

**DISEÑO DE IMAGEN DE IDENTIDAD GRÁFICO VISUAL
DE LA BARBERÍA RODRIGO VÁZQUEZ UBICADO EN EL
MUNICIPIO DE TEOPISCA CHIAPAS**

ALUMNO: ROBERTO CARLOS RIVERA FLORES

MAESTRA: MARÍA EUGENIA PEDRUEZA CANO

MATERIA: TESINA

TRABAJO: OCTAVO CUATRIMESTRE

GRUPO: DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO DE IMAGEN DE IDENTIDAD GRÁFICO VISUAL
DE LA BARBERÍA RODRIGO VÁZQUEZ UBICADO EN EL
MUNICIPIO DE TEOPISCA CHIAPAS**

AUTORIZACION DE IMPRESIÓN

DEDICATORIA

INDICE

Introducción

Planteamiento del problema

Objetivos generales

Objetivos específicos

Hipótesis

Capítulo 1

Capítulo 2

Capítulo 3

Capítulo 4

Propuesta final de la marca

Sugerencia y propuestas

Conclusiones

Bibliografía

Anexo

Manual

INTRODUCCION

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el municipio de Teopisca Chiapas muchos negocios locales operan sin una identidad grafica profesional que los distinga en un mercado competitivo. La barbería Rodrigo Vázquez a pesar de ofrecer un servicio de calidad y contar con clientes recurrentes, carece de una imagen visual grafica que le permita identificarse de las microempresas de su propio giro, a su vez carece de una imagen visual solida que le permita proyectar profesionalismo consolidar su marca y atraer nuevos públicos. Esta carencia limita su posicionamiento y dificulta su crecimiento frente a la competencia es por ello que la creación de una identidad grafico visual contribuirá al desarrollo de la empresa generando presencia visual tanto física como digital influyendo directamente a la percepción del consumidor

OBJETIVO ESPECIFICO

Diseñar una imagen de identidad grafico visual que represente los valores, servicios y personalidad de la barbería Rodrigo Vázquez con el fin de mejorar su posicionamiento en el municipio de Teopisca, Chiapas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Diseñar una imagen de identidad grafico visual
2. Desarrollar la investigación
3. Crear el manual de identidad gráfica

JUSTIFICACIÓN

El diseño responde a la necesidad de construir una imagen de identidad gráfico visual que sea sólida, coherente que permita posicionar la barbería en un mercado competitivo en el municipio de Teopisca Chiapas. Hoy en día la imagen de una marca representa un factor determinante en la percepción del cliente, específicamente en el sector de los servicios personales, donde la estética y la confianza juega un papel crucial.

Una barbería no solo ofrece cortes de cabello y arreglos de barba, sino que también transmite un estilo de vida, una experiencia y una cultura asociada al cuidado masculino. Por ello, contar con una identidad distintiva, atractivo y funcional no solo ayuda a captar la atención de nuevos clientes, sino que también contribuye a generar lealtad y diferenciación frente a otros establecimientos.

Este proyecto de tesis se centra en la creación de una propuesta gráfica que represente adecuadamente la esencia de la barbería, considerando aspectos como su historia, valores, personalidad de marca y público objetivo. A través de una metodología de diseño centrada en el usuario y sustentada en principios del diseño gráfico y la comunicación visual, se busca desarrollar la imagen de identidad que pueda ser aplicado de manera efectiva en diversos soportes físicos y digitales y que refuerce la presencia e identidad del negocio en el entorno local.

Hipótesis

Al diseñar la identidad gráfico visual de la barbería Rodrigo Vázquez, creara una distinción clara ante las demás barberías.

CAPITULO 1

INVESTIGACIÓN QUE ES EL DISEÑO GRAFICO

El diseño grafico es el proceso de investigación, desarrollo de ideas visuales para la creación de una imagen que sea capaz de comunicar la identidad un mensaje en concreto para que sea memorable para las personas, a través del uso de las formas, imágenes tipografía en la composición de todos estos elementos.

El diseño gráfico es el arte de comunicación visual a través de texto, imágenes, símbolos o ilustraciones. Sirve tanto para identificar una marca, recordar un mensaje, encontrar una gran oferta de valor o atraer a tu cliente ideal. Su objetivo es crear una representación visual con un sentido de orden y claridad haciendo que las personas entiendan el mensaje.

Sin lugar a dudas, estudiar la carrera en Diseño Gráfico te va a ayudar a comprender esta industria. Pero lo importante es que no existe una fórmula secreta, por eso es importante capacitarse por cuenta propia con, libros, páginas web que brindan inspiración, etcétera. Todo lo necesario está en tu cabeza y en las ganas de lograr algo que te apasione e inspire a los demás.

Puedes usar el diseño gráfico para crear, logos, modificar fotos, escribir posts, publicitar y vender tu producto o servicio, crear una página web, videos o documentales.

Estos elementos tienen algo en común, con la implementación del diseño tu proyecto final va a impactar en otras personas de maneras inimaginables. Tener el conocimiento sobre los elementos básicos del diseño puede ayudarte a comprender la armonía, esencia, y equilibrio de cada objetivo a lograr. En este artículo vamos a ver cómo puedes hacerlo.

ELEMENTOS DEL DISEÑO GRAFICO

- Línea
- Forma
- Color
- Textura
- Fuente
- Espacio
- Imágenes

LÍNEA

Las líneas son algo más que solo la conexión de dos puntos. Dependiendo de su forma, peso, longitud y contexto, las líneas ayudan a organizar la información, definir formas y transmitir emociones. Cuando el diseñador selecciona las líneas para los proyectos, tenemos muchas opciones.

- ser horizontales, verticales o diagonales.
- ser rectas, curvas o de forma libre.
- zigzaguear o crear otros patrones.
- ser sólidas, discontinuas o implícitas.

Las líneas invisibles que se encuentran en la cuadrícula de los diseñadores utilizan para imprimir, actúan como líneas guías, ofreciendo a los proyectos más estructura y dirección. Por su parte, las líneas visibles con peso y formas pueden utilizarse para transmitir o comunicar un mensaje y estado de ánimo en el trabajo final.

Piensa en los tipos de líneas que ves en tu vida cotidiana y recuerda los tipos de mensajes que te transmiten. Dependiendo de su contexto, las líneas oscuras más gruesas pueden comunicar estabilidad o subrayar una amenaza. Las líneas garabateadas pueden sugerir emoción, confusión o desorden. Las líneas en zigzag pueden expresar electricidad o ira, mientras que las líneas onduladas pueden sugerir fragilidad, elegancia, incertidumbre o belleza.

Dado que incluso las líneas más sencillas son capaces de transmitir tanto, los diseñadores siempre deben considerar cuidadosamente cómo y cuándo utilizarlas para proporcionar el máximo impacto.

FORMAS

En el diseño, las formas son áreas delimitadas por las líneas con esto forman una figura. Hay dos tipos de formas que todo diseñador debe entender las geometrías y las orgánicas.

Las formas geométricas pueden ser bidimensionales o tridimensionales. Se crean a partir de un conjunto de puntos que se conectan mediante líneas rectas o curvas y suelen ser abstractas y simplistas. Las formas geométricas pueden incluir triángulos, pirámides, cuadrados, cubos, rectángulos, pentágonos, hexágonos, octágonos, decágonos, círculos, elipses y esferas.

Las formas orgánicas son mucho menos uniformes, proporcionales y bien definidas. Pueden ser simétricas o asimétricas. Pueden incluir formas naturales, como hojas, cristales y enredaderas, o formas abstractas, como manchas y garabatos.

La gente suele equiparar los bordes redondeados y los anillos con la positividad, la comunidad, el amor, la amistad y la armonía. Los cuadrados y rectángulos pueden sugerir equilibrio, fiabilidad y fuerza. Y los triángulos tienen asociaciones culturales con la ciencia, la religión, la historia, la civilización y el poder. Si eliges un determinado conjunto de formas, puedes transmitir estabilidad, fiabilidad y organización. Si eliges otras, comunicas caos, creación y diversión.

Según la psicología de la Gestalt, una teoría del diseño vigente, el público entiende los diseños viéndolos como un todo y no como sus partes individuales. Elige formas interesantes y apropiadas, y estarás en camino de ofrecer a los espectadores un diseño visualmente más agradable y que mantenga la atención.

COLOR

El color puede ser una herramienta útil para comunicar un estado de ánimo o provocar una respuesta emocional en el espectador. La teoría del color y la rueda del color proporcionan una guía práctica para los diseñadores gráficos que desean seleccionar un solo color o combinar varios colores de forma armoniosa -o intencionadamente discordante.

Los colores primarios (rojo, amarillo y azul) se definen como los colores de pigmento puro a partir de los cuales se fabrican todos los demás. No se puede mezclar ningún otro color para obtener el rojo, el amarillo o el azul. Pero si se mezclan, se crean todo tipo de tonos.

Los colores secundarios (violeta, verde y naranja) son el resultado inmediato de la mezcla de dos colores primarios: el rojo y el amarillo crean el naranja; el azul y el rojo crean el violeta; y el amarillo y el azul crean el verde.

Los colores terciarios (rojo-naranja, amarillo-naranja, amarillo-verde, azul-verde, azul-violeta y rojo-violeta) son los seis colores que resultan de la mezcla de un color primario y un color secundario.

Las armonías de color se crean cuando se eligen dos o más colores a partir de sus posiciones en la rueda de colores.

Los colores complementarios se sitúan uno frente al otro en la rueda de colores. Son muy contrastados y pueden expresar vitalidad y energía o ser visualmente discordantes, dependiendo de cómo se utilicen. El rojo y el verde son colores complementarios.

Los esquemas de colores análogos utilizan colores que se encuentran uno al lado del otro en la rueda de colores. Son visualmente agradables y pueden crear una sensación de armonía y calma en un diseño. Sin embargo, también pueden parecer aburridos si se utilizan de forma incorrecta, o si no tienen otros elementos de contraste que los dinamicen.

Los esquemas de color de la tríada utilizan colores que están espaciados uniformemente alrededor de la rueda de color. Son muy vibrantes y requieren equilibrio para ser visualmente agradables.

Los esquemas de colores complementarios divididos utilizan un color base y los dos colores adyacentes a su color complementario. Proporcionan un gran contraste visual sin ser discordantes, por lo que muchos diseñadores los prefieren.

Mientras consideras tus esquemas de color, es posible que también quieras decidir qué tinte y tono son apropiados para tu proyecto. Los colores pastel pueden parecer tranquilos o poco confiados, mientras que los tonos brillantes pueden transmitir diversión y felicidad, o parecer baratos en un contexto equivocado. Los tonos más oscuros denotan seriedad y profesionalidad, pero también pueden parecer sombríos o aburridos si no se tiene cuidado.

TEXTURA

La textura es la sensación de una superficie: afelpada, lisa, áspera, suave, pegajosa o brillante. La mayoría de los diseñadores gráficos deben transmitir visualmente la textura mediante ilusiones para sugerir cómo se sentiría su trabajo si los espectadores pudieran tocarlo. Dominar la textura es una parte importante para que los diseños parezcan pulidos y profesionales.

Hay diferentes maneras de experimentar con la textura en tu trabajo de diseño. Si te inspira en la naturaleza, puedes trabajar con texturas orgánicas, inspirándote en las hojas, la corteza de los árboles, las piedras, la piel, las flores, la hierba y la tierra.

También puedes crear un patrón abstracto repitiendo uniformemente elementos bidimensionales, y luego utilizar ese patrón para crear fondos con textura. Considera la posibilidad de trabajar con tipografía texturizada para aportar un interés visual adicional.

Si te interesa la fotografía, también puedes aprender a incorporar imágenes a tu fondo que formen capas en tu trabajo. Para conseguir un mayor contraste de texturas, ajusta los niveles de saturación de color y transparencia de tu foto y comprueba cómo afecta al ambiente de tu diseño.

FUENTE

Ya sea para elegir un tipo de letra o para crear tu propia tipografía para un proyecto de diseño gráfico, es importante asegurarte de que el tipo que utilizas es legible y apropiado para tu tema. La fuente influye en el ambiente general de un diseño, por lo que hay que tener en cuenta si las letras deben ser de imprenta o de molde, y si deben tener ángulos agudos o redondeados.

El peso de tu lettering también es una parte importante del diseño. Normalmente, las letras grandes o gruesas transmiten que las palabras que transmiten son importantes. Sin embargo, si no se tiene cuidado, también pueden parecer pesadas o romper el equilibrio del diseño. Las letras finas pueden connotar elegancia o modernidad, pero también pueden parecer frágiles. Si no puedes decidirte por una fuente o tamaño de letra, puedes incorporar más de una en el diseño final de tu logotipo. Pero, como regla general, no excedas de tres en un mismo proyecto.

ESPACIO

El espacio es una parte vital de las herramientas de cualquier diseñador. Puede dar al diseño un respiro, aumentar su impacto visual, equilibrar los elementos visuales más pesados y enfatizar las imágenes o los mensajes que los espectadores deben recordar. Sin el espacio suficiente, un diseño puede correr el riesgo de resultar demasiado recargado visualmente para que su público lo entienda.

El espaciado puede separar objetos o unirlos. Un espaciado estrecho entre elementos visuales transmite que tienen una fuerte relación, mientras que un espacio más amplio comunica que están menos relacionados. Cuando rodeas un elemento visual con espacio, se está enfatizando su importancia, pero el espacio también puede sugerir soledad y aislamiento.

El espacio positivo es el que ocupan los elementos visuales en los que el diseñador quiere que se centre el público. El espacio negativo se refiere a todo lo

demás, incluido el fondo. Muchos diseñadores cometen el error de centrarse solo en la creación de un espacio positivo, pero un espacio negativo organizado es igual de esencial para una composición cohesiva y visualmente interesante. Si prestas atención a la forma en que el espacio negativo afecta a tu diseño, podrías elevar tu proyecto de aficionado a profesional.

IMÁGENES

Ya sea que los diseñadores gráficos utilicen fotografías o ilustraciones, confían en las imágenes para captar la atención del público y expresar mensajes específicos. Una imagen funciona en varios niveles simultáneamente: proporciona un contexto para la comunicación del diseñador, añade el dramatismo o la acción necesarios y crea un ambiente general.

A la hora de incorporar imágenes a tu trabajo, es vital encontrar una imagen que cuente la historia adecuada y maximice el interés visual. Podrías elegir una imagen con muchos contrastes de colores y texturas, que ofrezca a los espectadores un festín visual para mantener el interés del público. O podrías destacar una parte concreta de una imagen para transmitir el lugar en el que se centra la mayor parte de su atención.

Las imágenes son quizás las herramientas visuales más impactantes de la comunicación. Si utilizas su poder a tu favor, tu trabajo transmitirá más de lo que creías posible.

CONCLUSIÓN

Todos los elementos del diseño nos sirven para crear cualquier forma o diseño, en el cual cada elemento visual es necesario para crear una imagen que pueda transmitir un mensaje que sea memorable para atraer la atención de las personas.

