

DISEÑO PUBLICITARIO EMPRESARIAL COMO ASIGNATURA PARA LOS ESTUDIANTES CON EMPRESAS EN LA MEDIA TÉCNICA

Tengo 26 años, soy Licenciado en Diseño Tecnológico de la Universidad Pedagógica Nacional, técnico laboral en Diseño Gráfico de Unidades técnicas de Colombia, estudiante de una especialización en informática y telemática en la Fundación universitaria del Área Andina y actualmente, docente de la Gobernación de Cundinamarca en la Institución Educativa Departamental de Cundinamarca de Zipaquirá, que desde 1995 forma jóvenes empresarios con su especialidad técnica en gestión empresarial. Llegué a la institución en el año 2006; allí se desarrollaba la parte técnica con cuatro asignaturas, procesos mentales, visión empresarial, práctica empresarial y teoría empresarial. Se hacía entonces un énfasis principal en la generación y administración de empresas, estudios de mercado, desarrollo de productos, generación de planes de negocio y estrategias de producto, precio y plaza, entre otros aspectos fundamentales propios de la gestación y permanencia de cualquier empresa en el mercado; ítems que han servido para resaltar la institución a nivel municipal, departamental y nacional, obteniendo reconocimientos tanto del sector público como del privado.

A pesar de lo anterior y teniendo como precepto al mejoramiento continuo, visualicé un gran problema con las empresas de la institución y era que la imagen corporativa de las mismas era muy limitada, los nombres de las empresas eran poco llamativos, el slogan en no generaba impacto, unidades gráficas inexistentes para su comunicación visual, colores corporativos no definidos, no existían lineamientos para el diseño y maquetación de las composiciones gráficas de las empresas, y lo más importante, no se tenían en cuenta las características del público objetivo para el que se desarrollaban los productos de la empresa en el proceso creativo de su imagen corporativa.

De ahí surge la necesidad de desarrollar el proyecto que quiero compartir no sólo con ustedes sino con todas las instituciones del país con especialidad técnica en gestión empresarial.

En sólo 15 días del mes de Enero del año 2006 desarrollé y presenté a la comunidad educativa la propuesta de modificar el PEI del colegio al incluir al Diseño Publicitario Empresarial como nueva asignatura en la institución, dirigida a los estudiantes de 10° y 11°; claro está, basándome y sustentando el hecho de que en una empresa la imagen corporativa está compuesta de muchos elementos que de manera conjunta o independiente cumplen una misma función, acentuar y solidificar gráficamente a la empresa frente a la competencia para que los usuarios o clientes de la misma la identifiquen y recuerden de forma clara sus características y valores. La propuesta fue aprobada y desde Febrero del 2006 hace parte del horario de los estudiantes con una intensidad de dos horas semanales.

La asignatura tiene como eje curricular la Distinción de problemas grupales e individuales relacionados con la comunicación visual que son objeto de soluciones creativas, innovadoras y atractivas para el público objetivo al que van dirigidos; todo para que el estudiante reconozca la importancia del proceso de construcción y el resultado final de la imagen corporativa en su empresa con base en lo visto en clase tanto a nivel teórico como práctico.

El programa está diseñado para que pueda ser implementado exclusivamente en la media técnica con especialidad en gestión empresarial.

Cabe resaltar que todos los temas vistos durante los dos años que dura la asignatura con los estudiantes tienen una relación directa y deben su razón de ser al desarrollo del proyecto central de la asignatura que es el Manual de Identidad Visual Corporativa de la empresa, documento donde se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía.

Los contenidos a tratar comienzan con el capítulo del Origen físico de la luz y el color, donde de forma muy sencilla pero completa se explica el principio físico de funcionamiento del ojo humano y

cómo se relaciona con los fenómenos ondulatorios del espectro visible como reflexión, refracción, dispersión y difracción de la luz, para que el estudiante comprenda la forma como los humanos reconocemos los colores, tamaños, formas y las distancias.

Luego, sigue el capítulo de la teoría del color, con todos los conceptos que contiene, como la síntesis aditiva y sustractiva del color, armonía entre colores, reconocimiento de escalas cromáticas, propiedades del color, contrastes, colores primarios, secundarios, terciarios y complementarios, definición de colores cálidos, fríos, claros, oscuros, pasteles, tierra, etc.; todo con el fin de aplicar estos conocimientos en el diseño del Manual de identidad Visual Corporativa de cada empresa. Este capítulo va de la mano con el de psicología del color, donde se analiza el efecto del color sobre la percepción y la conducta humana y así reconocer cuáles aplicar, en qué cantidad, dependiendo del público objetivo para el que van dirigidos los productos de la empresa.

Obviamente, se deben explicar los componentes de la imagen corporativa de cualquier entidad y dejar claro el proceso de construcción del Manual de Identidad Visual corporativa con sus respectivos puntos, como los criterios de creación de la marca, disposición de los elementos de la misma, colorimetría corporativa y de la marca, usos correctos e incorrectos de la imagen corporativa, piezas publicitarias, diseño del stand de la empresa, tipografía corporativa, etc.

La representación gráfica de elementos con volumen se evidencia en el capítulo de Dibujo técnico, aquí se hace énfasis especial en las proyecciones, métodos de acotado y normas básicas para la presentación de los planos de la empresa.

El estudiante en este nivel, debe tener clara la utilidad de los contenidos vistos para el beneficio de la imagen de su empresa, pero si no sabe organizarlos entonces se puede generar un “conflicto visual” donde las composiciones gráficas no tendrían el impacto esperado en el cliente; por tal razón se hace necesaria la utilidad del capítulo de diagramación editorial y/o maquetación para mostrarle al estudiante con ejemplos, y ejercicios la forma correcta de aprovechar los espacios y los pesos visuales en las composiciones gráficas teniendo como referencia principal los conceptos relacionados con el diseño editorial de periódicos, libros y revistas, vislumbrando qué elementos llaman más la atención y en resumen, cómo quiere que el cliente vea el mensaje en lo que se está diseñando.

No es necesario que los estudiantes sean dibujantes para el desarrollo de su imagen corporativa, simplemente se pone a prueba su creatividad al realizar sus entregas previas de todos los diseños a mano, empleando lápiz, colores y hojas en blanco para mostrar la idea que tiene en mente; luego, estos borradores se evalúan teniendo en cuenta la aplicación de los conceptos vistos. Si son aprobados estarán listos para la segunda fase, ser digitalizados. En la institución se emplea el paquete Corel para pasar las ideas del papel al computador; principalmente se usa el programa Corel Draw y Corel Photopaint.

Es conveniente acotar que de forma paralela al desarrollo de los contenidos; en el capítulo de Comunicación y manejo de la información se enseña el manejo progresivo, por niveles de dificultad de los programas informáticos nombrados anteriormente.

No todo ha sido color de rosa, poco a poco se ha mejorado el panorama, comenzar de cero no es fácil, pero se ha ido cambiando la infraestructura tanto del programa de la asignatura como en las salas de informática; en el 2006 para explicar el manejo de Corel Draw 9 a los 45 estudiantes que tenía cada curso en promedio, utilizaba 5 computadores solamente con el programa, la causa, tecnología obsoleta. Hoy en día se trabaja con 17 computadores fruto de un premio que se ganó la institución, pero que no podemos aprovechar al 100% porque la sala se comparte con la primaria; trabajamos con Corel Draw X3 (penúltima versión existente en el mercado) ya que los computadores actuales lo permiten.

El programa de la asignatura también ha ido evolucionando en estos 3 años a medida que se va evidenciando la necesidad de nuevos contenidos, por ejemplo, en el 2006 el capítulo de diagramación editorial y/o maquetación no existía, la experiencia del primer año fue la que mostró su importancia.

Los métodos de evaluación se resumen a sustentaciones de las entregas a mano con base en los conceptos vistos en clase, desarrollo de ejercicios prácticos individuales y grupales en el computador, donde el estudiante demuestra su avance en el manejo de Corel Draw, la revisión de trabajos escritos producto de la investigación extraclase y la entrega final de composiciones gráficas digitales terminadas, si son aprobadas pasan a la fase de impresión.

Gracias al nivel de exigencia y compromiso por parte del equipo estudiantes-profesor, ya hay resultados visibles fruto del trabajo constante, entre ellos puedo nombrar los siguientes: Se ha obtenido un mayor reconocimiento de la comunidad local hacia las empresas de la institución, desarrollo de la imagen corporativa de las empresas con bases teóricas fundamentadas, reflejadas en alrededor de 80 manuales de identidad visual corporativa, desarrollados hasta la fecha por las empresas en estos 3 años, diseño de imagen corporativa competitiva con empresas externas a la institución, como por ejemplo Industrias MAJO (Prom 2007), que ganó el premio "Provócate" por Cundinamarca, compitiendo con empresas tanto del sector público como del sector privado; reconocimiento de cambio en la comunicación visual de las empresas por parte de la comunidad educativa, generación de perspectivas de estudio y trabajo para los egresados en el campo del diseño gráfico, publicitario y desarrollo de imagen corporativa para empresas particulares.

La proyección de la propuesta es grande, ya que mi trabajo de grado en la especialización que estoy haciendo se basa en reunir en un solo sitio la información pertinente a los apoyos educativos, contenidos, programaciones, noticias, eventos, guías, ejercicios e hipervínculos a sitios virtuales específicos con los temas de Diseño publicitario empresarial, para que ese sitio sirva como apoyo para los estudiantes de décimo y undécimo de la Institución Educativa Departamental de Cundinamarca, y de esta forma ser utilizado como referencia directa en los procesos de investigación y recolección de información tanto en la clase como fuera de ella. A futuro será una biblioteca virtual para que las instituciones que tengan este énfasis en gestión empresarial puedan tener en cuenta esta experiencia para aplicarla en su PEI.

Me despido agradeciendo la oportunidad de compartir esta experiencia, es algo muy valioso para mi institución y para la persona que está redactó estas líneas.