



JUSTIFICACIÓN DE LOGOTIPO
GUANAJUATO NOS UNE
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL



**GUANAJUATO
NOS UNE**
CONGRESO DEL ESTADO

IMAGOTIPO



ISOTIPO

**GUANAJUATO
NOS UNE**
CONGRESO DEL ESTADO

LOGOTIPO

JUSTIFICACIÓN

El imagotipo del Congreso del Estado surge con la necesidad de dar una identidad única y moderna al Poder Legislativo, y que al mismo tiempo brinde un mensaje de unidad y dinamismo.

Pretende permanecer más allá de los 3 años que dura cada Legislatura, y ser un referente a la institución que es el Congreso del Estado de Guanajuato.

El isotipo está compuesto por una abstracción de 5 vírgulas, representando con esto el diálogo que se da entre las Representaciones y los Grupos Parlamentarios, y la idea de que todos ellos buscan un mismo propósito, que conservan su autonomía, identidad e ideologías, pero sabiéndose parte de un sistema mayor.

GUANAJUATO
NOS UNE
CONGRESO DEL ESTADO

LOGOTIPO

Para la parte tipográfica se usó una fuente con trazos modernos y vanguardistas:

Museo.

Destacan las palabras “NOS UNE”, que es el propósito de las 3 funciones de las legisladoras y los legisladores:

Unir fuerzas, lograr diálogos, fusionar ideas y propuestas en pro de los guanajuatenses, dejando de lado las diferencias de colores, trabajando todos como uno solo.



VENTAJAS

La principal ventaja que ofrece es que el Congreso del Estado tenga una imagen propia, es lograr la permanencia del concepto de unidad en la mente de los guanajuatenses.

Conseguir que cuando se muestre la imagen, los ciudadanos puedan hacer una relación de ella con el Congreso y las diputadas y los diputados, incluso si aparece únicamente el isotipo!

Este propósito se conseguirá si damos presencia y frecuencia de la imagen en todos los medios gráficos posibles.

Otra gran ventaja es que la imagen lleva más de un año posicionándose en productos publicitarios y que no es un elemento nuevo, la gente ya la conoce.

DESVENTAJAS

La principal desventaja que presenta el diseño, es que no se representan todas las representaciones y grupos parlamentarios de la actual Legislatura.



**GUANAJUATO
NOS UNE**
CONGRESO DEL ESTADO

3. Evaluación de material de campaña

3.1 Evaluación del logotipo “Guanajuato nos une”

Los asistentes a los mini grupos de enfoque muestran aceptación al logotipo actual del Congreso del Estado de Guanajuato. Hay que recordar que los logotipos tratan de resumir la personalidad de una marca, en este caso no se observa una asociación afectiva de ningún tipo hacia la iconografía utilizada.



“Está bonito”

“Me gusta”

“Tiene a todos los colores de los partidos”

“Yo lo había escuchado”

“Es unión”

Calificación: 8.75

3.2 Alternativas de fondo del logotipo “Guanajuato nos une”

En cuanto a la evaluación del fondo del logotipo, los entrevistados se inclinaron visiblemente por el fondo negro, el cual desde su punto de vista hacía resaltar más el logotipo.

Fondo negro



“Me gusta más el fondo negro”
“Resalta más el logo”
“Definitivamente el negro”
“Se ven mejor los colores”

Fondo verde



“Me cansa la vista”
“No me gusta el fondo”

3.3 Observación en tendencias de logotipo

De acuerdo a nuestra experiencia, los logotipos con letras minúsculas suelen ser más amigables y cercanas al público en general, mientras que los logotipos con letras mayúsculas son asociadas a empresas antiguas y poco dinámicas. Nuestra recomendación es que se debe considerar el utilizar letras minúsculas en el logotipo actual.



3.4 ¿Qué significa la palabra legislar”

Se observó que las personas entrevistadas (todas ellas con escolaridad promedio mayor a preparatoria), mostraron problemas para definir el significado de Legislar. Esto significa que la palabra puede resultar complicada de entender si es elegida como idea central en una campaña de comunicación.

Legislar

“Sacar alguna ley”

“No se que signifique”

“Sé lo que es un legislador, pero no se qué es legislar”

“Es como trabajar para un diputado”

“Sacar las necesidades del pueblo”

“Es promover leyes”

“Es como.... Autorizar ciertos proyectos ”

“Ni idea”

3.5 Evaluación de conceptos

Se evaluaron 4 frases, las cuales se les leyeron a los participantes y estos las calificaron y las rankearon. Las frases que se evaluaron fueron las siguientes:

Legislamos para ti

Los diputados del estado legislamos para ti

Construyendo un mejor Guanajuato

Legislando

3.6 Menciones espontáneas de frases

Legislamos para ti	“Se oye bien bonito el que te dicen que es para ti” “¿Quiénes?” “No se que significa legislar”
Los diputados del Estado legislamos para ti	“Es más clara” “Ya se quien está legislando por mí” “Te sientes tomado en cuenta”
Construyendo un mejor Guanajuato	“Se oye muy bien” “Es entendible” “Se está haciendo algo”
Legislando	“¿Qué estas haciendo?” “Gobernando” “Trabajando”

3.7 Ranking de frases

La frase mejor evaluado fue “construyendo un mejor Guanajuato” seguida por “los diputados del estado legislamos para ti”. Destaca que la frase que no tiene la palabra legislar es la que muestra una mayor aceptación.

Construyendo un mejor Guanajuato	8.50
Los diputados del estado legislamos para ti	8.00
Legislamos para ti	7.37
Legislando	6.75

3.8 Frases alternas

Como se mencionó en apartados anteriores, el término legislando no es un término fácil de entender, por lo que es lógico que la única alternativa que no llevara esta palabra tuviera una mayor aceptación.

Recomendamos considerar algunas frases que de manera espontánea salieron en los min grupos de enfoque tales como:



“Haciendo leyes”



“Aprobando leyes”



“Trabajando en leyes”

3.9 Imágenes evaluadas



“Es una imagen tierna”
“Me agrada”
“No se quién le está dando la flor a quién”
“Me gustaría que fuera realidad”



“¿Esos qué?”
“Son turistas, no son guanajuatenses”
“Andan de paseo”



“Me gusta la familia”
“Se ven muy tiernos”
“Están felices”
“Tienen sueños”

3.10 Ranking de imágenes

Las imágenes con mayor calificación fueron la de la familia con el bebé y la niña entregando flor al policía. Existen calificaciones similares entre ambas imágenes, mientras que la de las mujeres haciendo turismo mostró menor aceptación.



Calificación: 8.50



Calificación: 8.50



Calificación: 7.25

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones y recomendaciones

Existe un sentimiento de hartazgo sobre los mensajes de partidos políticos, esta situación afecta a la credibilidad del mensaje de las instituciones públicas en sus campañas.

Se observó que la mayoría de los participantes en el estudio muestran poco conocimiento de las actividades y labores de un diputado local, esto es, no hay posicionamiento de labores.

Los asistentes entrevistados, perciben al Congreso del Estado de Guanajuato como un hombre robusto y con cualidades personales alejadas del agrado de la ciudadanía

El logotipo de “Guanajuato nos une” es bien visto y aceptado por los entrevistados, los colores y su mensaje son adecuados, aunque se recomienda considerar una tipología en minúsculas.

4.1 Conclusiones y recomendaciones

No existe conocimiento de lo que significa la palabra legislar, por lo que elaborar un mensaje con este verbo resulta poco aceptado.

Se sugiere que se consideren alternativas de la palabra legislar por conceptos que fluyeron de manera espontánea en los mini grupos de enfoque.

La frase de “Construyendo un mejor Guanajuato” fue la más aceptada.

Las imágenes donde aparecen familias y niños, son los más aceptados por parte de los entrevistados, es probable que existe una mayor proyección de la población con estos conceptos. Se sugiere usar estas imágenes durante la campaña..

5. Perfil del participante en los mini grupos de enfoque

Perfil del participante en los grupos de enfoque

Se seleccionó un segmento de la población mexicana que es muy numeroso y representativo en este tipo de estudios: los niveles socioeconómicos D+ y C-, los cuales fueron determinados de acuerdo a la regla 8x7 de AMAI. Además se procuraron grupos heterogéneos con diversidad de actividades y equidad de género. Los grupos estuvieron compuestos por:

Celaya

Claudia, venta por catálogo
Edna, ama de casa
Fabiola, salón de belleza
Rosa, venta de comida
Felipe, empleado
Jorge, chofer
Daniel, músico
Enrique, estilista

Salamanca

Norma, ama de casa
Bárbara, demostradora
Ramiro, mesero
Carlos, obrero de PEMEX
Oscar, carnicero

León

Josefina, vende comida
Olivia, empleada
Eleazar, operador
Genaro, taller de aire acondicionado
David, oficinista
Jesús, Chofer de taxi