad gráfica de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián

Una institución u organización que trabaje con comunidades y necesite dar a conocer sus actividades, así como el objetivo principal de la misma, debe generar piezas de comunicación, así como tener una imagen la cual los represente en todo momento. Para ello, se desarrolla un manual de identidad gráfica, el cual da la pauta de cómo debe manejarse propiamente. Para la mesa territorial de

desarrollo Artesanal de San Sebastián, se tienen los elementos que debe llevar dicho manual, para lograr un excelente manejo de su marca

3.3.1. Componentes del manual de identidad gráfica

Al tener una propuesta definida de imagotipo, se procede a desarrollar los demás elementos que conforman la identidad gráfica. Esta contiene factores que se apegan a las necesidades de cada institución a la que representa.

No obstante, existen elementos básicos, que se deben tomar en cuenta para la construcción de toda marca sin importar su tipo, los cuales serán el punto de partida en la realización del manual de identidad gráfica para la Mesa territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián.

3.3.1.1. La marca

La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián fue creada para tener una entidad que representara a los artesanos del sector textil de San Sebastián.

Para la Mesa territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián, es importante que sus valores. Misión y visión se transmitan en su imagen, ya que su dimensión social y colectiva es muy grande, al ser una institución que representa a los artesanos de textiles de ese mismo Municipio.

Por ello, se ha creado para esta institución un manual de identidad gráfica, que contiene todos los elementos que identifican a la marca.

3.3.1.2. Construcción

Para la construcción y desarrollo de la identidad gráfica de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián, se tomó en cuenta dos aspectos importantes para la parte simbólica del mismo: como base, los patrones de tejidos de textiles en San Sebastián, así como las iniciales del municipio, que son "S.S."



Imagen 32. Forma de imagotipo. Fuente: Equipo Investigador. 2017

El imagotipo se conforma por 2 colores representativos de la zona, que se degradan a un tono más oscuro que está dentro de la misma gama.

La tipografía da un aspecto innovador, con carácter, pero a la vez sutil, así se evita un aspecto sobrecargado.

El imagotipo puede ser presentado de dos formas. En su versión original que consta de la parte simbólica y la textual donde se encuentra el nombre de la institución y en su otra variación, que es solo ocupar la parte simbólica cuando este sea utilizado de forma oficial.



Imagen 33. Izquierda: versión original, derecha: versión símbolo. Fuente: Equipo Investigador. 2017

3.3.1.2.1. Modulación

El imagotipo de la Mesa territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián se inscribe en una superficie modular de proporciones de 30 x 4

El valor “X” establece la unidad de medida, así aseguramos la correcta proporción de marca sobre cualquier soporte y medidas.



Imagen 34. Reticula. Fuente: Equipo Investigador. 2017

3.3.1.2.2. Área de protección

Se ha establecido un área de protección en torno al imagotipo. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran la percepción y lectura de la marca. La construcción del área de protección queda determinada por la medida “X”.



Imagen 35. Reticula 2. Fuente: Equipo Investigador. 2017

3.3.1.2.3. Tamaño mínimo de reproducción

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset de 4 cm de ancho. Para reproducción en pantalla se aconseja un mínimo de 471 píxeles de largo.

Para la presentación donde solo se ocupará el símbolo del imagotipo, estos valores disminuyen a 2 cm para offset y 236 px para soporte digital.



Imagen 36. Izquierda: tamaño mínimo versión completa, derecha: tamaño mínimo versión símbolo.

Fuente: Equipo Investigador. 2017

3.3.1.3. Color

La paleta cromática primaria son los colores relacionados directamente con el imagotipo, los cuales pueden ser utilizados al 100% o en sus diferentes escalas de opacidad. Los colores del imagotipo “Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián”, se han registrado de 3 maneras: RGB, CMYK y Hexadecimal.



Imagen 37. Imagotipo. Fuente: Equipo Investigador. 2017



RGB: 242 /147 /55
CMYK: 1 / 50 /84 / 0
#f29337



RGB: 238 /122 /37
CMYK: 0 / 62 / 91 / 0
#ee7a25



RGB: 234 /91 /36
CMYK: 1 / 75 / 91 / 0
#ea5b24



RGB: 226 /50 /78
CMYK: 3 / 91 /58 / 0
#e2324e



RGB: 218 /35 /75
CMYK: 7 / 96 /58 / 1
#da234b



RGB: 151 /12 /55
CMYK: 27 / 100 /60 / 27
#970c37

Imagen 38. Pantone. Fuente: Equipo Investigador. 2017

3.3.1.3.1. Variaciones

Las variaciones del imago tipo se aplicarán en situaciones las cuales sea necesario utilizar una combinación distinta para que sea comprensible perfectamente. Estas se utilizarán únicamente en las versiones que se muestran a continuación:

3.3.1.3.2. Escala de grises

La guía de adecuación del imago tipo es indispensable para adaptarlo a formatos de impresión en blanco y negro, en los cuales se logren registrar porcentajes de tinta negra. Los porcentajes deben mantenerse siempre según la fórmula planteada.



Imagen 39. Imago tipo a escala de grises. Fuente: Equipo Investigador. 2017

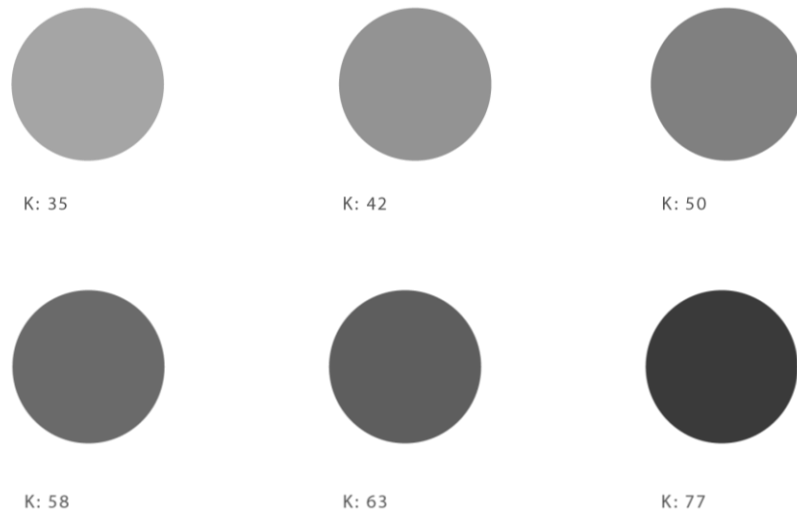


Imagen 40. Pantone a escala de grises. Fuente: Equipo Investigador. 2017

3.3.1.3.3. A una tinta

La versión “Una Tinta”, del imagotipo deberá ser utilizada únicamente cuando la versión original no pueda ser usada.



Imagen 41. Una tinta negro. Fuente: Equipo Investigador. 2017.



Imagen 42. Una tinta blanco. Fuente: Equipo Investigador. 2017.

3.3.1.4. Tipografía

La tipografía utilizada es *Lemon Milk*, en su variación *Light* sin serifa, que da un aspecto innovador, con carácter, pero a la vez sutil, para que el imago tipo no tenga un aspecto sobrecargado.

Para la comunicación interna, señalética y comunicación externa, se utilizará la familia tipográfica *Myriad Pro*, en su variación regular.

MESA TERRITORIAL

DE DESARROLLO ARTESANAL DE SAN SEBASTIÁN

LEMON / MILK LIGHT

AZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Myriad Pro / Regular

az

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Imagen 43. Tipografía. Fuente: Equipo Investigador. 2017.

3.3.1.5. Usos no correctos

Para el buen uso del imago tipo, se enfatizan los usos no correctos para evitar afectar la imagen de la identidad gráfica.

1. Cambios en la distribución de los elementos	
2. Cambios en los colores	
3. Distorsión en su proporción horizontal.	
4. Distorsión en su proporción vertical	
5. Cambios en la tipografía	
6. Eliminación de elementos del logotipo	

Imagen 44. Usos no correctos. Fuente: Equipo Investigador. 2017.



Imagen 45. Imagotipo full color sobre fondo a color en el cual no se distingue el mismo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.



Imagen 46. Imagetipo full color sobre fondo a color en el cual no se distingue el mismo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.

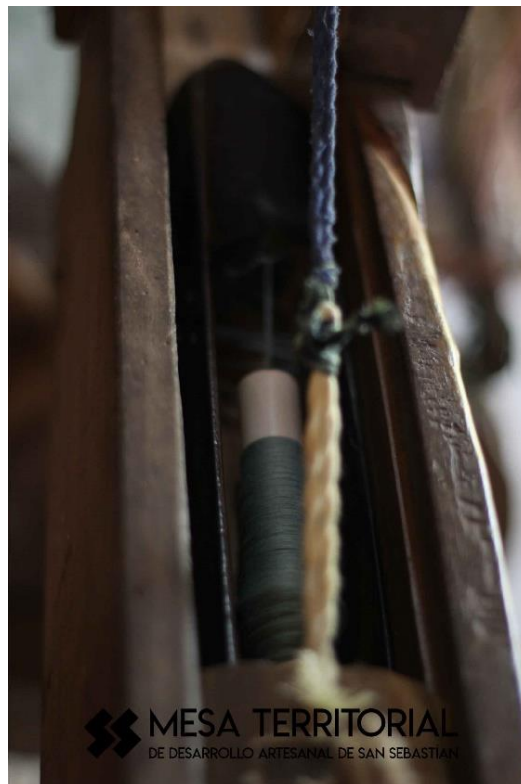


Imagen 47. Imagetipo full color sobre fondo a color en el cual no se distingue el mismo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.

3.3.1.6. Papelería



Imagen 48. Hoja membretada. Fuente: Equipo Investigador. 2017.



Imagen 49. Folder. Fuente: Equipo Investigador. 2017.



Imagen 50. Sobre. Fuente: Equipo Investigador. 2017.



Imagen 51. Tarjetas de presentación. Fuente: Equipo Investigador.



Imagen 52. Viñeta. Fuente: Equipo Investigador. 2017.

3.3.1.7. Aplicaciones



Imagen 53. Camisa polo. Fuente: Equipo Investigador. 2017.



Imagen 54. Camiseta. Fuente: Equipo Investigador. 2017.



Imagen 55. Lapiceros. Fuente: Equipo Investigador. 2017.



Imagen 56. Sello. Fuente: Equipo Investigador. 2017.

CONCLUSIONES

A partir de las impresiones recogidas durante el desarrollo de la investigación, se proponen las siguientes conclusiones:

San Sebastián es uno de los municipios representativos de la zona Oriental, siendo este referente de la producción textil artesanal a nivel nacional.

Existen instituciones gubernamentales, como CONAMYPE y FANTEL, los cuales colaboran al desarrollo de los artesanos en distintos municipios de El Salvador, por medio de la creación de Mesas territoriales de Desarrollo artesanal.

La Mesa territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián, es una institución establecida, la cual está conformada por artesanos independientes de este mismo municipio; Mismos que están comprometidos con el desarrollo de este organismo.

Los artesanos miembros de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal laboran independientemente en distintos talleres, pero los tejidos, patrones e incluso colores tienen cierta semejanza, lo cual hace característico a los textiles de este municipio.

El rubro artesanal textil de San Sebastián tiene un arraigo que viene de generación en generación, el cual, en los últimos años, se ha visto en decadencia por diversos factores sociales que incluyen: la falta de involucramiento de las nuevas generaciones por tener otro enfoque sea este académico o laboral, o económico. Por esta razón, se busca conservar el arte del telar a través de

actividades que realiza la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián.

En el proceso de producción textil artesanal participan personas que rondan la edad media, tercera edad y en una pequeña parte son jóvenes. Las tareas menores como: canillar, empitado; son asignadas a mujeres, mientras que, en su mayoría, quienes se encargan de tejer propiamente en la herramienta del telar suelen ser hombres; sin embargo, ambos dominan con maestría el arte de tejer. Existen instituciones u organizaciones que no consideran importante el desarrollo de una identidad gráfica, ya que suponen que no es necesaria o por falta de orientación en cuanto al tema. Sin embargo, el contar con una imagen es una necesidad para lograr ser reconocido como institución y así poder desarrollarse en distintos ámbitos.

Se determina a través de esta investigación la necesidad por generar una identidad grafica que defina las características y valores de los artesanos que conforman esta institución, ya que es una herramienta de significativa importancia en la conformación de organizaciones e incursión en medios para el desarrollo y conocimiento de esta.

La investigación para el diseño de una identidad grafica para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Sebastián, brindara herramientas para el beneficio y desarrollo de dicha institución.

La aplicación del manual de identidad grafica deberá ser tal cual esta descrita en el mismo para el manejo de la marca de la mejor manera posible.

RECOMENDACIONES

Para efectos de obtener los mejores resultados, el equipo investigador recomienda lo siguiente:

Capacitar a las organizaciones o instituciones para el buen uso y manejo de la marca creada para ellos mismos. Ya que, si no se maneja de la manera que se explica en el manual, no garantiza la misma proyección con la que fue creado.

Que CONAMYPE tenga en cuenta la creación de departamentos de diseño y social media, que estén a cargo de profesionales capacitados en el mismo campo, para las distintas sucursales de CEDART se encarguen de difundir y mantener la imagen creada para cada institución de modo que el trabajo realizado por egresados pueda trascender. Esto a la vez será una fuente de empleo.

Se recomienda a la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador; la diversificación proyectos para trabajos de grado, que pongan a prueba los conocimientos y capacidades adquiridas a lo largo de la carrera, debido a la naturaleza artística que conforma la misma.

GLOSARIO

Artesanía: Disposición, condición o estatuto propio de los artesanos. (Universal W.M Jackson Editores México D.F 1972).

Artesano: Es alguien que realiza labores manuales y se dedica a vender sus productos de forma particular, sin intermediarios. Muchas veces, incluso, trabaja bajo demanda, elaborando piezas a gusto de sus clientes. Generalmente los fines de ese trabajo son artísticos: la pasión por una tarea más que el resultado monetario de la misma. (Universal W.M Jackson Editores México D.F 1972).

Identidad: Es el conjunto de los rasgos propios de un individuo o de una comunidad. Estos rasgos caracterizan al sujeto o a la colectividad frente a los demás. (Universal W.M Jackson Editores México D.F 1972).

Identidad gráfica: Es el sentimiento de existir con un posicionamiento respecto a los demás, y asumiendo su propia historia. Con un proyecto único, personal y estable. (Peri Capriotti. Branding Corporativo. Santiago, Chile. 2009).

Imagen corporativa: Es la percepción y valoración que el público tiene de una empresa; es decir, lo que una compañía significa o representa para el consumidor. (Glosario Mercadotecnia, Headways Media, 2016).

Mesa: En las asambleas políticas, colegios electorales y otras corporaciones, conjunto de personas que las dirigen con diferentes cargos, como los de presidente, secretario, etc. (Diccionario de la Real Academia Española, 2017).

Medios impresos: Es un término bastante utilizado que se refiere al medio que difunde material impreso. (Maryam Kidwai, eHow en Español, 2016).

Producción: En términos generales, la palabra producción refiere a la acción de producir, a la cosa ya producida, al modo de producirla y a la suma de los productos, tanto del suelo como de la industria. La obtención de frutos o cualquier otro bien que proviene directamente de la naturaleza sin tercerizaciones se denomina comúnmente como producción. (Definición abc ,2017).

Taller: Taller se designa a aquel espacio en el cual se realiza un trabajo manual o de tipo artesanal, como el taller de un pintor, de una modista, de elaboración de alfajores o de un alfarero, entre otras posibilidades, aunque ciertamente el término puede designar otras cuestiones derivadas de él. (Definición abc ,2017).

Textil artesanal: Los materiales como fibras de origen vegetal, animal o sintético que se usan para construir objetos prácticos o decorativos. En los países de todo el mundo es casi único encontrar gran variedad de materias primas naturales. En cada región es posible hallar fibras animales y/o vegetales características de cada región. Los términos “artesanal” y “teñido con colorantes naturales” se asocian inmediatamente a procesos verdes, tan apreciados hoy en día por el mundo que vuelve a mirar lo natural. Por otra parte, productos textiles artesanales poseen gran valor cultural que a través de sus técnicas de producción, “recetas” ancestrales, diseños y coloridos, identifican fuertemente la geografía de cada país. (Wikipedia es, 2017).

ANEXO 1

DIAGNÓSTICO

Para la realización del diagnóstico se realizó una visita al municipio de San Sebastián, el día miércoles 19 de Abril, en la cual se hizo una entrevista informal al Señor Cristo Ayala, presidente de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal y artesano independiente de este municipio en el Taller El Portalito, lugar donde el brinda su mano de obra.

Posteriormente, se programó una reunión el día lunes 24 de Abril con el Lic. Danilo Villalta, jefe de CEDART San Salvador, en esta misma localidad.

Aspectos institucionales

Nombre de la Institución

Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián.

Descripción de la institución en la actualidad

La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián es la encargada de potenciar el reconocimiento del municipio como productor textil en este mismo municipio. Está formada por artesanos locales que laboran tanto independientemente como en talleres.

Síntesis de su historia reciente

La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, nació gracias a la iniciativa de CONAMYPE y los mismos artesanos, por la necesidad de organizarse como tal y crear una institución que los representara y buscara el desarrollo comunitario de los mismos. Actualmente existen 22 mesas territoriales a nivel nacional,

impulsadas por CONAMYPE y CEDART con el fin de generar organización entre los artesanos para crearse oportunidades en beneficio de ellos mismos.

Particularmente, la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal del municipio de San Sebastián cuenta con 1 año de vigencia, en el cual, en el cual se han ideado varios proyectos, que tienen como objetivo, mantener activas las costumbres y tradiciones de la producción textil que caracteriza a ese municipio; así mismo generar conocimientos sobre nuevas técnicas y métodos textiles para todos los artesanos locales.

Determinar la identificación de las problemáticas y necesidades de la institución

- No generan oportunidades para su desarrollo propio y solamente se encuentran a la expectativa de ellas, por lo cual se puede decir que existe la costumbre al asistencialismo.
- Los artesanos guardan con recelo su trabajo y les es difícil organizarse.
- Desconocen la importancia del aporte a su trabajo de poseer una identidad grafica que los represente y refleje su esencia misma, como organización.
- No hay un presupuesto destinado a la inversión de una imagen identitaria grafica o imagen corporativa.

Identificación de los factores causales de los problemas en la institución

Según el testimonio de las personas entrevistadas de manera informal, se han identificado las siguientes causas:

- La actividad en aspectos de desarrollo en este sector ha sido lenta, sea por motivos ideológicos, personales, etcétera.
- El individualismo entre los artesanos genera la falta de comunicación y apoyo entre los mismos.

- La carencia o nula información que tienen a su alcance los artesanos acerca de las ventajas de tener una identidad gráfica para su organización.

Conclusiones

La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal es una organización formal, la cual busca ayudar a los artesanos locales mediante la búsqueda de alianzas con otras instituciones promotoras del valor del producto artesanal, para su desarrollo por lo cual es esencial poseer una imagen gráfica que los represente y les sume credibilidad. Es por esto que en la investigación, se realizara un manual de identidad gráfica que reúna las características esenciales que identifican a la organización.

ANEXO 2

PERFIL DE INVESTIGACION

3. INTRODUCCIÓN

El presente perfil de investigación se ha elaborado con la intención de ser la guía para la elaboración de la investigación final. Contiene información necesaria para el desarrollo y culminación de esta, que es la creación de la identidad gráfica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, como aporte a sus necesidades como institución establecida.

En este documento se encuentra la información más importante sobre el municipio y la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián, para describir generalidades sobre la temática en cuestión, desde información en que se desarrolla la misma, la descripción del problema o problemas identificados, un diagnóstico que fue el primer acercamiento que sirve como base para la realización de este perfil y un enfoque claro para la investigación.

4. PROPUESTA DE TEMA

4.1 TITULO DE LA INVESTIGACIÓN

DISEÑO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA MESA TERRITORIAL DE DESARROLLO ARTESANAL, DEL MUNICIPIO DE SAN SEBASTIÁN, DEPARTAMENTO DE SAN VICENTE, EL SALVADOR, 2017.

4.2 DESCRIPCIÓN DEL TEMA

Esta investigación consistirá en la creación de la identidad gráfica de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián, de acuerdo a las necesidades que presentan en cuanto su imagen.

Esta se realizará para medios impresos, aplicando los conocimientos sobre identidad gráfica, tendencias y estilos para diseñar propuestas creativas que suplan las necesidades que se identificaron, de las cuales se elegirá la que más se adapte a sus expectativas.

4.3 DELIMITACIÓN ESPACIO TEMPORAL

San Sebastián es un municipio del departamento de San Vicente en El Salvador. Limita al norte con Ilobasco y San Isidro (departamento de Cabañas); al oeste con San Rafael Cedros (departamento de Cuscatlán); al sur con San Lorenzo y Santo Domingo y al este con San Esteban Catarina.

Tiene una extensión territorial de 61.83 kilómetros cuadrados, tiene una población de más de 15 mil habitantes y se encuentra a 660 metros de altura sobre el nivel del mar. Posee el título de Ciudad, concedido en 1918 y se encuentra a una distancia de 49 kilómetros de San Salvador. (San Sebastián, Municipios de El Salvador, 2016).

La investigación se enfocará en los artesanos que conforman la Mesa Regional del municipio de San Sebastián, Departamento de San Vicente.

La investigación se desarrollará a partir del mes de Marzo de 2017, hasta Octubre del mismo año que se dará a conocer el resultado final de la investigación y se expondrá la muestra práctica del mismo

5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

5.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, se inició el 01 de Mayo de 2016, para tener una entidad que representara a los artesanos del sector textil de San Sebastián. Anteriormente, los miembros que conforman esta estructura, pertenecían a una asociación que pretendía actuar con los mismos fines, pero debido a diferencias entre los integrantes, se desligaron de esta para formar la organización antes mencionada. Debido a que la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, es un nuevo organismo, no cuenta con una identidad grafica que los represente como tal, lo cual, les aportara menos probabilidades de reconocimiento como institución establecida.

5.2 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

¿Porque la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal no posee una identidad gráfica que los represente, siendo ya una institución establecida?

El grupo objeto de estudio, no es consciente de la importancia de poseer una identidad corporativa para una institución formal y establecida, lo que les impide generarse más oportunidades en un mercado más serio y amplio; así como también relacionarse con otras entidades de desarrollo artesanal.

5.3 CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

San Sebastián es un municipio del departamento de San Vicente en El Salvador. Limita al norte con Ilobasco y San Isidro (departamento de Cabañas); al oeste con San Rafael Cedros (departamento de Cuscatlán); al sur con San Lorenzo y

Santo Domingo y al este con San Esteban Catarina. San Sebastián tiene una extensión territorial de 61.83 kilómetros cuadrados, tiene una población de más de 15 mil habitantes y se encuentra a 660 metros de altura sobre el nivel del mar. Posee el título de Ciudad, concedido en 1918 y se encuentra a una distancia de 49 kilómetros de San Salvador.

A los habitantes de este municipio se les conoce con el calificativo “BATANECOS”, el nombre tiene sus orígenes haciendo referencia a la zona del lugar, el cual proviene de una llamada tela tipo manta denominada “Batan” elaborada desde los inicios históricos de San Sebastián. En el año de 1770 San Sebastián era un valle perteneciente al curato de San Vicente, el 12 de junio de 1824, paso a formar parte del departamento de San Vicente el 23 de febrero de 1828 al 23 de enero de 1830, formó parte del efímero Distrito de Ilobasco (Municipios de El Salvador, (2017).

Las fiestas patronales de San Sebastián se celebran del 18 de enero al 28, en honor de San Sebastián. En la actualidad este municipio se ha convertido en una ciudad de alto turismo, formando parte de los Pueblos Vivos de El Salvador debido a la tradición más artesanal para elaborar majestuosas hamacas, colchas, cubrecamas, manteles para mesa, tortilleros, pequeños pero coloridos morrales y prendas de vestir. (Santamaría, E. 2015).

5.4 JUSTIFICACIÓN

El equipo de investigación, ha determinado el municipio de San Sebastián por ser conocido como pionero en la producción textil artesanal de El Salvador; y la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal por ser el organismo representante de los artesanos textiles del mismo municipio. Debido a que ellos no cuentan con una imagen gráfica identitaria que los represente como tal, se exponen a la

disminución de su credibilidad u oportunidades que se les presentara para su desarrollo como organización establecida.

La realización de este perfil de investigación, tiene como propósito obtener toda la información pertinente que nos ayude con el desarrollo y finalización de esta, cuyo aporte consiste en la creación de un manual de identidad para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián.

6. OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Crear la identidad gráfica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, del municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente, con una propuesta contemporánea e innovadora, para su proyección e identificación como organismo institucional.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el contexto y situación actual de los artesanos de textiles en San Sebastián.
- Investigar las características particulares de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián.
- Analizar los elementos visuales, valores, y conceptos básicos que conforman a la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, y así, identificar los posibles elementos para el diseño de su identidad.

- Realizar un manual de identidad gráfica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, para su proyección e identificación como institución formalmente establecida.

6.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuál es la situación actual de los artesanos de textiles en San Sebastián?
- ¿Qué es la Mesa Regional de Artesanos de San Sebastián y quienes la conforman?
- ¿Cuáles son las características particulares de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián?
- ¿Qué elementos visuales, valores, y conceptos identifican a la Mesa Regional de Artesanos de San Sebastián y cuáles se pueden retomar para la construcción de su identidad gráfica?

7. MARCO DE REFERENCIA DEL PROBLEMA

7.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

7.1.1 ANTECEDENTES TEÓRICOS

(2015) San Sebastián, Municipios de El Salvador, Recuperado de <http://www.municipiosdeelsalvador.com/san-vicente/san-sebastian>

A los habitantes de este municipio se les conoce con el calificativo “BATANECOS”, el nombre tiene sus orígenes haciendo referencia a la zona del lugar, el cual proviene de una llamada tela tipo manta denominada “Batan” elaborada desde los inicios históricos de San Sebastián. En el año de 1770 San Sebastián era un valle perteneciente al curato de San Vicente, el 12 de junio de

1824, paso a formar parte del departamento de San Vicente el 23 de febrero de 1828 al 23 de enero de 1830, formó parte del efímero Distrito de Ilobasco.

Información relacionada al municipio de San Sebastián. Su historia, significado, cambios importantes, cultura, tradiciones, turismo, límites geográficos del municipio.

Flores, X, García, A., Magaña, J. (2016). Procesos técnicos tradicionales de producción artesanal textil en el municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente, 2016. (Tesis de pregrado). Universidad de El Salvador, Ciudad Universitaria, El Salvador.

Respecto a su situación en el mercado, las artesanías textiles de San Sebastián son en su mayoría considerado un producto nostálgico que sufre el fenómeno de exportación pero de manera indirecta, es decir, el sector se ve explotado por comerciantes que compran los productos en cantidades y volúmenes grandes y a bajos precios para llevarlos al exterior y venderlos a un precio en el que se obtienen enormes ganancias no reconociendo de manera justo la labor del artesano como tal, encontrándose desprotegido ya que no existían a la fecha leyes o herramientas legales que procuraran sus derechos de autor, esto hasta las recientes políticas aprobadas con el impulso de autoridades como CONAMYPE.

Hace un enfoque, acerca de los procesos inmersos en la producción artesanal textil de San Sebastián a partir del telar como principal herramienta de elaboración y cuya característica principal fuera el mantenimiento de procesos tradicionales, así como también la situación del artesano referente al producto textil de ese municipio.

Santamaría, E. (2015) La Palabra Universitaria Universidad Tecnológica, Escuela de Comunicaciones, San Salvador, El Salvador, C.A.

Los productos textiles elaborados en San Sebastián son muy famosos y cotizados por sus colores, diseños y por su calidad. En la actualidad este municipio se ha convertido en una ciudad de alto turismo, formando parte de los Pueblos Vivos de El Salvador debido a la tradición más artesanal para elaborar majestuosas hamacas, colchas, cubrecamas, manteles para mesa, tortilleros, pequeños pero coloridos morrales y prendas de vestir. Este proceso consiste en enrollar hebras de diferentes colores en barras de madera que forman un círculo; cada color tiene 24 hilos por manojo y cada hilo es enrollado 102 veces en el tubo, sin equivocarse. Sin dudar, este paso al igual que los restantes requiere de mucha concentración, coordinación y, sobre todo, experiencia.

Cuando nos referimos a producción textil podemos hacer un enfoque único en el municipio de San Sebastián, el cual nos brinda la mejor esencia de textiles en productos diferentes y únicos. Es decir que se han posicionado a nivel nacional como los principales hablando del mercado de textiles. Sus procesos vienen desde la historia, junto con el artesano que también pone su esmero y creatividad para la elaboración de estos productos.

Mirador Cultural Wordpress, (2010) LOS HILOS QUE TEJEN LA HISTORIA DE LOS TELARES.

En El Salvador, actualmente, existe una crisis de identidad nacional, como del patrimonio cultural, pues en los últimos años los aspectos más representativos del país, como es el caso de las artesanías, han ido desapareciendo. Las artesanías textiles, son el patrimonio de San Sebastián, municipio del departamento de San Vicente, y aunque actualmente esta tradición se pierde, aún hay posibilidades de rescatarla y es necesario hacerlo, ya que representa una parte muy importante de la historia salvadoreña y representa toda una vida

de esfuerzo y dedicación para los artesanos, uno de ellos es Cristo Ayala, quien ha trabajado desde los 12 años en los telares.

Nuestro país siempre ha estado ceñido por problemas de identidad cultural, lo cual ha contribuido al olvido de nuestras raíces y de aspectos patrimoniales en este caso de productos propios de nuestro país como lo son las artesanías textiles. En San Sebastián, San Vicente existe un problema de pérdida de tradición de los telares que es su patrimonio como municipio; sin embargo hay muchas posibilidades de salvar esta identidad histórica de su pueblo, ya que aún existen artesanos que han luchado desde hace muchos años atrás por mantener viva esta tradición, y por tratar de enseñar a nuevas generaciones el arte del telar que con mucho orgullo siguen representando hasta el día de ahora.

Santamaría, J., Osorio, K. (2013) Estudio del impacto de una identidad gráfica de las empresas artesanales salvadoreñas: Diseño aplicado a la identidad gráfica de Vinos Artesanales Carranza de San Pedro Nonualco, departamento de La Paz, Universidad de El Salvador, Escuela de Artes, San Salvador, El Salvador, C.A. La cultura corporativa es un aspecto fundamental en el trabajo de imagen corporativa de la organización, de la empresa (sus productos, sus servicios y la conducta de sus miembros), determinado por la conducta de la organización. Si la filosofía corporativa representa lo que la organización quiere ser, la cultura corporativa es aquello que la organización es en éste momento. Por ello, el análisis y la comprensión de la cultura corporativa de una compañía es un elemento básico para llevar adelante una estrategia de imagen corporativa.

El párrafo narra la importancia para una empresa de poseer una identidad corporativa y manifiesta que esta se construye a partir del conocimiento de la cultura de la organización, la cual es lo que la empresa representa y es en un momento determinado que discrepa de la filosofía corporativa.

Lemus, G., Lorenzana, V., Meza, D. (2016) Aplicación de identidad gráfica como herramienta de posicionamiento en el mercado artesanal para la Asociación

Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca (ACOPAAP de R.I.) del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate, Universidad de El Salvador, Escuela de Artes, San Salvador, El Salvador, C.A.

Es a raíz del crecimiento y nuevo valor que el sector artesanal ha recibido, surge la necesidad por generar una identidad que defina las características, valores y visión que ya sea de manera grupal o individual los artesanos desean proyectar hacia los consumidores. Esta síntesis que el artesano desea reflejar se concentra en la creación de elementos gráficos que generen la vinculación del mismo con cada una de sus piezas de manera comprensible e identificable tanto para él como para el público en general.

Debido a que el sector artesanal ha experimentado un crecimiento exponencial a lo largo de los años, es su deseo incursionar en un mercado más serio y amplio, manteniendo su misión y visión y reflejando su esencia en una identidad gráfica.

7.2 BASES TEÓRICO-CIENTÍFICAS

Según el libro, "Carta Internacional de las artesanías y el arte popular, México, D.F., 1973. ", Desde el punto de vista cultural, las artesanías se enmarcan dentro del arte popular, entendiendo este como: "El conjunto de obras plásticas y de otra naturaleza, tradicionales, funcionalmente satisfactorias y útiles, elaboradas por un pueblo o una cultura local o regional, para satisfacer las necesidades materiales y espirituales de sus componentes humanos, muchos de cuyas artesanías existen desde hace varias generaciones y han creado un conjunto de experiencias artísticas y técnicas que las caracterizan y dan personalidad.

Merlín Barrera, en su investigación "Productos de El Salvador hacia el Mercado de la Unión Europea. (12/2008) ", El Salvador cuenta con una amplia gama de artesanías de textil con mucho colorido, calidad y riqueza de sus tejidos, de los

cuales muchos de ellos se utilizan como arte decorativo y utilitario en muchos hogares (manteles, alfombras, centros de mesa, colchas, cubrecamas, cortinas, chales, etc.). Para su elaboración se siguen usando antiguas técnicas, como el telar de cintura el telar de palanca o telar de pedal (utilizado en su mayoría por hombres), y entre estos, se ubica al municipio de San Sebastián, San Vicente, como uno de los principales, entre otros.

Biollo, Eger, Navarrete, (2005) DISEÑO DE UN SISTEMA DE LOGÍSTICA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS TEXTILES BATANECOS (ARTEXBATA) DE SAN SEBASTIÁN DEPARTAMENTO DE SAN VICENTE. Nos dice que en San Sebastián trabajan actualmente la siguiente variedad de tejidos: cubrecamas, hamacas, colchas, manteles, manta, cortinas; de los cuales la mayor demanda es de colchas, en segundo lugar están manteles, hamacas, cobertores y cortinas: la nahuilla y las alfombras no se elaboran en estos días por carecer de materia prima. Es evidente la importancia de los textiles de San Sebastián en la economía, pues tienen la mayor demanda en los estratos populares y muy primordialmente entre la población rural, quienes de manera especial compran los artículos antes mencionados, en la época de verano cuando trabajan en las cosechas de los productos agrícolas principales: café, azúcar y algodón. El atractivo turístico que acarrearán estos productos es también una consideración primordial, pues de aquí se derivan otros usos de los mismos artículos y la afluencia de personas que llegan a la población, activándose así el pequeño y mediano comercio, el conocimiento del país, etc.

Daniel Francisco Ballesta García, (2016) en el proyecto “Identidad Corporativa (Branding) para una marca de baterías artesanas”, menciona que cuando hoy en día se habla de branding, se habla de construir, crear, dar forma a una marca determinada en base a unos conceptos básicos o símbolos, ideas y experiencias de usuario que permitan a los clientes relacionar enseguida la marca con el

producto y la experiencia. Para entender qué es el branding, lo primero que se ha de tener claro, es qué es una marca. La definición se usa más, es la que dice que una marca es un nombre, signo, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, cuyo fin es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de su competencia. Hoy en día resulta una definición un poco incompleta, pues hay que hacer hincapié en las demandas del cliente y a sus necesidades.

Para los autores Cesar San Nicolás Romera y Fernando Ramón Contreras Medina, (2002) en “Consideraciones en torno al diseño de identidad como variable para la construcción de la Imagen Corporativa.”, el manual de Identidad es un documento que traduce visual y simbólicamente, todos los principios de la corporación y en cierto modo es un testimonio del propósito de la compañía por evolucionar paralelamente a los cambios sociales y económicos. Es un documento donde queda patente su afán por “socializarse” en el sentido de seguir presente dentro de su parcela de realidad mercadotécnica y con plenas facultades para competir y “pregnar” a sus públicos.

Cheryl Dangel Cullen, (2004) “Diseño Corporativo pasos para conseguir el mejor diseño”. Tod Martin, Presidente de EAI, Atlanta, Georgia, Estados Unidos nos dice: “Ése de ahí” “El chisme ese”. “Ya sabes cuál digo”. A veces asumimos como si fuese natural nuestra forma de denominar las cosas y nuestra manera de reconocerlas. Pero imagínese durante un momento como sería el mundo sin las identidades que creamos para que las cosas sean diferenciadas y reconocibles. Los diseñadores deben dedicarse a conciencia a los detalles que hacen que unas identidades corporativas se diferencien de otras y solucionen todas las necesidades de una empresa algunos aspectos como el logotipo son rápidamente evidentes pero bajo su superficie, suelen existir sistemas

increíblemente bien pensados. Estos sistemas son los que contribuyen a que la identidad de una empresa se extienda hasta casi cualquier punto en el que exista contacto con la comunicación. Cuando una identidad funciona de verdad, una empresa se vuelve reconocible, es más valorada y seguramente esto sea lo más importante ocupa un archivo muy diferenciado entre los demás en nuestra mente, lleno de percepciones y experiencias positivas. Y eso, seguramente, supera cualquier “ése de ahí”, “el chisme ese”, “ya sabes cuál digo”.

7.3 Diagnóstico

Para la realización del diagnóstico se realizó una visita al municipio de San Sebastián, el día Miércoles 19 de Abril, en la cual se hizo una entrevista informal al Señor Cristo Ayala, presidente de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal y artesano independiente de este municipio en el Taller El Portalito, lugar donde el brinda su mano de obra.

Posteriormente, se programó una reunión el lunes 24 de abril con el Lic. Danilo Villalta, jefe de CEDART San Salvador, en esta misma localidad.

7.3.1 Aspectos institucionales

7.3.1.1 Nombre de la Institución

Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián.

7.3.1.2 Descripción de la institución en la actualidad

La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián es la encargada de potenciar el reconocimiento del municipio como productor textil. Está formada por artesanos locales que laboran tanto independientemente como en talleres.

7.3.1.3 Síntesis de su historia reciente

La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, nació gracias a la iniciativa de CONAMYPE y los mismos artesanos, por la necesidad de organizarse como tal y crear una institución que los representara y buscara el desarrollo comunitario de los mismos. Actualmente existen 22 mesas territoriales a nivel nacional, impulsadas por CONAMYPE y CEDART con el fin de generar organización entre los artesanos para crearse oportunidades en beneficio de ellos mismos.

Particularmente, la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal del municipio de San Sebastián cuenta con 1 año de vigencia, en el cual se han ideado varios proyectos, que tienen como objetivo, mantener activas las costumbres y tradiciones de la producción textil que caracteriza a ese municipio; así mismo generar conocimientos sobre nuevas técnicas y métodos textiles para todos los artesanos locales.

7.3.1.4 Determinar la identificación de las problemáticas y necesidades de la institución

- No generan oportunidades para su desarrollo propio y solamente se encuentran a la expectativa de ellas, por lo cual se puede decir que existe la costumbre al asistencialismo.
- Los artesanos guardan con recelo su trabajo y les es difícil organizarse.
- Desconocen la importancia del aporte a su trabajo de poseer una identidad grafica que los represente y refleje su esencia misma, como organización.
- No hay un presupuesto destinado a la inversión de una imagen identitaria grafica o imagen corporativa.

7.3.1.5 Identificación de los factores causales de los problemas en la institución

Según el testimonio de las personas entrevistadas de manera informal, se han identificado las siguientes causas:

- La actividad en aspectos de desarrollo en este sector ha sido lenta, sea por motivos ideológicos, personales, etcétera.
- El individualismo entre los artesanos genera la falta de comunicación y apoyo entre los mismos.
- La carente o nula información que tienen a su alcance los artesanos acerca de las ventajas de tener una identidad grafica para su organización.

7.3.2 Conclusiones

La Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal es una organización formal, la cual busca ayudar a los artesanos locales mediante la búsqueda de alianzas con otras instituciones promotoras del valor del producto artesanal, para su desarrollo por lo cual es esencial poseer una imagen gráfica que los represente y les sume credibilidad. Es por esto que en la investigación, se realizara un manual de identidad gráfica que reúna las características esenciales que identifican a la organización.

7.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Artesanía: disposición, condición o estatuto propio de los artesano. (Universal W.M Jackson Editores México D.F 1972).

Artésano: es alguien que realiza labores manuales y se dedica a vender sus [productos](#) de forma particular, sin intermediarios. Muchas veces, incluso, trabaja bajo demanda, elaborando piezas a gusto de sus clientes. Generalmente los

fines de ese trabajo son artísticos: la pasión por una tarea más que el resultado monetario de la misma. (Universal W.M Jackson Editores México D.F 1972).

Identidad: es el conjunto de los rasgos propios de un individuo o de una [comunidad](#). Estos rasgos caracterizan al sujeto o a la colectividad frente a los demás. (Universal W.M Jackson Editores México D.F 1972).

Identidad gráfica: es el sentimiento de existir con un posicionamiento respecto a los demás, y asumiendo su propia historia. Con un proyecto único, personal y estable. (Peri Capriotti. Branding Corporativo. Santiago, Chile. 2009).

CONAMYPE: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.

CEDART: Centro de desarrollo artesanal.

Manual de identidad corporativa: es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. En él, se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.

El manual describe los signos gráficos escogidos por la compañía para mostrar su imagen así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, etc. En el mismo, se explica su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. Se muestran también las normas prohibitivas de sus aplicaciones. También se incluyen los colores y las tipografías corporativas.

Imagen corporativa: es la percepción y valoración que el público tiene de una empresa; es decir, lo que una compañía significa o representa para el

consumidor (Glosario Mercadotecnia, Headways Media, 2016).

Mesa: En las asambleas políticas, colegios electorales y otras corporaciones, conjunto de personas que las dirigen con diferentes cargos, como los de presidente, secretario, etc. (Diccionario de la Real Academia Española, 2017).

Medios impresos: es un término bastante utilizado que se refiere al medio que difunde material impreso (Maryam Kidwai, eHow en Español, 2016).

Producción: En términos generales, la palabra producción refiere a la acción de producir, a la cosa ya producida, al modo de producirla y a la suma de los productos, tanto del suelo como de la industria. La obtención de frutos o cualquier otro bien que proviene directamente de la naturaleza sin tercerizaciones se denomina comúnmente como producción (Definición abc ,2017).

Taller: Taller se designa a aquel espacio en el cual se realiza un trabajo manual o de tipo artesanal, como el taller de un pintor, de una modista, de elaboración de alfajores o de un alfarero, entre otras posibilidades, aunque ciertamente el término puede designar otras cuestiones derivadas de él (Definición abc ,2017).

Textil artesanal: Los materiales como fibras de origen vegetal, animal o sintético que se usan para construir objetos prácticos o decorativos. En los países de todo el mundo es casi único encontrar gran variedad de materias primas naturales. En cada región es posible hallar fibras animales y/o vegetales características de cada región. Los términos “artesanal” y “teñido con colorantes naturales” se asocian inmediatamente a procesos verdes, tan preciados hoy en día por el mundo que vuelve a mirar lo natural. Por otra parte productos textiles artesanales poseen gran valor cultural que a través de sus técnicas de producción, “recetas” ancestrales, diseños y coloridos, identifican fuertemente la geografía de cada país (Wikipedia es, 2017).

8. DISEÑO METODOLÓGICO

8.1 ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

El enfoque de la investigación será de carácter cualitativo por que utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. (Sampieri, 2006).

8.1.2 MÉTODO DESCRIPTIVO

Este método se utilizara, para poder describir, en todos sus componentes principales, una realidad y procesar todo lo observado referente a la investigación.

8.1.3 MÉTODO EXPLORATORIO

Es de carácter exploratorio, debido a que no existen antecedentes o investigaciones previas sobre el tema en cuestión o que no son aplicables al contexto en el cual habrá de desarrollarse el estudio.

8.1.4 MÉTODO EMPÍRICO

Su aporte al proceso de investigación es resultado fundamentalmente de la experiencia, ya que destaca la entrada en campos inexplorados o en aquellos en los que aplica el estudio descriptivo. Estos métodos posibilitan revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio, accesibles a la detección sensorial y perceptual, a través de procedimientos prácticos y diversos medios de estudio.

8.1.5 DISEÑO EMERGENTE

Este, sugiere la elaboración de un plan de investigación que incluya muchos de los elementos de los planes tradicionales, pero que reserve el derecho a ser modificado, alterado y cambiado durante la investigación.

8.2 SUJETO Y OBJETO DE ESTUDIO

Nuestros sujetos de estudio, comprenden primeramente a la junta directiva de la mesa territorial de desarrollo artesanal de San Sebastián; CONAMYPE, CEDART Ilobasco, Alcaldía de San Sebastián, Casa de la Cultura de San Sebastián; siendo estas, personas y entidades clave que proporcionaran información de interés para nuestros objetivos de estudio.

8.3 CATEGORIAS DE ANÁLISIS

Con la finalidad de realizar la identidad gráfica para esta mesa territorial de desarrollo, se han definido las siguientes categorías:

Tipo de productos (textil)

Participantes (artesanos de la junta directiva, coordinador de CEDART Ilobasco y San Salvador, Alcaldía de San Sebastián y Casa de la cultura de San Sebastián)

Documentación bibliográfica (Trabajos de investigación referentes al tema, libros que proporcionen datos específicos acerca del municipio de San Sebastián).

Sitios específicos (Casa de la cultura, Alcaldía Municipal de San Sebastián, CEDART Ilobasco, CEDART San Salvador).

Características de la mesa territorial Artesanal de San Sebastián (elementos visuales, valores y conceptos básicos).

8.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Documentación bibliográfica y de campo

Registro fotográfico

Puntos GPS de cada destino a visitar

Mapas de ubicación de la zona

Entrevista Semi-estructurada e Informal

8.5 PROCESO ANALÍTICO / INTERPRETATIVO

MATRIZ DE LA INVESTIGACIÓN				
TEMA: “DISEÑO DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA MESA TERRITORIAL DE DESARROLLO ARTESANAL, DEL MUNICIPIO DE SAN SEBASTIÁN, DEPARTAMENTO DE SAN VICENTE, EL SALVADOR, 2017.”.				
ENUNCIADO DEL PROBLEMA: ¿Porque la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal no posee una identidad grafica que los represente, siendo ya una institución establecida?				
OBJETIVO GENERAL: Desarrollar la identidad gráfica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, del municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente, para lograr reconocimiento del municipio como productor textil.				
Objetivos Específicos:	Unidades de Análisis	Dimensiones	Técnicas a utilizar	Tipos de instrumentos a utilizar
Reconocer el contexto y situación actual de los artesanos de textiles en San Sebastián.	La situación actual de los artesanos d	Geográfica Económica Cultural Social	Investigación documental Entrevista Observación	Entrevista Informal Documentación bibliográfica y de campo Registro fotográfico

	e textiles en San Sebas-tián		Registro Fotog ráfico	Puntos GPS de cada destino a visitar Mapas de ubicación de la zona
Investigar las características Particulares de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián.	La Mesa Territorial de desarrollo Artesanal de San Sebas-tián	Cultural Social	Investigación documental Entrevista Observación Registro Fotogr ráfico	Entrevista Semi estructurada Documentación bibliogr áfica y de campo Registro fotográfico Puntos GPS de cada destino a visitar Mapas de ubicación de la zona

<p>Analizar los elementos visuales, valores, y conceptos básicos que conforman a la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, y así, identificar los posibles elementos para el diseño de su Identidad.</p>	<p>Elementos visuales, valores, y conceptos básicos que conforman a la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal</p>	<p>Cultural Social</p>	<p>Entrevista Observación Registro Fotográfico</p>	<p>Entrevista Semi estructurada Registro fotográfico Documentación de campo</p>
<p>Realizar la identidad grafica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, para que ellos logren potenciar el Reconocimiento del municipio como productor textil.</p>	<p>Entrevista Observación Registro Fotográfico</p>	<p>Entrevista Semi estructurada Registro fotográfico Documentación de campo</p>	<p>Diseño Grafico</p>	<p>Software Fotografía</p>

--	--	--	--	--

9. CAPITULADO TENTATIVO Y COMPONENTES TÉCNICOS Y ARTÍSTICOS

9.1 Contexto y Situación actual de la producción textil en San Sebastián, San Vicente.

- 9. 1. 1. Antecedentes y reseña histórica del municipio de San Sebastián y de su producción artesanal textil.
- 9. 1.2. Situación actual de la producción textil artesanal de San Sebastián.
- 9. 1.3. Diseños y productos de textiles artesanales en San Sebastián.

9.2 La identidad Gráfica como herramienta de reconocimiento y posicionamiento en el sector artesanal textil.

- 9. 2.1 Introducción a la identidad grafica
- 9.2.2 Identidad grafica para el reconocimiento y posicionamiento del sector artesanal.
- 9.2.3 Estudio de elementos visuales, valores, y conceptos básicos que identifican al sector textil artesanal de San Sebastián.

9.3 Desarrollo de Identidad Gráfica para la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal, del municipio de San Sebastián.

- 9. 3.1 Resultado teórico
- 9. 3.2 Resultado de muestra práctica

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Tesis: Aplicación de identidad gráfica como herramienta de posicionamiento en el mercado artesanal para la Asociación Cooperativa

de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca (ACOPAAP de R.I.) del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.

Autor: Lemus Hintz, Guillermo Alexander, Lorenzana Bautista, Víctor Francisco. Universidad de El Salvador, Noviembre 2016.

- Título: Artesanía Tradicional Salvadoreña.

Autor: Vilma Maribel Henríquez. El Salvador. 2011.

- Título: Branding Corporativo.

Autor: Peri Capriotti. Santiago, Chile. 2009

- Título: Carta Internacional de las artesanías y el arte popular.

México, D.F., 1973.

- Título: Consideraciones en torno al diseño de identidad como variable para la construcción de la Imagen Corporativa.

Autor: San Nicolás Romera, César, Contreras Medina, Fernando Ramón. Universidad de Sevilla, España 2002.

- Título: Diccionario Hispánico Universal

Autor: Pe W. M. Jackson, México, 1972

- Tesis: Diseño de un sistema de logística para la Asociación de Artesanos Textiles Batanecos (ARTEXBATA) de San Sebastián departamento de San Vicente.

Autores: Biollo, Eger, Navarrete, 2005.

- Título: "Diseño Corporativo pasos para conseguir el mejor diseño".

Autor: Cheryl Dangel Cullen, 2004.

- Título: Metodología de la investigación.

Autor: Roberto Hernández Sampieri. México 2014.

- La Palabra Universitaria

Autor: Emeli Santamaría. Universidad Tecnológica, Escuela de Comunicaciones, San Salvador, El Salvador, C.A.2015.

- Título: LOS HILOS QUE TEJEN LA HISTORIA DE LOS TELARES.

Autor: Mirador Cultural Wordpress, 2010.

- Tesis: "Procesos técnicos tradicionales de producción artesanal textil en el municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente 2016"

Autor: Flores V. García F. Magaña E. Universidad de El Salvador, Diciembre 2016.

- Título: Productos de El Salvador hacia el Mercado de la Unión Europea.

Autor: Merlín Barrera. El Salvador, 2008.

- Tesis: Proyecto de Identidad Corporativa (Branding) para una marca de baterías artesanas: Marca de baterías Boham.

Autor: María Ángeles Parejo Sánchez. Universidad Politécnica de Valencia, España 2016.

- Tesis: Registro de la producción artesanal de la Mesa de artesanos de CONAMYPE del departamento de san salvador, 2016.

Autor: Calles Ponce Carlos Benedicto, Mixco Beltrán Eva Liliana, Rodríguez Pineda Oscar Alexander. Universidad de El Salvador, Mayo 2016.

Sitios web

- Aspectos generales sobre el mercado de artesanías de El Salvador
<http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/8073/2/680-C212d-CAPITULO%20I.pdf>
- Aspectos generales sobre la industria textil de El Salvador
<http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7166/2/658.3-J62d-Capitulo%20I.pdf>
- Diccionario de la Lengua Española
<http://dle.rae.es/?id=P1le2lc>
- Diccionario Español
<http://www.definicionabc.com/>
- Ejemplo de bases teórico científicas
<https://www.slideshare.net/oscarlopezregalado/ejemplo-de-bases-terico-cientficas>
- Enciclopedia libre
https://es.wikipedia.org/wiki/Artes_textiles
- Ficha de Producto de El Salvador hacia el Mercado de la Unión Europea.
<http://www.resultados1.com/caja-ue/images/stories/fichas/el-salvador/sv-artesantias-de-textil.pdf>
- Glosario Mercadotecnia

<https://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/palabra/imagen-corporativa/>

- Monografía: Estudio Descriptivo e histórico sobre el trabajo en los telares de palanca del municipio de Santiago Texacuangos, San Salvador.

<http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/1782/1/0001960ADTESME.pdf>

- Municipios de El Salvador, San Sebastián

<http://www.municipiosdeelsalvador.com/san-vicente/san-sebastian>

- ¿Qué son los medios impresos?

http://www.ehowenespanol.com/son-medios-impresos-sobre_443431/

11. ACTIVIDADES Y RECURSOS

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

enero	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.
febrero	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.
marzo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.
abril	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	
mayo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.
junio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	
julio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	
agosto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.
septiembre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	
octubre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.
noviembre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	
diciembre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.	lu.	ma.	mi.	ju.	vi.	sá.	do.

2017

Mes	Calendarización	Programación
Febrero:	Lunes 13	Inicio de Actividades
Marzo:	8,10,15 y 17	Seminarios
	Viernes 17	Asesoría
	Viernes 31	Asesoría

Abril:	De Lunes 3 a Jueves 6 Viernes 7 Miércoles 19 De Jueves 20 a Sábado 22 Lunes 24 Martes 25 Miércoles 26 Jueves 27 Viernes 28	Recolección bibliográfica Asesoría Salida de campo Redacción Salida a CEDART San Salvador Redacción 1ra revisión Redacción Entrega de Perfil
Mayo:	Miércoles 3 Jueves 4 12, 15, 19, 22 y 26 Lunes 29 30 y 31	Asesoría Salida de campo Defensa de perfil Salida de campo Redacción
Junio:	Jueves 1 Viernes 2 5, 6, 7 y 8 Viernes 9 Lunes 12	Redacción Asesoría Recolección bibliográfica y redacción Asesoría Salida de campo

	<p>13,14 y15</p> <p>Viernes 16</p> <p>19, 20, 21 y 22</p> <p>Viernes 23</p> <p>26, 27, 28 y 29</p> <p>Jueves 30</p>	<p>Recolección bibliográfica y redacción</p> <p>Asesoría</p> <p>Redacción</p> <p>Asesoría</p> <p>Redacción</p> <p>Entrega de primer avance</p>
Julio:	<p>Martes 4</p> <p>5 y 6</p> <p>Viernes 7</p> <p>10, 11,12 y 13</p> <p>Viernes 14</p> <p>17, 18, 19 y 20</p> <p>viernes 21</p> <p>24, 25, 26 y 27</p> <p>Viernes 28</p> <p>Lunes 31</p>	<p>Salida de campo</p> <p>Redacción</p> <p>Asesoría</p> <p>Redacción</p> <p>Asesoría</p> <p>Redacción</p> <p>Asesoría</p> <p>Redacción</p> <p>Asesoría</p> <p>Salida de campo</p>
Agosto:	<p>1 y 2</p> <p>8, 9 y 10</p> <p>Viernes 11</p>	<p>Redacción</p> <p>Desarrollo de muestra practica</p>

	14, 15, 16 y 17 Viernes 18 21, 22, 23 y 24 Viernes 25 28, 29, 30 y 31	Entrega de primer avance Desarrollo de muestra practica Asesoría Desarrollo de muestra practica Asesoría Desarrollo de muestra practica
Septiembre:	Viernes 1 Del 4 al 28 Viernes 29	Asesoría Desarrollo de muestra practica Asesoría
Octubre	2, 3, 4 y 5 Viernes 6 Del 19 al 27 de Octubre	Desarrollo de muestra practica Asesoría Revisión de documentos

11.2 PRESUPUESTO


Descripción	Precio unitario	Total
• Papelería.		
Impresiones	\$0.10 por 1,200	
Folders	\$0.25 por 15	
Empastado	\$20 por 4	\$222.75
Anillado	\$2.00 por 5	
Resmas de papel	\$4.50 por 2	


<ul style="list-style-type: none"> Recursos humanos 		
<ul style="list-style-type: none"> Transporte 	\$0.20 de pasaje	\$55
<ul style="list-style-type: none"> (Reuniones en CONAMYPE, visitas a bibliotecas y asesor. Gasolina (Salidas de Campo)) 	\$4 por salida	\$72
<ul style="list-style-type: none"> Equipo 		
<ul style="list-style-type: none"> Computadoras 	1 Compaq All in One \$700	
	3 Laptop Hp, Dell 2,000	\$4,400
<ul style="list-style-type: none"> Cámaras fotográficas 	1 Cámara Nikon \$ 600	
	2 Cámaras Canon \$1100	
<ul style="list-style-type: none"> Comida y Refrigerio 	Platos de comida \$2.00	\$100
Total		\$4,849.75
Imprevistos	20% del total	969.95
Total		5,819.70


ANEXO 3
FICHA FOTOGRAFICA

AÑO	FOTOGRAFÍA
LUGAR	
AUTOR	
CONTENIDO	
OBSERVACIONES	

Ficha elaborada por el equipo de investigación

AÑO 2017	
LUGAR Casa de la Cultura de San Sebastián	
AUTOR Grupo de Investigación	
CONTENIDO Equipo de investigación con Don Cristo Ayala, en entrevista informal	
OBSERVACIONES	

AÑO 2017	
LUGAR Casa de la Cultura de San Sebastián	
AUTOR Grupo de Investigación	
CONTENIDO Equipo de investigación en entrevista informal con miembros de junta directiva de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián	
OBSERVACIONES	

AÑO 2017	
LUGAR Casa de la Cultura de San Sebastián	
AUTOR Grupo de Investigación	
CONTENIDO Equipo de investigación en entrevista informal con miembros de junta directiva de la Mesa Territorial de Desarrollo Artesanal de San Sebastián	
OBSERVACIONES	

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Tesis: Aplicación de identidad gráfica como herramienta de posicionamiento en el mercado artesanal para la Asociación Cooperativa de Productores Agropecuarios y Artesanales Patashca (ACOPAAP de R.I.) del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.

Autor: Lemus Hintz, Guillermo Alexander, Lorenzana Bautista, Víctor Francisco. Universidad de El Salvador, Noviembre 2016.

- Título: Artesanía Tradicional Salvadoreña.

Autor: Vilma Maribel Henríquez. El Salvador. 2011.

- Título: Branding Corporativo.

Autor: Peri Capriotti. Santiago, Chile. 2009

- Título: Carta Internacional de las artesanías y el arte popular.

México, D.F., 1973.

- Título: Consideraciones en torno al diseño de identidad como variable para la construcción de la Imagen Corporativa.

Autor: San Nicolás Romera, César, Contreras Medina, Fernando Ramón. Universidad de Sevilla, España 2002.

- Título: Diccionario Hispánico Universal

Autor: Pe W. M. Jackson, México, 1972

- Tesis: Diseño de un sistema de logística para la Asociación de Artesanos Textiles Batanecos (ARTEXBATA) de San Sebastián departamento de San Vicente.

Autores: Biollo, Eger, Navarrete, 2005.
- Título: “Diseño Corporativo pasos para conseguir el mejor diseño”.

Autor: Cheryl Dangel Cullen, 2004.
- Título: Metodología de la investigación.

Autor: Roberto Hernández Sampieri. México 2014.
- La Palabra Universitaria

Autor: Emeli Santamaría. Universidad Tecnológica, Escuela de Comunicaciones, San Salvador, El Salvador, C.A.2015.
- Título: LOS HILOS QUE TEJEN LA HISTORIA DE LOS TELARES.

Autor: Mirador Cultural Wordpress, 2010.
- Tesis: “Procesos técnicos tradicionales de producción artesanal textil en el municipio de San Sebastián, departamento de San Vicente 2016”

Autor: Flores V. García F. Magaña E. Universidad de El Salvador, Diciembre 2016.
- Título: Productos de El Salvador hacia el Mercado de la Unión Europea.

Autor: Merlín Barrera. El Salvador, 2008.
- Tesis: Proyecto de Identidad Corporativa (Branding) para una marca de baterías artesanas: Marca de baterías Boham.

Autor: María Ángeles Parejo Sánchez. Universidad Politécnica de Valencia, España 2016.

- Tesis: Registro de la producción artesanal de la Mesa de artesanos de CONAMYPE del departamento de san salvador, 2016.

Autor: Calles Ponce Carlos Benedicto, Mixco Beltrán Eva Liliana, Rodríguez Pineda Oscar Alexander. Universidad de El Salvador, Mayo 2016.

SITIOS WEB

- Aspectos generales sobre el mercado de artesanías de El Salvador
<http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/8073/2/680-C212d-CAPITULO%20I.pdf>
- Aspectos generales sobre la industria textil de El Salvador
<http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7166/2/658.3-J62d-Capitulo%20I.pdf>
- Diccionario de la Lengua Española
<http://dle.rae.es/?id=P1le2lc>
- Diccionario Español
<http://www.definicionabc.com/>
- Ejemplo de bases teórico científicas
<https://www.slideshare.net/oscarlopezregalado/ejemplo-de-bases-terico-cientficas>
- Enciclopedia libre
https://es.wikipedia.org/wiki/Artes_textiles
- Ficha de Producto de El Salvador hacia el Mercado de la Unión Europea.

<http://www.resultados1.com/caja-ue/images/stories/fichas/el-salvador/sv-artesantias-de-textil.pdf>

- **Glosario Mercadotecnia**

<https://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/palabra/imagen-corporativa/>

- **Monografía: Estudio Descriptivo e histórico sobre el trabajo en los telares de palanca del municipio de Santiago Texacuangos, San Salvador.**

<http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/1782/1/0001960ADTESME.pdf>

- **Municipios de El Salvador, San Sebastián**

<http://www.municipiosdeelsalvador.com/san-vicente/san-sebastian>

- **¿Qué son los medios impresos?**

http://www.ehowenespanol.com/son-medios-impresos-sobre_443431/