REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD PRIVADA DR. RAFAEL BELLOSO CHACÍN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMÁTICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE IDENTIDAD PARA BRANDING CÓMO ESTRATEGIA VISUAL Y CONCEPTUAL PARA LA BIBLIOTECA PÚBLICA MARÍA CALCAÑO DEL ESTADO ZULIA

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADO POR:
GONZÁLEZ, VALENTINA
LAREZ, YSIS
SALAZAR, OANYEL

ASESORADO POR:
MCS.MARÍA ARTEAGA
ARQ. EURO VALERA

MARACAIBO, MARZO 2025

Gonzalez Valentina, Larez Ysis, Salazar Oanyel. Diseño de identidad para branding cómo estrategia visual y conceptual para la biblioteca María Calcaño del Estado Zulia. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Facultad de Ciencias de la Informática, Escuela de Diseño Gráfico. Maracaibo, 2025

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad proponer un nuevo diseño de marca como estrategia visual y conceptual de branding para la Biblioteca Pública María Calcaño del Estado Zulia, considerando que necesita una identidad visual y conceptual más atractiva que pueda ser reconocida fácilmente por su audiencia en este caso la región zuliana. A lo largo de la investigación se recopilarán ideas y conceptualización de autores como Costa, J (2004) Kloter y Keller (2012) Jung, C (1961) Chaves, N (2008) Cassisi, L (2005) Itten,J (1973) ,entre otros, con conceptos y definiciones, que sirven de base a la investigación realizada. Asimismo, se tomó en cuenta las propuestas de método de diseño de Joan Costa (2000), Bruce Archer (1963), Bruno Munari (1983), Jorge Frascara (1998), Krick (1995), sin embargo, fue seleccionado ele método de diseño de Joan Costa para realizar la identidad y el manual de marca de la Biblioteca María Calcaño ya que se ajusta a las necesidades requeridas de para este tipo de producto. Como resultado fue realizado un manual de identidad corporativa compuestos por etapas de definición para proyectar una imagen más lucida y moderna para la biblioteca, también ideas creativas que permitieron darle un concepto grafico a cada elemento e imagen de la marca. De esa manera se lograron presentar propuestas de logotipos, paleta cromática como azul marino, turquesa, y valor blanco, geometrización tanto matemática como secuencia Fibonacci y diferentes aplicaciones de la imagen ideada, se estableció una portada para el manual y además una tabla de contenido que se divide en identidad visual donde se establecen valores, misión y visión de la biblioteca, historia, marca se detalla información acerca de la imagen gráfica, tipografía, color cada código e inspiración, versiones de color y aplicaciones comunes donde se muestre el imagotipo, uniformes, papelería, flota vehicular, redes sociales.

PALABRAS CLAVE: Marca, branding, manual, diseño, identidad