

4. Auditoría Estratégica de la Identidad Institucional

En ésta última etapa se planificó un *Control de la Aplicación del Manual*, una *Evaluación de las Respuestas del Público Interno*, un *Asesoramiento Correctivo* y una *Evaluación final de los Resultados*.

Debido a la crisis político-social-económica de finales del 2001, el Gobierno del Neuquén redujo su estructura organizacional, afectando los resultados obtenidos en la **Reglamentación de la Imagen Institucional**. Esta situación demandó al Estudio la aplicación de la tarea control q) *Asesoramiento Correctivo* en la cual fueron reformulados de los resultados de las tareas l) *Normatización de los Logotipos de las Dependencias del Gobierno*, m) *Definición de la Papelería* y n) *Creación del Manual*.

Las tareas o) *Control de la Aplicación del Manual* y p) *Evaluación de las Respuestas del Público Interno* no debieron ser ejecutadas ya que en la tarea ñ) *Distribución y Aplicación del Manual* el Gobierno no ha efectuado por el momento la total aplicación de su nueva Identidad Visual.

La Auditoría Estratégica de la Identidad Institucional de la marca finalizó el Estudio el 15 de Abril de 2002.

El Estudio ha creado las bases para que el Estado neuquino desarrolle y administre con profesionalismo y eficiencia una identidad visual moderna de su marca.

La implementación de los resultados del Estudio ha sido gradual. El Gobierno del Neuquén ha decidido aplicar el Escudo Oficial en diversas campañas publicitarias y en sus nuevas páginas web. Por el momento no ha puesto en marcha los Logotipos y la Papelería Oficial por encontrarse a la espera del tiempo oportuno para que el Sr. Gobernador decrete su aplicación debido al impacto del mismo en los públicos internos y en la comunidad.

Tec. Javier Prior



INFORME FINAL (síntesis)

El 02 de Junio de 2001 la asistencia técnica al Gobierno del Neuquén inició sus actividades. Esta consistió en la investigación de las comunicaciones del Poder Ejecutivo de la Provincia del Neuquén y su estudio semiótico, con el que se diseñó la nueva Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén definiendo su uso en un Manual. El Estudio fue realizado en 4 etapas.

1. Análisis Situacional

En esta primer etapa se averiguó en qué contexto se encontraba la Organización y cuál es el perfil que los funcionarios del Gobierno han proyectado para la Provincia.

2. Estudio Semiótico de la Identidad Organizacional.

Consistió en la segunda etapa del Estudio y su propósito fue dirigir el sentido de los discursos del Gobierno para que la Imagen Institucional fomentada sea análoga al posicionamiento pretendido por el Gobierno.

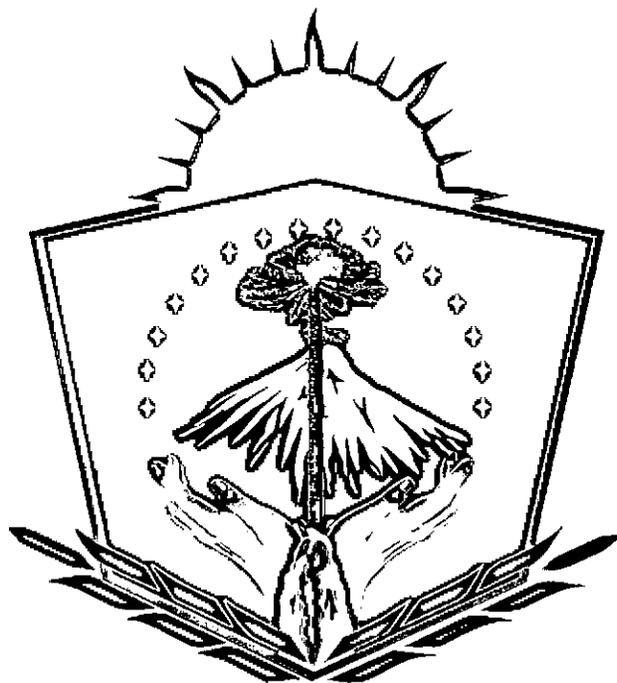
Este se inició con el **Estudio Semiótico del Escudo de la Provincia del Neuquén**, del cual se obtienen como resultado los conceptos que generan la Identidad del Gobierno (Conceptos Diferenciadores) y su articulación en el nivel axiológico (Valores de Base de la Identidad Institucional). Los valores de base fueron ubicados en el Mapa Semiótico de los Valores en el **Estudio Semiótico del Discurso del Gobierno del Neuquén** con el que se definieron sus características articulando los valores de base en el nivel narrativo (Estructura Narrativa de la marca). Estos estudios semióticos constituyeron la esencia de la asistencia técnica.

3. Reglamentación de la Imagen Institucional

En la tercer etapa los valores de base adquirieron forma en una nueva Identidad Visual para el Gobierno del Neuquén. En esta etapa se definieron las **Normas de Construcción** de los principales símbolos provinciales, la nueva **Identidad Visual** del Gobierno (Colores Institucionales, Logotipos del Gobierno, Papelería Oficial) y la **Presentación** de la nueva Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén (Manual).

0/4.320
P29

46645



Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo Provincial del Neuquén

El presente documento forma parte del Informe Final solicitado por el CFI sobre el Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo (en adelante el Estudio). En éste se presentan los resultados obtenidos con la asistencia técnica al Gobierno del Neuquén.

40645

Mi agradecimiento especial al
Ing. Rodolfo Lafitte por su apoyo
constante e incondicional

Indice

Capítulo 1. Introducción	5
1. Objetivo del Estudio	5
2. Etapas, Tareas y Actividades del Estudio	5
Capítulo 2. Análisis Situacional	7
1. Investigación Exploratoria	7
2. Informe Preliminar	8
Análisis del Mercado Total	8
Información del Escudo y de la Bandera del Neuquén	14
Hábitos y Actitudes del Uso del Escudo	20
Diagnóstico de la Situación Actual	21
3. Definición del Público Objetivo	22
Público Interno	22
Público Externo	23
4. Posicionamiento Pretendido	23
5. Informe Situacional	23
Capítulo 3. Estudio Semiótico de la Identidad Organizacional	24
1. Referencias Teóricas	25
La Semiótica	25
Recorrido Generativo de la Significación	27
El Metalenguaje	28
El Mapa Semiótico de los Valores de las Marcas	29
2. Estudio Semiótico del Escudo de la Provincia del Neuquén	37
Introducción	37
El Escudo	38
Los Elementos del Escudo Neuquino	54
3. Estudio Semiótico del Discurso del Gobierno del Neuquén	72
Introducción	72
Posicionamiento de la Identidad del Gobierno	74
4. Principales Conclusiones	80
Conceptos Diferenciadores y Valores de Base	81
Posicionamiento en el Mapa Semiótico	82
Definición de las Características del Discurso de la Organización	83
Capítulo 4. Reglamentación de la Imagen Institucional	84
1. Normatización de los Símbolos Provinciales	84
Estudio de Diseño Gráfico del Escudo del Neuquén	85
Normatización del Escudo Oficial	98
Estudio de Diseño Gráfico de la Bandera Provincial	103
2. Definición de los Colores Institucionales	109
Definición del Código Cromático	110
Definición de los Colores Institucionales	112
Capacitación Intensiva	124

3. Normatización de los Logotipos de las Dependencias del Estado	125
Auditoría Estratégica de los Logotipos del Gobierno	126
Estudio de Integración Visual	128
Aplicación de la Imagen Institucional	147
4. Definición de la Papelería Oficial	153
Estudio de Diseño Gráfico de la Papelería Oficial	154
5. Creación del Manual	181
Estructuración de los Contenidos	183
Diagramación y Diseño Gráfico del Manual	186
Publicación del Manual	187
Creación de los Cds de Uso General y Profesional	188
6. Distribución y Aplicación del Manual	191

Capítulo 5. Auditoría Estratégica de la Identidad Institucional 193

1. Asesoramiento Correctivo	194
Evaluación del Impacto por la Reestructuración del Gobierno	195
Rediseño del Logotipo del Gobierno del Neuquén	196
Rediseño de la Papelería Oficial	202
Rediseño del Manual	208
2. Evaluación Final de los Resultados	210
Conclusiones Finales del Estudio	210

Apéndice. Fuentes de Información del Estudio 212

i. Fuentes del Análisis Situacional	212
ii. Fuentes del Estudio Semiótico del Escudo	212
iii. Fuentes del Estudio Semiótico del Discurso del Gobierno	214

1. INTRODUCCIÓN

El 02 de Junio de 2001 la asistencia técnica al Gobierno del Neuquén inició sus actividades. Esta consistió en la investigación de las comunicaciones del Poder Ejecutivo de la Provincia del Neuquén y su estudio semiótico, estudio de base con el que se diseñó la nueva Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén y se definió su uso en un Manual. La utilización de las normativas encuadradas dentro del Manual fortalecerá la Identidad Organizacional del Poder Ejecutivo generando un sentido de pertenencia mayor en su público interno y por proyección en su público externo.

El Estudio pretende ubicar al Gobierno del Neuquén en una perspectiva de modernidad, coincidente con la concepción de Reforma del Estado impulsada por la actual gestión de gobierno del Sr. Jorge Omar Sobisch, reglamentando su estructura narrativa para favorecer la Significación direccionada con un mismo discurso.

1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO

El Estudio tiene por objetivo *"Identificar, Analizar, Normalizar y Auditar los signos que integran la estructura de significación del discurso enunciado que el Poder Ejecutivo de la Provincia de Neuquén comunica a su público interno, para Crear una Estructura Narrativa de Base efectiva, que unifique el mensaje/discurso enunciado,"*

La asistencia logró el Objetivo propuesto fuera de los plazos establecidos (seis meses de ejecución) debido a causas externas al Estudio (crisis política-social-económica del 2001).

1.2. ETAPAS, TAREAS Y ACTIVIDADES DEL ESTUDIO

La asistencia técnica fue organizada en su planificación en Etapas, Tareas y Actividades.

El Estudio fue realizado en 4 etapas y 19 actividades en total.

La primer etapa consistió en el **Análisis Situacional** (o Briefing) del Gobierno del Neuquén.

En esta etapa se efectuaron las tareas **a) Investigación Exploratoria, b) Informe preliminar** (o

Brief primario), c) *Definición del Público Objetivo* (o Target), d) *Posicionamiento Pretendido* y e) *Informe Situacional* (o Brief) con los resultados alcanzados en las tareas de esta etapa.

La segunda etapa consistió en el **Estudio Semiótico de la Identidad Organizacional** y sus tareas fueron: f) *Identificación de los Conceptos Diferenciadores* del Gobierno del Neuquén, g) *Fundamentación de su Identidad Organizacional* (Valores de Base), h) *Posicionamiento en el Mapa Semiótico* (o Mapping de los Valores) y por último i) *Definición de las Características del Discurso de la Organización*.

Luego de obtener la estructura narrativa del Gobierno (a nivel axiológico y narrativo), en la tercer etapa **Reglamentación de la Imagen Institucional**, los valores de base adquirieron forma en las tareas j) *Normatización de los Símbolos Provinciales*, k) *Definición de los Colores Institucionales*, l) *Normatización de los Logotipos de las Dependencias del Gobierno*, m) *Definición de la Papelería*, n) *Creación del Manual* y ñ) *Distribución y Aplicación del Manual*.

La última etapa consistió en la **Auditoria Estratégica de la Identidad Institucional**. En ésta se planificó un *Control de la Aplicación del Manual* (tarea o), una *Evaluación de las Respuestas del Público Interno* (tarea p), un *Asesoramiento Correctivo* (tarea q) y una *Evaluación final de los Resultados* (tarea r).

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

La primer etapa del Estudio fue de investigación, se inició el 2 de Julio de 2001 y culminó el día 31 de ese mes.

El objetivo del Análisis Situacional fue averiguar en qué contexto se encontraba la Organización y cuál es el perfil que los funcionarios del Gobierno han proyectado para la Provincia. Estas informaciones son el punto de partida del Estudio y fueron utilizadas por el Estudio Semiótico de la Identidad del Gobierno de la Provincia del Neuquén.

Para alcanzar la meta planteada se efectuaron entrevistas, sondeos de opinión y auditorías que recopilaron la información necesaria para la realización del denominado Brief o Informe Situacional. Esta tarea es denominada por el Estudio como *Briefing*.

2.1. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

La primer tarea del Estudio fue de *Investigación Exploratoria*. Esta se ejecutó del 2 al 13 de Julio de 2001. Su finalidad consistió en realizar un relevamiento de todas las comunicaciones (internas y externas) que el Poder Ejecutivo ha emitido y los mecanismos de creación de éstas.

Mediante entrevistas a empleados y funcionarios públicos del Poder Ejecutivo de distintas áreas (Ministerio de Gobierno y Justicia, Ministerio Jefatura de Gabinete) se precisaron aspectos sobre el uso y creación de sus discursos, vislumbrándose la necesidad de obtener las normativas legales que fundamentan la utilización del escudo y la bandera de Neuquén.

A partir de allí, se recopilaron todas las normativas referidas a la confección de las comunicaciones internas (Decreto provincial N° 1449/00, Reglamento para la elaboración de proyectos de ley, decretos, resoluciones y disposiciones) y sobre el uso y tratamiento de la

Bandera (Ley provincial N° 1817) y el Escudo (Ley provincial N° 16) de la provincia del Neuquén.

Una vez finalizada la investigación sobre la forma en que los agentes usan los símbolos provinciales, se realizó un relevamiento de distintas comunicaciones internas (Boletín Informativo N° 345, Boletín Oficial N° 2722, Notas Administrativas), y externas (Programas de Trabajo 2000 del Centro PyME, Plan de Inversiones del COPADE) que el Poder Ejecutivo ha emitido.

2.2. INFORME PRELIMINAR

Las conclusiones del diagnóstico realizado en la Investigación Exploratoria fueron ordenadas y presentadas en formato de informe escrito incluido en el Primer Informe Parcial de la asistencia técnica. Esta tarea se inició el 9 de Julio de 2001 y finalizó el día 13 del mismo mes.

El objetivo de ésta fue organizar los datos recolectados para ser consultados en la ejecución de la segunda etapa.

Las informaciones y conclusiones del análisis de los datos recopilados en la tarea a (*Investigación Exploratoria*) son organizadas mediante las actividades de *Análisis del Mercado Total, Información del Escudo y la Bandera de Neuquén* y en *Hábitos y Actitudes del uso del Escudo*.

2.2.1. Análisis del Mercado Total

Como punto de partida de cualquier análisis posterior, es preciso identificar dónde se encuentra ubicado el Estado neuquino. Es por ello que se requirió una pequeña investigación

en cuanto a la *Composición del Mercado* donde opera el Gobierno de la Provincia, su *Posicionamiento en el Mercado* y las *Tendencias* que se avizoran en él.

Vale recordar que los datos presentados en este inciso corresponden a las informaciones obtenidas en la *Investigación Exploratoria* realizada del 2 al 13 de Julio de 2001.

COMPOSICION DEL MERCADO

La organización del Estado neuquino se encuentra operando (en el mes de Julio de 2001) en 3 mercados diferentes:

Mercado Internacional

Compuesto por todos los estados nacionales y empresas internacionales de América, Europa y Asia;

Mercado Nacional

Compuesto por los estados provinciales y empresas nacionales y regionales de la República Argentina;

Mercado Provincial

Compuesto por los estados municipales y las empresas de la provincia del Neuquén. Esta plaza constituye su ámbito natural (Mercado Natural) por ser su ámbito de gobierno.

POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

El Estado neuquino se encuentra bien posicionado en sus mercados

Mercado Internacional

El Gobierno de Neuquén recientemente fue organizador de un evento deportivo (Pre-Mundial de Básquetbol) que lo posicionó en el más alto nivel en el segmento deportivo. También está muy bien posicionado en los segmentos Paleontología, Turismo, Energía (Incluye Hidrocarburos) y Fruticultura.

Actualmente el Estado tiene trato comercial con varios países y empresas de América, Europa y Asia de los que se destacan:

- **Estados Unidos**

Paleontología (Fósiles de Saurios), Turismo (Ecoturismo, Turismo Termal, Turismo Deportivo), Energía (Exportación de gas licuado), Fruticultura (Exportación de Manzanas, Peras y sus derivados), Vitivinicultura (Acuerdo con California) y Tecnología (Acuerdo Microsoft).

- **Canadá**

Energía (Exportación de gas licuado) y Forestal (Acuerdo Plan de Manejo de Fuegos).

- **Brasil**

Fruticultura (Exportación de Manzanas, Peras y sus derivados), Energía (Exportación de gas licuado) y Turismo (Ecoturismo, Turismo Termal, Turismo Deportivo).

- **Chile**

Energía (Exportación de gas licuado), Turismo (Ecoturismo, Turismo Termal, Turismo Deportivo), y Transporte (Acuerdo Corredor Bioceánico).

- **España**

Energía (Acuerdo Repsol-YPF, Energía Eólica), Turismo (Acuerdo Desarrollo Termal de Copahue-Caviahue, Turismo Deportivo), y Fruticultura (Acuerdo Trabajadores Golondrina, Exportación de Manzanas, Peras y sus derivados).

- **Francia**

Energía (Exportación de Hidrocarburos), Vitivinicultura (Acuerdo de Desarrollo Vitivinícola de Añelo), Fruticultura (Exportación de Manzanas, Peras y sus derivados), y Turismo (Ecoturismo, Turismo Termal, Turismo Deportivo).

- **Corea**

Energía Nuclear (Exportación de Agua Pesada) y Turismo (Ecoturismo, Turismo Termal, Turismo Deportivo), Fruticultura (Exportación de Manzanas, Peras y sus derivados)

Mercado Nacional

Actualmente el Gobierno de la provincia del Neuquén se encuentra entre las provincias mejor administradas y que ofrecen mayores ventajas competitivas de las cuales se destacan:

- **Mayor Ingreso Promedio per Capita**

Es la tercer provincia con mayor ingreso promedio y es la provincia con mayor sueldo mínimo de estatales provinciales.

- **Menor Presión Tributaria**

Neuquén es la provincia de más alto nivel de cumplimiento del Pacto Fiscal de 1993. Es la primer provincia con el mínimo impuesto al Ingreso Bruto en las principales actividades económicas.

- ***Bajo índice de Desocupación***

Neuquén se encuentra, según los últimos registros, por debajo de la media nacional de desempleo.

- ***Mayor Exportación***

Neuquén es la principal exportadora de Hidrocarburos, Manzanas y Peras del país.

- ***Embajadora de Capitales Inversores Extranjeros***

El Gobierno de Neuquén propició el arribo de importantes capitales inversores para la Provincia y la Nación.

Mercado Provincial

El Gobierno del Neuquén posee un muy buen posicionamiento en su mercado natural. Existen varias razones de las cuales se pueden destacar:

- ***Programa de Descentralización Provincial***

El Gobierno de la Provincia del Neuquén ha implementado un Programa de Descentralización de los municipios (Plan Director) fomentando la autofinanciación de sus gestiones. Para ello realiza capacitaciones en gerenciamiento municipal y una asistencia técnica permanente.

- ***Aportes Coparticipables al día***

El Estado Neuquino mantiene sin déficit la distribución de sus aportes a los municipios dentro del marco de la Coparticipación Secundaria o Municipal.

- ***Déficit Cero***

El Estado neuquino está realizando un gran esfuerzo en su economía manteniendo un fuerte control en sus compras y compromisos para mantener equilibradas sus cuentas provinciales. Los sueldos de los

empleados públicos se encuentran sin recortes y el pago a los proveedores se mantienen con normalidad.

- **Promoción de PyMES**

Con la creación de una Red de Centros PyMES en toda la provincia, el gobierno neuquino impulsa el desarrollo de empresas locales mediante asistencia técnica y facilidades financieras e impositivas.

- **Promoción Compra Neuquino**

Mediante la creación de un Registro Único de Proveedores del Estado se promueve la compra de productos locales para cubrir su demanda. Esta estrategia es extensible a ámbitos no-gubernamentales mediante leyes y decretos que protegen a las empresas neuquinas.

- **Crecimiento del Consumo Interno**

La provincia ha experimentado un notable crecimiento en el consumo durante el último mes (julio '01) registrado en los grandes centros comerciales.

- **Diversificación de Actividades Productivas**

El Estado neuquino mediante su estrategia de Diversificación de la Producción Primaria genera polos de desarrollos productivos (mediante logros en el Mercado Internacional) que apoyan a las economías regionales y municipales.

TENDENCIA DEL MERCADO

El Gobierno neuquino prevé una notable recesión en el Mercado Nacional que afectará al Mercado Provincial debido al ajuste nacional y al recorte de los aportes recibido de Nación en concepto de Regalías y Coparticipación Provincial. Debido a este suceso, el planteo desde la alta conducción es el siguiente:

Mercado Internacional

Se prevé una fuerte estrategia de expansión en este Mercado mediante la explotación de Dinamizadores (Hidrocarburos-Energía, Fruticultura, Diversificación Productiva) para garantizar el ingreso de capitales no coparticipables (que sustenten el equilibrio fiscal y el desarrollo en sus otros dos mercados).

Mercado Nacional

Se promueve el consenso con aliados políticos (partidos provinciales, referentes de partidos nacionales) para la defensa de los derechos provinciales en los fondos coparticipables.

Mercado Provincial

Se realizará un riguroso Control de Gestión y una inflexión en su estrategia de Déficit Cero (manteniendo controlado el gasto público, congelando la masa salarial de los empleados públicos y fortaleciendo los proyectos productivos).

2.2.2. Información del Escudo y de la Bandera de Neuquén

Los datos prioritarios que fueron recolectados son aquí expuestos en forma sintética y ordenada.

A modo de síntesis podemos enunciar que el símbolo provincial más usado en los discursos del Gobierno del Neuquén es el Escudo provincial, motivo por el cual será objeto de los sucesivos análisis del Estudio. En tanto, el uso poco frecuente de la Bandera provincial, debido al exclusivo ámbito de uso (educativo y protocolar), no devendrá en profundos análisis.

ESCUDO PROVINCIAL DE NEUQUÉN

Las informaciones obtenidas del Escudo de la Provincia del Neuquén hacen referencia a su origen (Historia del Escudo), a su aspecto (Descripción del Escudo), a la interpretación de su Autor (Interpretación del Escudo) y a su posicionamiento en sus mercados (Posicionamiento teórico y práctico del Escudo).

Historia del Escudo

El escudo es el símbolo provincial que identifica y representa a la provincia del Neuquén desde el 25 de Febrero de 1958, creado por Mario Aldo Mástice, quien lo presentó (bajo el número setenta y dos) en el concurso convocado para tal fin por la Intervención Federal que administraba la Provincia en esos años.

Mástice pintó a mano alzada (en un principio) un original, el cual presentó en el concurso y fue premiado. Luego de haber ganado, pintó un segundo original, el cual fue adoptado como Escudo Oficial de la Provincia (mediante la sanción de la Ley provincial N° 16) y se encuentra en la Sala de Sesiones de la Honorable Legislatura Provincial del Neuquén, refrendado por los legisladores de 1958. Por último, y a pedido del Sr. Gobernador de ese entonces, pinta un tercer original que se encuentra, desde aquel año, en el despacho del Gobernador en Casa de Gobierno.

Con el paso del tiempo, Mástice recupera el primer original, el que se encontraba en muy mal estado (aseguró) en una escuela del interior de la Provincia.

Descripción del Escudo

Consiste en un escudo formado por un hexágono (irregular con simetría axial vertical) de color dorado. Sobre su vértice superior central nace un sol con 8 rayos

pequeños que se distribuyen de a dos entre 5 rayos grandes formando un semicírculo de color dorado. Sobre su vértice inferior central se encuentran dos ramos de laureles de color verde y contorno dorado (uno a la derecha y otro a la izquierda), con 3 pares de hojas y una centrada en la punta (en cada ramo). Los ramos de laureles tienen como eje los lados que nacen del vértice central inferior del hexágono.

En el Interior del hexágono se encuentra, en el centro y desde su base, una montaña en color azul, de pico truncado, inclinado hacia la derecha, que representa al volcán Lanin. Con su pico nevado en color blanco, presenta una geoforma similar a la de un triángulo.

El resto de la superficie del hexágono y de fondo, se encuentra el cielo de color celeste.

Sobre el Lanin y desde el vértice inferior central, surgen un par de manos juntas y abiertas, con las palmas hacia arriba, con los dedos ligeramente plegados de color naranja. De ellas nace un Pehuén en verde oscuro con contorno blanco, que sobrepasa la figura del Lanin y llega con su copa hasta el cielo. A los pies del Pehuén y entre las dos manos, surge un río de color blanco y celeste entre rocas de montaña. Sobre el Lanin y el Pehuén se encuentran formando un semicírculo 16 estrellas de 4 puntas (en forma de cruz) de color dorado que nacen sobre la figura del Lanin a la altura de los dedos de las manos formando con ellas un círculo.

Interpretación del Escudo (transcripción de la Ley provincial N° 16)

"Su forma moderna y estilizada y el equilibrio todo que trasunta su figura, es el sentir del siglo que vivimos, el adelanto y la superación. Los laureles y el sol, parte de nuestro Escudo Nacional, simbolizan el legado de gloria y libertad heredados de nuestros mayores y junto con el azul celeste y blanco, son testimonio de

argentinidad. La figura del Lanin, la más bella expresión de nuestra cordillera nevada, por la majestuosidad de su forma milagrosamente perfecta y por la imponente de su cúspide bravía, representa junto con el pehuén (nuestro árbol típico) el Neuquén de la leyenda y el indio, el del arcano telúrico, el de la historia nunca aprendida. Las dos manos en actitud de ofrenda dan sensación de la naturaleza, que pródiga dispensa sus dones a esta tierra del Neuquén, los extremos de sus dedos sostienen una diadema de dieciséis estrellas que corresponden a cada uno de los Departamentos que componen la Provincia, simbolizando con esta representación, su vida, sus afanes, su indivisibilidad y su venturoso provenir.

Por último, de entre sus palmas extendidas se desprende un río caudaloso, típico de montaña (como el Limay y el Neuquén), que sintetiza en su figura, el significado de impetuoso, fuerte y arrogante del vocablo araucano "Neuquén", así como el espíritu mismo de la Provincia que adoptó su nombre".

Posicionamiento teórico y práctico del Escudo

El posicionamiento del escudo provincial difiere en sus mercados y está directamente relacionado al volumen de comunicaciones que el Estado realiza en cada uno de ellos.

En teoría, en el **Mercado Provincial** tiene un posicionamiento óptimo, que decrece en el **Mercado Nacional** y es insignificante en el **Mercado Internacional**.

El *Posicionamiento Práctico* del escudo en el **Mercado Provincial** es de un alto nivel de identidad, producto de su continua utilización en las comunicaciones oficiales de gobierno.

En el **Mercado Nacional** su reconocimiento es bajo, siendo identificado por personas que realizan negociaciones con la Provincia o la han visitado. En tanto, en el **Mercado Internacional** el escudo no es reconocido. No obstante, el grafismo de la silueta de la división geográfica de la provincia (mapa de Neuquén) es muy reconocido en los dos últimos mercados.

BANDERA PROVINCIAL DEL NEUQUEN

Las informaciones obtenidas de la Bandera de la Provincia del Neuquén en la Investigación Exploratoria hacen referencia a su origen (Historia de la Bandera), a su aspecto (Descripción de la Bandera) y a la interpretación de su Autor (Interpretación de la Bandera)

Historia de la Bandera

La bandera de Neuquén fue creada el 31 de Octubre de 1989 por la ley provincial N° 1817 donde se declara como bandera oficial al diseño ganador del Concurso (decreto provincial N° 2766/89) convocado por el Poder Ejecutivo (decreto provincial N° 0563/89), y en la cual se expresa su disposición protocolar, reglamentando sus usos en actos y en edificios públicos provinciales y municipales.

El autor del diseño ganador fue (al igual que del escudo) Mario Aldo Mástice con el seudónimo "Ñancu".

Mástice diseñó la bandera de Neuquén con los colores de la bandera nacional (blanco y celeste) y los elementos más significativos del escudo provincial (Lanin, Cielo, Pehuén, Estrellas y Laureles) a los que debió sumar por pedido del Sr. Salvatori (Gobernador de la provincia en 1989) la flor estrella federal, la cual colocó entre los laureles.

Descripción de la Bandera

La bandera del Neuquén está diseñada sobre la base de la bandera nacional, pero con la diferencia de que las bandas son verticales en lugar de horizontales

Consiste en un rectángulo horizontal, el cual está dividido (verticalmente) en tres partes o bandas iguales de color blanco la central y celeste las dos laterales. En el centro y formando un semicírculo, se encuentran 16 Estrellas de 5 puntas de color dorado que, junto a dos Ramos de Laurel de color verde y borde dorado, forman un círculo. Los Ramos de Laureles están formados por 3 pares de hojas. Entre los dos Ramos de Laurel y en el centro inferior, se encuentra una Estrella Federal de color rojo y borde dorado. Sobre ella y en el centro del círculo, un Pehuén simétrico de color verde oscuro, divide verticalmente al círculo en dos partes iguales. De fondo del círculo, el Cielo de color celeste es recortado por el Lanín formado por un triángulo de color blanco.

Interpretación de la Bandera (transcripción de la Ley prov. N° 1817)

“Basándose en los Fundamentos y Filosofía del Proyecto para el diseño de la Bandera Provincial el autor ha querido plasmar lo más representativo del Escudo del Neuquén, en un dibujo simple de fácil interpretación y reproducción, habiendo buscado al mismo tiempo una forma simétrica total de igual visualización de una u otra cara.

- Las tres bandas verticales, dos azul celeste y una blanca, simbolizan el sentimiento de pertenecer y protagonizar al País que Neuquén integra con auténtico sentido de federalista.
- En el eje de la banda central la silueta estilizada pero inconfundible del Pehuén perfila la personalidad Neuquina y su lucha incansable por un futuro mejor.

- A sus pies (y como vértice de apoyo y equilibrio de toda la figura), una estrella federal que brotando de la tierra misma, es raíz florecida de nuestro espíritu federal.
- El Lanin con su forma milagrosamente perfecta, señala en el vértice agudo de su cima al azul del cielo, expresando la potencialidad y vocación de grandeza del Neuquén.
- Los laureles en la base significan gloria, libertad y paz, mientras que la diadema de estrellas completando el círculo habla de la unión de los neuquinos en los 16 Departamentos que integran la Provincia en una comunidad de ideas y sueños acunados bajo el mismo firmamento.

2.2.3. Hábitos y Actitudes del Uso del Escudo

El escudo es usado por 4 grandes grupos de públicos:

Público Estatal

Incluye a todos los empleados del Estado provincial. Emplean diariamente la imagen del escudo que poseen en sus equipos informáticos para la producción de sus comunicaciones internas. Las imágenes del escudo son provistas por el área informática del Estado. La conducta del uso del escudo es Formal e Irracional.

Público Gráfico

Incluye a los proveedores de artes gráficas del Estado. Emplean la imagen del escudo bajo demanda del Público Estatal, para la confección de comunicaciones internas y externas. Las imágenes del escudo son provistas por el público estatal o

son diseñadas por ellos mismos rigiendo sus propios criterios. La conducta del uso del escudo es Informal y Racional.

Público Educativo

Incluye a los estudiantes de los niveles inicial, primario, secundario y universitarios o terciarios de Neuquén. Emplean ocasionalmente la imagen del escudo para realizar actividades curriculares o relacionadas con festividades provinciales. Las imágenes del escudo son provistas por el público estatal o adquiridas de publicaciones educativas. La conducta del uso del escudo es Informal y Racional.

Público General

Incluye a los habitantes de la provincia del Neuquén. Emplean la imagen del escudo con muy poca frecuencia con fines diversos. Las imágenes son provistas por el público gráfico o son diseñadas por ellos mismos rigiendo sus propios criterios. La conducta del uso del escudo es Informal e Irracional.

2.2.4. Diagnóstico de la Situación Actual

Finalizado el Análisis Situacional se arriba al siguiente diagnóstico:

El **Público Estatal** utiliza el escudo diariamente como un ícono que implica el carácter de oficial (y provincial) de la comunicación que lo contenga. En el caso del **Público Gráfico** el escudo es visto como un elemento artístico más de su trabajo, el cual puede ser sujeto a las modificaciones que crea conveniente. En cuanto al **Público Educativo**, los alumnos reconocen al escudo como símbolo provincial pero al igual que en los demás Públicos la

mayoría no identifica sus elementos y colores reales, desconoce su simbología y no lo valora como símbolo provincial que genera pertenencia.

Esta realidad se debe a múltiples factores entre los cuales cabe destacar:

- Raramente se tiene la oportunidad de apreciar en detalle al escudo, debido a la presentación del mismo en tamaños reducidos, sin color, o solo el contorno externo (como es el caso de los sellos);
- No es difundida la simbología de los elementos del escudo y su carácter representativo;
- La composición pluralista de la sociedad neuquina dificulta la adopción de un símbolo unificador.
- No se transmite formalmente (en el sistema educativo) el sentimiento de pertenencia a la provincia y la valorización de los símbolos que la representan.

2.3. DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO (O TARGET)

Para que una comunicación sea efectiva debe conocerse a quién esta dirigida y adecuar los discursos a las características de sus receptores.

En esta tarea se definieron las características de los receptores de los discursos emitidos por el Gobierno y se segmentaron en dos grupos según la naturaleza de la comunicación:

Público Objetivo Interno y Público Objetivo Externo.

La Definición del Target fue iniciada el 16 de Julio de 2001 y terminó el 20 de ese mes.

2.3.1. Público Interno

Consiste en 30.000 agentes estatales (sujeto a variables) Hombres y Mujeres, empleados del Poder Ejecutivo de la provincia del Neuquén.

2.3.2. Público Externo

Está constituido por 560.726 Hombres, Mujeres y Niños, habitantes de la provincia del Neuquén, que por sus actividades profesionales o formativas difunden o reciben la imagen institucional del Gobierno del Neuquén.

2.4. POSICIONAMIENTO PRETENDIDO

El Gobierno del Neuquén proyecta (como emisor de mensajes) una imagen institucional en sus receptores. Esta imagen es producto del proceso mental de percepción al cual son sometidos los mensajes recibidos por ellos.

La definición del Posicionamiento fue obtenida de funcionarios del Gobierno mediante entrevistas. Esta tarea comenzó el 23 de Julio de 2001 y finalizó el 31 de ese mes.

El Gobierno de Neuquén pretende posicionar al Estado neuquino como un Estado Moderno, Eficiente, Poderoso, con un Rumbo Claro, Integrador y Generoso en todos los mercados donde opera.

Con esta información se inició el proceso de Análisis Semiótico propiamente dicho.

2.5. INFORME SITUACIONAL (o Brief)

El Brief Primario (o Informe Preliminar), el Target (o Público Objetivo) y el Posicionamiento Pretendido fueron el contenido del Informe Final de la etapa donde se presenta el estado en que se encuentra el Gobierno del Neuquén y su proyección a mediano plazo.

Esta tarea (iniciada el 16 de Julio de 2001 y concluida el 31 del mismo mes) finaliza la etapa Análisis Situacional (o de Briefing).

El Informe fue presentado al CFI en el Primer Informe Parcial de la asistencia técnica el 28 de Agosto de 2001.

3. ESTUDIO SEMIÓTICO DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

El Estudio Semiótico de la Identidad Organizacional constituye la segunda etapa de la Asistencia Técnica. Este se inició el 1º de Agosto de 2001 y fue completado el 28 de Septiembre de ese año.

Su propósito fue dirigir el sentido de los discursos del Gobierno para que la Imagen Institucional fomentada sea análoga al posicionamiento pretendido por el Gobierno.

En él se realizaron tareas de **Análisis Semiótico** (Identificación de los Conceptos Diferenciadores y Fundamentación de la Identidad Organizacional) y de **Planificación** (Posicionamiento en el Mapa Semiótico y Definición de las Características del Discurso del Gobierno).

Las tareas de análisis se iniciaron con el **Estudio Semiótico del Escudo de la Provincia del Neuquén**, del cual se obtienen como resultado los Conceptos Diferenciadores (conceptos que generan la Identidad del Gobierno) y los Valores de Base (articulación de los Conceptos diferenciadores en el Nivel Axiológico) de la Identidad Institucional.

El posterior análisis semiótico de entrevistas y reuniones con funcionarios de alto rango del Poder Ejecutivo, permitió seleccionar los Valores de Base que generan la Identidad deseada por el Gobierno, sobre los cuales se articula la nueva estructura narrativa de su discurso.

Por último, los valores seleccionados como base de la Identidad del Gobierno, fueron ubicados en el Mapa Semiótico de los Valores en el **Estudio Semiótico del Discurso del Gobierno del Neuquén**. En éste se analizaron sus dimensiones discursivas y se definieron sus características estableciendo la nueva Estructura Narrativa de la marca (articulación de los valores de base en el nivel narrativo).

Estos estudios semióticos constituyeron la esencia de la asistencia técnica. Sus resultados establecieron el nivel axiológico y narrativo de la marca organizacional con los cuales fue creada la nueva identidad visual del Gobierno del Neuquén (nivel discursivo de la marca).

3.1. REFERENCIAS TEÓRICAS

En este punto se presentan algunos aspectos imprescindibles para la interpretación de los análisis semióticos del Estudio. No se hace aquí una descripción extensa de todo el arsenal conceptual y analítico desarrollado por la semiótica. Se exponen (brevemente) algunos conceptos esenciales tomando como base los trabajos realizados por Algirdas Greimas y después por sus colaboradores, hoy referidos como la Escuela de Paris (Coquet, Greimas, Fontanille, Landowski y Floch) junto con el enfoque interpretativo de Humberto Eco.

3.1.1. La Semiótica

La Semiótica se define como la ciencia que estudia los signos y sus procesos de significación.

Jean Marie Floch afirma que la semiótica es una relación concreta con el sentido, una atención dirigida a todo lo que tiene sentido. Puede tratarse de un texto pero también de cualquier tipo de manifestación significante: un logotipo, un film, un comportamiento, etc.

La semiótica se define por el campo de investigación que le pertenece: los lenguajes (todos los lenguajes) y las prácticas significantes, que son esencialmente prácticas sociales.

Pero la semiótica tiene que definirse también por un cierto modo de enfocar dichas realidades. Hablemos entonces del enfoque semiótico, el cual descansa en 3 principios:

- **El mundo del sentido es inteligible para la semiótica (*Principio de Inmanencia*).**

El objeto de estudio de la semiótica es la descripción de las condiciones de producción y de comprensión del sentido.

- **La semiótica investiga el sistema de relaciones que forman las invariantes de dichas producciones y comprensiones, a partir del análisis de esas variables que son los signos.** Los signos no toman su valor más que en y por sus contextos. No constituyen el objeto mismo de la semiótica, son unidades de superficie a partir de las cuales hay que descubrir el juego de las significaciones subyacentes. Su primer objetivo es buscar el sistema de relaciones que hace que los signos puedan significar. La semiótica nació a partir de la necesidad de quienes ejercen la práctica de las realidades significantes, de volver explícitos sus procedimientos de análisis e interdefinir sus conceptos.
- **El tercer principio de la semiótica estructural es distinguir y jerarquizar los diferentes niveles en los que se pueden situar las invariantes de una comunicación o de una práctica social.** Estos niveles se jerarquizan según representen una etapa más o menos ascendente o descendente en el recorrido que sigue el sentido, desde el *momento* en el que se puede articular y, por lo tanto, describir (el *sentido* se convierte entonces en *significación*) hasta el momento en el que se manifiesta por medio de signos, es decir, hasta que se convierte en el texto que se analiza o se contribuye a concebir. Esta es también la razón por la que se habla del enfoque generativo de la semiótica y de un *recorrido generativo de la significación*.

A partir de mi experiencia personal en los campos del marketing y de la comunicación, creo que la semiótica puede representar un valor agregado real en tres grandes tipos de producción o de transformación: cuando haya que obtener más **inteligibilidad**, más **pertinencia**, más **diferenciación**.

3.1.2. Recorrido Generativo de la Significación

La semiótica greimasiana afirma que el significado aparece por generación y por narración. Es decir, el significado se produce por el enriquecimiento progresivo a partir de una red elemental en la que solo están presentes los valores que forman la sociedad. Estos valores solo consiguen realismo ascendiendo hacia la superficie discursiva donde son escenificados por las estructuras narrativas y después enriquecidos por las figuras y los objetos del mundo tal cual como se presentan en nuestro entorno.

Este recorrido generador de significación se divide en tres niveles:

Nivel Axiológico

Es el nivel más profundo. Está compuesto por un número limitado de valores fundamentales que forman la estructura de la sociedad (la vida y la muerte, lo justo y lo injusto, la fuerza, la pasión, etc.) En este nivel se encuentran los valores básicos (Valores de Base) que fundamentan la identidad de una Marca dándole sentido y durabilidad. Es la fuente de su identidad, el nivel que asegura su continuidad y permanencia en el tiempo, y sus reservas de legitimidad y recuerdo en la memoria del público.

Nivel Narrativo

Es el nivel intermedio. En este nivel los valores adoptan forma organizada de relatos o narraciones más o menos estructuradas. Se forma una gramática narrativa que permite que los valores base se organicen y se dinamicen manteniendo relaciones de oposición, de búsqueda, de complicidad, de enfrentamiento, etc. La articulación del mundo narrativo permite a la marca escenificar sus valores atribuyéndoles estructuras narrativas y precisando el tipo

de papel narrativo que la marca se atribuye (perseverancia, refuerzo, recompensa, etc.).

Nivel Discursivo

El nivel discursivo, o de superficie, es el nivel en que los valores base y las estructuras narrativas pasan a ser enriquecidas por los actores, los personajes, los objetos, los sentimientos, etc., presentes en el mundo real. En este nivel las posibles variantes son prácticamente ilimitadas.

3.1.3. El Metalenguaje

Como la Semiótica estudia signos, nos encontramos con la dificultad de utilizar signos para describir signos, describir al lenguaje con el lenguaje mismo. Por ello es preciso convenir un Metalenguaje con el cual poder restringir la significación de los signos descriptos y de los signos descriptivos.

Este Metalenguaje es el siguiente:

- **semas** (unidades mínimas de sentido) y **lexemas** (manifestación del sentido; palabras) son identificados con "comillas".
- **clasemas** (semas clasificatorios) son identificados con /barras/.
- **metasemas** (categoría superior de clasemas) son identificados con /BARRAS EN MAYÚSCULAS/.
- **Isotopías** (sentido de un texto producido por la aparición en el mismo de varios clasemas pertenecientes a un solo metasema) son identificados con //DOBLE BARRAS EN MAYÚSCULAS CURSIVAS//.

3.1.4. El Mapa Semiótico de los Valores de las Marcas

Jean-Marie Floch, en su análisis sobre diez años de comunicación publicitaria de Citroën (1990), emplea una estructura gráfica cuadrangular en la que coloca cuatro conceptos: se trata del **Cuadro Semiótico de los Valores del Consumo**.

Los conceptos utilizados son obtenidos a partir de una categoría muy general de la semiótica narrativa, la que opone en una narración los **valores de base** a los **valores de uso**.

Valores de Base

En cualquier narración se pueden identificar los valores que inspiran y dan sentido al sujeto del relato. Son normalmente valores lo suficientemente profundos, intensos y universales como para justificar los actos del sujeto y el desarrollo de la narración (la libertad, la gloria, el éxito, etc.). Estos *valores* son *básicos* no sólo por ser universales y profundos sino porque además determinan la tensión del relato en el que el sujeto persigue como meta lograrlos o evitarlos.

Valores de Uso

Los *valores de uso* tienen un papel instrumental más limitado. Por un lado, participan en la narración justificando y orientando las acciones y los comportamientos del sujeto, por otro, sólo se explican en función de los valores de base, los cuales contribuye a adquirir.

A partir de esa dicotomía, ya desarrollada por Greimas en 1966, Floch define los *valores de uso* como **valores prácticos** y los *valores de base* como **valores utópicos**. Luego obtiene los **valores lúdicos** y los **valores críticos** por expansión semántica de esa dicotomía principal.

Estos cuatro conceptos son de gran utilidad para un análisis profundo de la identidad de una marca y en la identificación de su posicionamiento.

El **Cuadrado Semiótico de los Valores del Consumo** es adaptado y enriquecido por Andrea Semprini (1992) segmentándolo en cuatro partes (Misión, Proyecto, Euforia e Información) denominado **Mapa Semiótico de los Valores de las Marcas**.

El Mapa Semiótico articula la lógica de los valores, las tendencias profundas de los mismos.

Se trata de posicionar una marca en una parte del Mapa con precisión y coherencia sin que se excluya la posibilidad de extenderla a otras partes de ese mismo mapa, es decir, dirigirse a otros valores.

Estructura del Mapa Semiótico de los Valores

Para la mejor ubicación de los conceptos del Mapa Semiótico en el espacio, se utilizarán las referencias cardinales para describir su *geografía*. De esta forma, se puede dividir en dos partes, **norte-sur** si se toma como línea divisoria el eje horizontal (ubicando a los valores utópicos en el norte y a los valores prácticos en el sur) y **oeste-este** si se toma como línea divisoria el eje vertical (ubicando a los valores críticos en el oeste y a los valores lúdicos en el este).

El primer paso para describir el Mapa Semiótico consiste en definir sus cuatro conceptos.

Los valores prácticos (Sur)

La valorización práctica está vinculada, como se indicó arriba, a los valores de uso. Estos valores de uso se caracterizan por su finalidad concreta y utilitarista además de por su oposición a los valores de base. La valorización práctica aplicada a un producto, por ejemplo, resaltarán las particularidades utilitarias y objetivamente certificables de aquel. Se verá al Gobierno desde un enfoque de solidez, funcionalidad y adecuación a la función para la que fue concebido. Incluso

la apariencia externa, el diseño del objeto valorizado prácticamente debe expresar, o sea hipersignificar por redundancias y connotadores múltiples, seriedad y funcionalidad. **La marca encuentra su identidad en su función.**

Los valores utópicos (norte)

La valorización utópica se define por su vinculación con los valores de base y por su oposición con la valorización práctica. El término "utópica" no hace referencia a una valorización basada en ideales elevados y bellos para el futuro de la humanidad, sino que es más bien en su *naturaleza teleológica* donde se encuentra la verdadera especificidad de la valorización utópica. Su principal característica es su proyección hacia el futuro, su ausencia. Mientras que la práctica siempre está más *acá* la utópica está siempre más *allá*.

Los valores críticos (oeste)

La valorización crítica se define esencialmente por su cuestionamiento y su alejamiento voluntario. De hecho, dentro de la idea de crítica están las nociones de comparación, evaluación y juicio. En la valorización práctica la marca se basa en sí misma mientras que en la valorización crítica está sujeta a continuo examen basado en principios externos.

Otro dato relevante a la valorización crítica es su preocupación constante por conferir sentido. La atribución de sentido versa sobre la *identidad* que le confiere significado a la marca.

Los valores lúdicos (este)

La valorización lúdica se caracteriza, en oposición a la crítica, por su falta de distanciamiento, su complicidad, su proximidad y su participación con la marca. Mientras que la valorización crítica implica racionalidad y análisis, la valorización

lúdica transmite emociones. Una marca con valorización lúdica debe ser fuente de placeres y permitir una visión alegre y despreocupada del mundo.

La división del Mapa Semiótico crea cuatro partes (cuadrantes) originadas por la superposición de las valorizaciones Utópicas y Críticas (cuadrante noroeste), Utópicas y Lúdicas (cuadrante noreste), Prácticas y Críticas (cuadrante sudoeste) y Prácticas y Lúdicas (cuadrante sudeste).

Misión (Cuadrante Noreste)

Ubicado en la convergencia de la valorización utópica y la crítica, su identidad está marcada por la noción de *misión*. Este término pone de manifiesto el carácter de **proyecto** y la **voluntad de trascender** que predominan en el cuadrante.

La crítica está aquí presente como un **replanteamiento** constante del **presente** siempre desde la óptica del proyecto utópico. En este sentido, la misión es un gran **laboratorio** en el que se descompone y luego se estudia e investiga todo lo que aun no **es** (nuevas formas de vida, nuevos valores, nuevos escenarios, mundos posibles, etc.) La descomposición se explica por la actitud crítica que preside este cuadrante. Otras particularidades de la misión es la voluntad de **comprometerse** o la **conciencia** del bien social y colectivo.

Realizar una misión no es nunca un fin en sí mismo, ni es un medio de satisfacer el deseo de novedad, una misión responde a una preocupación real por mejorar las condiciones de vida de un grupo de personas. La misión debe entenderse como la voluntad de **buscar una respuesta** original y con **vocación de futuro** a los problemas de un grupo de personas. Esta voluntad nace al cuestionarse el presente y por ser muy receptivo a los valores de una comunidad.

Proyecto (cuadrante Noreste)

Este cuadrante se encuentra en la convergencia de las valorizaciones utópicas y las lúdicas. Es definido con el término **Proyecto** por que tiene las connotaciones de voluntariedad y de individualismo que caracterizan a este cuadrante. Mientras la *misión* siempre es el resultado de un **deber**, el proyecto reside en la **voluntad** que lo idea y le confiere la energía necesaria para terminarlo. Es así como el proyecto es **individual** a diferencia de la misión que tiene naturaleza **colectiva**. En el proyecto se encuentra la necesidad de **explorar** que provoca su vector utópico y por la **evasión** que le viene de su parte lúdica. No se trata de estudiar en un laboratorio cuestionándose tal o cual cosa, sino más bien de la búsqueda de una forma de **expresión individual** y de nuevos recursos para conseguir estímulos y emociones. La cultura del proyecto busca incesantemente nuevas formas de **hedonismo** individual, social o de pareja. Cada individuo se **responsabiliza** de su propio proyecto.

En este cuadrante se valora la **aventura por lo desconocido, emocionante y sorprendente** que entraña.

Euforia (cuadrante Sudeste)

Se encuentra ubicado en la convergencia de la valorización lúdica y la práctica. La característica principal del cuadrante es la valorización de la **subjectividad** y los componentes **emocionales** y **psicológicos** de esta última. El término "euforia" resalta el factor psicológico y la **búsqueda** sistemática de lo **positivo** en el terreno emocional. Dentro del cuadrante se encuentran tres tipos posibles de valorización emocional:

- ***Euforia Tradicional***

La marca emite un discurso reconfortante, positivo, tranquilizador. La vida es plácida y serena, los sentimientos son verdaderos y profundos, el tono es suave y tranquilo, la felicidad está garantizada para todos.

- ***Euforia sorpresa***

La marca divierte y entretiene con humor y alegría, no todo es positivo, lo que importa es el efecto sorpresa más que la tranquilidad. Es importantísimo captar la atención del individuo, llevándolo hacia la marca sin que se dé cuenta de ello, hablándole de otra cosa.

- ***Euforia exceso***

Aquí la relación entre lo lúdico y lo práctico se rompe, se presenta contradictorio. Consiste en la marca de un producto "inútil" pero que es adorado (poco funcional pero tan divertido).

Información (cuadrante Sudoeste)

Se encuentra en la convergencia de la valorización práctica y la crítica. Contrariamente a la euforia, la Información tiene una gran homogeneidad y cierta objetividad. El término "información" es utilizado para resaltar la gran importancia que tiene en el cuadrante la racionalidad y la praxis operativa. En este cuadrante cobra importancia las cualidades observables y verificables de la marca (utilidad, funcionalidad, adecuación de la forma al uso). La *sobriedad, simplicidad, lo básico, necesario y ventajoso* son los valores que caracterizan al cuadrante información.

La marca Gobierno del Neuquén, como se verá más adelante, se encuentra situada en el cuadrante misión. Es allí donde se articulan y relacionan sus valores de base (Éxito, Modernidad, Paz social, Impulso, Fuerza, Grandeza, Generosidad, Claridad y Libertad)

Dimensiones Discursivas de la Marca

La ubicación correcta de los valores básicos de la marca en el Mapa Semiótico permite desarrollar de forma coherente todos los elementos de su discurso.

Semprini identifica cinco elementos característicos de la dimensión discursiva: el **tiempo**, el **espacio**, los **actores**, las **relaciones** y las **pasiones**.

El Tiempo

La magnitud temporal es uno de los elementos principales del discurso de marca. Todas y cada una de las marcas realizan, implícitas o explícitamente, un discurso sobre el tiempo y la temporalidad. En algunas el tiempo es uno más de los factores que componen su esquema discursivo y para otras constituye uno de sus valores de base.

El tiempo toma sentido para la marca según donde esté posicionada. **En el cuadrante misión el tiempo es una vocación paradójica y de futuro**, en el **proyecto** es un futuro abstracto y místico, en el **euforia** es un tiempo consciente y un instante y por último, en el cuadrante **información** el tiempo es controlado y ordenado por razones externas.

El Espacio

Al igual que la magnitud temporal, la magnitud espacial direcciona los discursos adoptando contenidos muy diferentes en los distintos cuadrantes. **En el misión es un espacio a construir y de apertura**, en el **proyecto** es un espacio virtual y de pensamiento, en el **euforia** es un espacio experimentado y estereotipado, y en el cuadrante **información** es un espacio de identidad estereotipada y ordenado por la vida social.

Los actores

Es el elemento que emplea la marca para la puesta en escena de sus discursos. Adopta contenidos muy dispares en los cuadrantes. **En el cuadrante misión es un actor colectivo y comprometido**, en el *proyecto* es un individuo explorador, en el *euforia* es un grupo restringido y de afectos, y en el cuadrante *información* es un grupo social.

Las relaciones

La existencia de actores implica una serie de relaciones entre individuos o grupos. En la medida en que cada cuadrante de los valores presupone una serie de actores determinados (que expresan la cultura de ese cuadrante) se pueden distinguir varios tipos de relaciones dentro de cada grupo de actores. **En el cuadrante misión las relaciones son de consenso y lealtad**, en el *proyecto* las relaciones son intensas y de seducción, en el cuadrante *euforia* las relaciones entre los actores son muy importantes y están referidas a las relaciones humanas y emotivas y en el cuadrante *información* los actores mantienen relaciones apoyadas sobre la ventaja mutua y sobre la colaboración.

Las pasiones

El término "pasión" debe ser tomado en su significado etimológico, es decir, *lo que se siente y se experimenta en forma muy intensa*. **La pasión característica del cuadrante misión es el humanismo lleno de tolerancia y respeto**, en el *proyecto* son de carácter individual y extrovertido, en el *euforia* son de carácter introvertido y sensible, y en el cuadrante *información* las pasiones son la honestidad y el respeto.

3.2. ESTUDIO SEMIÓTICO DEL ESCUDO DE LA PROVINCIA DEL NEUQUÉN

El **Estudio Semiótico del Escudo de la Provincia del Neuquén** fue iniciado el 1° de Agosto de 2001 y finalizó el 10 de ese mes, del cual se obtienen como resultado los Conceptos Diferenciadores (conceptos que generan la Identidad del Gobierno) y los Valores de Base (articulación de los Conceptos diferenciadores en el Nivel Axiológico) de la Identidad Institucional.

3.2.1. Introducción

El Escudo es el símbolo provincial neuquino más usado por el Gobierno pero muy pocos saben qué representan sus elementos y cuál es su significado.

El 19 de Septiembre de 1958 la Honorable Legislatura del Neuquén adopta como escudo oficial al diseño ganador del concurso organizado para tal fin por la intervención provincial que gobernaba a Neuquén en esos años.

Mario Aldo Mástice, autor del diseño ganador (y más tarde de la Bandera del Neuquén) pintó 3 originales: el primero es el ganador del concurso (hallado años después por él mismo en una escuela del interior de la provincia en muy mal estado), el segundo es adoptado como escudo oficial (ubicado en la sala de sesiones de la Honorable Legislatura provincial) y el tercero fue realizado a pedido del Gobernador (ubicado en el despacho del gobernador en Casa de Gobierno).

Las tres obras son semejantes en sus concepciones artísticas (elementos, simbologías, colores) pero diferentes en sus morfismos (forma del Volcán Lanin, del Pehuén y de las Manos). Esto se entiende debido a que fueron concebidos como obras artísticas sin pautas técnicas sobre su confección y por ende de muy difícil reproducción.

Para la realización del análisis semiótico del presente estudio (y los estudios sucesivos a éste) se logró una fotografía digital del escudo oficial, es decir, de la obra situada en la Legislatura.

En el presente estudio se analizó al Escudo como un signo que, como tal, tiene un plano del significante (los elementos denotativos, lo que se ve) y un plano del significado (lo connotativo, lo que se interpreta).

El objetivo de este estudio fue determinar el significado del Escudo del Neuquén como signo conjunto (clasema) y el significado de cada uno de sus elementos como unidades individuales pertenecientes al conjunto (semas) para identificar en ellos los conceptos que generan Identidad en el Gobierno (Conceptos Diferenciadores) y definir los valores que constituyan la plataforma (a nivel axiológico) de la Identidad Institucional del Gobierno del Neuquén (Valores de Base).

3.2.2. El Escudo

En éste punto fue analizado el plano del significado del "Escudo" (signo objeto del presente estudio semiótico).

Primero fue preciso definir cual de los distintos conceptos de "escudo" es pertinente al estudio (definir qué es), luego se presenta cuál fue el origen de su uso (qué hace y por qué lo hace) y la ciencia que lo estudia (cómo lo hace). Por último fue analizado el concepto de "Escudo del Neuquén" y se definió su significado.

Definiciones de "Escudo"

El concepto de "Escudo" tiene su origen etimológico en el latín scutu.

Según la Real Academia Española, "escudo" tiene las siguientes definiciones:

1. m. Arma defensiva, formada por una lámina de cuero, madera o metal, que se lleva en el brazo contrario al que maneja la ofensiva.
2. fig. Amparo, defensa, patrocinio.
3. Escudo de armas, o simplemente escudo, campo en forma de escudo, en que se pintan los blasones de un reino, ciudad o familia.
4. Planchuela de metal que, para guiar la llave, se pone delante de la cerradura.
5. Plancha de acero colocada en las piezas de artillería que sirve de defensa a los que la manejan.
6. Tabla en forma de respaldo del asiento de popa de los botes.
7. Unidad monetaria de Portugal.
8. Moneda chilena (cinco pesos)
9. Antigua Moneda de varios países, generalmente de oro (en España medio doblón)
10. Antigua Moneda española de plata, unidad monetaria hasta el s. XIX (diez reales de vellón o medio duro)
11. Moneda imaginaria de Costa Rica de 2 pesos y diez centavos.
12. Peso duro.
13. Constelación austral situada entre la Serpiente y el Águila.
14. Espalda del jabalí.
15. mar. Espejo de popa.
16. zool. Escama, placa.
17. zool. En los insectos, división central de las tres principales de la superficie dorsal de un segmento torácico.

Debido a la diversidad de acepciones que tiene el concepto fue tomada en cuenta sólo la 3ª que entiende al "escudo" como /escudo de armas/ porque presenta pertinencia a la isotopía del concepto "escudo del Neuquén":

Campo en forma de escudo, en que se pintan los blasones de un reino, ciudad o familia.

Esta acepción presenta a /escudo de armas/ o /escudo/ como clasema del sema "escudo" poniéndolo en contexto que puede ser representado de la siguiente forma:

/escudo de armas/ o /escudo/ = "escudo" + "blasones"

Para comprender éste contexto se presenta a continuación el origen del uso del /escudo/.

Origen de su uso

Figuras simbólicas y ornamentales similares a las de los /escudos/ se han utilizado como emblemas nacionales o tribales desde la antigüedad. Así, por ejemplo, los romanos utilizaron el águila y los franceses el león y, después, la flor de lis. La práctica de llevar divisas personales de armas en los "escudos" (arma defensiva) y estandartes comenzó en la época feudal, cuando el caballero, con la cota de mallas y el rostro cubierto por la visera de su yelmo, necesitaba ser reconocido a distancia tanto en los torneos como en las batallas. Esta identificación personal gustó y se extendió su uso a agrupaciones eclesiales, artesanales, comerciales, municipales y otras instituciones; después los burgueses y campesinos también adquirieron esta práctica. En ningún país el uso de un /escudo de armas/ ha sido privilegio reservado a la nobleza.

La elección del /escudo/ y su ornamentación era libre siempre que no repitiera otro existente; cosa lógica ya que con él se pretendía reflejar la personalidad del propietario. Hasta el siglo XIV cada individuo marcaba su "escudo" (arma defensiva), pero después algunas familias, que habían adquirido cierto renombre en su oficio o por recibir distinciones, decidieron hacerlo hereditario, práctica que se generalizó.

El /escudo de armas/ se distingue del "escudo" normal en que lleva un dibujo de armas, y por lo general guarda la forma de un "escudo" convencional, excepto el oval de los eclesiásticos, y el de las damas, que adopta la forma de losange

Función o uso del /escudo/

La función de un /escudo/ es representar, distinguir y diferenciar una identidad, sea ésta la de una persona, una familia, una ciudad, un reino o un Estado.

De esta forma se puede afirmar que la misión de un /escudo/ es la misma que la de un "logotipo". Algunos autores afirman que el origen de los "logotipos" se encuentra en los /escudos/. Para comprender esta analogía fue necesario definir el concepto de "Logotipo":

Dibujo o símbolo gráfico adoptado por una empresa, entidad o institución para usarlo en sus productos, publicaciones, cartas, etc., como distintivo o etiqueta característica.

En la actualidad /escudos/ de familias se han transformado en los "logotipos" de sus empresas y /escudos/ de Estados se han transformado en "logotipos" de productos turísticos y comerciales. En éste último caso, los /escudos/ han sido adoptados como emblemas de los gobiernos modernos (Nacionales, Provinciales, Municipales) utilizándolos como sellos distintivos de sus características, su historia y su espíritu. Estos pueden ser la versión moderna de los /escudos de armas/ (como es el caso de la Provincia del Neuquén) o ser /escudos de armas/ originales heredados de sus antecesores de la era feudal (como es el caso de la Nación española).

La Heráldica

Es la disciplina del conocimiento dedicada a la historia y la descripción de los /escudos de armas/. Procede de la palabra *heraldo* cuyo significado original fue 'mensajero de guerra', 'intérprete' y después pasó a 'funcionario del Ejército'.

La /HERÁLDICA/ constituye el metasemema de los clasemas /escudo/ y /escudo de armas/ que puede ser representado de esta manera:

/HERÁLDICA/ = /escudo de armas/ o /escudo/ + "ciencia" + "descripción" + "historia"

El Blasón

Cuando en los torneos de la edad media aparecía un caballero desconocido, el heraldo tenía el deber de *hacer sonar* (en alemán, *blacen*) una trompeta para llamar la atención, y describir las piezas y su orden en el /escudo/ del caballero.

El término "**blasón**" pasó de esta práctica a convertirse en el modo de describir con precisión y minuciosidad un /escudo de armas/. La descripción adecuada de un escudo de armas implica el uso de un preciso vocabulario heráldico que procede del siglo XIII.

Para facilitar su descripción, los heraldos dividen el escudo de arriba a abajo en tres áreas (*jefe*, *centro* o *abismo* y *punta*) y de derecha a izquierda (de su titular) en *diestra*, *media* o *palo* y *siniestra*. El escudo ostenta varias piezas o figuras, representadas en *esmaltes* o colores. El término *esmalte* incluye la representación de metales, colores y forros. Los dos metales de uso común son el oro y la plata, siendo los principales colores el: *gules* (rojo), *azur* (azul), *sable* (negro), *sinople* (verde) y *púrpura*.

Al describir un timbre de armas lo primero que se menciona es el nombre, dominio o institución que lleva las armas. Después se describen los blasones del

/escudo/, precisando primero el *campo*, los *esmaltes* y la forma y dirección de las líneas de partición o *seantes* particiones. A continuación se describen las piezas comenzando por la principal, que se supone dispuesta en el centro del /escudo/ a menos que se indique otra cosa. Las piezas honorables se mencionan, por lo general, en primer término.

Cuando se mencionan dos piezas iguales se supone que están colocadas al *palo*, es decir, en línea vertical, a menos que se especifique otra cosa; tres están dispuestas en pila, dos arriba y otra debajo. Una pieza honorable puede cubrir parte de una figura, en cuyo caso se menciona primero la figura. La convención /HERÁLDICA/ prohíbe la repetición: cuando un *esmalte* se repite, se dice "del primer" o "del segundo" *esmalte* o "del *campo*". Para evitar la repetición de un número se acude a la expresión "tantos otros".

El /Escudo/ del "Neuquén"

En este punto se analizó al /escudo/ en el discurso. La estructura narrativa, de la que forma parte, es llevada a la superficie por el siguiente texto:

Escudo de la Provincia del Neuquén

Este texto (ubicado en el Nivel Discursivo) fue fragmentado para analizar el sentido de cada uno de sus lexemas (Nivel Narrativo) y luego definir su significado (Nivel Axiológico).

El /escudo/ de la Provincia del Neuquén

Como arriba se ha expuesto, un /escudo/ tiene como finalidad *identificar a una entidad*. Esa entidad, en el texto, es la "Provincia del Neuquén".

La relación entre /escudo/ y la "Provincia del Neuquén" está dada por la preposición "**de**". Este elemento de relación puede dar dos sentidos a la situación entre /escudo/ y "Provincia del Neuquén":

- El primero es de **origen, procedencia**. Desde este sentido al texto se lo puede interpretar como:

/escudo/	de	la "Provincia del Neuquén"
/escudo/	originario de	la "Provincia del Neuquén"
/escudo/	procedente de	la "Provincia del Neuquén"

En este sentido el /escudo/ *nació* en Neuquén, fue *hecho* en Neuquén.

- El segundo es de **propiedad, posesión, pertenencia**. Desde éste sentido al texto se lo puede interpretar como:

/escudo/	de	la "Provincia del Neuquén"
/escudo/	propiedad de	la "Provincia del Neuquén"
/escudo/	posesión de	la "Provincia del Neuquén"
/escudo/	pertenencia de	la "Provincia del Neuquén"

El /escudo/ es *para* Neuquén, es *adquisición* de Neuquén.

Estos dos sentidos son complementarios y definen la relación entre el /escudo/ y la "Provincia del Neuquén", la cual puede ser expresada de la siguiente manera:

/escudo/ *hecho* en Neuquén para Neuquén

Esta expresión fue sintetizada en el concepto de /ESCUDO NEUQUINO/ que consiste en la clasificación del clasema /escudo/ en relación con "Provincia del Neuquén" dentro del texto. Este metasemema puede ser representado de la siguiente forma:

/ESCUDO NEUQUINO/ = /escudo/ o /escudo de armas/ + "Provincia del Neuquén"

Para comprender el significado de /ESCUDO NEUQUINO/ fue necesario analizar el texto "Provincia del Neuquén".

Análisis de "Provincia del Neuquén"

La relación entre "Provincia" y "Neuquén" está dada por "*de*", contracción de la preposición "*de*" y el artículo "*e*" (perteneciente al "Neuquén") Este elemento de relación sirve para determinar o fijar con mayor viveza la aplicación de un nombre apelativo (en este caso "Neuquén").

Para comprender esta relación se definió a "Provincia" y a "Neuquén".

Definición De "Provincia"

Provincia es una gran división de un territorio o Estado generalmente sujeta a una autoridad administrativa.

En la República Argentina se denomina Provincia a cada una de las divisiones que configuran la administración político-territorial del Estado Nacional. Es una jurisdicción político-administrativa autónoma del Estado.

El concepto de provincia, tal y como es hoy entendido, se remonta a momentos de la historia antigua. Ya el Imperio chino dividió su extenso territorio en provincias. Igualmente, el Imperio romano utilizó el nombre de provincia para designar a cada entidad territorial que englobaba bajo su dominio.

Desde el mismo proceso de emancipación de Argentina, en el siglo XIX, el concepto de provincia surgió como elemento aglutinador del nuevo Estado nacional, el cual incluyó tal término en su primer denominación (Provincias Unidas del Río de la Plata).

- **Análisis Semiótico Del Lexema "Provincia"**

El lexema "Provincia" significa "Jurisdicción político-administrativa autónoma que conforma el Estado Nacional".

En este sentido fue preciso definir que es "Estado".

Estado es la denominación que reciben las entidades políticas soberanas sobre un denominado territorio, su conjunto de organizaciones de gobierno y su propia extensión territorial. *La nación argentina adopta para su gobierno la forma representativa, republicana y federal* (1º artículo de la Constitución Nacional). En virtud del carácter *republicano* el **Poder del Estado** está distribuido en el Poder Ejecutivo, Poder Judicial y Poder Legislativo.

- **El Poder Ejecutivo**

Una de las tres facultades y funciones primordiales del Estado Nacional (junto con la legislativa y la judicial) consistente en administrar y aplicar el marco normativo. El Poder Legislativo, ejercido por el Congreso Nacional, promulga o revoca leyes, y el Poder Judicial, interpreta, hace respetar o invalida las mismas. El poder ejecutivo concibe y ejecuta políticas generales de acuerdo a las leyes, tiene la responsabilidad de las relaciones diplomáticas y propone

proyectos de leyes. En los estados democráticos, el poder ejecutivo está considerado como administrador y ejecutor de la voluntad popular a la cual representa y de la que debe ser su más firme garante. El Poder Ejecutivo en la Argentina es ejercido por el Presidente de la Nación, en las Provincias por el Gobernador y en los Municipios por los Intendentes.

La forma política según la cual es administrado un Estado se denomina **Gobierno**.

Gobierno es la organización política que engloba a los individuos y a las instituciones autorizadas para formular la política pública y dirigir los asuntos del Estado. Los gobiernos están autorizados a establecer y regular las interrelaciones de las personas dentro de su territorio, las relaciones de éstas con la comunidad como un todo, y las relaciones de la comunidad con otras entidades políticas. Gobierno se aplica en este sentido tanto al gobierno del Estado nacional como a los gobiernos de las Provincias y de los Municipios. El lexema "Gobierno" puede referirse a las personas que forman el órgano supremo administrativo de un estado, como en la expresión "el gobierno de Jorge Omar Sobisch"

Dentro de esta isotopía de //POLÍTICA// el lexema "provincia" es clasificado por el metasemema /POLÍTICA PÚBLICA/ pasando a ser un clasema (/Provincia/).

Lo mismo sucede con "Estado" el cual es clasificado según:

- /ESTADO-ADMINISTRACIÓN/ en /Estado Nacional/, /Jurisdicción-Provincia/ y /Jurisdicción-Municipio/;

- /Estado-Poderes/ es clasificado como el metasemema /ESTADO/ clasificador de los lexemas "Poder Ejecutivo", Poder Legislativo" y "Poder Judicial".
- /ESTADO-FUNCIONES/ se relaciona con /Gobierno/ (/Gobierno/ del /ESTADO/, /Gobierno/ de la /jurisdicción-Provincia/)

Definición De Neuquén

Para definir el significado del lexema "Neuquén" fue necesario realizar un estudio histórico, etimológico y toponímico sobre su origen y uso, para poder concluir en un análisis sobre su significado.

- ***Estudio Histórico, Etimológico y Toponímico de "Neuquén"***

El primer nombre "Neuquén" fue asignado por los aborígenes de la actual provincia del Neuquén para nombrar a un río, el "Neuquen Leufü".

- **El Neuquen Leufü**

El Neuquen Leufü (actualmente llamado Neuquén) es un río argentino perteneciente a la cuenca del río Negro (río que se origina cuando confluyen el Neuquén y el Limay). El río Neuquén nace en el noroeste de la provincia del mismo nombre, en el Lago Varvarco Campos y, tras recorrer el valle que se abre entre la cordillera del Límite y la cordillera del Viento, se adentra en la región de las mesetas, recibiendo a su principal tributario, el río Agrio. El valle inferior del Neuquén es amplio y en sus proximidades se encuentra la depresión del lago Pellegrini, hacia donde desaguan las crecidas anuales. En su margen izquierda se construyó el embalse Cerros Colorados para la regularización de sus aguas. Tiene un caudal

medio de 312 m³/seg. y su régimen es nival. En su último tramo forma parte del oasis del valle superior del río Negro. Este valle es el más importante de la Patagonia por su producción fruti-hortícola y está formado por la confluencia del Neuquén y el Limay.

Los aborígenes que habitaban en la provincia del Neuquén pertenecían a diferentes pueblos (Pehuenches, Huiliches, Picunches, Puelches, Poyas y Tehuelches). Pero el pueblo Araucano (que habitaba en Chile) fue perseguido por los españoles y atravesó la cordillera. De esta forma llegaron al Neuquén desde donde fueron extendiéndose hacia lugares en Río Negro, La Pampa, Buenos Aires y Chubut. Los araucanos impusieron su dominio y cultura a los pueblos aborígenes que allí vivían y para mediados del siglo XVIII todos hablaban en su lengua. La unión del pueblo araucano con los demás pueblos aborígenes (autóctonos del Neuquén) dio origen al pueblo mapuche. El termino Mapuche proviene de la voz araucana Mapu, tierra y Che, gente, que significa "gente de la tierra". Este pueblo conserva, casi en su totalidad, las costumbres y la lengua araucana. Los mapuches constituyen aborígenes de distintos pueblos sometidos por el pueblo araucano.

El origen etimológico del "Neuquén" proviene de la lengua mapuche, la Mapuzugun. Los Mapuches pronunciaban a "Neuquén" como palabra grave (Neuquen) debido a que no acentuaban la última sílaba. Sin embargo el español la transformó (en su incorporación a la lengua castellana), generalizando y oficializando su uso como palabra aguda (Neuquén).

Pero los historiadores y estudiosos del idioma Mapuche no se ponen de acuerdo a la hora de definir la voz que dio origen al nombre "Neuquén".

Según la Confederación de Organizaciones Mapuches, "Neuquén" deriva de la voz compuesta "Neuquen Leufü " que significa **río que posee fuerza** (Leufü: río, corriente, estero, estuario – Neuquen: poseer fuerza). Siguiendo este sentido, el Dr. Gregorio Álvarez (médico pediatra y dermatólogo, poeta e historiador neuquino) escribió en su Boletín Neuquenía N° 27 que la voz "Neuquen" proviene **"de Nehuen, fuerza; Quen, tenerla"**

Pero el historiador Felix San Martín interpreta de otro modo su significado. El afirmó que la voz "Neuquen" proviene **"de Ñedquen; atrevido, arrogante, audaz"**.

Toda la Patagonia y La Pampa, Sur de Mendoza, San Luis, Santa Fe y Córdoba y parte de Buenos Aires constituían en 1810 el **Territorio de las Naciones Indígenas**.

Durante la Campaña Conquistadora del Desierto (1833-1879) los aborígenes son atacados con el fin de ser desplazados lentamente del Territorio Indígena para ganarles terreno para los estancieros ganaderos de Buenos Aires.

En 1878 el Congreso de la Nación Argentina creó por Ley el **Gobierno de la Patagonia**, cuya capital era Viedma. Esta medida pone fin al Territorio de las Naciones Indígenas y a la mayoría de sus habitantes aborígenes.

Pero no todos fueron asesinados. El General Julio Argentino Roca (ministro de Guerra del presidente Avellaneda) nombró al cacique Sayhueque Gobernador del **Territorio de las Manzanas**, como respuesta al pedido del cacique de mantener los acuerdos de paz con el Gobierno. El nombre de ese territorio se debió a la abundancia de manzanos silvestres que existían en todo el valle del río Limay, producto de la expansión natural de las plantaciones de los misioneros jesuitas que en 1650 sembraron en lo que hoy es San Martín de los Andes. El País de las Manzanas o Territorio del Triángulo, estaba constituido por la región limitada (en

forma natural) por los cauces de los ríos Neuquén y Limay, y por la Cordillera de los Andes.

Poco tiempo después, el general Roca fue elegido presidente de la Argentina (1880-1886) y ordenó atacar a todos los aborígenes que habitaban en el Gobierno de la Patagonia. Durante su mandato, la Gobernación de la Patagonia fue dividida en cinco territorios nacionales: Territorio Nacional de Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego (que años después se transformaron en provincias).

El **Territorio Nacional del Neuquén** fue creado en 1884 por la Ley Nacional N° 1532. El territorio adoptó este nombre por el uso de llamar a la región como "las tierras del río Neuquén". Es así como "tierras" fue sustituido por "territorio" y "río" por su nombre propio "Neuquén". En 1887 el primer gobernador del territorio del Neuquén, teniente coronel Manuel Olascoaga, fundó la ciudad de Chos Malal la cual fue adoptada como capital del Territorio Nacional del Neuquén.

Una vez finalizada la campaña militar contra los aborígenes patagónicos, el territorio del Neuquén fue lentamente poblado por colonos. La llegada del ferrocarril (primero hasta Cipolletti en 1899 y, luego de la construcción del puente ferroviario, hasta la confluencia del Limay y el Neuquén en 1902) constituyó una de las principales ventajas para la fundación de la **Ciudad de Neuquén**.

El 12 de septiembre de 1904 el gobernador del territorio, Carlos Bouquet Roldán, fundó la Ciudad de Neuquén. Pero su nombre no hace referencia al río Neuquén como es el caso del Territorio Nacional. Bouquet Roldan quería diferenciar el nombre de la Ciudad del nombre del Territorio Nacional por lo que utilizó al lexema "Neuquén" como nombre propio, siendo el elemento de relación entre "ciudad" y "Neuquén" la preposición "de" en lugar de su contracción "del".

Neuquén fue gobernado por la Nación como Territorio Nacional hasta el 15 de junio de 1955, año en que el Congreso nacional dicta la ley n° 14.408 por la cual el

Territorio Nacional pasa a ser Provincia heredando su nombre. Es así como fue adoptado el lexema "Neuquén" como nombre propio de la provincia, **la Provincia del Neuquén.**

- **Clasificación de los Sentidos del Lexema "Neuquén"**

Como se puede ver, el lexema "Neuquén" es un nombre propio que fue asignado a un río, a una ciudad y a una provincia argentina, siguiendo este orden cronológico. Es así como existe un /Neuquén-río/, un /Neuquén-ciudad/ y un /Neuquén-provincia/ en los cuales puede ser clasificado el lexema "Neuquén" según su contexto. Clasificación que resulta muy sencilla cuando en el texto aparecen los lexemas "río", "ciudad" o "provincia". Pero como su naturaleza de nombre propio puede hacer aparecer al lexema "Neuquén" sin su complemento, es necesario precisar su identificación.

- El clasema **/Neuquén-río/** se origina poniendo al lexema "Neuquén" en un contexto geográfico (es decir con isotopía de *Geografía*). Este lexema es articulado por la preposición contractuada "del". Esto se puede expresar de la siguiente manera:

/Neuquén-río/ = "Neuquén" + "del" + //GEOGRAFÍA// (+ "río")

- El clasema **/Neuquén-ciudad/** se origina ubicando al lexema "Neuquén" en un texto en el cual se haga referencia a la **/Jurisdicción-Municipio/**. Este lexema es articulado por la preposición "de". Esto se puede graficar de la siguiente forma

/Neuquén-ciudad/ = "Neuquén" + "de" + //Jurisdicción-Municipio// (+ "ciudad")

- El clasema */Neuquén-provincia/* se origina poniendo al lexema “Neuquén” en un contexto de */Jurisdicción Provincial/*. Este lexema, al igual que en el clasema */Neuquén-río/*, es articulado por “del”. Esto se puede presentar así:

/Neuquén-provincia/ = “Neuquén” + “del” + *//Jurisdicción-Provincial//*
(+ “provincia”)

Expuesta esta clasificación se puede afirmar que el clasema */Neuquén-provincia/* se convierte en el metasemema */NEUQUEN/* si es puesto en un texto con la isotopía *//GEOPOLÍTICA//*. De esta forma */NEUQUEN/* incluye a los clasemas */Neuquén-río/* y */Neuquén-ciudad/* por pertenecer a la */Provincia/*.

Definición del Significado de “Neuquén”

Se puede afirmar que el metasemema */NEUQUÉN/* es el que se encuentra en el texto al cual se refiere el presente Estudio Semiótico y sobre el cual siguió el análisis.

En éste sentido, el significado etimológico de */NEUQUÉN/* es **el que tiene fuerza, atrevido, arrogante y audaz.**

- **Definición del Significado de “Provincia Del Neuquén”**

Expresadas las relaciones entre los conceptos de “provincia”, “estado” y “gobierno” y diferenciados los tres sentidos del lexema “Neuquén”, el texto “Provincia del Neuquén” puede ser interpretado de la siguiente forma:

<i>/Provincia/</i>	del	<i>/NEUQUÉN/</i>
<i>/Gobierno/</i>	del	<i>/NEUQUÉN/</i>

Hay que recordar que ésta última interpretación fue realizada tomando el sentido amplio de /Gobierno/ como "Gobierno de la Provincia" incluyendo a los tres poderes del /ESTADO/ transferidos por la Nación. En este sentido, los tres poderes gobiernan: el Poder Ejecutivo administra la provincia, el Poder Judicial imparte justicia en la provincia y el Poder Legislativo sanciona y promulga las leyes de la provincia. En conjunto, los tres poderes constituyen el /Gobierno/ del /NEUQUÉN/.

Definición del significado del /ESCUDO NEUQUINO/

Para resumir el análisis del texto *Escudo de la Provincia del Neuquén* podemos concluir afirmando que el /ESCUDO NEUQUINO/ representa (por lo tanto significa) al /Gobierno/ del /NEUQUÉN/. Es decir que, por analogía, el /ESCUDO NEUQUINO/ constituye el **Logotipo** del /Gobierno/ del /NEUQUÉN/.

Esta afirmación adquiere lógica cuando se recuerda que su origen está en la necesidad del /Gobierno/ provincial de ser identificada la /Provincia/ por el /Estado/ Nacional, por extensión, ser diferenciado de los demás /Gobiernos/ provinciales y ser reconocido por los argentinos.

3.2.3. Los Elementos del Escudo Neuquino

Una vez analizado el plano del significado del /ESCUDO NEUQUINO/, se analizó su plano del significante, con lo cual se estudió al signo en su totalidad.

El signo /ESCUDO NEUQUINO/ está formado por varios elementos significantes (signos) articulados en una configuración precisa. Desde éste punto de vista, el /ESCUDO NEUQUINO/ es un signo-conjunto y sus elementos o *blasones* son signos-elementos.

Los signos-elementos poseen su propia carga significativa (por la cual son considerados *blasones*). Cada uno de ellos posee un significado (representa, simboliza algo) que es

interpretado por la asociación cognitiva del receptor (Enciclopedias de la Recepción) y posee un significante (forma, color, disposición en el espacio) al cual se le atribuye ese significado.

En el presente estudio semiótico no se analizó la relación entre el significado y el significante de cada elemento debido a que pertenecen a Enciclopedias de Recepción elementales (se sabe que un "fondo" de color "azul" sobre un "horizonte" es un /cielo/).

Los Elementos del Escudo (signos que constituyen semas, clasemas y metasememas presentes en el Nivel Discursivo) dan forma y sentido al metasemema /ESCUDO NEUQUINO/. Si alguno de estos signos-elementos no se encuentra en el signo-conjunto, este último no adquiere el significado de /ESCUDO NEUQUINO/.

El Estudio semiótico de los Elementos del escudo analizó la relación entre el significado de cada signo-elemento y los Valores de Base a los que pertenecen (/cielo/ connota sensaciones de *aire, espacio, libertad, etc.*).

Características del /ESCUDO NEUQUINO/

Si bien el /ESCUDO NEUQUINO/ fue concebido como un /escudo de armas/, desde el punto de vista de la /HERÁLDICA/ no tiene sus características principales como ser la partición del *campo* y la utilización de *esmaltes* plenos. Esto se debe a que constituye una versión moderna del /escudo de armas/.

Los Signos-Elementos

El /ESCUDO NEUQUINO/ contiene gran variedad de formas que constituyen semas pertenecientes a clasemas ("rayos" + "círculo" = /Sol/, "uña" + "dedos" + "muñecas" + "yemas" = /Manos/). Estos clasemas son los signos-elementos (o elementos del escudo).

Siguiendo esta clasificación de los semas del escudo se definieron 9 elementos que, de arriba hacia abajo, son: el **Sol Naciente**, el **Contorno**, el **Cielo**, las **Estrellas**, el **Pehuén**, el **Volcán Lanín**, las **Manos**, el **Río de montaña** (o **Cascada**) y los **Laureles**.

Cada elemento (o *blasón*) posee un valor simbólico por el cual el autor lo integró en el diseño del /ESCUDO NEUQUINO/. Este valor simbólico (Valor de Base perteneciente al Nivel Axiológico) fue descrito por el autor en su interpretación de la obra artística. Esta fue transcrita en su Ley de creación.

Clasificación de los Elementos

Los signos-elementos fueron divididos en dos categorías generales (metasememas) con las que se clasificaron sus naturalezas. Estas categorías surgieron de la definición de "Provincia":

Se denomina Provincia a cada una de las divisiones que configuran la administración político-territorial del Estado Nacional.

En esta definición se aprecian las dos categorías pertinentes a la *administración* del Estado, esto es igual a la isotopía //ADMINISTRACION DEL ESTADO//. Las categorías son: la /POLÍTICA/ y la /TERRITORIAL/. La primera hace referencia a las **Características del /Gobierno/ provincial** y la segunda a las **Características Geográficas** de la Provincia.

Esta clasificación fue posible gracias a que, para lograr mayor representación de la Provincia, fueron utilizados signos-elementos característicos de ésta. Es decir, se utilizaron para representarla signos-elementos que connotan sus cualidades

peculiares (sus características). Estas características son del **Gobierno provincial** o de su **Geografía**.

Según la simbología que manifiesta su Autor, el Sol Naciente y el Contorno, las Estrellas y los Laureles pertenecen a las **Características del /Gobierno/ provincial**, en tanto que, el Cielo, el Pehuén, el Lanín, las Manos y el Río pertenecen a las **Características Geográficas del /NEUQUÉN/**.

Para su comprensión en detalle se analizó cada elemento de los conjuntos. Este análisis fue iniciado con una Descripción Morfológica, luego se analizó la Interpretación del signo-elemento según el Autor y se finalizó con una Descripción Axiológica en la que se definieron sus Valores de Base. Como se aclaró arriba, en la Descripción Morfológica no se realizó un estudio semiótico de la relación significante/significado del signo-elemento, solo se realizó su descripción formal para identificarlo dentro del signo-conjunto y destacar su importancia en relación con los demás signos-elementos.

Características del /Gobierno/ provincial

Los elementos que integran éste conjunto comparten su referencialidad hacia el /Gobierno/ provincial, ya sea por ser heredado de la Nación (Sol y Laureles) o por su división departamental (Estrellas).

Estos signos también comparten una particularidad: su color dorado. Este color posee asociaciones mentales con el oro. El dorado nace en la antigüedad por la acción de bañar con ese metal precioso un objeto o superficie. El dorado posee connotaciones de **prestigio, éxito, riqueza** que relacionadas con la simbología de los signos se puede interpretar como "**Gobierno provincial exitoso, rico**".

Si se profundiza el análisis de la categoría **Características del Gobierno** se puede afirmar que el signo-elemento Contorno significa (representa) el Gobierno provincial.

Este sentido no es denotado en la interpretación del autor, sin embargo, cuando expone las características del /ESCUDO NEUQUINO/ divide su descripción en Forma (Contorno), Atributos (Contorno, Cielo, Lanín, Pehuén, Manos, Río y Estrellas), Ornamentos (Sol y Laureles) y su Interpretación.

Desde éste punto de vista, el Contorno es la Forma del /ESCUDO NEUQUINO/ que significa /Gobierno/ del /Neuquén/. En su exterior se encuentran los *Ornamentos* que connotan las cualidades del Gobierno y en su interior los *Atributos* (recursos) de la provincia.

Sol Naciente y Contorno

El Sol constituye el primer signo-elemento de arriba a abajo. Consiste en un signo-elemento ornamental. En su análisis se lo aglutina con el Contorno debido a que ambos constituyen la forma que limita el escudo.

Los signos "rayos mayores", "rayos menores", "sombra" y "semicírculo" (o cuerpo) forman el clasema /Sol Naciente/.

Los signos "borde" (del *campo*) y "sombra" forman el clasema /Contorno/.

Ambos clasemas forman el metasemema /FORMA DEL ESCUDO/ el cual también está formado por los semas "límite" y "no-fondo".

- **Descripción Morfológica**

El Sol es representado por un semicírculo el cual se encuentra en el *jefe* al *palo* del escudo, es decir, en la parte superior central del escudo. Posee cinco rayos mayores de forma ondulada (uno en el centro y dos de cada flanco) separados entre ellos por dos rayos menores de forma recta. Su *esmalte* es dorado.

El Contorno tiene forma hexagonal irregular presentando una simetría axial vertical siendo más angosta su *punta* (base) que su *jefe* (su parte superior). Su *esmalte* es dorado y limita el *campo* del escudo.

Si bien el Sol es un *blasón* ornamental, no presenta una línea que lo separe del Contorno quedando constituidos como una sola figura, es decir, se encuentran fundidos. Esa figura es el límite externo del escudo constituyendo su "forma".

Cerrando imaginariamente el semicírculo del Sol para formar un círculo (imaginario), éste tendría su centro en el *jefe* (vértice superior central) del Contorno.

El Sol posee el mismo ancho que las Manos y la diadema de Estrellas. Su superficie es la tercera en tamaño en relación con el resto de los elementos.

Tanto el Sol como el Contorno poseen en su exterior una delgada sombra (filete) de *esmalte azur* (azul) oscuro sobre el *flanco diestro*.

En el caso del Sol, la sombra se encuentra también sobre el *flanco siniestro*. En el *diestro* se presenta sobre los lados derechos de los rayos (mayores y menores) y en el *siniestro* la sombra se encuentra del lado izquierdo de los rayos.

- **Interpretación del Autor (Sol Naciente y Contorno)**

Su forma moderna y estilizada y el equilibrio todo que trasunta su figura, es el sentir del siglo que vivimos, el adelanto y la superación.

Así comenzó el Autor con su interpretación del escudo.

Su *forma moderna* (Contorno) se debe a su reciente historia como provincia, (se recuerda que el escudo data de 1958 y Neuquén es provincia desde 1955).

Su forma es muy importante a la hora de diferenciarse del resto de los escudos provinciales. Desde éste punto de vista, el /ESCUDO NEUQUINO/ no mantiene la forma oval del Escudo de la Nación como hicieron la mayoría de las provincias argentinas (14 de 23 provincias).

La disposición de los elementos de forma centrada al *palo* (eje vertical) transmite la sensación de *equilibrio* en el diseño. Pero los elementos no poseen una simetría axial.

El artista tomó del Escudo de la Nación Argentina el Sol y los Laureles. En éste sentido, Mástice afirmó en su interpretación:

Los laureles y el sol, parte de nuestro Escudo Nacional, simbolizan el legado de gloria y libertad heredado de nuestros mayores y junto con nuestro azul celeste y blanco, son testimonios de argentinidad.

- **Descripción Axiológica (Sol Naciente y Contorno)**

El escudo con su forma connota **audacia** (por extensión, **Gobierno audaz**) al romper el formato tradicional que 14 provincias tomaron del Escudo Nacional (Buenos Aires, Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Mendoza, Misiones, La Rioja, Río Negro, Salta, Santa Cruz, San Juan, San Luis, Santa Fe y Tucumán).

El Sol Naciente es una figura heráldica que, como en el Escudo Nacional, frecuentemente presenta los rasgos de un rostro humano. No es el caso del /ESCUDO NEUQUINO/.

El Sol rodeado de rayos significa en la /HERÁLDICA/ **esplendor, gloria**. Este sentido es adoptado por el Autor, quien lo refuerza aplicando un *esmalte* dorado (cuya Psicología ya fue mencionada arriba).

Las Estrellas

Constituye el cuarto signo-elemento desde arriba hacia abajo.

Son el signo-elemento más pequeño del escudo, razón por la cual suelen dejar de ser percibidas cuando el tamaño del signo-conjunto es pequeño o es percibido a la distancia.

La repetición del signo "estrella" (16 veces) y su disposición en "arco" o "diadema" forman el clasema /Estrellas/.

- **Descripción Morfológica**

Las Estrellas constituyen un grupo de 16 estrellas de cuatro puntas cada una, dispuestas en forma de semicírculo (8 estrellas a la *diestra* y 8 a la *siniestra*). Las Estrellas se encuentra dentro del escudo sobre el Cielo y **coronando** al Pehuén y al Lanin. El arco que forman las estrellas se encuentra centrado al *palo* del escudo y sus extremos *caen* a la altura de las yemas de las manos.

- **Interpretación del Autor**

Según el Autor, las 16 estrellas forman una diadema que aureolando todos los símbolos (Pehuén, Lanin, Manos y Río) corresponden a cada uno de los Departamentos que componen la Provincia, simbolizando con esta representación, su vida, sus afanes, su indivisibilidad y su venturoso provenir.

- **Descripción Axiológica**

Las Estrellas son el único signo-elemento perteneciente al grupo **Características del Gobierno** que se encuentra dentro del *campo* del escudo, es decir, dentro del espacio de las **Características Geográficas** de la Provincia. Esto

se debe a que representan a los *Departamentos*, división *administrativa* que el Gobierno provincial hace de su *territorio*.

La utilización de Estrellas para representar a los *Departamentos*, su unidad y organización y el *esmalte* dorado, simbolizan el *éxito* de su administración. Las Estrellas forman una *diadema* que coronan el *venturoso provenir* de la Provincia.

Otra interpretación posible de las Estrellas es originada por la sensación visual que crean sobre el Cielo, connotando un sentido de línea de puntos sobre el cual se posa el Sol en el Poniente. Esta sensación es producida por su *esmalte* y su tamaño (del arco) idénticos al del Sol Naciente. Si bien, éste no es el sentido original del artista, las Estrellas forman un paisaje surrealista junto al volcán Lanín, al Pehuén, a las Manos y al Río.

Los Laureles

Los Laureles constituyen el último signo-elemento de arriba a abajo. Consiste en un signo-elemento ornamental.

Los signos "ramos", "hojas" y "borde" forman el clasema /Laureles/.

- **Descripción Morfológica**

El signo-elemento Laureles está constituido por dos "ramos" de 7 "hojas" cada uno ubicados en la *punta* del Contorno sobre el *campo* del escudo (y los signo-elementos que contiene).

Los "ramos" están formados por 3 pares de "hojas" y una "hoja" como punta. En los pares las "hojas" se encuentran paralelas sobre un eje imaginario situado en el

medio de los dos lados de la *punta* (inferiores) del Contorno, quedando 3 "hojas" superiores y 3 inferiores por "ramo". Las "hojas superiores se encuentran sobre el *campo* del escudo y las inferiores fuera de él. Todas tienen un "borde" (filete) de *esmalte* dorado y sus cuerpos son de *esmalte sinople* (verde).

Existe un "ramo" a la diestra y otro siniestra del escudo. Ambos se encuentran al *palo*, es decir, presentan una simetría axial vertical.

- **Interpretación del Autor (Laureles)**

Al igual que el Sol Naciente, los Laureles fueron descriptos por el Autor como parte de nuestro Escudo Nacional. Simbolizan el legado de gloria y libertad heredado de nuestros mayores y junto con nuestro azul celeste y blanco, son testimonios de argentinidad.

Los Laureles simbolizan la **gloria** (en dorado) y la **libertad** (verde)

- **Descripción Axiológica (Laureles)**

Los laureles fueron utilizados en la antigüedad por los emperadores romanos para simbolizar **victoria** (corona de laureles) que más tarde fue utilizada para recompensar con **honor** y **gloria**.

Estos valores, sumando el de **libertad**, califican al Gobierno provincial como un **Gobierno glorioso y libre**.

Características Geográficas de la Provincia

Los signos-elementos que integran este conjunto comparten su referencialidad hacia las cualidades y características naturales de la Geografía del /NEUQUÉN/.

Es así como se pueden encontrar los cuatro elementos básicos de la naturaleza: **aire** (Cielo), **fuego** (que se encuentra tácito en el concepto de Volcán en el Lanín), **tierra** (Lanín y Manos) y **agua** (Río).

Los signos-elementos que incluye ésta categoría son el Cielo, el Pehuén, el Lanín, las Manos y el Río. Todos ellos se encuentran dentro del *campo* del escudo y constituyen sus atributos o *blasones*.

El Cielo

El Cielo constituye el tercer signo-elemento de arriba a abajo y un signo-elemento *blasón*.

Los signos "fondo", "celeste", "aire" y "horizonte" forman el clasema /Cielo/.

- **Descripción Morfológica**

El signo-elemento Cielo constituye el "fondo" del *campo* del escudo y se encuentra limitado por el Contorno y el volcán Lanín (quien lo *recorta*).

El Cielo posee un *esmalte* "celeste" y sobre él se encuentran las Estrellas, el Pehuén y el volcán Lanín.

- **Interpretación del Autor**

Mástice no hizo referencia expresa del signo-elemento Cielo pero, en su interpretación del escudo, nombró su *esmalte* "celeste" como *argentinidad* (con *nuestro azul celeste y blanco, son testimonios de argentinidad*). Desde este punto de vista se puede interpretar al Cielo como Cielo **argentino** bajo el cual se encuentran los atributos del /NEUQUÉN/.

- **Descripción Axiológica (Cielo)**

El Cielo cobra sentido como tal al ser utilizado como "fondo" de un paisaje formado por el resto de los signos-elementos del *campo* del escudo.

Este signo-elemento connota sensaciones de *aire, espacio, paz y libertad*.

El Cielo está compuesto por "aire", uno de los cuatro elementos básicos de la naturaleza, el que, sumado a la sensación de movimiento que connotan las Estrellas sobre él, constituyen un nuevo signo-elemento tácito del /ESCUDO NEUQUINO/ que fue identificado en este estudio: el /viento/ ("aire" + "movimiento" = /viento/).

El viento es una de las principales características naturales del /NEUQUÉN/, pero el artista no hizo referencia a este signo-elemento en su descripción del /ESCUDO NEUQUINO/.

Es por ello que el presente **Estudio Semiótico del Escudo del Neuquén** consideró al **Viento** como un signo-elemento tácito, el que no necesitó ser explicitado debido a su profunda inserción (dentro del *inconsciente colectivo* de los neuquinos) como principal característica del *territorio* de la Provincia.

El Viento simboliza la **energía** y el **impulso** de una provincia joven que trae **aire fresco** al Estado Nacional, creando **espacios** de consenso, para favorecer el génesis de una sociedad con **paz y libertad**.

El Pehuén

El Pehuén constituyen el quinto signo-elemento de arriba a abajo y es un signo-elemento *blasón*.

- **El Pehuén**

El Pehuén, también llamado Araucaria (o pino araucano), es el árbol típico de la cordillera del /NEUQUÉN/. Pertenece a la familia de las Araucariáceas, árboles perennes que alcanzan hasta 45 m de altura. Como ocurre en muchos pinos, los ejemplares jóvenes se ramifican casi desde la base, pero los más viejos presentan troncos altos, desnudos y ramificados sólo en la parte superior. Su tronco tiene una corteza gruesa y rugosa, que se quiebra en placas. Sus hojas son punzantes y sus flores, de 10 a 20 cm de largo. Sus semillas grandes, llamadas piñones, son ricas y comestibles.

El Pehuén que dibujó el autor en el /ESCUDO NEUQUINO/ representó a un árbol adulto.

Los signos "árbol", "piñón", "pino" y "araucaria" forman el clasema /Pehuén/.

- **Descripción Morfológica**

El signo-elemento Pehuén se encuentra al *abismo* y al *palo* del escudo, es decir, en el centro del *campo*. Nace en las palmas de las Manos y se levanta hasta el Cielo por encima del volcán Lanín. Las Manos y las Estrellas forman un círculo dentro del cual se encuentra el Pehuén, en su centro.

Este signo-elemento posee un *esmalte sinople* (verde bosque en su cuerpo y verde claro en su borde).

- **Interpretación del Autor (Pehuén)**

Para el artista el Pehuén representa el Neuquén de la leyenda y el indio, el del arcano telúrico (secreto de la tierra), el de la historia nunca aprendida.

De esta manera, el Pehuén hace referencia a las **raíces** del pueblo neuquino, a *la historia nunca aprendida* del aborigen del Neuquén y al Neuquén de la leyenda.

- **Descripción Axiológica (Pehuén)**

El Pehuén es el símbolo de la **fuerza** del /NEUQUÉN/ manifestada a lo largo de toda su **historia**, desde el aborigen nativo invadido por el araucano, hasta la lucha de los neuquinos por la provincialización del Territorio Nacional; desde la lucha del pueblo mapuche con el Ejército en la Conquista del Desierto, hasta la actual lucha por el federalismo con la administración nacional.

El Lanín

El volcán Lanín constituye el sexto signo-elemento de arriba a abajo. Consiste en un signo-elemento *blasón*.

- **El Lanín**

El Lanín es un volcán de 3.776 metros de altura que se encuentra a orillas del lago Huechulafquen, en Junín de los Andes. Su principal característica es su forma cónica casi perfecta y su cumbre siempre nevada. Su nombre proviene de la voz mapuche Lanin, verbo de la primer persona del plural, Lan-n: hundirse y Laniñ: primera persona del plural, significa "nos hundimos" (en la ceniza del volcán o en su nieve). También los mapuches le dan el significado de "roca muerta" ya que

creían que en la cima del volcán vivían espíritus perversos que daban muerte a los que se atrevían a subirlo.

Los signos "montaña", "nieve", "volcán" y "Junín de los Andes" forman el clasema /Lanín/.

- **Descripción Morfológica (Lanín)**

El Lanín es representado en forma geodésica correspondiente a una montaña con su cúspide (o cumbre) nevada. Este signo-elemento se encuentra al *abismo* y al *palo* del escudo. Nace desde la *punta* del Contorno cubriendo poco menos de la mitad del *campo* llegando su cumbre al *abismo* del escudo. Sobre él se encuentran las Estrellas y por encima de él se encuentran el Pehuén, las Manos y el Río.

El Lanín posee un *esmalte azur* (azul) en su base y blanco en su pico.

- **Interpretación del Autor (Lanín)**

El Lanín, afirmó el autor, es la más bella expresión de nuestra cordillera nevada, por la majestuosidad de su forma milagrosamente perfecta y por la imponentia de su cúspide bravía.

El Lanín es, sin lugar a dudas, el signo-elemento más importante visualmente del escudo (aunque no supere en superficie al Cielo, el Lanín es percibido como la *figura* de mayor tamaño en el escudo).

Este signo-elemento connota con su forma sensaciones de **grandeza**, **perfección**, **imponentia**, **firmeza** y con su naturaleza volcánica connota **fuego**, **lava**, **magma**.

Según el autor, el Lanín junto al Pehuén, representa el Neuquén de la leyenda y el indio, el del arcano telúrico, el de la historia nunca aprendida.

De ésta manera el Lanín hace referencia, al igual que el Pehuén, a las raíces del pueblo neuquino. Pero a diferencia de éste, el Lanín no lo hace desde el carácter histórico sino más bien desde la *leyenda*, desde su grandeza.

- **Descripción Axiológica (Lanín)**

El Lanín es el símbolo de la **grandeza** del pueblo del /NEUQUÉN/.

Su color azul transmite una sensación de **calma** y **tranquilidad** que solo los *grandes* pueden transferir.

Las Manos

Las dos Manos constituyen el séptimo signo-elemento de arriba a abajo. Consiste en un signo-elemento *blasón*.

Los signos "dedos", "uñas", "yemas", "palmas" y "muñecas" forman el clasema /Manos/.

Las Manos constituyen el signo-elemento más complejo (en cuanto a signos integrantes) que presenta el /ESCUDO NEUQUINO/.

- **Descripción Morfológica**

Este signo-elemento es formado por un par de manos juntas (una *diestra* y otra *sinistra*) enfrentadas muñeca con muñeca, con las palmas hacia arriba y los dedos levemente encogidos, en posición de ofrenda.

Las Manos se encuentran sobre el volcán Lanín. Nacen en la *punta del campo* del escudo y sus palmas abiertas hacia arriba rodean la cumbre nevada del Lanín).

Las Manos poseen varios *esmaltes* de la gama de los rojos a marrones debido a la gran cantidad de sombras que representan su volumen.

- **Interpretación del Autor (Manos)**

Las dos manos en actitud de ofrenda dan sensación de la naturaleza, que pródiga dispensa sus dones a esta tierra del Neuquén.

De esta manera el autor definió a las Manos como la **naturaleza**.

Este signo-elemento connota con su forma sensaciones de **generosidad, entrega, apertura, tierra**, mientras que su color es asociado mentalmente a la **energía vital pasiva**.

Las Manos son interpretadas como la "madre" **naturaleza, generosa** en la **entrega** desinteresada de sus *dones* al /NEUQUÉN/; pero también pueden ser interpretadas como la **naturaleza de ser** del pueblo neuquino, su forma de ser **generosa** en su **apertura** hacia los visitantes e inmigrantes.

- **Descripción Axiológica (Manos)**

El /ESCUDO NEUQUINO/ es el único escudo provincial que presenta sus Manos de manera abierta hacia arriba. Esta característica se debe a que son el símbolo de la **generosidad** del pueblo y de la tierra del /NEUQUÉN/.

El Río

El Río constituye el octavo signo-elemento de arriba a abajo. Consiste en un signo-elemento *blasón*.

Los signos "piedras", "cascada", "corriente", "fuerza" y "agua" forman el clasema /Río/.

- **Descripción Morfológica**

El Río se encuentra al *palo* del *campo* del escudo. Nace en las "piedras" ubicadas en el centro de las palmas de las Manos, en la *punta* del Pehuén y cae en forma de "cascada", por encima de las Manos, hasta la *punta* del Contorno.

El Río posee varios *esmaltes* de la gama de los azules debido a la gran cantidad de sombras que representan su caída y su *corriente fuerte*.

- **Interpretación del Autor**

El autor definió al signo-elemento Río como un río caudaloso, típico de montaña (como el Limay y el Neuquén), que sintetiza en su figura, el significado de impetuoso, fuerte y arrogante del vocablo araucano "Neuquén", así como el espíritu mismo de la Provincia que adoptó su nombre.

La principal característica de los *ríos de montaña* del /NEUQUÉN/ son sus **aguas cristalinas** (debido a la sedimentación en la gran cantidad de represas construidas sobre sus cauces) y sus **grandes caudales**. Estas características se encuentran en las connotaciones **claridad**, **correntoso**, **fuerza**, del signo-elemento Río.

- **Descripción Axiológica (Río)**

En el escudo, el Río nace de las manos de la naturaleza. Constituye el signo-elemento de mayor importancia de la categoría **Características Geográficas** por ser fuente de vida de toda la naturaleza, y de la categoría **Características del Gobierno provincial** al constituir la esencia misma de la Provincia (el río da nombre al territorio y luego a la provincia y favorece el asentamiento humano, las actividades económicas, la formación del Gobierno)

El Río es símbolo de **claridad** y **continuidad**.

3.3. ESTUDIO SEMIÓTICO DEL DISCURSO DEL GOBIERNO DEL NEUQUÉN

El **Estudio Semiótico del Discurso del Gobierno del Neuquén** fue iniciado el 13 de Agosto de 2001 y finalizó el 28 de Septiembre del mismo año. Con éste se obtuvieron como resultado las **Características del Discurso del Gobierno del Neuquén** por medio del posicionamiento de sus valores de base en el Mapa Semiótico de los Valores de las Marcas.

3.3.1. Introducción

La Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén consiste en la valorización que hacen de la organización los ciudadanos del Neuquén, receptores de todos sus discursos. Se entiende por **discurso** a los mensajes emitidos de forma conciente o inconsciente, en todos los lenguajes (escrito, visual, sonoro, audio-visual y gestual). Esa Imagen configura la **Marca** Gobierno del Neuquén, interpretando el concepto de **Marca** como la Identidad Institucional de la organización.

La identidad de la marca se sitúa en el nivel axiológico, es decir, está integrada por los valores básicos de la marca como narración dotada de significado.

Para afianzar sus valores de forma clara y creíble el Gobierno debe respetar el principio de sinergia y coherencia en todas y cada una de las magnitudes principales de su existencia semiótica.

En este sentido, el Gobierno neuquino conforma como marca un gran emisor de discursos debido al tamaño de su estructura y a la multiplicidad de roles que adopta por sus funciones.

La diversidad de discursos enunciados con diferentes estructuras narrativas genera confusión, tanto en el público interno como en el público externo, creando bajos sentidos de pertenencia y niveles muy bajos de identificación del origen de cada comunicación del Gobierno.

La coordinación de todos los actores generadores de discursos se manifiesta como necesidad a la hora de emitir un mismo discurso, un discurso coherente del Gobierno.

El presente estudio semiótico tuvo como finalidad la definición de las características del discurso de la marca institucional **Gobierno del Neuquén**, para que los actores generadores de los mismos mantengan una estructura narrativa común. Esta narrativa es la base de los discursos de todas las dependencias del Gobierno, independientemente de sus funciones, fortaleciendo su Imagen de Marca.

Para definir las características del discurso, los valores de base de la identidad del Gobierno (definidos en el *Estudio Semiótico del Escudo de la Provincia del Neuquén*) fueron colocados en el Mapa Semiótico de los Valores de las Marcas. En él se definieron las principales magnitudes del discurso (tiempo, espacio, actores, relaciones y pasiones) creando y reglamentando el "*mundo semiótico*" de la marca institucional **Gobierno del Neuquén**.

3.3.2. Posicionamiento de la Identidad del Gobierno

La Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén posee en su nivel axiológico nueve valores básicos (5 primarios y 4 contextuales o complementarios) obtenidos por el análisis semiótico del posicionamiento pretendido por el Gobierno y del Escudo con el cual se representa.

Estos valores ubicados en el Mapa Semiótico de la Marca posicionaron al Gobierno del Neuquén dentro del cuadrante *misión*.

La marca-misión “Gobierno del Neuquén”

El Gobierno del Neuquén se encuentra ubicado en el cuadrante donde convergen las valorizaciones utópicas (Impulso, Éxito, Modernidad, Paz y Libertad) y las críticas (Fuerza, Grandeza, Generosidad y Claridad).

La marca, si bien por su naturaleza funcionalista podría ubicarse en el cuadrante de la información (el gobierno existe por su función de administrar la provincia), su compromiso con la comunidad y el bien social, su evaluación constante de la realidad y su proyección para garantizar un futuro mejor a la provincia, ubican al Gobierno del Neuquén en el cuadrante de la *misión*.

El Gobierno, en su aspecto crítico de **laboratorio**, analiza la actualidad y las problemáticas de la comunidad neuquina para luego aplicar su faceta proyectista, creando programas de acción para darles soluciones. Es decir, no solo posee **la voluntad de buscar una respuesta original (y con vocación de futuro) a los problemas de un grupo de personas** (rasgo característico de la marca *misión*), sino también **convierte esa voluntad en acciones de gobierno que resuelven tales cuestiones** (disminución del desempleo, crecimiento de la economía provincial, radicación de nuevas inversiones productivas en la provincia, etc).

Esta característica de la actual gestión de Gobierno (*Claridad*) se materializa en el buen posicionamiento de la Provincia del Neuquén en sus mercados locales, nacionales y también en el mercado internacional (ver tarea b: Informe Preliminar del Análisis Situacional). En éste último, el actor principal del Gobierno (el señor Gobernador) logró posicionar a la provincia de forma exitosa gracias a su estrategia de *búsqueda de nuevos inversores (Impulso)*, llegando a donde ellos se encuentran (EEUU, Canadá, Brasil, España, Francia, China) y negociando con éxito sus programas de inversiones que no solo se realizarán en Neuquén sino también en otras provincias argentinas, propiciando el crecimiento económico del país (*Generosidad*).

La marca identifica al gobierno de una provincia joven (por su edad y por la de su población) en la que quedan muchas cosas por hacer, por crear. Esta característica netamente utópica, se refleja en el arribo de Inversores (generalmente extranjeros) que el Gobierno ha seducido con garantías fiscales para que construyan los servicios que necesita la comunidad (nuevo aeropuerto, corredor bioceánico, becas educativas, entre otras inversiones) fortaleciendo la economía provincial (más puestos de trabajo, inyección de capital, mayores regalías, etc.).

Características del Discurso de la Marca

El posicionamiento de la marca dentro del cuadrante de la *misión* permitió definir sus características discursivas. Las más importantes son el tiempo, el espacio, los actores, sus relaciones y sus pasiones.

El tiempo del Gobierno

Su carácter de *misión* hace que el Gobierno deba utilizar en su discurso un tiempo que haga referencia a *volver al futuro*. Esto es entendible por su

proyección hacia adelante, por evocar una temporalidad de larga duración (su esencia utópica) y por su paradójica evaluación del pasado modificando sus conductas presentes para no repetir los mismos errores y alcanzar su planificado futuro.

El Gobierno deberá hacer referencia a las gestiones pasadas en su análisis de las situaciones actuales, destacando sus aciertos y asegurando que sus errores no son ni serán cometidos, denotando las acciones que proyecta para garantizarlo (*Éxito*). Es decir, debe mantener su actual discurso en el que denota que conoce el rumbo (*Claridad*), que define las estrategias más apropiadas para alcanzar el bien común, que es exitoso en tiempos donde la mayoría de sus pares fracasa.

Es en esta magnitud del discurso donde el valor de base *Modernidad* adquiere su máxima expresión (llegando al nivel superficial). No basta con que el Gobierno realice acciones que mantengan su estado de "moderno" (acuerdos con las empresas internacionales Microsoft, Telefónica y Repsol-YPF; reestructuración moderna del Gobierno a través de denominada *Reforma del Estado*) sino que debe también denotarlo en su imagen gráfica (papelería, gráfica vehicular, señalización y publicidad) lo que constituye uno de los resultados de la asistencia técnica.

El espacio del Gobierno

Para definir la magnitud espacial del discurso de la marca es preciso hacer una aclaración metalingüística sobre el término *espacio*. El lexema "espacio" hace referencia a su aspecto conceptual, intelectual y virtual. En cambio, la connotación de espacio físico es expresada por el lexema "lugar".

El *espacio* en el discurso del Gobierno es un "espacio" por construir, un "espacio" que permite la expresión de la praxis humana (*Libertad*). Es un "lugar" donde se pueda vivir con **confianza**, un lugar habitable que apoya y favorece la socialización y la cohabitación de los neuquinos (*Paz*).

Es en el "espacio" donde el Gobierno propicia el consenso entre todos los actores de la comunidad (*Grandeza*) para arribar a las soluciones de los problemas planteados por ésta. En este sentido el Gobierno mantiene un diálogo permanente con los actores de los conflictos para alcanzar sus desenlaces (paritarias con el gremio estatal, mediación entre la empresa Zanon y sus empleados, etc.) confiriendo solidez a la gestión y asegurando su continuidad.

En el momento en que el espacio adopta en el discurso del Gobierno una representación real ("lugar"), se transforma o bien en un espacio *negativo* que hay que modificar o en un espacio *esencial* a imitar y respetar.

Los actores del Gobierno

Los actores del discurso del Gobierno son el Gobernador, los funcionarios y los ciudadanos.

En las marcas misión los valores **progreso** y **compromiso** se manifiestan en la figura de la colectividad entendida a la vez como comunidad de individuos. El que habla, el que da su parecer es siempre el sujeto colectivo en nombre de todos los individuos que la componen. Este actor es el Gobernador, quien encarna el rol de autoridad máxima de la Provincia y como tal, configura el actor principal del discurso del Gobierno del Neuquén. El gobernador, desde su cualidad personal de conductor, guía y sostiene con firmeza las decisiones que orientan la gestión

(*Fuerza*). Él mismo conoce la realidad de los neuquinos, la analiza y proyecta acciones para transformarla en una realidad positiva (*Impulso*). También es quien lucha por el bienestar de todos los neuquinos ante las fuerzas nacionales y provinciales, y en el contexto internacional (*Fuerza*).

Respecto al resto de funcionarios del Gobierno, son el *equipo* de trabajo del Gobernador. Son el grupo de individuos que, *comprometidos* con la sociedad neuquina, poseen el *saber* crítico para la resolución de la actual situación de la provincia (*Claridad*). De esta forma los funcionarios serán presentados en el discurso como profesionales experimentados que conocen la realidad y saben cómo mejorarla. Son individuos *leales* al Gobernador y al *servicio* de toda la comunidad.

Los ciudadanos son presentados como una *comunidad de individuos*, de personas que comparten la misma realidad, los mismos problemas y algunos, la misma historia. Es característico de las marcas misión su marcada orientación hacia el hombre como ser social. Por esto, el Gobierno localiza su discurso hacia el neuquino con el cual tiene el *compromiso* de mejorar su calidad de vida. La sociedad neuquina tiene grandes flagelos (desocupación, deserción escolar, violencia familiar, entre otros) y el Gobierno posee el *deber* de hallar una solución creativa para estos conflictos. Este deber tiene que ser expresado en su discurso.

Las relaciones del Gobierno

Las relaciones entre el Gobierno (Gobernador y funcionarios) y la comunidad del Neuquén (fuerzas políticas opositoras, fuerzas gremiales, empleados del gobierno, comerciantes, etc) están regidas por el *consenso común*.

En esta característica del discurso del Gobierno, al igual que en la magnitud espacial, la marca se está desarrollando con muy buenos resultados. La resolución de conflictos sociales (Cortes de rutas, enfrentamiento mapuche contra empresas petroleras, usurpación de viviendas provinciales, etc) sin la intervención de las fuerzas policiales, demuestran la voluntad del Gobierno de negociar las situaciones procurando la paz social (**Paz**).

Otra característica principal en la relación entre la comunidad y el Gobierno es la **solidaridad**. El Desarrollo Social de la provincia requiere la intervención del Gobierno, quien ejecuta diferentes programas para asistir (**Generosidad**) a los grupos más afectados por la crisis económica nacional (programa de trabajo de Madres Jefas de Hogar, construcción de viviendas económicas para familias de escasos recursos, subsidios a emprendimientos productivos a través del Instituto Autárquico para el Desarrollo Productivo).

La **solidaridad** debe ser expresada con un discurso (de la marca) en un **lenguaje simple**, sin tecnicismos, que pueda ser comprendido por la mayoría de los estratos sociales de la población neuquina (**Claridad**). Los proyectos y las conclusiones del análisis de la realidad que efectúan los actores del Gobierno deben ser explicados en forma **didáctica**, para que (sin subestimar el intelecto del ciudadano) sea accesible a la mayoría de su conjunto.

Las pasiones del Gobierno

La pasión más importante en el discurso del Gobierno del Neuquén es el **humanismo**. Solamente la **tolerancia** y el **respeto** a las diferencias pueden

fundamentar con solidez este nuevo humanismo que aspira a conseguir una sociedad del futuro múltiple y diferenciada (*Grandeza*).

El plan de gobierno gira en su totalidad sobre el hombre neuquino a quien tiene como eje central en su gestión. Su desarrollo socioeconómico presente y futuro es la preocupación del Gobierno neuquino. Un ejemplo de ello es el programa Neuquén Crea y Juega (cuyo lema es "*Neuquén, nuestra forma de ser*"), el cual genera un gran sentido de pertenencia hacia la provincia en los jóvenes destinatarios de éste. (*Impulso*)

Otra vertiente humanista de una marca misión es su valoración de la *Cultura* y del *Saber*. El Gobierno, desde el inicio de su gestión, implementó un programa Estimulo para la educación de los jóvenes del Neuquén el cual premia con viajes educativos el rendimiento académico de los alumnos de los niveles primario y secundario. Sin embargo, la valorización de la cultura no es aplicada con intensidad. Es preciso que el discurso revalorice los aspectos culturales del Neuquén, que promueva espacios donde el ciudadano acceda a hechos culturales significativos.

3.4. PRINCIPALES CONCLUSIONES (POR ACTIVIDADES)

En este punto son expuestos a modo de síntesis los principales resultados obtenidos por los estudios semióticos de la segunda tarea de la asistencia técnica.

3.4.1. Conceptos Diferenciadores y Valores de Base

Del análisis de los Elementos del Escudo se obtuvieron los conceptos que representan y diferencian al Neuquén de las demás provincias.

Estos conceptos diferenciadores hacen referencia a valores ubicados en el nivel axiológico del discurso del Gobierno del Neuquén.

Los valores de base constituyen el nivel profundo del discurso de la marca institucional "Gobierno del Neuquén". Estos valores son: **Éxito** (en el pasado, presente y futuro), **Modernidad, Paz** (social), **Impulso, Fuerza, Grandeza, Generosidad, Claridad y Libertad**.

Según su relación de /CONTINUIDAD/, los valores básicos de la marca son divididos en **Valores Primarios y Valores Secundarios**. Esta relación de /CONTINUIDAD/ esta dada por sus naturalezas. De esta forma, los valores correspondientes a las características del Gobierno son consecuencia de la existencia de los valores correspondientes a las características Geográficas.

Impulso, Fuerza, Grandeza, Generosidad y Claridad son valores primarios y Éxito, Modernidad, Paz y Libertad son valores secundarios. Si bien el valor Paz corresponde a las características geográficas, su relación intrínseca con el valor Libertad genera la necesidad de agruparlo con éste último dentro de los valores secundarios.

Los valores básicos primarios pertenecen a la estructura axiológica del discurso del Gobierno del Neuquén y los valores básicos secundarios son adoptados como contextuales, como entidades axiológicas complementarias de los valores primarios.

En la tabla nº 1 se exponen los resultados obtenidos por el estudio semiótico del escudo destacando las relaciones de correspondencia entre los signos-elementos, su categorización, su significado, los conceptos diferenciadores que incluyen y sus valores de base.

TABLA Nº 1: Valores de Base por Elemento del Escudo

Elemento	Característica	Significado	Conceptos Dif.	Valores de Base
Sol Naciente	Del Gobierno	Legado de gloria, Argentinidad	Gloria, Esplendor, Riqueza	Éxito
Contorno	Del Gobierno	Gobierno del Neuquén	Adelanto, Superación, Equilibrio	Modernidad
Cielo	Geográficas	Argentinidad	Aire, Espacio, Tranquilidad	Paz
Estrellas	Del Gobierno	16 Departamentos del Neuquén	Unidad, Organización, Venturoso porvenir	Éxito Futuro
Viento (tácito)	Geográficas	Viento Patagónico	Dinamismo, Energía, Movimiento	Impulso
Pehuén	Geográficas	Historia del Neuquén, Pueblo Neuquino	Raíces (históricas), Origen, Lucha	Fuerza
Lanín	Geográficas	Historia del Neuquén, Pueblo Neuquino	Imponencia, Perfección, Firmeza	Grandeza
Manos	Geográfica	Naturaleza pródiga	Tierra, Apertura, Entrega, Ofrenda	Generosidad
Río	Geográfica	Río de Montaña	Corriente fuerte, cristalino	Claridad
Laureles	Del Gobierno	Legado de Libertad, Argentinidad	Gloria, Victoria, Honor	Libertad

3.4.2. Posicionamiento en el Mapa (o Mapping) Semiótico

Los valores de base del Gobierno del Neuquén ubicados en el Mapa Semiótico posicionaron a la marca dentro del cuadrante **Misión**, el cual se encuentra ubicado en el cuadrante donde convergen las valorizaciones utópicas (Impulso, Éxito, Modernidad, Paz y Libertad) y las críticas (Fuerza, Grandeza, Generosidad y Claridad).

El Gobierno, en su aspecto crítico de **laboratorio**, analiza la actualidad y las problemáticas de la comunidad neuquina para luego aplicar su faceta proyectista, creando programas de acción que buscan soluciones creativas a los conflictos de la sociedad.

3.4.3. Definición de las Características del Discurso de la Organización

El posicionamiento de la marca como *misión* permitió definir sus principales características discursivas.

Estas magnitudes discursivas son el tiempo, el espacio, los actores, sus relaciones y sus pasiones. Todas ellas contribuyen a la marca a conferir coherencia definiendo las principales características de la estructura narrativa de los discursos de la marca, las cuales se exponen en forma sintética la tabla n° 2.

TABLA N° 2: Características Discursivas de la marca

Magnitud Discursiva	Valores de Base	Características discursivas
Tiempo	Exito Claridad Modernidad	Volver al Futuro Crítica del Pasado, Evaluación del Presente, Proyección del Futuro
Espacio	Libertad Paz Grandeza	Espacio por construir Lugar para vivir Espacio de Consenso
Actores	Fuerza Impulso Claridad	Gobernador progresista y comprometido con el bien social Funcionarios leales al servicio de la comunidad Ciudadanos como comunidad de individuos-personas
Relaciones	Paz Generosidad Claridad	Consenso común y paz social Gobierno solidario con los sectores necesitados Discurso con lenguaje simple y didáctico
Pasiones	Grandeza Impulso	Humanismo con tolerancia y respeto Cultura Saber

4. REGLAMENTACIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

La etapa tercera fue de Normatización e Implementación. Esta se inició el 1º de Octubre de 2001 y finalizó el 30 de Noviembre de ese año.

Su objetivo fue definir las pautas de construcción de los signos básicos de la marca institucional y especificar sus aplicaciones en los discursos del Gobierno.

En esta etapa el nivel axiológico y el nivel narrativo de la marca (definido en la etapa anterior) adquieren forma, llegando a la superficie con el diseño de una nueva Identidad Visual para el Gobierno del Neuquén (nivel discursivo de la marca).

Con las tareas de esta etapa se obtuvieron las **Normas de Construcción** de los principales símbolos provinciales (Normatización de los Símbolos Provinciales), la nueva **Identidad Visual** del Gobierno (Definición de Colores Institucionales, Normatización de Logotipos del Gobierno, Definición de la Papelería Oficial) y la **Presentación** de la nueva Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén (Creación del Manual).

4.1. NORMATIZACIÓN DE LOS SÍMBOLOS PROVINCIALES

Los símbolos que representan a la Provincia del Neuquén son cuatro: el Escudo Provincial, la Bandera Provincial, el Himno Provincial y la Flor Provincial. Estos signos son de naturaleza simbólica y constituyen los símbolos provinciales definidos por la Constitución de la Provincia del Neuquén. Pero en las normas constitucionales no están definidas sus particularidades constructivas.

Estos signos/símbolos poseen la característica de coherencia con la organización debido a su intenso uso a lo largo del tiempo.

Los símbolos provinciales más utilizados en los discursos del Gobierno son el Escudo, la Bandera y el Himno provincial. Debido a esto fueron integrados en la nueva imagen institucional del **Gobierno del Neuquén**.

El objetivo de esta tarea fue definir (en forma certera) la construcción gráfica del Escudo y la Bandera de la Provincia para su exacta reproducción en los sistemas visuales utilizados por el Gobierno del Neuquén. Objetivo alcanzado mediante procesos de digitalización de los símbolos y, en el caso del Escudo, reglamentando sus usos y construcciones gráficas.

La tarea se inició el 1º de Octubre de 2001 con el **Estudio de Diseño Gráfico del Escudo del Neuquén** y finalizó el 5 de ese mes con el **Estudio de Diseño Gráfico de la Bandera Provincial**.

4.1.1. Estudio de Diseño Gráfico del Escudo del Neuquén

El Estudio de Diseño Gráfico del Escudo provincial fue la primer actividad de la tercer etapa.

Su objetivo fue definir, de manera científica, la morfología y los colores digitales del Escudo de la Provincia del Neuquén para su exacta reproducción en sistemas visuales.

El proceso del Estudio de Diseño Gráfico del Escudo fue realizado en 5 pasos:

1. **Toma fotográfica del Escudo Artístico**
 2. **Edición de la fotografía**
 3. **Vectorización de la imagen digital**
 4. **Definición de colores digitales uniformes del Escudo**
 5. **Creación de las versiones digitales del Escudo**
-

Este proceso fue desarrollado en dos fases. La primera consistió en su **Análisis Morfológico**, donde se obtuvo la imagen digital del Escudo Oficial para luego vectorizarla (1º, 2º y 3º paso), mientras que la segunda fue su **Análisis Cromático** que consistió en la definición científica de sus colores y la creación de las versiones digitales del Escudo (4º y 5º paso).

Análisis Morfológico

Esta fase del Estudio de Diseño Gráfico del Escudo del Neuquén tuvo como objetivo digitalizar el diseño artístico del Escudo Provincial y establecer su construcción gráfica para que pueda ser reproducido exactamente en sistemas visuales.

Toma fotográfica del Escudo Artístico

Para alcanzar las metas propuestas para esta actividad se procedió a la búsqueda del dibujo original del Escudo de la provincia.

Con la información obtenida en la Investigación Exploratoria (tarea a) se localizó el Escudo Oficial de la Provincia del Neuquén, el cual se encuentra en la Sala de Sesiones de la Honorable Legislatura del Neuquén.

Este escudo es denominado por el Estudio como **Escudo Artístico** debido a que su origen y sus técnicas de producción pertenecen a las Artes Plásticas.

El proceso de digitalización del Escudo Artístico implicó la realización de una producción fotográfica de un gran profesionalismo para la cual se convocó al reconocido fotógrafo Pedro Delloro.

Por medio de una autorización del Gobierno, se desmontó con extremo cuidado el cuadro que contiene el diseño original del Escudo y se colocó el dibujo bajo la luz solar. Luego de realizar una evaluación de la luz reflejada, la luz incidente y el efecto de sobras ocasionado por la textura del cartón (soporte sobre el cual fue pintado el escudo) se efectuó la toma fotográfica (en 300 dpi ópticos) con una cámara digital de alta resolución.

Edición fotográfica de la imagen del Escudo

Esta fotografía fue editada (mediante el software Adobe Photoshop 5.5) para trabajar con mayor facilidad en su vectorización. La edición fotográfica del escudo consistió en limpiar la imagen borrando las firmas de los Diputados Provinciales que avalaron el diseño del Escudo como el Escudo Oficial de la Provincia del Neuquén y en extrapolar su definición de 300 dpi a 1200 dpi para tener mayor calidad de imagen a la hora de utilizarla como original.

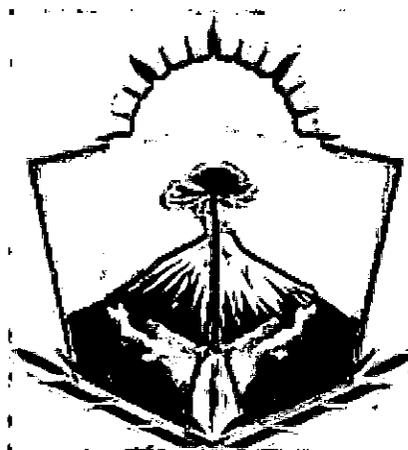


Imagen digital del Escudo Artístico

El producto de la edición fotográfica fue la Imagen Digital del Escudo Artístico.

Vectorización de la imagen digital del Escudo

El proceso de vectorización del Escudo Artístico fue clave para la creación de la versión digital del Escudo Oficial.

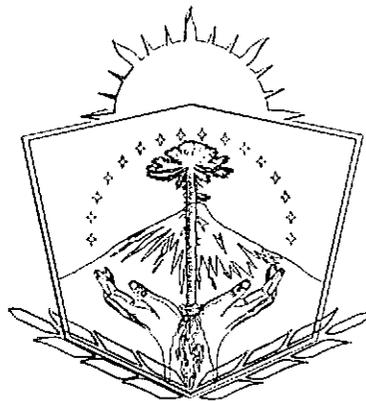
Este proceso fue efectuado mediante el dibujo digital con vectores sobre las formas de la imagen digital del Escudo Artístico (con el software Corel Draw 9).

Para su realización se trabajó elemento por elemento (del Escudo) sobre una ampliación a gran escala (zoom) de la imagen digital del dibujo del Escudo. Actividad que no fue sencilla debido a la complejidad del dibujo por su gran número de detalles y su escasa definición entre las figuras y el fondo.

En la vectorización, los vectores representan las formas como una serie de líneas y curvas. Para dibujar las formas de los elementos del Escudo se fueron colocando (sobre la imagen) puntos denominados **nodos**, los cuales constituyen el punto de inicio y fin de una línea o curva. Cuando se coloca un nodo, éste se une con una línea o curva al anterior sucesivamente hasta cerrar la forma. Una vez cerrada la forma se convierte en una figura denominada **objeto**.

La disposición de los nodos sobre la imagen del dibujo del Escudo Artístico fue duplicando las formas de sus elementos, formado varios objetos por elemento.

De esta manera se obtuvo un dibujo vectorial idéntico en sus formas al Escudo original sin colores de relleno, es decir, las formas del Escudo Artístico fueron diseñadas con objetos en líneas de dibujo simples.



Dibujo vectorial del Escudo

En un principio, ese dibujo vectorial estaba compuesto por 177 objetos por la complejidad en detalles de los elementos Río, Manos y Pehuén (ordenados de mayor a menor complejidad). Los objetos del elemento Río fueron los más difíciles de obtener debido a su número y el degradado de sus colores (30 objetos). En

tanto que la complejidad de las Manos residió en el gran número de objetos claros y oscuros (sombras) que le dan volumen (76 objetos). El Pehuén, sin embargo, no es complejo por su número de objetos (19), sino por la cantidad de nodos con los cuales se compone su forma (537 nodos).

Para reducir la complejidad del dibujo vectorial fueron sometidos a un análisis particular los elementos conflictivos. En éste se identificaron los 5 objetos principales del Río con los cuales se generan las mismas sensaciones de color percibidas en el Escudo Artístico, reduciendo significativamente su número de objetos. Las Manos sufrieron el mismo proceso identificándose los 30 objetos significativos del elemento. Y por último, los objetos del Pehuén y los objetos de la nieve del Volcán Lanín fueron combinados reduciendo a un objeto cada uno de ellos.

Finalmente el dibujo vectorial fue sintetizado en 48 objetos para representar los 9 elementos del Escudo provincial del Neuquén.

Este dibujo vectorial del Escudo es la base estructural del *Escudo Digital* y sus versiones digitales.

Debido a que los dibujos vectoriales son composiciones digitales mediante fórmulas matemáticas su reproducción es exacta y puede ser expuesto fielmente en todos los sistemas visuales.

Análisis Cromático

El Análisis Cromático del Escudo Artístico fue la segunda fase del Estudio de Diseño Gráfico del Escudo del Neuquén.

Su objetivo consistió en definir científicamente los colores uniformes del Escudo de la Provincia del Neuquén para su exacta reproducción en sistemas visuales.

Digitalización de los colores del Escudo

Una vez obtenidas las formas del Escudo en su versión vectorial, se procedió a la asignación de un color (digitalmente compuesto) para cada objeto mediante la identificación de los colores artísticos predominantes en la imagen digital del Escudo Artístico.

Esta actividad fue ardua debido a que surgieron problemas para identificar un color pleno o uniforme. Esas dificultades tuvieron 2 motivos principales derivados de la naturaleza artística del dibujo.

El primero de ellos fue el soporte elegido para *pintar* el Escudo. El autor utilizó un papel rígido (cartón) con una superficie porosa (similar al papel martillado con la punta de un clavo). Estos grandes poros concentraron mayores cantidades de pintura que la superficie, pero no la suficiente como para cubrirlos.

De esta manera se produce un efecto milimétrico de sombra sobre los poros que oscurecen el pigmento, presentando pequeños puntos oscuros.

Las sombras y las concentraciones de pigmento en los poros oscurecen o aclaran el color dependiendo del ángulo de la luz incidente.

En la ampliación sobre una de las Estrellas se pueden apreciar las gamas de colores que forman la tonalidad cromática de los elementos Cielo y Estrella. La intensidad de los colores de los puntos corresponde a la profundidad del soporte. Los colores más claros pertenecen a la superficie y los más oscuros a los poros.



Zoom en píxeles de colores artísticos

El segundo motivo fue el mecanismo de aplicación de los pigmentos, las pinceladas. El Escudo Artístico fue logrado mediante pinceladas que colorearon el dibujo. Cada una de éstas colocó un pigmento que fue degradándose en su gama de colores debido a la descarga del pincel.

Por este motivo los colores del dibujo no son uniformes, sino que presentan degradados de un color a un tono de su gama de colores, logrados por pinceladas de un pigmento yuxtapuestas con la de otro pigmento.

Un ejemplo de esto fue el Río que posee una enorme variedad de tonos del color cian (o celeste).



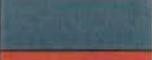
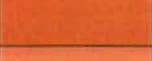
Detalle del Escudo Artístico

Para lograr la misma sensación de color con un color pleno, se realizó un promedio de color cada 10 píxeles cuadrados de manera que un color digital representa a varios colores artísticos. Este proceso de sustitución y síntesis puede realizarse gracias a que por un efecto óptico a menor proximidad del dibujo artístico mayor es el predominio de un color.

Los colores obtenidos (en sistema RGB) fueron sintetizados en 14 colores primarios y asignados a los 48 objetos vectoriales con los que se forman los 9 elementos del Escudo. De esta forma se obtuvo el Escudo Oficial en su versión digital a Color en el modelo de color RGB.

Estos colores fueron nombrados en el Estudio para su mejor identificación y son expuestos en la tabla nº 3:

TABLA N° 3: Colores de los Elemento del Escudo

Color	Nombre	Elemento
	Negro	Manos
	Azul Oscuro	Sol, Contorno, Lanín y Río
	Azul Cielo	Cielo, Viento (elemento tácito) y Río
	Cyan	Río
	Azul Hielo Oscuro	Río
	Blanco	Lanín y Río
	Verde claro	Pehuén
	Verde Oscuro	Laureles
	Verde Bosque	Pehuén
	Rojo Ladrillo Oscuro	Manos
	Dorado	Sol, Contorno, Estrellas y Laureles
	Rojo Rubí Claro	Manos
	Rojo Ladrillo	Manos
	Arena	Manos

Si bien el Negro y el Blanco no son colores sino valores (en realidad son la ausencia o la convergencia de todo color, dependiendo la naturaleza del modelo de color que se use), fueron incluidos como colores primarios. Es decir, a ciencia cierta el conjunto **colores primarios** está compuesto por 12 colores y 2 valores.

Composición de los colores uniformes del Escudo

Luego de haber definido los colores digitales del Escudo Oficial en el modelo RGB, fueron definidos en el sistema de color *Pantone Color Process System* y en los modelos de color *CMYK* y *LAB*. El CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Blue) y el Pantone son paletas formadas por colores Aditivos o colores pigmentos.

El sistema RGB (Red, Green, Blue) es de colores Sustractivos o colores luz.

El sistema LAB fue creado por la Commission Internationale de l'Eclairage (CIE) y está formado por Luminancia (L) y dos componentes cromáticos que van del verde al rojo (A) y del azul al amarillo (B). Debido a que es un sistema de color matemático independiente del periférico de visualización Corel Corporations (líder en software para aplicaciones profesionales de diseño) recomienda su uso para el diseño gráfico digital.

Todos ellos son logrados a través de fórmulas matemáticas para asignarle tono, brillo y saturación al color que se desea componer y constituyen normas internacionales de composición de colores establecidas por la ICC (International Color Consortium)

La composición de los 14 colores digitales del Escudo vectorial en los sistemas de color mencionados fue lograda por medio del *Administrador de Color* que posee la aplicación CorelDRAW según las normas del ICC. Este posee una estructura de conversiones de modelos con la cual asigna una composición equivalente de un color en otro de sistema o modelo de color.

Los colores digitales del Escudo Oficial de la Provincia del Neuquén con sus composiciones en los cuatro sistemas y modelos de color son expuestos a continuación en la tabla nº 4:

TABLA N° 4: Composición digital de los colores del Escudo Oficial

Color	Nombre del Color	Sistema de Color										
		Pantone	CMYK				RGB			LAB		
			c	m	y	k	r	g	b	L	a	b
	Negro	s325-1 cvs	0	0	0	100	0	0	0	0	0	0
	Azul Oscuro	s200-1 cvs	100	85	35	0	31	52	102	22,4	2,8	-15,6
	Azul Cielo	s234-1cvs	100	0	0	0	20	0	122	175	45,1	-13,2
	Cyan	s232-1 cvs	100	0	0	0	0	147	221	54,1	-14,2	-26
	Azul Hielo Oscuro	s218-6 cvs	40	10	3	0	128	180	219	70,2	-4,7	-12,3
	Bianco	s325-9 cvs	0	0	0	0	255	255	255	100	0	0
	Verde claro	s278-9 cvs	10	0	10	0	217	237	225	91,8	-4,3	1,9
	Verde Oscuro	s277-1 cvs	100	0	100	40	0	98	47	33,7	-24,1	9
	Verde Bosque	s326-2 cvs	80	65	65	0	70	85	90	34,5	-2,4	-2,4
	Rojo Ladrillo Oscuro	s68-1cvs	26	90	91	0	167	64	51	40	18,9	17
	Dorado	s20-3 cvs	0	25	95	20	192	153	34	65,1	3,3	30,2
	Rojo Rubí Claro	s67-1 cvs	20	90	100	0	179	65	36	43,9	21,7	20,3
	Rojo Ladrillo	s67-2 cvs	20	75	80	0	181	90	68	49	17	14,6
	Arena	s60-6 cvs	0	35	40	0	240	165	136	74,5	12,3	12,8

Estos colores fueron aplicados al diseño del Escudo vectorial constituyéndose en el **Escudo Oficial** del Gobierno del Neuquén.

Versiones Digitales del Escudo Oficial

El Escudo Oficial fue diseñado en tres versiones digitales de color para responder requerimientos profesionales y poder ser aplicado en todos los discursos del Gobierno del Neuquén.

Las versiones del Escudo Oficial son su **Versión Color** o **Escudo Oficial**, su **Versión en Escala de Grises** o **Escudo Oficial Gris** y su **Versión en Blanco y Negro** o **Escudo Oficial ByN**.

Cada Versión Digital del Escudo Oficial se encuentra disponible en cuatro formatos de archivos diferentes, dos de imagen o mapa de bits, en archivos Jpeg y Gif, y dos en dibujo vectorial, en archivos de Corel y de Adobe Illustrator.

Los archivos JPEG (Joint Photographic Experts Group) poseen un formato estándar internacional para la compresión de imágenes fotográficas. El espacio del archivo de imagen es comprimido con una mínima pérdida de calidad. Estos archivos poseen la extensión ".jpg".

Los archivos GIF (Graphics Interchange Format) poseen un formato de gráficos diseñados para usar un espacio mínimo en los discos y poder ser leídos e intercambiados fácilmente entre sistemas. Estos archivos poseen la extensión ".gif".

Los archivos de Corel poseen un formato de gráficos vectoriales del software CorelDRAW (aplicación utilizada para el desarrollo de los Estudios de Diseños de la asistencia técnica). Esta aplicación es usada por profesionales gráficos en su mayoría en sistemas de entorno Windows. Estos archivos poseen la extensión ".cdr".

Los archivos de Illustrator poseen un formato de gráficos vectoriales del software Adobe Illustrator. Esta aplicación es usada por profesionales gráficos generalmente en sistemas de entorno Macintosh. Estos archivos poseen la extensión ".ai".

- ***Versión Digital en Color del Escudo (Escudo Oficial)***

La Versión Color del Escudo es la oficial y es denominado por el Estudio como ***Escudo Oficial***. Consiste el estado natural del signo y por lo tanto es la versión predeterminada para su aplicación en los discursos del Gobierno del Neuquén.



Escudo Oficial

El Escudo Oficial de la Provincia del Neuquén posee 14 tintas. Estas se encuentran definidas por fórmulas matemáticas en los tres modelos de color (CMYK, RGB y LAB) y en un sistema de tintas directas (Pantone).

El Modelo CMYK es utilizado por los sistemas de impresión (impresoras de oficina, imprentas offset y digitales). El Modelo RGB por sistemas de visualización (monitores de oficina, televisores, cine). El Modelo LAB, modelo matemático de color independiente del periférico de visualización, es recomendado su uso en el diseño digital de los discursos.

El Sistema Pantone obtiene los colores a través de una paleta de tintas directas. Este sistema se diferencia del modelo CMYK por no combinar tintas para obtener los colores. En la paleta Pantone a cada color le corresponde un pigmento. La aplicación de este sistema como standar internacional en la pigmentación de pinturas, tintas y materiales decorativos se coloca en el principal sistema de definición de color debido al amplio campo de aplicación (Señalización vehicular, Diseño Arquitectónico, artes gráficas, etc).

- ***Versión Digital en Escala de Grises del Escudo (Escudo Oficial Gris)***

Esta versión del Escudo Oficial es para su aplicación en discursos de los que se desean obtener impresiones de bajo costo (con impresoras láser o inyección de tinta). Esta versión debe ser usada solo en discursos que no posean color.



Escudo Oficial Gris

El Estudio nombra esta versión del Escudo Oficial como ***Escudo Oficial Gris***.

El Escudo Oficial Gris fue diseñado en el modelo de color **Escala de grises**. Este utiliza una gama de 0 a 255 tonos del gris para producir un resultado similar a una fotografía en blanco y negro.

Para diseñar esta versión se realizó un **análisis cromático de valor** con el que se definieron los tonos de grises que remplazan en esta versión a los colores del Escudo Oficial y se definieron las composiciones de los grises en los modelos CMYK, RGB y LAB y en el sistema de tintas directas Pantone para su uso profesional.

El Escudo Oficial Gris posee 15 tonos grises.

La composición digital de los tonos en los cuatro modelos y en las tintas directas fue obtenida (al igual que los colores digitales) por medio del **Administrador de Color** de CorelDRAW.

En la tabla nº 5 se exponen las composiciones digitales de los grises del Escudo Oficial Gris en los modelos de color y en el sistema Pantone.

TABLA Nº 5: Composición digital de los grises del Escudo Oficial Gris

Grises	Escala de Grises	Sistema de Color										
		Pantone	CMYK				RGB			LAB		
			c	m	y	k	r	g	b	L	a	b
G32	s 324-4 cvs		0	0	0	95	32	32	32	9,8	0	0
G53	s 325-3 cvs		0	0	0	74	53	53	53	22,4	0	0,0
G64	s 326-3 cvs		0	0	0	67	64	64	64	27,8	0	0
G74	s 325-4 cvs		0	0	0	62	74	74	74	32,5	0	0
G85	s 326-4 cvs		0	0	0	56	85	85	85	37,3	0	0
G92	s 327-6 cvs		0	0	0	53	92	92	92	40,4	0	0
G98	s 325-5 cvs		0	0	0	50	98	98	98	43,1	0	0
G111	s 325-6 cvs		0	0	0	44	111	111	111	48,6	0	0
G146	s 327-9 cvs		0	0	0	31	146	146	146	62,4	0	0
G164	s 325-7 cvs		0	0	0	25	164	164	164	69	0	0
G180	s 330-7 cvs		0	0	0	21	180	180	180	74,5	0	0
G204	s 325-8 cvs		0	0	0	14	204	204	204	83,1	0	0
G228	s 145-9 cvs		0	0	0	8	228	228	228	91	0	0
G231	s 150-9 cvs		0	0	0	7	231	231	231	92,2	0	0
G255	s-325-9 cvs		0	0	0	0	255	255	255	100	0	0

- **Versión Digital en Blanco y Negro del Escudo (Escudo Oficial ByN)**

Esta versión del Escudo Oficial debe ser utilizada en aquellos discursos que requieran una sola tinta como avisos en los diarios. Esta versión es denominada por el Estudio como **Escudo Oficial ByN**.



Formato Positivo del Escudo Oficial ByN

El Escudo Oficial ByN fue diseñado en un solo color en dos formatos: Positivo y Negativo; estando predeterminado el uso de la tinta negra en Positivo.

Esta versión no debe ser aplicada en discursos a color o en escala de grises. En el caso de que el diseño de discursos requiera la aplicación de un color a esta versión, debe ser usado un color institucional o un color de la gama institucional. El color predeterminado para el Escudo Oficial ByN es el negro (cuya composición digital en los modelos de color y el sistema Pantone fue definida en el inciso Composición de los colores uniformes del Escudo).



Formato Negativo del Escudo Oficial ByN

4.1.2. Normatización del Escudo Oficial

Con los resultados de Estudio de Diseño Gráfico del Escudo del Neuquén se precisaron las pautas de aplicación del signo mediante las **Normas de Uso** y las **Normas de Construcción Gráfica** del Escudo Oficial.

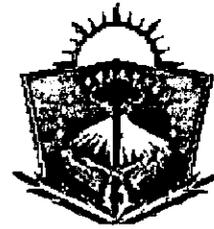
Normas de Uso del Escudo Oficial

El signo Escudo Oficial (en todas sus versiones digitales) posee tres estados o presentaciones: su estado natural, su estado contextualizado y su estado integrado.

Estado Natural del Signo

El Estado Natural del Escudo Oficial consiste en la presentación del signo en su forma simple. Esta es denominada por el Estudio como *Forma A del Escudo Oficial*.

La forma A del Escudo Oficial de la Provincia del Neuquén está destinada a su distribución para su aplicación en discursos no oficiales, es decir, en los cuales su uso iconográfico no sea para identificar al Gobierno o la Provincia del Neuquén (por ejemplo: documentos con fines educativos sobre el Escudo provincial o con fines comerciales como la identificación del origen de productos, etc).

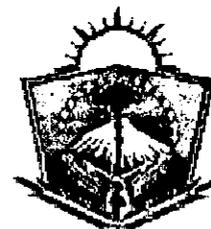


Forma A del
Escudo Oficial

Estado Contextualizado del Signo

El Estado Contextualizado del Escudo Oficial consiste en la presentación del signo junto al texto (conjunto de signos) "Provincia del Neuquén" en su base. Ese texto es denominado por el Estudio como *Leyenda*.

La Leyenda contextualiza al Escudo Oficial para transformarlo en el clasema /ESCUDO NEUQUINO/ (ver inciso 3.2.2 El Escudo)



PROVINCIA DEL NEUQUÉN

Forma B del
Escudo Oficial

La presentación del Escudo Oficial con la Leyenda es denominada por el Estudio como **Forma B del Escudo Oficial**.

El Escudo Oficial debe ser incorporado en todos los discursos oficiales de naturaleza visual (publicidades, presentaciones, comunicaciones internas y externas, etc) en su Estado Contextualizado o Integrado.

Su presentación debe ser en su versión color (Escudo Oficial) o en su defecto en escala de grises (Escudo Oficial Gris). Cuando por criterios de Autogestión o requerimientos de diseño solo pueda ser aplicada una tinta, ésta debe ser negro (Escudo Oficial ByN) o una tinta compuesta por un mínimo de 70% de negro. Solo en casos excepcionales puede ser aplicado un color institucional al Escudo Oficial ByN (en su formato Positivo o Negativo), previa autorización de los responsables de la Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén.

Estado Integrado del Signo

El Estado Integrado del Escudo Oficial consiste en la presentación del Signo dentro del Logotipo del Gobierno del Neuquén en su Forma A.

Este estado será presentado en detalle mas adelante.

Normas de Construcción Gráfica del Escudo Oficial

A lo largo del informe se ha expresado la importancia que posee el signo en la imagen del Gobierno del Neuquén y la necesidad de establecer criterios unilaterales en relación con su reproducción.

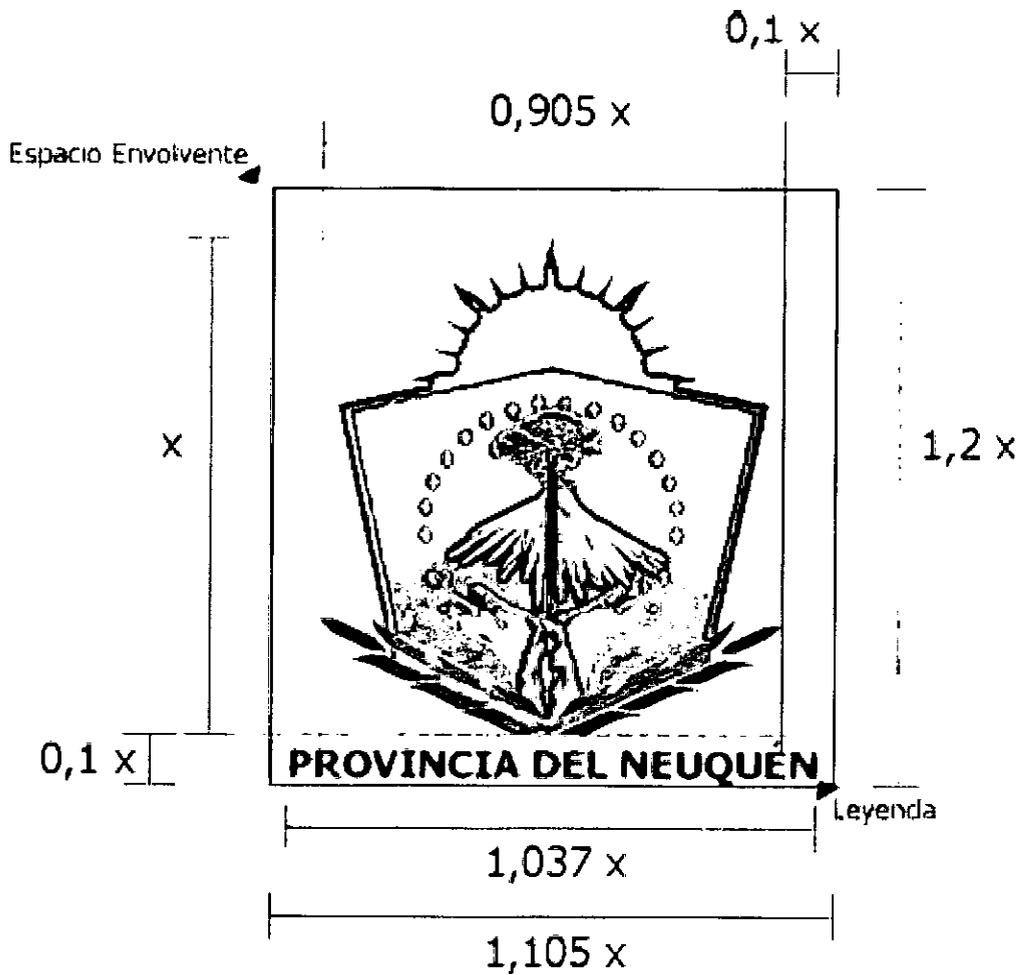
Las normas que regulan la construcción del Escudo Oficial establecen las características gráficas del signo respecto a sus **Proporciones**, sus **Reducciones** y su **Reticula de Construcción** gráfica.

Proporciones

Una de las principales distorsiones que generalmente sufre el Escudo del Neuquén es la alteración de sus proporciones.

El Escudo Oficial debe mantener sus proporciones de acuerdo a su altura.

Para preservar su visibilidad se ha definido un Espacio Envolvente el cual no puede ser invadido por ningún elemento en el diseño de los discursos del Gobierno del Neuquén.



Reducción

El Escudo Oficial puede ser reducido en su tamaño, en el diseño de los discursos del Gobierno del Neuquén, un máximo de 15 mm de alto en su forma A y 16,5 mm en su forma B.

Retícula de Construcción

El uso de la retícula posibilita la reproducción del Escudo mediante medios artísticos (no digitales).

Con ella se pueden realizar ampliaciones con precisión respetando sus proporciones.



4.1.3. Estudio de Diseño Gráfico de la Bandera Provincial

El mismo proceso realizado con el Escudo Oficial del Neuquén fue aplicado a la Bandera Oficial de la Provincia. Primero se digitalizó a través de una fotografía digital, luego se vectorizó y por último se definieron los colores.

El objetivo del mismo fue definir, de manera científica, la morfología y los colores digitales de la Bandera de la Provincia del Neuquén para su exacta reproducción en sistemas visuales.

El proceso del Estudio de Diseño Gráfico de la Bandera fue realizado en 5 pasos:

1. Toma fotográfica de la Bandera de Paño
2. Esquemmatización del diseño de la Bandera
3. Dibujo Vectorial de la Bandera
4. Definición de sus colores digitales
5. Creación de las versiones digitales de la Bandera

Este proceso, al igual que el del Escudo, fue desarrollado en dos fases. La primera consistió en su **Análisis Morfológico**, donde se obtuvo la imagen digital de la Bandera Oficial para luego vectorizarla (1º, 2º y 3º paso), mientras que la segunda fue su **Análisis Cromático** que consistió en la definición científica de sus colores y la creación de las versiones digitales de la Bandera (4º y 5º paso).

Análisis Morfológico

Esta fase del Estudio de Diseño Gráfico tuvo como objetivo digitalizar el diseño artístico de la Bandera Provincial y establecer su construcción gráfica para que pueda ser reproducido exactamente en sistemas visuales.

Toma fotográfica del Paño de la Bandera

La información obtenida en la Investigación Exploratoria (tarea a) localizó a la Bandera Oficial de la Provincia del Neuquén en la Sala de Sesiones de la Honorable Legislatura del Neuquén (donde también se encuentra el Escudo Artístico).

Esta es denominada por el Estudio como *Bandera de Paño* debido a sus características físicas.

La digitalización de la Bandera de Paño fue realizada en la misma producción fotográfica del Escudo Artístico.

Para ello fue necesario extraerla de su mueble exhibidor. Autorización mediante, se desmontó con extremo cuidado y se colocó el paño bajo la luz solar. Luego de realizar una evaluación de la luz reflejada, la luz incidente y el efecto de reflejo ocasionado por la textura sedosa de la tela (soporte sobre el cual fue bordada la Bandera) se efectuó la toma fotográfica (en 300 dpi ópticos) con una cámara digital de alta resolución.

Esquemmatización del diseño de la Bandera

Debido a la naturaleza física del signo la fotografía digital de la Bandera de Paño no pudo ser vectorizada debido a que la tela presento en ondulaciones que distorsionaron las perspectivas de su diseño. Fue necesario realizar un esquema de su diseño para convertir a la Bandera de Paño en un dibujo vectorial.

Este proceso no fue sencillo. Con la fotografía digital de la Bandera de Paño se elaboró un boceto de su diseño. Luego se procedió a la toma de medidas para establecer sus proporciones.

Estos datos fueron volcados en el boceto el cual es denominado por el Estudio como Esquema de la Bandera Oficial.

Dibujo Vectorial de la Bandera

El proceso de vectorización de la Bandera de Paño fue diferente al del Escudo Artístico.

Este dibujo digital con vectores no se realizó sobre las formas de la imagen digital del signo, sino que se efectuó con la información del Esquema de la Bandera (con el software Corel Draw 9).

De esta manera se obtuvo un dibujo vectorial idéntico en sus formas a la Bandera original sin colores de relleno, es decir, en líneas de dibujo simples. Este esta compuesto por 50 objetos para representar los 7 elementos de la Bandera del Neuquén.

El dibujo vectorial de la Bandera es la base estructural de la *Bandera Digital* y sus versiones digitales.

Análisis Cromático

El Análisis Cromático de la Bandera de Paño fue la segunda fase del Estudio de Diseño Gráfico de la Bandera del Neuquén.

Su objetivo consistió en definir científicamente los colores uniformes de la Bandera de la Provincia del Neuquén para su exacta reproducción en sistemas visuales.

Definición de los colores digitales de la Bandera Oficial

Una vez obtenidas las formas de la Bandera en su versión vectorial, se procedió a la asignación de un color (digitalmente compuesto) para cada objeto de su dibujo vectorial.

Al igual que el Escudo, la Bandera presentó grandes dificultades técnicas debido a que su paño de seda reflejó gran cantidad de luz (mostrando un intenso brillo) que complicó la definición sus colores. Sin embargo, siguiendo el espíritu de su creador, el Sr. Mastiche, la bandera posee 5 colores del Escudo por lo cual fueron asignados los colores de los elementos del Escudo Oficial presentes en la Bandera.

Los 5 colores obtenidos (en sistema RGB) fueron asignados a los 50 objetos vectoriales con los que se forman los 7 elementos de la Bandera. De esta forma se obtuvo la **Bandera Oficial** en su versión digital a Color en el modelo de color RGB.

Estos colores son expuestos en la tabla n° 6.

TABLA N° 6: Colores de los Elemento de la Bandera

Color	Nombre	Elemento
	Cyan	Lateral derecho e Izquierdo Cielo
	Blanco	Lateral Central Lanín
	Verde Oscuro	Laureles Pehuén
	Dorado	Estrellas (Departamentos)
	Rojo Rubí Claro	Estrella Federal (flor)

Versiones Digitales de la Bandera Oficial

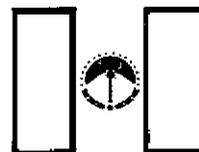
La Bandera Oficial fue diseñada en tres versiones digitales de color. Las versiones digitales son su **Versión Color** o **Bandera Oficial**, su **Versión en Escala de Grises** o **Bandera Oficial Gris** y su **Versión en Blanco y Negro** o **Bandera Oficial ByN**.

Cada Versión Digital de la Bandera Oficial se encuentra disponible en los formatos de archivos Jpeg, Gif, Corel y Adobe Illustrator.

- **Versión Digital en Color de la Bandera (Bandera Oficial)**

La Versión Color de la Bandera es la oficial y es denominado por el Estudio como **Bandera Oficial**.

Consiste el estado natural del signo y es la versión predeterminada para su aplicación en los discursos del Gobierno del Neuquén.



Bandera Oficial

La Bandera Oficial de la Provincia del Neuquén posee 5 tintas definidas en los tres modelos de color (CMYK, RGB y LAB) y en el sistema de tintas directas Pantone.

- **Versión Digital en Escala de Grises de la Bandera (Bandera Oficial Gris)**

Esta versión de la Bandera Oficial es para su aplicación en discursos que no posean color.

El Estudio nombra esta versión de la Bandera Oficial como **Bandera Oficial Gris**.



Bandera Oficial Gris

Para diseñar esta versión se realizó un **análisis cromático de valor** de la Bandera Oficial y se definieron los tonos de grises que remplazan a los colores de su versión color.

La Bandera Oficial Gris posee 5 tonos grises.

La composición digital de los tonos en los cuatro modelos y en las tintas directas fue obtenida de la Versión en Escala de Grises del Escudo Oficial.

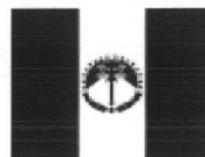
En la tabla n° 7 se exponen los grises de la Bandera Oficial Gris en los modelos de color.

TABLA N° 7: Composición digital de los grises de la Bandera Oficial Gris

Grisés	Escala de Grises	Sistema de Color										
		Pantone	CMYK				RGB			LAB		
			c	m	y	k	r	g	b	L	a	b
	G64	s 326-3 cys	0	0	0	67	64	64	64	27,8	0	0
	G92	s 327-6 cys	0	0	0	53	92	92	92	40,4	0	0
	G146	s 327-9 cys	0	0	0	31	146	146	146	62,4	0	0
	G204	s 325-8 cys	0	0	0	14	204	204	204	83,1	0	0
	G255	s-325-9 cys	0	0	0	0	255	255	255	100	0	0

- **Versión Digital en Blanco y Negro de la Bandera (Bandera Oficial ByN)**

Esta versión de la Bandera Oficial debe ser utilizada en aquellos discursos que requieran una sola tinta como avisos en los diarios. Esta versión es denominada por el Estudio como **Bandera Oficial ByN**.



Bandera Oficial ByN

Esta versión no debe ser aplicada en discursos a color o en escala de grises.

Al igual que el caso de la versión a un color del Escudo Oficial, los discursos requieran la aplicación de un color a esta versión de la Bandera Oficial, debe ser

usado un color institucional o un color de la gama institucional. El color predeterminado para la Bandera Oficial ByN es el negro.

4.2. DEFINICIÓN DE LOS COLORES INSTITUCIONALES

La segunda tarea de la Reglamentación de la Imagen Institucional consistió en la definición de los colores que representarán a la marca organizacional Gobierno del Neuquén.

Esta tarea fue iniciada simultáneamente con el Estudio de Diseño del Escudo del Neuquén (1° de Octubre de 2001), más precisamente, con el Análisis Cromático del Escudo Artístico y finalizó el 12 de Octubre del 2001.

Su objetivo fue establecer el color o la combinación de colores que contribuyan a la identificación cromática del Gobierno del Neuquén.

Para lograr el objetivo propuesto fueron realizadas dos actividades. La primera, **Definición del Código Cromático**, consistió en la precisión de la paleta de colores institucionales de la marca la cual deberá ser aplicada en todos los diseños de sus discursos. La segunda, **Definición de los Colores Institucionales**, consistió en la selección de los colores institucionales previo análisis psicológico de las simbologías de los colores del Código Cromático.

Los resultados obtenidos por las actividades desarrolladas en esta tarea constituyen uno de los elementos fundamentales de la nueva Identidad Visual de la marca: su Identidad Cromática.

Al finalizar estas actividades y a pedido de las autoridades del Gobierno, específicamente por el Sr. Gerente de Coordinación de la Unidad de Comunicaciones, Telecomunicaciones e Informática, el Ing. Rodolfo Lafite (autoridad del Organismo Provincial Responsable del

Estudio), se realizó una *Capacitación Intensiva* dirigida a los agentes responsables del diseño web de la Organización en la cual fueron expuestos los resultados de la tarea con su contenido teórico respectivo.

4.2.1. Definición del Código Cromático

La búsqueda del código cromático de la marca estuvo limitada por los resultados obtenidos en la etapa anterior, es decir, a las conclusiones de los Estudios Semióticos del Escudo y del Discurso del Gobierno de la Provincia del Neuquén que establecieron las estructuras del nivel axiológico y narrativo de la marca.

Basado en ellos, se definió como Código Cromático del Gobierno del Neuquén al conjunto de colores de su signo principal: el Escudo Oficial. Su fundamento reside en la naturaleza del signo, el cual sintetiza la esencia de la marca.

Estos 12 colores, 2 valores y 15 tonos de grises del código cromático (ver Análisis Cromático del inciso 4.1.1 Estudio de Diseño Gráfico del Escudo del Neuquén) contribuirán a la identificación cromática de la marca.

Luego de instituir los colores del código cromático se procedió a la constitución de la *Paleta de Colores del Gobierno del Neuquén* para su aplicación profesional en la creación de discursos de la marca.

Paletas de Colores del Gobierno del Neuquén

Los agentes responsables de la imagen institucional del Gobierno del Neuquén deberán utilizar en el diseño de los discursos de la marca (exclusivamente) los colores pertenecientes

al Código Cromático. Por ello se estableció una Paleta de Colores del Gobierno del Neuquén para brindarles mayor flexibilidad a la hora de diseñar estos discursos.

La Paleta de Colores está formada por 765 colores digitales formados por los 15 tonos de grises, los 12 colores y 2 valores del Escudo Oficial (*colores primarios*), una gama de 10 colores secundarios por cada color primario (*colores secundarios*) y los colores opuestos a los primarios y secundarios (*colores de contraste*) en los modelos de color CMYK, RGB, LAB y el sistema Pantone.

Las composiciones digitales de los 765 colores de la paleta fueron detalladas en un archivo del programa Microsoft Excel (archivo ".xls"). Este archivo constituye una herramienta muy útil para los agentes responsables de la imagen institucional de la organización a la hora de encontrar la composición digital de un color o encontrar el color complementario o el opuesto a un color primario que estén empleando en sus diseños. Estas búsquedas pueden ser realizadas a través del uso de filtros de datos que posee el software.

Los colores primarios de la Paleta de Colores fueron diseñados en dos archivos de colores personalizados del programa CorelDRAW (archivos ".cpl"). En el archivo **Colores del Gobierno.cpl** los 12 colores y los 2 valores primarios se encuentran en el modelo LAB y en el archivo **Grises del Gobierno.cpl** los 15 tonos se encuentran en el modelo Escala de Grises.

La instalación de estos archivos facilita la labor de los agentes profesionales en el diseño de los discursos.

El uso de las paletas pone al alcance de los agentes diseñadores los colores sin tener la necesidad de componerlos digitalmente evitando errores de composición y ahorrando tiempo en la ejecución de los trabajos.

Finalmente fue diseñado un archivo de Adobe Acrobat (archivo ".pdf") con los colores primarios y sus composiciones digitales en los tres modelos de color y en el sistema de tintas directas ya mencionados. Este archivo es de gran utilidad tanto para su uso profesional como para su uso general.

4.2.2. Definición de los Colores Institucionales

Luego de establecer los 765 colores de la Paleta de Colores del Gobierno del Neuquén se procedió a la búsqueda del color (o los colores) que sinteticen los valores de base de la marca (ver inciso 3.4.1. Conceptos Diferenciadores y Valores de Base).

Éstos serán los colores principales de la marca y construirán la Identidad Cromática del Gobierno del Neuquén, por lo que deberán estar presentes en el diseño de los signos y discursos más importantes de la marca (Logotipos, papelería, diseño arquitectónico, señalética y vía pública, etc.)

La búsqueda fue limitada en los colores que pertenecen al Escudo Oficial (del cual fueron obtenidos los Valores de Base a través de su estudio semiótico).

El proceso de selección de los colores institucionales se inició con el **Análisis Psicológico de los Colores Primarios** cuyos resultados fueron estudiados y comparados con los resultados del Estudio Semiótico en **Síntesis de Valores de Base** para definir los colores institucionales.

Análisis Psicológico de los Colores Primarios

La correcta elección de un color principal para la Organización es de suma importancia debido a que su percepción genera sensaciones (emociones) en sus receptores. Esas

emociones son asociadas mentalmente con la Institución y, junto a todas las informaciones que posee de ésta, forma una personalidad de la Organización. Es decir, los receptores confieren una personalidad a la Organización (personalidad institucional) a través de un proceso mental de antropomorfización y proyección de todos los datos experimentales que posee de ésta.

La investigación científica ofrece pocos resultados experimentales en cómo la emoción y la personalidad se relacionan con el color. En su libro "La Psicología del Color y el Diseño", Débora Sharpe, dedica un capítulo al color y a la personalidad y describe un número de efectos emocionales. El primer resultado es que la gente asocia generalmente rojo, amarillo y naranja con el entusiasmo y azul y verde con calma y seguridad. El amarillo se asocia más a fondo a la alegría y a la aclamación y al violeta con dignidad y tristeza.

Ella hace la distinción entre los colores calientes: rojos y amarillos, y colores fríos: azules y verdes. Los colores calientes son llenos de energía y de entusiasmo, mientras que los colores fríos son estables y no excitables.

Sharpe afirma que las respuestas galvánicas de la piel para los que ven amarillo y rojo son perceptiblemente más altas que éstas para los que ven el azul o el verde. Esto sugiere una relación subliminal entre el color y la emoción: los colores más calientes despiertan a la gente literalmente.

Para establecer cuáles son los colores cuyas relaciones psicológicas (emociones y personalidades) transmiten la mayor cantidad de valores de base de la marca fue aplicada **Psicología del Color**.

El objetivo primordial de la psicología de los colores es la "determinación de relaciones lo más claras posibles entre los colores como manifestaciones y los acontecimientos psíquicos asociados a ellos". La psicología de los colores intenta ir más allá de la simple inclinación

para llegar a experiencias generales, preguntando a personas de experimentación por sus colores preferidos y comparando los resultados con el carácter psíquico y la situación de la personalidad que ha sido interrogada.

La evaluación de los significados de los colores primarios se basa en las teorías de dos de estos test: el Test Piramidal del Color (CPT) y el Test Lüscher.

El primero fue creado por Heiss y Halder. Con él, lo que hay que hacer es formar una pirámide del color según criterios estéticos. La CTP de Heiss pide que la gente llene dos pirámides de quince cuadrados con cuadrados coloreados; una pirámide debe ser "bonita" y la otra "fea". Heiss presenta correlaciones entre la pirámide y los rasgos de la personalidad de la gente, aunque cómo esos rasgos fueron deducidos no están claros. Él indica que el naranja y el amarillo son correlativos con extraversión, el púrpura con disturbio y angustia emocional, el marrón con negativismo, el azul con introspección, racionalidad, y organización, y el verde con sensibilidad y conocimiento emocional.

El segundo test clínico del color se denomina en honor a su creador, el notable psicólogo Max Lüscher. En él se pide colocar algunos colores en una jerarquía de acuerdo a la simpatía con respecto a un color particular. El Diagnóstico-Cromático-Lüscher® mide el estado psicocorpóreo de las personas, su opresión, su capacidad de comunicación y de realización. Éste descubre las causas de la opresión psíquica, las cuales pueden conducir a molestias orgánicas.

La elección entre los colores del test de Lüscher exactamente definidos mide a través de 5015 definiciones exactas el estado de 23 ámbitos de personalidad parcialmente inconcientes. Debido a que la elección de los colores se hace de manera inconciente, estos ámbitos muestran a la persona así como es realmente, y no como ella misma trata de aparecer ante los otros y a sí misma, como ocurre por medio de cuestionarios verbales y entrevistas directas.

Con referencia al azul claro del test piramidal de colores dice Halder: "Si se mantiene el contenido interpretativo básico del azul oscuro, entonces parece poder modificarse el significado del azul claro, de modo que el gobierno no es que se estreche, sino que se hace más elástico, quizás incluso más quebradizo. Así que podemos suponer que el azul claro, al igual que el verde, está en condiciones de hacerse cargo de una función compensatoria". En este azul podemos incluir al Cyan y al Azul Hielo.

En la tabla nº 8 son expuestos los colores de la gama azul y una síntesis de sus significados psicológicos.

TABLA Nº 8: Significados Psicológicos de la Gama Azul

Color	Nombre	Significado
	Azul Oscuro	tranquilidad sin excitaciones estado de paz y satisfacción
	Azul Cielo	indicador de una función de gobierno y control
	Cyan	
	Azul Hielo Oscuro	gobierno más elástico

Análisis Psicológico de la Gama Roja

Los colores primarios integrantes de la gama de colores del Rojo son el Rojo Ladrillo Oscuro, Rojo Rubí Claro, Rojo Ladrillo y Arena. Esta gama de colores tiene una marcada tendencia hacia el color marrón.

De acuerdo con Lüscher el marrón es un rojo amarillento oscurecido, y por consiguiente la fuerza vital del rojo queda aquí rebajada. La vitalidad sigue permaneciendo, pero ya no tiene un efecto activo, sino una sensación pasiva.

El marrón representa la sensación vital, sensual, de manera que la posición de este color en el test de Lüscher daría información sobre la actitud ante la sensación corporal vital. Si al marrón se le da una posición preferente en la serie de colores del test, éste da muestras de un aumento de las necesidades de relajación mediante la comodidad y la satisfacción sensual.

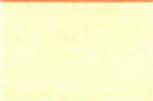
Según Halder el marrón se consideró en el test piramidal de los colores como "representante de una fuerza de resistencia psíquica". Su importancia se deriva de que puede obtenerse de la mezcla del naranja con el negro.

En el test piramidal de colores el naranja tiene el significado de la orientabilidad pasiva de necesidades.

En el caso del marrón también se añade la acentuación reductora, que hace que la postura ante las pretensiones sea más bien perseverante y tenaz. Pero el marrón representa al mismo tiempo también la energía vital positiva.

Los significados psicológicos de la gama roja son expuestos en la tabla n° 9.

TABLA N° 9: Significados Psicológicos de la Gama Roja

Color	Nombre	Significado
	Rojo Ladrillo Oscuro	sensación pasiva, vital, sensual.
	Rojo Rubí Claro	sensación corporal vital. energía vital positiva
	Rojo Ladrillo	aumento de las necesidades de relajación mediante la comodidad y la satisfacción
	Arena	sensual

Análisis Psicológico de la Gama Verde

La gama verde está compuesta por los colores primarios Verde Bosque, Verde Oscuro y Verde Claro.

La tonalidad verde intensa del test piramidal de los colores la describe Halder como "momento de estabilidad y conseguida regulación de las fuerzas".

De esta manera el verde puede ser interpretado como una señal de integración, como signo de sensibilidad madura y de la compensación entre el mundo exterior y el interior. En este verde podemos incluir al Verde Bosque y al Verde Oscuro.

Si hay alguien que es reincidente eligiendo el verde, esto quiere decir que existe una característica contraria que lleva hacia el neurotismo, la inestabilidad y las alteraciones en las relaciones.

Para Lüscher el verde azulado elegido para su test es la expresión de la defensiva ante los cambios, los signos de estabilidad y autoconfirmación, de la tensión de voluntad con el propósito de la perseverancia. En este verde podemos incluir al Verde Claro.

La aparente contradicción entre estos dos enunciados se disipa cuando se tiene en cuenta que el test piramidal de los colores escoge un verde medio fuerte, y Lüscher elige un verde azulado más frío. El efecto positivo de estabilidad del verde en Halder parece con Lüscher desplazado hacia un significado con una perseverancia demasiado acentuada.

Los colores de la gama verde y sus significados son expuestos en la tabla nº 10.

TABLA N° 10: Significados Psicológicos de la Gama Verde

Color	Nombre	Significado
	Verde claro	signo de estabilidad. expresión de la defensiva ante los cambios
	Verde Oscuro	señal de integración. signo de sensibilidad madura.
	Verde Bosque	compensación entre el mundo exterior y el interior.

Análisis Psicológico del Dorado

El color Dorado no aparece en el Test de Lüscher ni en el test piramidal de los colores pero es asociado psicológicamente con el oro.

Sus connotaciones son de **prestigio, éxito, riqueza.**

Análisis Psicológico del Blanco

El color blanco no aparece en el Test de Lüscher. En el test piramidal de los colores es el blanco el color indicador de la falta de control y de regulación.

En los análisis del test piramidal de colores aparece con preferencia en protocolos de esquizofrenia y en otros grupos clínicos, apareciendo allí como representante de un "arrastre de excitación", que puede exteriorizarse en agresiones directas o en una desinhibición del decurso de las ideas.

Frente a esto el blanco se percibe sorprendentemente como un color reductor, de manera que Halder supone que en este color se encierra el intento de una reducción que no puede mantenerse firme ante la excitación.

Análisis Psicológico del Negro

El negro representa, según el test de Lüscher, el límite absoluto de la vida, la muerte.

Cuando una persona elige al negro como color preferido significa que esta rechazando y renunciando a cualquier cosa externa como protesta contra una situación en que se siente desesperanzado. Esto es visto como una rebelión contra el destino (o la muerte) y contra la vida como la única forma de esperanza.

Cuando el negro ocupa el último lugar de preferencia, es una exposición que uno no quiere ceder nada o rendirse por cualquier motivo. Este es estadísticamente el color más común en la última posición.

Síntesis de los Valores de Base

Una vez comprendido el significado de los colores se procedió al análisis de las relaciones de los colores (y sus significados psicológicos) con los valores de base de los elementos del Escudo Oficial al que pertenecen. Este análisis tuvo por objetivo identificar los colores que sintetizan los 10 valores de base de la marca, es decir, los colores que se encuentren presentes en la mayoría de los elementos del escudo.

Siguiendo la clasificación de los elementos del Escudo realizada en el Estudio Semiótico del Escudo de la Provincia del Neuquén, los 10 elementos pertenecen a dos grupos: al de las **Características del Gobierno** y al de las **Características Geográficas** (ver inciso 3.2.3. Los Elementos del Escudo Neuquino). Por lo cual la búsqueda debía identificar un color por cada grupo para sintetizar sus valores de base.

Para esto se cruzaron las informaciones de la tabla n° 3 (Colores de los Elementos del Escudo) con los de la tabla n° 1 (Valores de Base por Elemento del Escudo) y se confeccionaron las tablas n° 11 y 12.

TABLA N° 11: Colores y Valores de Base de las Características del Gobierno

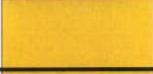
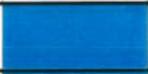
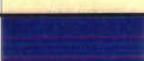
Elementos	Color	Nombre	Valor de Base
Sol Naciente		Azul Oscuro	Éxito
		Dorado	
Contorno		Azul Oscuro	Modernidad
		Dorado	
Estrellas		Dorado	Éxito Futuro
Laureles		Verde Oscuro	Libertad
		Dorado	

TABLA N° 12: Colores y Valores de Base de las Características Geográficas

Elemento	Color	Nombre	Valor de Base
Cielo		Azul Cielo	Paz
Viento (elemento tácito)		Azul Cielo	Impulso
Pehuén		Verde Bosque	Fuerza
		Verde claro	
Lanín		Azul Oscuro	Grandeza
		Blanco	
Manos		Negro	Generosidad
		Rojo Ladrillo Oscuro	

		Rojo Rubí Claro	
		Rojo Ladrillo	
		Arena	
Río		Azul Oscuro	Claridad
		Azul Cielo	
		Cyan	
		Azul Hielo Oscuro	
		Blanco	

De las tablas nº 11 y 12 se reconocieron a los colores **Dorado** y **Azul Cielo** como los de mayor presencia en los elementos de las Características del Gobierno y Geográficas respectivamente.

Elección de los Colores Institucionales

En el análisis anterior fueron identificados el Azul Cielo y el Dorado como los colores de mayor presencia en el Escudo Oficial.

Estos colores sintetizan los valores de base al representar a 7 de los 10 elementos y sus respectivos valores de base (2 de los 5 valores de base primarios y 4 de los 5 secundarios), por lo cual fueron elegidos como los **Colores Institucionales** de la marca Gobierno del Neuquén.

El Azul Cielo y el Dorado son colores opuestos. Esta relación cromática entre los colores institucionales facilita su aplicación en los diseños de los discursos de la marca.

A estos colores institucionales fueron sumados los valores Blanco y Negro debido a requerimientos de diseño y su aplicación frecuente en los discursos de la marca.

Azul Cielo

El Azul Cielo representa a las Características Geográficas del principal signo de la marca (ver inciso 3.2.3. Los Elementos del Escudo Neuquino).

Se encuentra presente en 3 de los 6 elementos integrantes de ese grupo: el Cielo, el Viento (elemento tácito) y el Río.

Este azul sintetiza dos valores de base primarios (impulso y claridad) y un valor de base secundario (paz).

Psicológicamente es un "indicador de una función de gobierno y control de las emociones", asociando este color con sensaciones de equilibrio, tranquilidad y calma.

En la denominación de la marca (Gobierno del Neuquén) el Azul Cielo representa al texto "Neuquén" debido a su relación con el elemento Río que, según el autor, sintetiza el vocablo "Neuquén".

Por estos motivos el Azul Cielo es definido como el **Color Institucional Principal** de la marca y deberá tener mayor presencia en sus discursos.

Dorado

El Dorado representa a las Características del Gobierno y se encuentra en sus 4 elementos integrantes (Sol Naciente, Contorno, Estrellas y Laureles).

El Dorado sintetiza los valores de base secundarios Éxito (presente y futuro), Modernidad y Libertad.

El dorado posee connotaciones de **prestigio, éxito, riqueza** que relacionadas con la simbología de los signos se puede interpretar como "**Gobierno provincial exitoso, rico**".

En la denominación de la marca, el Dorado representa al texto "Gobierno" debido a su relación con el elemento Contorno que, según su estudio semiótico, significa (representa) el Gobierno provincial (ver inciso 3.2.3. Los Elementos del Escudo Neuquino).

Por tales razones el Dorado es definido como el **Color Institucional Secundario** de la marca y deberá estar presente en menor proporción que el Azul Cielo.

4.2.3. Capacitación Intensiva

Una vez finalizada la definición del Código Cromático y los Colores Institucionales del Gobierno del Neuquén fueron presentados a la autoridad del Organismo Provincial Responsable del Estudio (Ing. Rodolfo Lafite) quien solicitó una capacitación sobre estos temas a 4 agentes diseñadores web de la Dirección Provincial de Informática.

Esta capacitación fue realizada en el lugar de trabajo de los agentes y se desarrolló en 3 clases de 4 hs. cada una. El temario de la misma fue el siguiente:

- **Teoría del Color.** Naturaleza del Color (la composición de la luz, las fuentes de luz, los procesos físicos, ópticos y psicológicos de percepción de los colores). Creación

del Color (sistemas y modelos de colores, modelo CMYK, modelo Lab, modelo RGB, sistema Pantone)

- **Teoría de la Percepción.** Principios de la Gestal (Principio de Simplicidad, de Unidad, de Similitud, de Estructura, de Equilibrio)
- **Paleta de Colores Institucionales.** Usos de la Paleta. Instalación del archivo. Uso de los archivos PDF, XLS y CPL. Combinaciones correctas de los colores institucionales. Psicología de los colores. Uso de colores fríos y cálidos.

El personal fue instruido en cómo hacer uso del Código Cromático y se les entregaron los archivos para su implementación.

También se hizo entrega de las versiones digitales del Escudo Oficial y la Bandera Oficial para su aplicación en el diseño de las páginas web del Gobierno del Neuquén.

4.3. NORMALIZACIÓN DE LOS LOGOTIPOS DE TODAS LAS DEPENDENCIAS DEL ESTADO

La tercer tarea consistió en la unificación de la Imagen Institucional de la marca **Gobierno del Neuquén** por medio del diseño de su identidad visual.

Esta tarea fue iniciada el 15 de Octubre de 2001 y finalizó el 31 de ese mes.

El objetivo de la tarea fue evaluar las identidades visuales de los integrantes de la marca Gobierno del Neuquén (todas sus dependencias Centralizadas y Organismos Descentralizados) y realizar acciones correctivas que favorezcan la generación de una

identidad coherente entre las imágenes de las dependencias del Gobierno y las nuevas características discursivas de la marca.

Para alcanzar este objetivo fueron realizadas una **Auditoría Estratégica de los Logotipos del Gobierno**, un **Estudio de Integración Visual** de la marca y finalmente se definió la **Aplicación de la Imagen Institucional**.

La primer actividad consistió en el relevamiento de las imágenes visuales existentes en la Organización y su posterior evaluación según las características discursivas de la marca.

La segunda actividad consistió en la homogenización de las diferentes identidades visuales a la marca principal por medio de un Alfabeto Institucional común a todas ellas y un nuevo Logotipo para Gobierno del Neuquén.

Y en la última actividad fueron establecidos los procedimientos de empleo de los signos en los discursos de la marca.

4.3.1. Auditoría Estratégica de los Logotipos del Gobierno

La primer actividad de la Normatización de los Logotipos del Gobierno del Neuquén consistió en el relevamiento de las identidades visuales que poseen sus Dependencias, Entes, Institutos y Empresas.

Para realizar el relevamiento la Estructura Organizacional del Poder Ejecutivo provincial fue dividida por el Estudio en **Administración Central** y **Administración Descentralizada**.

Investigación en la Administración Central

La Administración Central está compuesta por oficinas denominadas **Dependencias** por su relación de subordinación directa con la Presidencia del Poder Ejecutivo.

Las Dependencias están estructuradas en 8 niveles jerárquicos. En el 1º nivel se encuentra la Presidencia del Poder Ejecutivo, en el 2º los Ministerios y las Secretarías de Estado, en el

3° las Subsecretarías, las Gerencias de Unidades y las Presidencias de Entes e Institutos, en el 4° las Direcciones Provinciales, en el 5° las Direcciones Generales, en el 6° las Direcciones, en el 7° las Jefaturas de Departamentos y en el 8° los Departamentos.

Del análisis realizado sobre los logotipos de las Dependencias del Poder Ejecutivo de la Provincia del Neuquén fueron distinguidas identidades de marcas (en su mayoría de Direcciones Provinciales) que operan de forma independiente de su marca principal Gobierno del Neuquén. Estas marcas surgieron por la necesidad de ser reconocidas y diferenciadas del resto de las Dependencias pero en sus diseños no hacen referencia directa a la Organización.

El hecho de que Dependencias del Gobierno del Neuquén creen marcas independientes en lugar de establecerse como *submarcas* de la principal constituye un gran problema de identidad institucional para la marca Gobierno del Neuquén.

Investigación en la Administración Descentralizada

La Administración Descentralizada está compuesta por organizaciones, empresas del Estado neuquino y empresas con participación estatal cuya relación de subordinación con la Presidencia del Poder Ejecutivo es indirecta.

A la Administración Descentralizada pertenecen el Ente Provincial de Agua y Saneamiento (EPAS), el Ente Provincial de Energía del Neuquén (EPEN), el Ente Provincial de Termas del Neuquén (EPROTEN), el Concejo Provincial de Educación (CPE), el Instituto de Seguridad Social del Neuquén (ISSN), el Instituto Provincial de Vivienda y Urbanismo del Neuquén (IPVUN), el Banco de la Provincia del Neuquén (BPN), la Corporación Forestal Neuquina (CORFONE), la Corporación Minera Neuquina (CORMINE) y las empresas Emprendimientos Turísticos y Deportivos Neuquinos S.E. (ETYDENSE) y Artesanías Neuquinas S.E.

El análisis de los logotipos de la Administración Descentralizada del Poder Ejecutivo de la Provincia del Neuquén demuestra que cada organización estableció su marca como independiente de la marca principal. Si bien estas organizaciones no están supeditadas al Gobierno sus marcas deberían establecerse como *marcas satélite* de la principal y hacer referencia al Gobierno del Neuquén indirectamente.

Comparación con los resultados del Estudio

El relevamiento y posterior análisis de los logotipos del Gobierno del Neuquén señalan un gran número de marcas que no tienen relación con la principal en cuanto a sus características discursivas, pero presentan coherencia en la aplicación de color en sus diseños.

Si bien no existe una normativa anterior al Estudio que defina científicamente los Colores Institucionales del Gobierno, el sentido común de sus diseñadores hizo que los logotipos de la Administración del Gobierno presenten colores de las gamas del Azul, Verde y Rojo que, en una etapa posterior a la Implementación de la Imagen Institucional, pueden ser sustituidos por colores del Código Cromático sin generar grandes cambios en sus imágenes de marca.

4.3.2. Estudio de Integración Visual

La Auditoría Estratégica demostró que la Identidad de la marca Gobierno del Neuquén se encuentra fraccionada en varias marcas que no tienen relación con esta.

Esa desintegración de la marca principal es originada por la ausencia de elementos constantes en la imagen institucional que hagan referencia al Gobierno del Neuquén en forma directa en la Administración Central e indirecta en la Descentralizada.

El objetivo del Estudio de Integración Visual fue crear los elementos constantes que encuadren las diferentes identidades del Gobierno en una misma identidad visual bajo la marca **Gobierno del Neuquén**.

Los elementos establecidos por el Estudio para cumplir esta función fueron el Alfabeto Institucional y un nuevo Logotipo para la marca, obtenido a través del **Análisis Tipográfico del Alfabeto Institucional de la marca** y del **Estudio de Diseño Gráfico del Nuevo Logotipo del Gobierno del Neuquén**.

Análisis Tipográfico del Alfabeto Institucional de la Marca

La primer actividad de integración de las marcas del Gobierno consistió en la definición de las características de sus signos escritos, es decir, la Familia Tipográfica de la organización.

La normatización del Alfabeto Institucional es vital en la organización por dos razones fundamentales: la primera y más importante es la legal, debido a su naturaleza gubernamental la institución emite discursos legales (Decretos, Proyectos de Leyes, etc.) que adquieren carácter legal por su configuración; y la segunda razón es la identidad visual de la marca, debido a que más del 80% de los signos integrantes de sus discursos son signos escritos, éstos signos deben ser coherentes con la imagen del Gobierno del Neuquén.

Esta actividad fue necesaria debido a que en la Auditoría Estratégica de las marcas fueron observadas diversas fuentes tipográficas en sus discursos. Si bien existe una normativa que regula la aplicación de fuentes tipográficas en la confección de los discursos del Gobierno (Decreto N° 1449/00 en su artículo 7), ésta hace referencia sólo a los discursos legales de la Organización.

En este Análisis se determinó que la fuente normalizada para los discursos legales debe ser utilizada en todas las comunicaciones de la marca. Esta fuente constituye la **Familia Tipográfica Oficial**.

Para aquellos casos en que por requerimientos de diseño se necesite utilizar otra fuente, fue establecida una **Familia Tipográfica Secundaria**.

Estas dos fuentes forman el Alfabeto Institucional de la Marca.

Familia Tipográfica Oficial

La fuente principal del Gobierno del Neuquén es **Tahoma**. Esta fuente debe medir 12 puntos en los discursos legales.

También debe ser utilizada en las notas y cartas, en las publicaciones oficiales y en las publicidades oficiales. En estos discursos su medida no está reglamentada para dejarlas libradas a las necesidades de diseño de cada caso.

Familia Tipográfica Secundaria

La segunda fuente oficial del Gobierno del Neuquén es **Arial**.

Esta fuente es de gran utilidad en los discursos cuyas necesidades gráficas requieran mayor claridad de lectura.

La fuente Arial es utilizada en el Sistema de Señalización Oficial y puede ser utilizada en los discursos de promoción y en presentaciones oficiales.

Estudio de Diseño Gráfico del nuevo Logotipo del Gobierno del Neuquén

El Logotipo del Gobierno del Neuquén es el nuevo elemento de la identidad de la marca, diseñado para unificar la imagen institucional de la organización.

El Logotipo del Gobierno del Neuquén tiene su origen en la necesidad de ser fácilmente reconocida la institución por sus públicos en todos sus discursos y transmitir los valores básicos que sustentan la identidad de la organización.

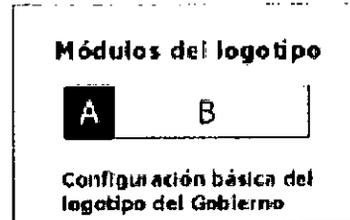
Consiste en un signo gráfico diseñado para conferir pertenencia a los diferentes y variados discursos de la institución. Es el elemento invariable en el nivel discursivo de la marca con el cual se construye la coherencia discursiva en la totalidad de los mensajes del Gobierno del Neuquén.

La misión del Logotipo es representar al Gobierno de la Provincia del Neuquén en todos sus discursos, para que a lo largo del tiempo contribuya en la creación de una imagen institucional acorde con su identidad de marca.

En el diseño del Logotipo del Gobierno del Neuquén fueron aplicados los resultados del Estudio (Características del Discurso de la Marca, los Símbolos Provinciales normatizados, los Colores Institucionales y el Alfabeto Institucional).

El Logotipo se basa en la magnitud discursiva **Tiempo** (ver inciso 3.4.4. Definición de las Características del Discurso de la Organización) y su esencia se encuentra en los valores de base Modernidad y Claridad. Este último es vital en la diagramación de sus formas y en la definición de sus colores.

El diseño del Logotipo consiste en un rectángulo horizontal de color Azul Cielo dividido (conceptualmente) en dos módulos: el módulo A compuesto por el Escudo Oficial en su forma A con su Espacio Envolvente (ver inciso 4.1.2. Normatización del Escudo Oficial) y el módulo B por un texto de color blanco con la denominación del Emisor.



En ésta configuración el módulo A se mantiene invariable y el módulo B varía creando una adaptación del Logotipo por cada dependencia del Gobierno.

Según sus diferentes usos fueron diseñadas 3 configuraciones del Logotipo. Estas son su Configuración Básica, su Configuración Particular y su Configuración Particular Compuesta.

Configuración Básica del Logotipo del Gobierno del Neuquén

La forma esencial del Logotipo del Gobierno del Neuquén está compuesta por el Escudo Oficial y el texto con la denominación de la marca.



Esta es la configuración principal del signo y de la cual derivan las configuraciones particulares y particulares compuestas.

En el diseño de la Configuración Básica del Logotipo el Escudo Oficial se encuentra en su Estado Integrado (ver Normas de Uso del Escudo Oficial del inciso 4.1.2. Normatización del Escudo Oficial) y presenta un borde o filete de color blanco para separarlo visualmente del fondo y obtener mayor legibilidad.

Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

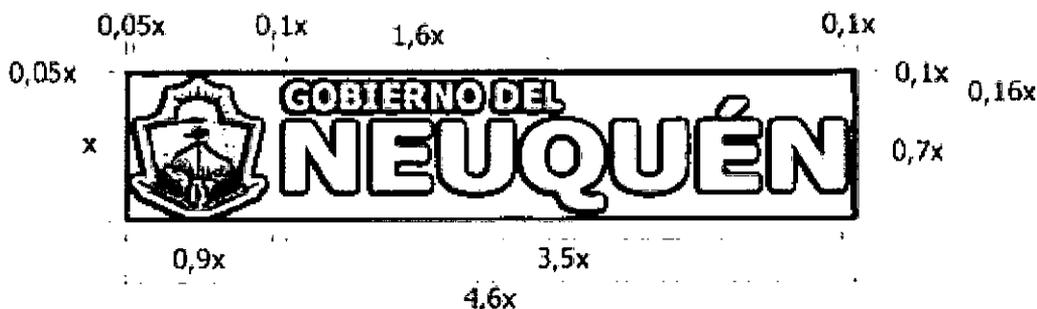
INFORME FINAL

Página 133 de 215

La denominación de la marca se halla en la fuente Tahoma (Tipografía Oficial) en mayúsculas y esta dividida en 2 partes: "GOBIERNO DE" y "NEUQUÉN". Esta partición fue realizada para que el nombre de la provincia tuviera mayor presencia en el Logotipo debido a su importancia dentro de la marca. La primera parte se encuentra sobre la segunda y ambas están alineadas a la izquierda del módulo B del Logotipo. El tamaño de la segunda parte es 4 veces mayor al de la primera y ocupa casi todo el largo del módulo B.

La altura y el largo del Logotipo están definidos por el alto del Espacio Envolvente del Escudo Oficial y por 5 veces su largo.

PROPORCIONES



La reducción máxima que el Logotipo puede sufrir en los discursos de la marca es de 10 mm de alto, donde el Escudo Oficial es reducido por excepción a menos de su 15 mm de reducción máxima.

REDUCCIÓN MÁXIMA



La configuración básica del Logotipo fue diseñada para representar al Gobierno del Neuquén como organización.

Su uso debe ser institucional, es decir, debe estar presente en todos los discursos donde el emisor sea el Gobierno como institución (por ejemplo cuando sea Sponsor o Auspiciante de un evento, cuando sea emisor de mensajes publicitarios institucionales, en los stand y banderines de una exposición del Gobierno, etc.).

Configuración Particular del Logotipo del Gobierno del Neuquén

La Configuración Particular del Logotipo de la marca fue diseñada para identificar a una Dependencia del Gobierno como emisor de discursos sin perder su directa relación con la marca principal.

Esta configuración del Logotipo es la encargada de unificar las identidades visuales de las Dependencias que no hayan creado su propia marca.

Consiste en la especificación de la identidad del emisor particular de un discurso, mediante la adaptación del módulo B del Logotipo con la información de la Estructura Jerárquica de la Dependencia emisora.

La Estructura Jerárquica se apoya en las relaciones de subordinación del emisor particular.

Estas son (lógicamente) las variables de la Configuración Particular.

Las demás características y signos del Logotipo permanecen invariables (Escudo Oficial, Colores, Familia Tipográfica).

El Poder Ejecutivo del Neuquén posee 8 niveles jerárquicos. Estos niveles son:

1° Nivel: Gobierno del Neuquén. Presidencia del Poder Ejecutivo

2° Nivel: Ministerios y Secretarías de Estado

3° Nivel: Subsecretarías, Gerencias de Unidades y Presidencia de Entes e
Institutos

4° Nivel: Dir. Provinciales

5° Nivel: Dir. Generales

6° Nivel: Direcciones

7° Nivel: Jefaturas de Departamentos

8° Nivel: Departamentos

Actualmente las Dependencias son identificadas en los membretes de sus discursos escritos por medio de la exposición de todas sus relaciones de subordinación jerárquica. Por ejemplo, una Dependencia del 5° nivel como la Dirección General de Comunicación presenta el siguiente membrete en sus comunicaciones escritas:



Gobierno de la Provincia del Neuquén
Ministerio Jefatura de Gabinete
Secretaría de Coordinación y Producción
Unidad de Comunicación, Telecomunicación e Informática
Dirección General de Comunicación

Esta identidad es muy confusa y poco clara debido al tiempo de lectura para determinar quién es el emisor del discurso.

La Configuración Particular fue diseñada para exponer en los Logotipos un máximo de 2 relaciones de subordinación de acuerdo a su proximidad y complejidad, es decir, la denominación de 3 Niveles Jerárquicos como máximo. Esto responde a los valores de base **claridad** y **modernidad** de la marca.

El uso de los Logotipos Particulares es obligatorio en todos los discursos que las Dependencias realicen para el público interno y el público externo, sean de carácter informativo, administrativo o publicitario. Su uso debido a lo largo del tiempo fortalecerá la identidad del Gobierno del Neuquén.

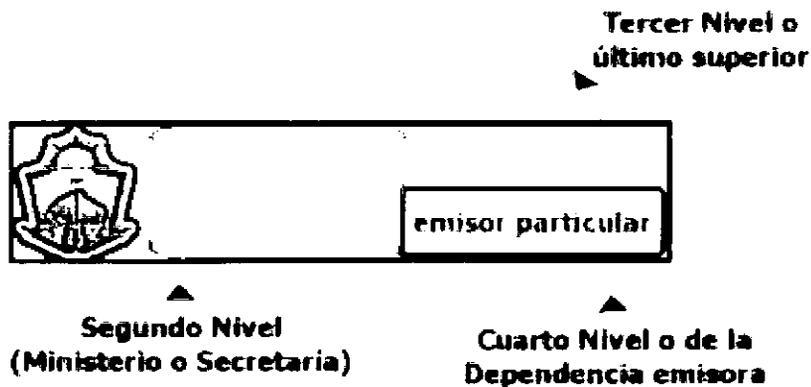
El diseño de los Logotipos Particulares del Gobierno del Neuquén se basa en tres estructuras de diagramación de acuerdo al número de niveles jerárquicos expuestos en el logotipo. Estas son: la estructura de 1 nivel, la de 2 niveles y la de 3 niveles.

Estructura de los Logotipos Particulares de 3 Niveles

La Estructura diagramación más compleja es la de 3 Niveles. Esta fue diseñada para la diagramación del Logotipo Particular de las Dependencias del 4º a 8º Nivel. En ella se personaliza el Logotipo con su denominación, la de su superior directo, y la del Segundo Nivel al que pertenece (Ministerio o Secretaría de Estado).

Los Logotipos particulares de 3 niveles fueron diseñados con el Escudo Oficial (con un borde o filete de color blanco) y la denominación de la Dependencia emisora (de 4º, 5º, 6º, 7º o 8º nivel jerárquico) y la denominación de su Dependencia superior inmediata (de 3º, 4º, 5º, 6º o 7º nivel).

Estructura de 3 Niveles



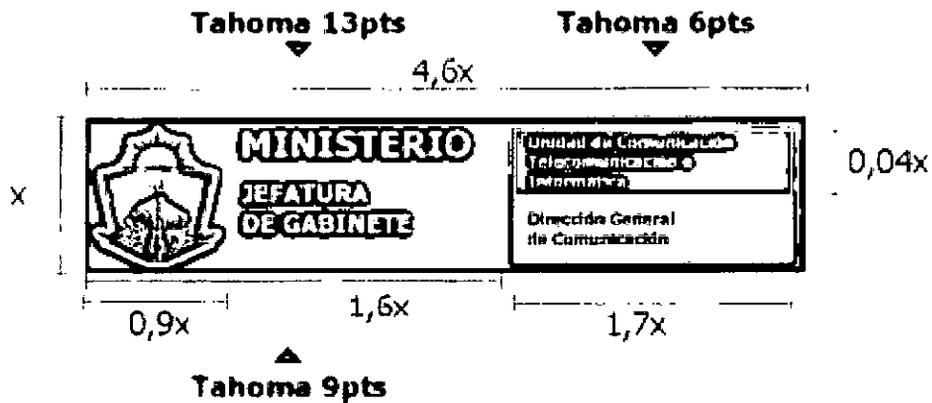
Siguiendo con el ejemplo anterior, por tratarse de una dependencia de 5º nivel jerárquico, su Logotipo Particular no presentará la identidad de su 1º y 3º nivel jerárquico.

Ejemplo de Configuración Particular del Logotipo (de 3 Niveles)



Al igual que en la Configuración Básica, la altura del Logotipo está marcada por la altura del Escudo Oficial con su forma envolvente.

PROPORCIONES



Todas las Configuraciones Particulares del Logotipo del Gobierno del Neuquén pueden ser reducidas como máximo 20 mm de alto.

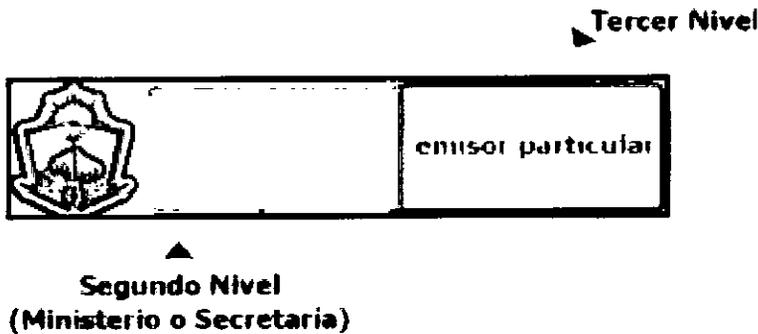
EJEMPLO DE REDUCCIÓN MÁXIMA



Estructura de los Logotipos Particulares de 2 Niveles

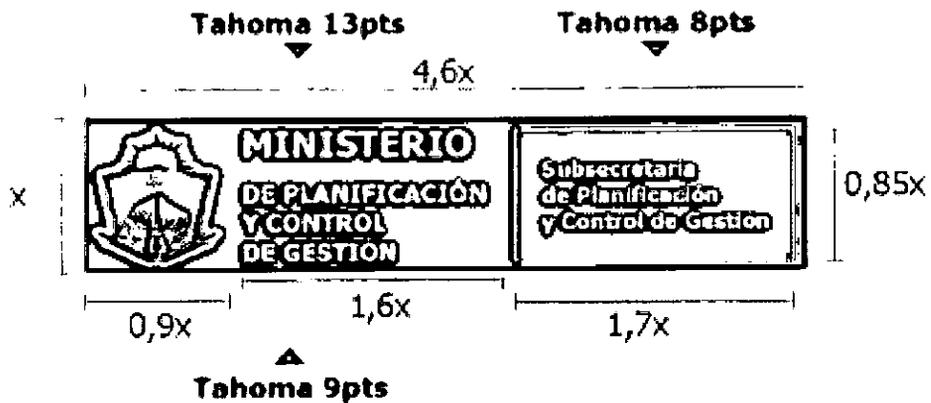
La Estructura de 2 Niveles diagrama los Logotipos Particulares de las Dependencias del 3º Nivel (Subsecretarías, Gerencias de Unidades y Presidencias de Institutos y Entes descentralizados). En ella se coloca su denominación y la de su superior (Ministerio o Secretaría).

Estructura de 2 Niveles



Al igual que en la Configuración Básica, la altura del Logotipo está marcada por la altura del Escudo con su forma envolvente y su máxima reducción debe ser de 20 mm de alto.

PROPORCIONES



Estructura de los Logotipos Particulares de 1 Nivel

La Estructura de 1 Nivel fue diseñada para crear el Logotipo Particular de las Dependencias del 1º Nivel (Poder Ejecutivo) y del 2º Nivel (Ministerios y Secretarías de Estado).

Estructura de 1 Nivel



▲
Segundo o Primer Nivel
(Ministerio o Poder Ejecutivo)

PROPORCIONES



Configuración Particular Compuesta del Logotipo del Gobierno

La Configuración Particular Compuesta (CPC) fue diseñada para integrar las imágenes visuales de las Dependencias centralizadas y las Empresas y Organizaciones descentralizadas del Gobierno del Neuquén a la nueva Imagen Institucional de la marca.

Consiste en la especificación de la identidad del emisor particular de un discurso con la información de la Estructura Jerárquica de la Dependencia emisora en el módulo B del Logotipo de la marca (Configuración Particular) y la

Módulos del logotipo



Configuración compuesta del logotipo del Gobierno con el logotipo de la dependencia

incorporación de sus Logotipos en un nuevo módulo posterior (módulo C del Logotipo).

Cada Dependencia deberá incluir en sus imágenes institucionales el Logotipo del Gobierno del Neuquén. Lo mismo deberán realizar todas las entidades del Gobierno (Entes, Institutos y Empresas del Estado), articulando su Configuración Particular con sus propias imágenes institucionales.

EJEMPLO DE LOGOTIPO COMPUESTO CON LOGOTIPOS PREEXISTENTES



La puesta en escena de la nueva imagen institucional del Gobierno para las entidades descentralizadas podrá realizarse de dos formas diferentes: mediante una integración activa o con una presencia pasiva. En el primer caso la organización adoptará la nueva imagen del Gobierno como propia utilizando la misma estructura discursiva del Gobierno e integrando su logotipo a la Configuración Particular del Logotipo de la marca. En la segunda la entidad incorpora solamente la Configuración Básica del Logotipo del Gobierno en sus discursos sin fusionarse con sus identidades visuales. Consiste en la mera presencia de la marca principal en sus comunicaciones.

Los signos de la anterior imagen institucional deberán dejarse en desuso progresivamente hasta imponer los nuevos signos integrados en una misma identidad visual. Este proceso requiere la actualización de los archivos gráficos, la

capacitación mediante el Manual de Uso y el empleo cotidiano de las herramientas de autoedición para obtener rápidos resultados.

La implementación de la Configuración Particular Compuesta deberá ser efectuada por los agentes profesionales a cargo de la imagen de la Institución. Para lo cual fue diseñada la Estructura de Diagramación de la CPC del Logotipo.

De esta manera el agente emisor del discurso de la marca debe entregar a los agentes profesionales el logotipo de su Dependencia y solicitar el diseño de su CPC con la Configuración Particular correspondiente a su Dependencia.

La Configuración Particular Compuesta del Logotipo puede ser usada por los agentes profesionales de la imagen del Gobierno para incorporar logotipos de campañas publicitarias de carácter institucional como, por ejemplo, la campaña "Neuquén es Confianza". Pero no pueden ser incorporados más de dos logotipos en la configuración Particular Compuesta.

EJEMPLO DE LOGOTIPO COMPUESTO CON IMAGEN DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES



Versiones Digitales del Logotipo del Gobierno del Neuquén

El diseño gráfico digital del Logotipo de la marca incluyó todas sus adaptaciones particulares. Es decir, en la actividad *Diseño Gráfico del Nuevo Logotipo del Gobierno del Neuquén* fueron diseñados el Logotipo del Gobierno del Neuquén como marca principal (Configuración Básica), los logotipos de todas las

Dependencias como submarcas (Configuración Particular) y la Estructura de Diagramación de la Configuración Particular Compuesta como marcas satélites.

Al igual que el Escudo y la Bandera Oficial, el Logotipo del Gobierno del Neuquén (en sus configuraciones básica y particular) fue diseñado en tres versiones digitales de color en archivos Jpeg, Gif, Cdr y Ai para ser aplicado en todos los discursos de la marca.

Las versiones digitales del Logotipo son su **Versión Color**, su **Versión en Escala de Grises** y su **Versión en Blanco y Negro**.

Debido a que la CPC del Logotipo debe ser implementada por los agentes profesionales responsables de la Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén, su Estructura de Diagramación fue diseñada solo en archivos Cdr y Ai en su versión color.

Versión Digital en Color del Logotipo

La versión color del Logotipo de la marca en sus 3 configuraciones es la oficial.

Consiste el estado natural del signo y por lo tanto es la versión predeterminada para su aplicación en los discursos del Gobierno del Neuquén.

El Logotipo fue diseñado con los 14 colores primarios de la paleta **Colores del Gobierno** (ver inciso 4.2.1. Definición del Código Cromático) en los modelos de color CMYK, RGB y LAB y en el sistema de tintas directas Pantone.

CONFIGURACIÓN BÁSICA



- ▶ Disponible en archivos .jpg, .gif, .cdr y .ai

EJEMPLO DE CONFIGURACIÓN PARTICULAR



- ▶ Disponible en archivos .gif, .cdr y .ai

EJEMPLO DE CONFIGURACIÓN PARTICULAR COMPUESTA



- ▶ Disponible en archivos .cdr y .ai

Esta versión digital del Logotipo deberá ser aplicada por los agentes en todos los discursos cuyo sistema de impresión o visualización sea a todo color.

Versión Digital en Escala de Grises del Logotipo

El Logotipo del Gobierno del Neuquén en sus configuraciones básica y particular fue diseñado en el modelo de color Escala de grises con los 15 tonos de la paleta *Grises del Gobierno* (ver inciso 4.2.1. Definición del Código Cromático) en los modelos de color CMYK, RGB y LAB y en el sistema Pantone

Las versiones digitales en escala de grises del Logotipo del Gobierno (en todas sus configuraciones) deberá ser aplicada en todos los discursos cuyo sistema de impresión o visualización sea en la gama de un color (generalmente Negro).

CONFIGURACIÓN BÁSICA



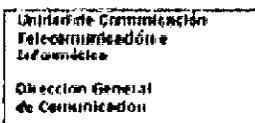
**GOBIERNO DEL
NEUQUÉN**

- ▶ Disponible en archivos .jpg, .gif, .cdr y .ai

EJEMPLO DE CONFIGURACIÓN PARTICULAR



**MINISTERIO
JEFATURA
DE GABINETE**



- ▶ Disponible en archivos .gif, .cdr y .ai

No están disponibles las versiones digitales en escala de grises de los Logotipos con configuración particular compuesta debido a que deberán ser solicitadas por cada Dependencia a los profesionales responsables de la imagen institucional.

Versión Digital en Blanco y Negro del Logotipo

La versión digital del Logotipo del Gobierno del Neuquén (Configuración Básica y Particular) en un color fue diseñada con los valores Blanco y Negro de la paleta **Colores del Gobierno** (ver inciso 4.2.1. Definición del Código Cromático) en los modelos de color CMYK, RGB y LAB y en el sistema Pantone.

A diferencia del Escudo Oficial ByN, el Logotipo fue diseñado en un color solo en su formato Negativo.

CONFIGURACIÓN BÁSICA



- ▶ Disponible en archivos .jpg, .gif, .cdr y .ai

EJEMPLO DE CONFIGURACIÓN PARTICULAR



- ▶ Disponible en archivos .gif, .cdr y .ai

Las versiones digitales en blanco y negro del Logotipo del Gobierno (en todas sus configuraciones) deberán ser aplicadas en todos los discursos cuyo sistema de impresión o visualización sea en un color.

No están disponibles las versiones digitales de los Logotipos con configuración particular compuesta debido a que deberán ser solicitadas por cada Dependencia a los profesionales responsables de la imagen institucional.

Esta versión no debe ser aplicada en discursos a color o en escala de grises. En el caso de que el diseño de discursos requiera la aplicación de un color a esta

versión, debe ser usado un color institucional o un color de la gama institucional. El color predeterminado para esta versión es el Negro.

4.3.3. Aplicación de la Imagen Institucional

La implementación sostenida en el tiempo de la imagen institucional de la marca se encuentra a cargo de los agentes del Gobierno del Neuquén.

En el Análisis Situacional fueron identificados dos tipos de aplicaciones de los signos principales de la marca en la creación de los discursos relacionados directamente a los usos que los agentes hacen de estos. Estas son la **Aplicación General** y la **Aplicación Profesional** de los signos de la marca.

La Aplicación General de los signos de la marca está determinada por el uso cotidiano que los agentes hacen de los signos para la creación de discursos de carácter legal y administrativo.

En tanto que la Aplicación Profesional de los signos de la marca consiste en el uso que hacen de éstos los agentes responsables de la imagen institucional del Gobierno para la creación de discursos de carácter promocional y publicitario mediante técnicas profesionales de diseño.

Para comprender los mecanismos de aplicación general y profesional de los signos es preciso presentar los **Principios Básicos** que garantizan el éxito de su implementación.

Principios Básicos de la Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén

La nueva imagen institucional del Gobierno del Neuquén se basa en tres principios fundamentales: el principio de **Coherencia**, de **Autogestión** y de **Disponibilidad**.

El Principio de Coherencia hace referencia a la unidad discursiva que deben respetar los agentes del Gobierno del Neuquén.

El Principio de Autogestión fundamenta el modo en que los agentes deben implementar la imagen institucional.

Y el Principio de Disponibilidad hace referencia al acceso que tienen los agentes a las herramientas y los archivos para implementar la nueva imagen.

Entre los tres existe una relación de dependencia por la cual el primero (Principio de Coherencia) requiere la aplicación del segundo (Principio de Autogestión) y éste del tercero (Principio de Disponibilidad).

La aplicación de éstos durante la creación y comunicación de discursos de la marca garantiza la generación de la Identidad deseada de la marca.

Principio de Coherencia

El Principio de Coherencia o Unidad Discursiva se basa en la siguiente premisa:

La estructura narrativa de todos los discursos del Gobierno del Neuquén debe mantener el criterio de unidad definido en la nueva imagen institucional.

El criterio de unidad de la nueva imagen consiste en el uso de los mismos elementos básicos en todos los discursos y en la diagramación de estos últimos bajo normas de construcción precisas.

La aplicación de los criterios de coherencia (en el tiempo) por parte de los agentes del Gobierno en la confección y difusión de los discursos de la Institución, fomentará (en los receptores de esos mensajes) la creación de una imagen institucional similar a la planificada. De esta manera, la Identidad del Gobierno se verá fortalecida.

La aplicación del principio en el proceso de implementación de la nueva imagen institucional de la marca tiene importantes ventajas.

La más valiosa de ellas consiste en la mejor identificación del emisor del discurso.

La comunicación de discursos similares durante un período facilita el reconocimiento, por parte del receptor, de su emisor. Este efecto, conocido como **Sinergia Comunicacional**, permite que las inversiones realizadas en los primeros discursos sean aprovechadas a la hora de realizar otros nuevos, los que demandarán menores inversiones debido al posicionamiento logrado en los receptores.

Otra importante ventaja es la economía en la producción de discursos de la marca. La utilización de los mismos criterios en la producción de discursos posibilita la automatización de este proceso, obteniendo descuentos en la adquisición de los mismos insumos, invirtiendo menos tiempo en las mismas actividades aumentando la productividad de los agentes, entre otras.

Principio de Autogestión

La nueva imagen institucional está estratégicamente concebida para que su implementación se realice a través de la autogestión de los agentes del Gobierno.

La autogestión de la imagen institucional del Gobierno del Neuquén consiste en la aplicación que cada agente emisor de discursos realizará de los signos básicos de la imagen con los medios tecnológicos y humanos que posee la Institución, sin tener necesidad de recurrir con frecuencia a profesionales externos para su producción.

Todo agente emisor de discursos del Gobierno del Neuquén debe hacer uso de los archivos de imágenes y plantillas (diseñados para tal fin) y configurarlos según las normativas definidas por el Estudio. Para ello son presentados los fundamentos de la imagen institucional, son definidas de forma precisa las pautas de elaboración de los signos básicos y es normatizada la aplicación de los mismos en los distintos soportes de mensajes.

Cuando la complejidad en la producción de discursos del Gobierno requiera un uso profesional de los signos por expertos externos, los agentes responsables de tales discursos deberán entregar a los profesionales los archivos necesarios.

Cualquier comunicación que no respete las normativas aquí expuestas no debe ser considerada Oficial. Por ello un equipo de profesionales responsables de la imagen institucional del Gobierno deberá efectuar un seguimiento de la autogestión de los agentes.

La aplicación del Principio de Autogestión por parte de los agentes del Gobierno presenta dos grandes ventajas.

Por un lado su puesta en práctica le brinda al agente autonomía en el gerenciamiento de la imagen. Y por otro, se obtiene mayor rendimiento de las herramientas informáticas que posee actualmente el Gobierno del Neuquén.

El hecho de que los agentes poseen las herramientas (el equipo informático, el manual y los archivos) para llevar a cabo la aplicación de la nueva imagen, posibilita que la transición entre ésta y la actual imagen sea muy corta.

Los emisores de discursos del Gobierno del Neuquén no tendrán que dedicar mucho tiempo al aprendizaje del uso de los signos básicos debido a que la sencillez de su confección requiere su personalización solamente antes de ser utilizada la primera vez.

Principio de Disponibilidad

El Principio de Disponibilidad afirma que cada agente emisor debe tener acceso al conocimiento (know how) y a las herramientas necesarias para implementar la nueva imagen

Este principio es vital para el oficio de la Autogestión de los agentes. La aplicación del principio por parte de los profesionales responsables de la imagen institucional de la marca garantiza la puesta en práctica de los dos principios restantes.

Una de las herramientas fundamentales para la práctica de este principio es el Manual. Su distribución no solo implica la capacitación de los integrantes del Gobierno sobre el uso de los signos básicos, también incluye la entrega de los archivos que contienen las imágenes y los soportes para aplicar la nueva imagen

institucional. Por este medio los agentes podrán realizar actividades de autogestión de la imagen institucional sin necesidad de ser profesionales.

Otras herramientas son la Intranet y el área de Capacitación del Gobierno con las que los agentes podrán acceder al conocimiento y los archivos.

Aplicación General de los signos

Todos los días de trabajo cada agente del Gobierno tiene la imagen de la organización en sus manos y la manipula sin conocer sus consecuencias.

El diseño de una comunicación para un público determinado, la redacción de una nota, la manera de atender al ciudadano, todo contribuye a la consolidación de una imagen institucional que no siempre es la que se desea tener.

Antes del Estudio, la manipulación de los signos básicos respondía al buen o mal criterio de los agentes debido a la ausencia de directivas respecto a la forma de realizar cada acción influyente en la imagen.

El objetivo final o supremo de las normativas definidas por el Estudio es aportar las bases para que los agentes sepan cómo implementar la construcción de la nueva imagen institucional. Ésta es responsabilidad de cada uno de los integrantes del Gobierno porque todos pertenecen a la misma organización. Cada uno debe ser celoso de mantener unidad de criterio, de actitud y de acción a la hora de usar los signos que representan al Gobierno.

El Estudio normativizó el uso general de los signos básicos aplicados a los soportes de mensajes que la mayoría de los agentes utilizan a diario, la Papelería Oficial. Esta es

desarrollada mas adelante en el inciso 4.4. Definición de la Papelería Oficial (Análisis Morfológico)

Aplicación Profesional de los signos

El Estudio no ha normatizado la aplicación profesional de los signos de la marca.

Simplemente se limitó a definir las normas de construcción y configuración de los signos principales y el uso general de los signos de la marca, con las cuales los agentes profesionales (responsables de la imagen institucional del Gobierno del Neuquén) podrán establecer las pautas para la creación de discursos como las Publicaciones Oficiales (libros, folletería), la Señalética Oficial (señalización interior, exterior y vehicular, etc.), las Publicidades Oficiales (campañas preventivas, avisos publicitarios en prensa, en televisión, en vía pública, en internet, en radio y en cine) y las Promociones Oficiales (la arquitectura publicitaria oficial, el merchandisig oficial, los stand y banderines en convenciones, congresos, seminarios, etc.).

4.4. DEFINICIÓN DE LA PAPELERÍA OFICIAL

El principal instrumento de comunicación del Gobierno del Neuquén es su Papelería. En ella los agentes aplican los signos básicos con mayor frecuencia que en el resto de los discursos emitidos por la Organización.

La Definición de la Papelería Oficial del Gobierno del Neuquén consistió en el diseño de la nueva diagramación del soporte físico (papel en el que son contenidos los signos de la comunicación escrita de la Institución) y el electrónico (correos electrónicos) en la cual fueron aplicados los resultados obtenidos en las anteriores tareas del Estudio.

Si bien los correos electrónicos por naturaleza no son soportes de papel, su uso diario en las comunicaciones internas y externas del Gobierno (debido a sus ventajas competitivas

como rapidez, economía, versatilidad, etc.) reemplaza en muchas ocasiones el uso del Papel de Notas en las comunicaciones personales, en gran medida, y en las administrativas y protocolares en menor proporción. Por esto es incluido dentro de la Papelería Oficial normatizada en la presente tarea.

El objetivo de la tarea "m" fue diseñar la Papelería Oficial del Gobierno del Neuquén con las características del discurso de la marca y su signo principal (el Logotipo), de acuerdo al modo de uso y los procedimientos que se ejecutan con tales soportes.

Ésta fue iniciada el 1º de Noviembre de 2001 y finalizó el 7 del mismo mes.

La Papelería Oficial es la aplicación de los signos más importante en la Identidad Visual de la marca. Esta fue diagramada en el *Estudio de Diseño Gráfico de la Papelería Oficial* con un nuevo diseño en el cual cada agente emisor deberá incluir el archivo con el Logotipo Particular de su Dependencia diseñado en la actividad anterior.

4.4.1. Estudio de Diseño Gráfico de la Papelería Oficial

El Gobierno del Neuquén es emisor de innumerables materiales impresos (formularios, folletos, publicaciones, informes, afiches, facturas y recibos de impuestos, etc) que en conjunto constituyen la comunicación escrita de la marca.

De todas ellas, el Estudio normatiza sólo los soportes pertenecientes a la Papelería del Gobierno.

La Papelería Oficial integra las comunicaciones realizadas por los agentes del Gobierno con mayor frecuencia de uso. Es el conjunto de discursos compuesto por los soportes: Papel de Notas, Sobre de Notas, Papel para envío de Fax, e-mail, Papel de Esquelas, Sobre de Esquelas y Tarjetas Personales.

Estos soportes adquieren carácter oficial cuando en sus configuraciones o diagramaciones se integren los signos básicos del Gobierno del Neuquén de manera tal como fueron diseñados en el *Estudio de Diseño Gráfico de la Papelería Oficial* del Gobierno del Neuquén.

La Papelería Oficial fue diseñada en base la dimensión discursiva *Tiempo*

La Papelería Oficial debe ser implementada por los agentes mediante la autogestión de la imagen.

Cada soporte posee una configuración específica la cual se encuentra en un archivo. Los agentes deben utilizar las herramientas informáticas que posee el Gobierno del Neuquén para generar discursos coherentes con los archivos de la nueva imagen de la Institución.

El principio de Autogestión de Imagen Institucional adquiere su mayor protagonismo en la producción de la Papelería Oficial.

La nueva Imagen del Gobierno del Neuquén se basa en la participación activa de todos sus integrantes en la comunicación de su Identidad Institucional.

El hecho de que los agentes posean la facultad de autogestionar la producción de comunicaciones escritas de acuerdo a las configuraciones de la nueva imagen institucional del Gobierno garantiza, en primer lugar, mayor eficiencia en el rendimiento de los insumos en la producción de la Papelería.

Dicha eficiencia es lograda por la producción bajo demanda (solo se produce lo que se consume eliminando el gasto ocasionado por el daño de los materiales), el mayor rendimiento de las tintas de impresoras (el agente dispone de tres versiones de color diseñadas para el

ahorro de tinta en los casos que no requieran color), la racionalización en el envío de Fax (el diseño del Papel para envío de Fax posibilita un ahorro en el costo de recepción), entre otras.

Estos insumos informáticos, si bien son utilizados actualmente con austeridad, serán aprovechados al máximo gracias a las características que posee la nueva Imagen.

En segundo lugar el principio de Autogestión de la Imagen Institucional garantiza mayor eficacia en las comunicaciones escritas, lograda por la rápida identificación del emisor del discurso, por su clara Identidad, mediante la configuración de la Papelería Oficial con los Logotipos Particulares de sus emisores (ver *Configuración Particular del Logotipo del Gobierno del Neuquén* en el *Estudio de Diseño Gráfico del nuevo Logotipo del Gobierno del Neuquén* del inciso 4.3.2. Estudio de Integración Visual) y por la facilidad de uso de las plantillas que la contiene. Por esto cada emisor de discurso del Gobierno debe siempre personalizar la comunicación escrita que realice con el archivo de su Logotipo con su Configuración Particular y los datos de su Dependencia (Dirección, Teléfonos, e-mail).

Formatos de los Soportes

El Estudio definió como soportes físicos de las comunicaciones escritas del Gobierno del Neuquén a los papeles cuyos tamaños pertenezcan a la norma DIN (o sistema "A"), con excepción de los sobres, las tarjetas personales y las comunicaciones normatizadas por el decreto N° 1449/00 (Reglamento para la Elaboración de Proyectos de Leyes, Decretos, Resoluciones y Disposiciones) cuyo soporte lo constituye el papel en tamaño Legal (216 x 356mm).

Los mismos son presentados a continuación:

Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

INFORME FINAL

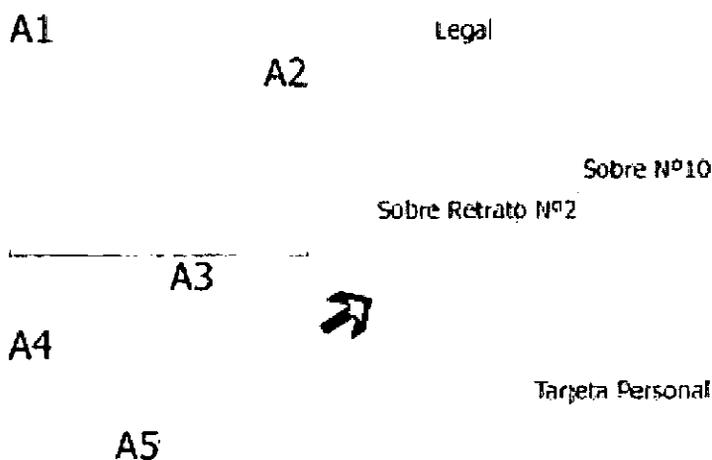
Página 157 de 215

TAMAÑOS DIN

A1 = 504 x 841mm
A2 = 420 x 900mm
A3 = 297 x 420mm
A4 = 210 x 297mm
A5 = 148 x 210mm

EXCEPCIONES DE TAMAÑOS DIN

Legal = 216 x 356mm
Sobre Nº10 = 101,8 x 241,3mm
Sobre Retrato Nº2 = 150 x 235mm
Tarjeta Personal = 50 x 90mm



Versiones Digitales de la Papelería Oficial

Las versiones digitales de los soportes de la Papelería Oficial fueron diseñadas en plantillas de Microsoft Office y en un archivo de CorelDRAW.

Una plantilla es un archivo donde se determina la estructura básica de un documento y contiene su configuración, como por ejemplo, elementos de Autotexto, fuentes, diseño de página, formato especial y estilos. Cada documento de Microsoft Word y cada e-mail de Microsoft Outlook Express se basa en una plantilla.

Los soportes fueron diseñados en tres formatos de archivos: ".dot", ".cdr" y ".htm".

Los archivos ".dot" corresponden a las plantillas de Microsoft Word. En este formato fueron diseñados el Papel y el Sobre de Notas, el Papel y el Sobre de Esquelas y el Papel de envío

de Fax. Con excepción de este último, las plantillas se encuentran en tres versiones de color: Versión Color, Versión Escala de Grises y Versión Blanco y Negro.

La plantilla del Papel de envío de Fax solo está disponible en Blanco y Negro debido a las características técnicas de su recepción (en color negro).

El archivo ".cdr" (CorelDRAW) contiene el diseño de las Tarjetas Personales, las que se encuentran solamente en su Versión Color.

Por último, el archivo ".htm" corresponde al diseño del fondo de los e-mails del Gobierno que, al igual que las Tarjetas, está disponible únicamente en su versión color. Este archivo HTML constituye la plantilla de los mensajes de correos electrónicos del Microsoft Outlook Express.

Su utilización en la creación de discursos de la marca facilita la producción de mensajes con formatos coherentes a la imagen institucional.

Para ello el agente emisor debe crear un documento desde la plantilla que contiene el soporte que desea utilizar (Papel de Notas o Sobre de Notas o Papel de Fax etc).

Para hacer uso de éstas, cada agente emisor debe instalar las plantillas de los soportes.

La instalación de las plantillas se realiza copiando sus archivos desde el CD del Manual a la carpeta de plantillas de Word. La ubicación predeterminada en Microsoft Windows NT es la carpeta C:\Archivos de programa\Microsoft Office\Plantillas. En Microsoft Windows 95 ó 98, la ubicación predeterminada es la carpeta C:\Carpeta_Windows\Datos de programa\Microsoft, o bien C:\Carpeta_Windows\Profiles\ Nombre de usuario\Datos de programa\Microsoft. Los archivos de plantilla que guarde en la carpeta Plantillas aparecerán en el cuadro de diálogo Nuevo del menú Archivo de Microsoft Word.

La primera vez que ingrese a las plantillas el agente deberá configurarla con la información particular de su Dependencia. Para hacerlo tiene que hacer click en Nuevo en el menú Archivo, luego en la ficha correspondiente al tipo de documento que desee crear y, a continuación, doble click en el icono de la plantilla que desee.

Las plantillas que guarde en la carpeta Plantillas aparecerán en la ficha General. Si el agente desea crear fichas personalizadas para sus plantillas en el cuadro de diálogo Nuevo, tiene que crear una subcarpeta nueva en la carpeta Plantillas y guardar en ella sus plantillas. El nombre que asigne a esa subcarpeta aparecerá en la nueva ficha. Al guardar una plantilla, Word pasa a la posición Plantillas personales (menú Herramientas, comando Opciones, ficha Ubicación de archivos), cuyo valor predeterminado es la carpeta Plantillas y sus subcarpetas. Si el agente guarda o copia una plantilla en una ubicación distinta, no aparecerá en el cuadro de diálogo Nuevo.

Para instalar la plantilla de Microsoft Outlook Express el agente debe copiar el archivo CD:\archivos\papelería\Fondo Email Gobierno.htm en la carpeta C:\Mis Documentos o en una por él definida. Luego debe ir al menú Archivo y hacer click en Nuevo. Después debe hacer click en el menú Formato y en Aplicar diseños de fondo. A continuación debe seleccionar el archivo en la ubicación en el que lo copió y debe presionar Aceptar. De esta manera la plantilla quedará instalada.

Diseño del Papel de Notas

El Papel de Notas fue diseñado en el soporte de tamaño Legal (216 x 356 mm) de color Blanco en 72gr.

En su diagramación fue dividido en dos partes principales: el Encabezado y el Pié de Página.

El agente emisor del discurso debe personalizar la configuración de la plantilla incorporando la información particular de su Dependencia en el Encabezado haciendo doble click sobre éste o con el comando "Encabezado y pie de página" del menú Ver de Microsoft Word.

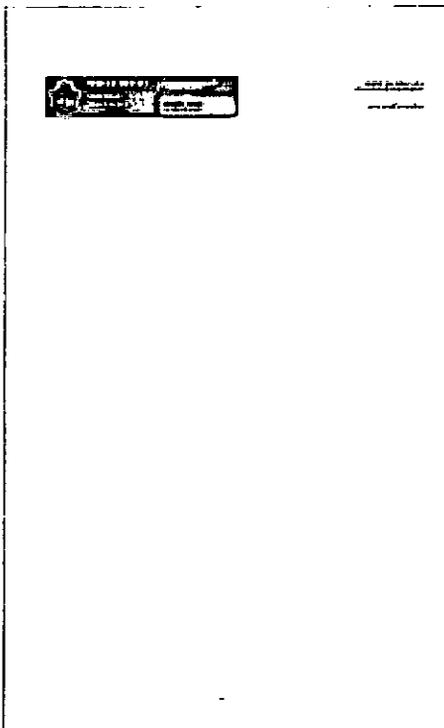
La plantilla del Papel de Notas posee definidos el Estilo del documento y la configuración de la página. En el primero fueron determinados los formatos de la Fuente (Tahoma de 12pts.en estilo normal) y del Párrafo (interlineado doble, alineación justificado) y en el segundo, el tamaño del papel (Legal), su disposición (horizontal), las configuraciones del Encabezado y el pié de página y sus márgenes (superior, inferior, derecho e izquierdo).

El Papel de Notas fue diseñado en 3 versiones de color: Versión color, Versión escala de grises y Versión blanco y negro.

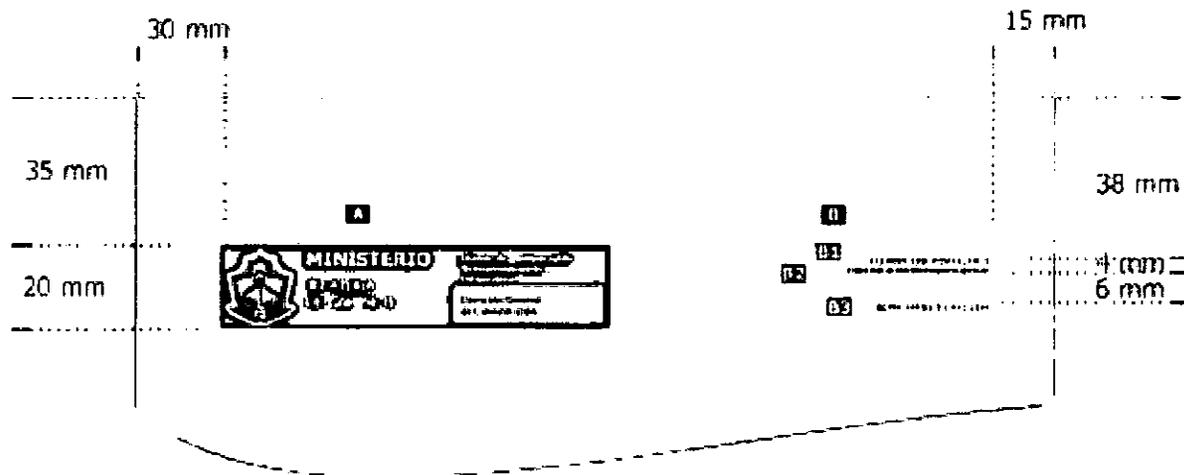
Configuración del Encabezado del Papel de Notas

El Encabezado del Papel de Notas se encuentra en la parte superior de la hoja.

Consiste en el archivo de imagen del Logotipo de la Dependencia (A) y en una tabla (B) en la que se encuentran los datos particulares del emisor.



EJEMPLO DE NOTA CON LOGOTIPO DE 3 NIVELES



En el espacio del Logotipo (A) el agente debe insertar el archivo de imagen ".gif" de la Configuración Particular del Logotipo de su Dependencia.

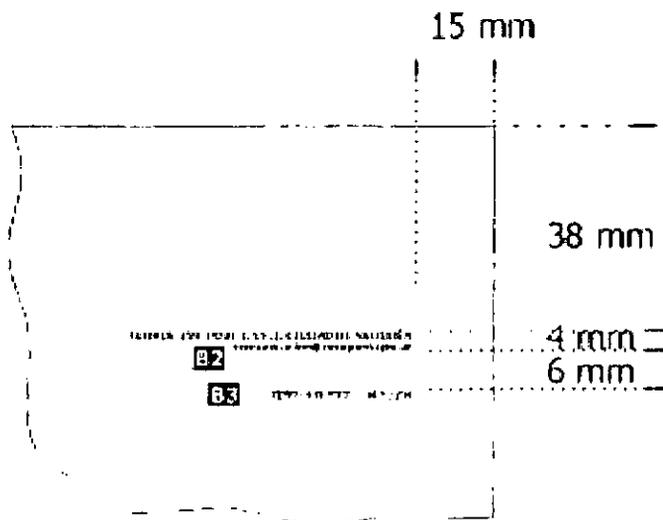
La imagen mide 20,1mm de alto y 92,2mm de largo. Se encuentra detrás del texto a 35mm de la página (Posición Vertical) y a 0mm del margen o 30mm de la página (Posición Horizontal).

Si por error se desconfigurara la imagen, el agente puede solucionar éste problema haciendo click con el botón derecho sobre la imagen. En la ventana emergente debe ir a "Formato de imagen" y reconstituir los valores con los expuestos arriba.

La tabla (B) se encuentra dividida en dos celdas que corresponden al domicilio y dirección de correo electrónico de la Dependencia y a su Teléfono y/o Fax.

Para colocar la información particular el agente emisor debe reemplazar el texto de ayuda.

En la primer celda el agente debe colocar el domicilio de la Dependencia (B1) en mayúsculas, con la fuente Tahoma de 6 pts, en negrita y alineado a la derecha.



Si la dirección supera los 39 caracteres debe continuar en la segunda línea (e-mail) y trasladar la dirección de correo electrónico a la segunda celda junto al número de teléfono (B3).

Debajo del domicilio el agente debe reemplazar el texto de ayuda por la dirección de correo electrónico de su Dependencia (B2). En el caso de no poseer e-mail se debe eliminar el texto de ayuda. El texto debe estar en minúsculas, en la fuente Tahoma de 6 pts. de alto en negrita y alineado a la derecha.

En la segunda celda debe sustituir el texto de ayuda con el número de teléfono y/o de fax de su Dependencia (B3). El texto numérico debe estar en Tahoma de 6 pts. de alto alineado a la derecha. Los números de teléfono y/ o de fax deben anteponer entre paréntesis el código del área y luego de las primeras tres cifras un

guión. En el caso del número de fax debe anteponer la leyenda "fax" al código de área.

33 CONFIGURACIONES DEL TELÉFONO O FAX

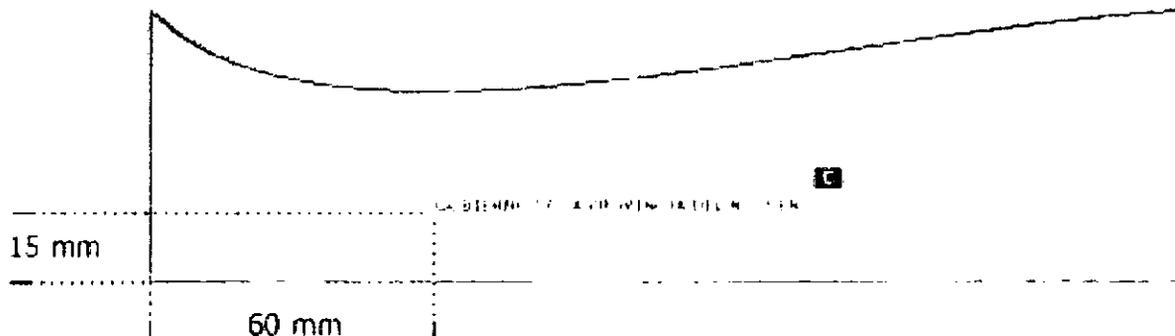
- a (0299) 449-5378
- b fax (0299) 449-5378
- c (0299) 449-5378 / 442-2154
- d (0299) 449-5378 al 80
- e (0299) 449-0000 int. 5378
- f (0299) 449-5378
fax (0299) 442-2154
- g (0299) 449-5378 al 80
(0299) 442-2154
- h (0299) 449-5378 al 80
(0299) 449-0000 int. 5379
- i (0299) 449-0000 / 449-5378
(0299) 442-2154
- j (0299) 449-000 int. 5379
fax (0299) 442-2154

Existen 25 formatos de los números de teléfonos y/o fax basados en las configuraciones a, b, c, d, y e.

Configuración del pie de página del Papel de Notas

El Papel de Notas tiene la leyenda "Gobierno de la Provincia del Neuquén" (C) al pie de la hoja en mayúsculas con la fuente Tahoma de 12 pts de alto.

El Pie de Página no debe ser personalizado y en caso de que se desconfigure el agente deberá colocar 60 mm de sangría izquierda y 15 mm de margen inferior.



Usos del Soporte

El soporte Papel de Notas está destinado a las comunicaciones escritas del Gobierno con excepción de los Decretos y Proyectos de Leyes. Este soporte debe ser utilizado para la creación de los siguientes discursos del Poder Ejecutivo del Neuquén: Anteproyectos, Dictámenes, Disposiciones, Expedientes, Mensajes, Notas y Resoluciones.

La plantilla del soporte Papel de Notas contiene la configuración del formato de la página (márgenes, encabezado y pie de página, número de página, etc.), el estilo del texto (tipografía y tamaño de la fuente, formato de párrafo, espacios interlineales, etc.) y el Logotipo del Gobierno del Neuquén en su Configuración Particular.

La sintaxis de los textos escritos en estos discursos debe seguir las pautas establecidas por el Decreto N° 1449/00

El agente debe instalar las plantillas y personalizarlas la primera vez que las use.

La personalización consiste en incorporar a la plantilla los datos particulares de la Dependencia del agente emisor. De esta forma el agente debe insertar el archivo de imagen del Logotipo con la Configuración Particular de su Dependencia y debe

incorporar su dirección, su correo electrónico y sus teléfonos en los campos diagramados. Una vez finalizada la personalización de la plantilla debe guardarla para utilizarla de nuevo en otra ocasión.

Para ubicar su plantilla del Papel de Notas en el CD del manual, el agente debe ir a la carpeta con el nombre de la su Dependencia siguiendo su relación de dependencia en CD:\archivos\papelería. Luego debe seleccionar el color de la versión que desee utilizar.

El agente debe imprimir los discursos utilizando una página por hoja. En cuanto a las calidades de impresión (Óptima o alta resolución, Normal o resolución media y Económica o baja resolución) y sus colores (Versión Color, Versión Escala de grises o Versión Blanco y Negro), el agente debe definir cuál es la mejor opción para la clase de comunicación que ha creado, teniendo en cuenta quién es su receptor (o receptores) y la importancia del contenido del discurso.

Diseño del Papel de envío de Fax

El Papel para el envío de Fax fue diseñado sobre la base del Papel de Notas en el soporte de tamaño Legal (216 x 356 mm) de color Blanco en 72gr.

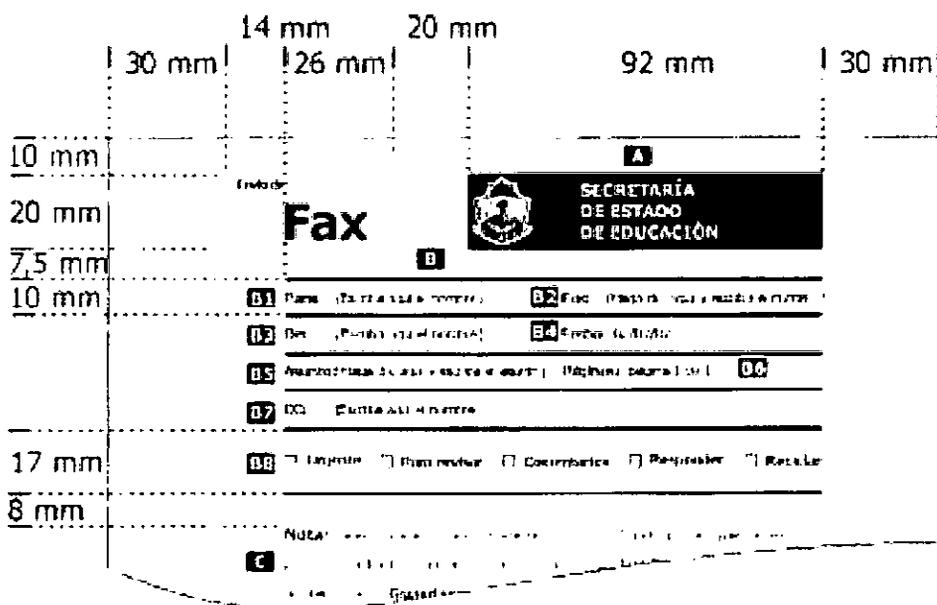
Este soporte fue diagramado en tres partes principales: el Encabezado, la Información de envío y el Cuerpo del Fax. Estas deben estar presentes solo en la primer hoja del fax.

El agente emisor debe personalizar la plantilla del soporte siguiendo los mismos pasos que en el Papel de Notas.

Configuración de la primera página de fax

El Papel del Fax fue diseñado utilizando como referencia el modo de uso que los agentes realizan en su ejecución.

Debido a que los faxes emitidos por los agentes en su mayoría constan con más de una hoja, la plantilla fue diseñada con la información particular en su primera hoja.



- **Configuración del Encabezado (A)**

El Encabezado del Fax lo integran la leyenda "Envío de Fax" y el Logotipo Particular de la Dependencia emisora en su versión blanco y negro (a un color).

Para personalizar el fax el agente debe insertar la imagen ".gif" de la versión a un color de la Configuración Particular del Logotipo de su Dependencia (A). La imagen debe medir 20,1mm de alto y 92,2mm de largo. Debe colocarse a 10mm de la página (Posición Vertical) y alineada a la derecha de la columna o 30mm del lateral derecho de la página (Posición Horizontal).

En los faxes que contengan más de una hoja, el encabezado de la segunda hoja cambia de diseño presentando la leyenda ("Envío de Fax"), el campo número de página (B6) y el Escudo Oficial en su versión a un color en positivo.

- **Configuración de la Información de Envío (B)**

La plantilla del soporte fue diseñada para transmitir información útil para el receptor del discurso.

El agente emisor debe reemplazar el texto de ayuda con el nombre del destinatario (B1), el número de fax receptor (B2), el nombre del agente emisor (B3), el tema o motivo del fax (B5) y el nombre del destinatario que recibe una copia del fax (B7). Estos campos deben estar en Tahoma de 10 pts.

Los campos de Fecha (B4) y número de páginas (B6) son de autotexto. Estos campos son actualizados automáticamente por Microsoft Word antes de imprimir o guardar el documento. Si esto no sucede el agente debe actualizarlos presionando ALT+F9. Si el agente no desea que el programa actualice automáticamente estos campos, puede seleccionarlos y eliminarlos para poder colocar los datos en forma manual.

En el campo B8 el agente puede tildar (una vez impreso) la casilla que describa las características del fax.

Todos los fax deben contener la información de los campos B1, B2, B3 y B5.

Los campos B7 y B8 pueden quedar en blanco para lo que el agente debe eliminar sus textos de ayuda.

- **Configuración del Contenido del Fax (C)**

El agente debe seguir las instrucciones del texto de ayuda de este campo, eliminándolo o reemplazándolo por el texto del mensaje a enviar con el fax.

Este texto debe estar en Tahoma de 12 pts con doble espacio interlineal. Luego de imprimirlo y antes de enviar el fax, el agente emisor debe cortar el papel por la línea de puntos.

Este corte responde al uso que los agentes hacen del fax y al costo de recepción de los espacios (en blanco) no utilizado de la hoja.

Uso del Soporte

El soporte Papel de envío de Fax está destinado a las comunicaciones escritas del Gobierno con excepción de los Decretos y Proyectos de Leyes por medio de fax. Este soporte debe ser utilizado para la creación de los discursos que serán distribuidos mediante un fax.

La plantilla del soporte Papel de envío de Fax contiene la configuración del formato de la página (márgenes, encabezado y pie de página, destinatario, asunto, etc.), el estilo del texto (tipografía y tamaño de la fuente, espacios interlineales, etc.) y la versión a un color del Logotipo del Gobierno del Neuquén en su Configuración Particular.

Este soporte se encuentra disponible solo en la versión de Escala de Grises.

El agente debe instalar la plantilla siguiendo las mismas pautas de la instalación de las plantillas del Papel de Notas.

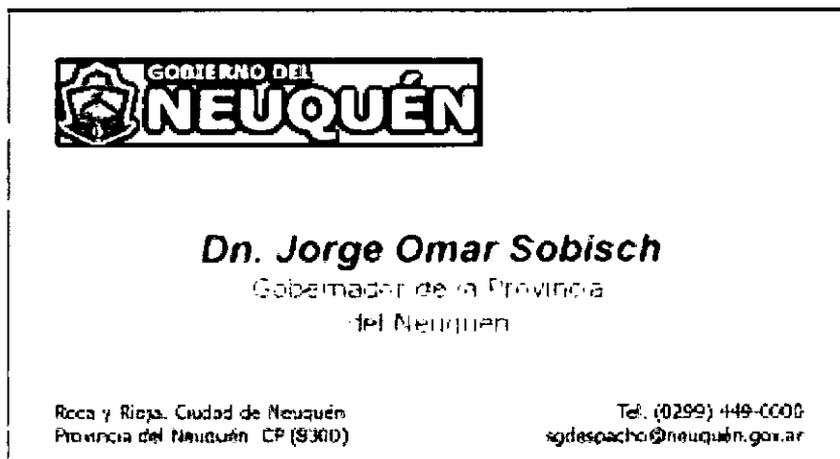
Los agentes deben personalizar la plantilla del Fax la primera vez que las usen. Una vez finalizada la personalización de la plantilla debe guardarla para utilizarla de nuevo en otra ocasión.

Antes de imprimir el documento el agente debe actualizar campos de autotexto Fecha y Páginas presionando ALT+F9. Una vez impreso debe cortar el papel de la hoja por la línea de puntos para economizar la recepción del fax enviado.

Diseño de las Tarjetas Personales

El soporte de las Tarjetas Personales fue diseñado en un tamaño estándar para este tipo de comunicaciones (50 x 90 mm) en un papel de color Blanco de 180 grs. de espesor.

Este soporte fue diseñado en un archivo de CorelDRAW y de Adobe Illustrator. Su uso es exclusivamente profesional, teniendo el agente emisor que solicitar su producción a los agentes responsables de la imagen institucional del Gobierno del Neuquén.

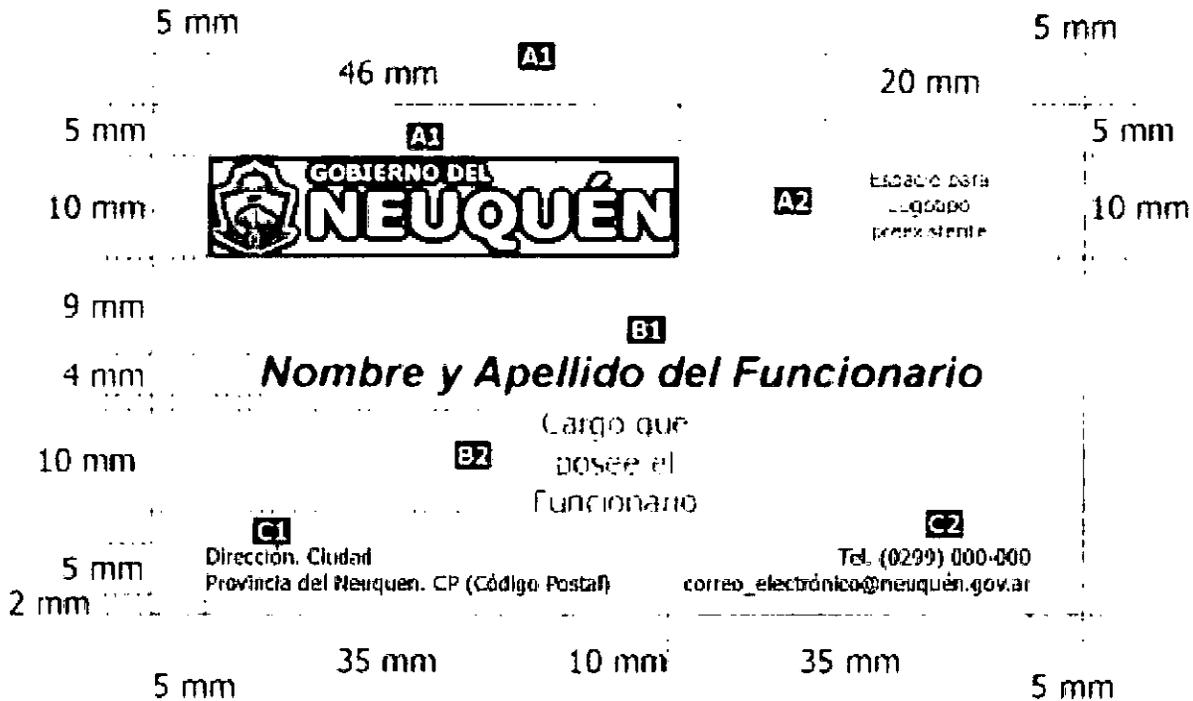


El soporte de las Tarjetas Personales fue diagramado en tres partes: los Logotipos, la Información del Funcionario y la Información de la Dependencia.

Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

INFORME FINAL

Página 170 de 215



Configuración de los Logotipos en las Tarjetas Personales

Los Logotipos se encuentran en la parte superior de la Tarjeta (A).

Este soporte fue diseñado con la Configuración Básica del Logotipo del Gobierno del Neuquén (A1) debido al carácter institucional de la comunicación.

La imagen del Logotipo mide 10 mm de alto y 46 mm de largo.

Si la Dependencia del Funcionario posee un logotipo particular compuesto, el logotipo preexistente de la Dependencia debe ser colocado en el espacio A2 con una altura máxima de 10 mm de alto o 20 mm de ancho.

Configuración de la Información del Funcionario

Los datos del agente emisor de este discurso son colocados en el centro del soporte (B). Estos corresponden al Nombre del agente y el cargo que ocupa en la Organización.

El nombre y apellido del funcionario (B1) debe estar en la fuente Arial de 12 pts de alto, en cursiva, negrita y de color Azul Cielo. El cargo del agente (B2) debe estar en Tahoma de 9 pts en estilo normal y de color Dorado.

Configuración de la Información de la Dependencia del Agente

Los datos de la Dependencia del agente emisor del discurso se encuentran en la parte inferior del soporte (C).

El domicilio de la Dependencia (C1) debe estar en Tahoma de 6 pts. con un máximo de 35 mm de largo. Si lo supera, debe colocarse en dos líneas subiendo el texto (para encajar en el margen inferior) y el nombre de la Ciudad debe ser colocada delante del texto "Provincia del Neuquén".

El número de teléfono y/o de fax (C2) debe estar en Tahoma de 6 pts. y configurado como en el soporte Papel de Notas. Debajo de éste debe colocarse la dirección de correo electrónico en minúsculas. En el caso de que no posea e-mail, el texto de ayuda debe ser eliminado dejando su espacio en blanco.

Uso del Soporte

El soporte Tarjetas Personales fue diseñado para la presentación de los agentes a cargo de las Dependencias de 1º a 5º nivel del Gobierno del Neuquén.

El soporte contiene la configuración del formato de las tarjetas en cuanto a su tamaño, estilo del texto y diseño.

Su uso es profesional y se encuentra disponible solo a color en un archivo ".cdr" y en otro ".ai".

Las tarjetas personales deben ser producidas por profesionales gráficos (externos o agentes del Gobierno) bajo las normas de construcción establecidas por el Estudio.

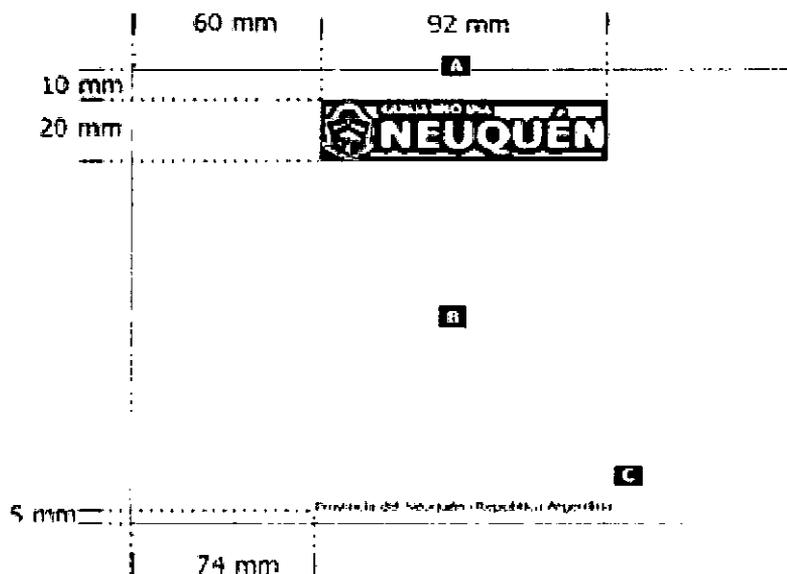
El agente emisor debe entregar a los profesionales productores del discurso los archivos necesarios para su confección: Logotipo del Gobierno (A1), Logotipo Preexistente (A2), archivos de uso profesional (soporte en archivo "cdr" o "ai"). También debe entregarles sus datos particulares: Nombre y Apellido (B1), Cargo (B2), correo electrónico, domicilio y teléfono de su Dependencia (C).

Diseño de las Esquelas

El soporte de las Esquelas (o Tarjetón) fue diseñado en tamaño A5 (148 x 210 mm) de color Blanco y de 90gr de espesor.

El soporte fue diagramado en tres partes: Encabezado, Cuerpo y Pie de Página.

CONFIGURACIÓN DE ESQUELA



Configuración del Encabezado

El Encabezado del Papel de Esquila (A) contiene la imagen del Logotipo del Gobierno del Neuquén en su Configuración Básica.

La imagen mide 20 x 92 mm y se encuentra centrada verticalmente en el soporte.

Configuración del Cuerpo de las Esquelas

El cuerpo del soporte (B) consiste en la caja tipográfica donde el agente emisor debe colocar el texto.

El formato del texto se encuentra por defecto en Tahoma de 12 pts. pero en este caso particular puede utilizarse un formato diferente (fuente tipográfica distintiva, tamaño grande o pequeño, color Dorado o Negro, etc.) según el tenor del discurso a emitir.

Configuración del Pie de Página

Las Esquelas poseen la Leyenda "Provincia del Neuquén. República Argentina" al pie del soporte (C).

La leyenda se encuentra centrada verticalmente en soporte en Tahoma de 8 pts. en negrita

Uso del Soporte

El soporte Papel de Esquelas está destinado a las comunicaciones escritas del Gobierno de carácter protocolar. Este soporte debe ser utilizado para la creación de tarjetas de invitaciones, de salutación y demás comunicaciones protocolares de las Dependencias de 1º y 2º nivel jerárquico.

La plantilla del soporte Papel de Esquelas contiene la configuración del formato de la página (márgenes, encabezado y pie de página, destinatario, asunto, etc), el estilo del texto (tipografía y tamaño de la fuente, espacios interlineales, etc) y el Logotipo del Gobierno del Neuquén en su Configuración Básica.

Este soporte se encuentra disponible en tres versiones de color: Versión Color, Versión Escala de Grises y Versión Blanco y Negro.

El agente debe instalar las plantillas del soporte copiando los archivos desde la carpeta CD:\archivos\papelería a la carpeta de plantillas de Microsoft Word.

Diseño del Sobre de Notas

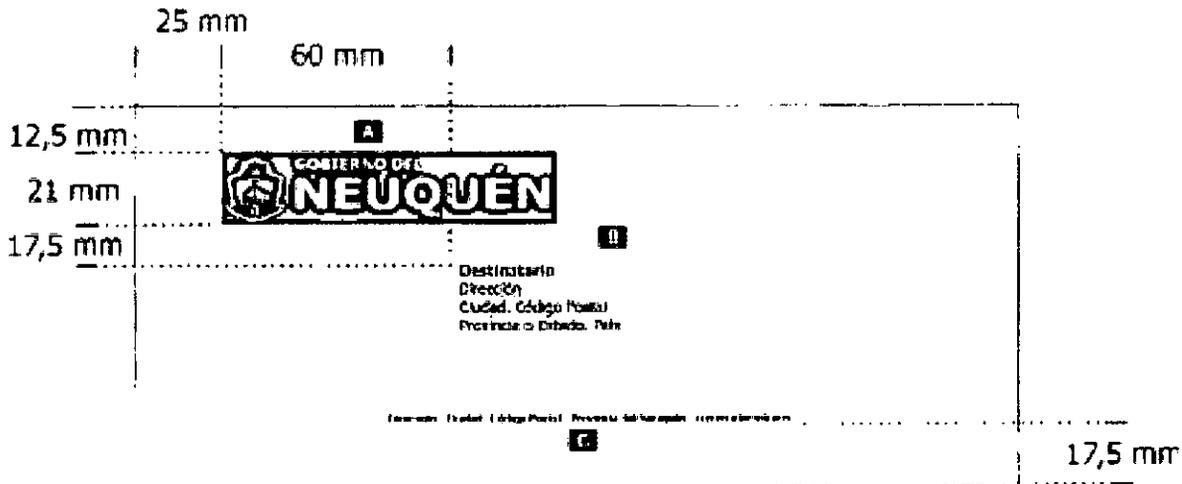
El soporte de los Sobres de Notas fue diseñado con el tamaño del Sobre N° 10 (101,8 x 241,3 mm) de color Blanco y de 75 grs. de espesor.

Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

INFORME FINAL

Página 175 de 215

El diseño del soporte se fue diagramado en 3 partes: Encabezado, Información del Destinatario y Pie del Sobre.



Configuración del Encabezado

El Encabezado del Sobre de Notas presenta al emisor del discurso (A).

Consiste en la imagen ".gif" del Logotipo Particular de la Dependencia del agente emisor.

El Logotipo en el Sobre de Notas mantiene la misma configuración que el Papel de Notas. El agente debe personalizar el Encabezado de la plantilla mediante la colocación del archivo de imagen de su logotipo particular en la versión de color que corresponda a la plantilla siguiendo los mismos criterios que en el Papel de Notas.

Configuración de la Información del Destinatario

En el centro del soporte se encuentra la información del Destinatario (B), es decir, del receptor de los discursos enviados (Papel y Sobre de Notas).

Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

INFORME FINAL

Página 176 de 215

Los datos del Destinatario deben ser colocados en una tabla de 4 filas por 1 columna.

La primera celda corresponde al nombre del Destinatario. El agente debe reemplazar el texto de ayuda con el nombre del destinatario en Tahoma de 12 pts., en negrita y alineado a la izquierda.

En la segunda celda el agente debe sustituir el texto de ayuda con la Dirección del Destinatario en Tahoma de 12 pts. y alineado a la izquierda.

En la tercera debe sustituir el texto de ayuda con el nombre de la Ciudad y el código postal de ésta.

Y por último, en la cuarta celda debe reemplazar el texto de ayuda con el nombre de la Provincia o Estado y el País al que pertenece el Destinatario.

Estas celdas constituyen campos que pueden ser completados por medio del comando de Microsoft Word "Combinar Correspondencia" con el cual se puede ingresar los datos de varios Destinatarios sin necesidad de crear un archivo por cada sobre (por más información consultar el Asistente de Ayuda de Microsoft Word presionando la tecla función F1 o en el menú ayuda o ?).

Configuración del Pie del Sobre

El Pie del Sobre contiene el Domicilio y la dirección del Correo Electrónico de la Dependencia emisora (C).

En el pie del sobre el agente debe personalizar el soporte reemplazando el texto de ayuda con el Domicilio, el nombre de la Ciudad y la dirección de email de su Dependencia. El texto debe estar en Tahoma de 8 pts de alto en negrita y alineado al centro del sobre.

Uso del Soporte

El soporte Sobre de Notas fue diseñado para la distribución de las comunicaciones escritas del Gobierno con excepción de los Decretos y Proyectos de Leyes. Este soporte debe ser utilizado para la creación de los sobres de los discursos creados con el soporte Papel de Notas.

La plantilla del soporte Sobre de Notas contiene la configuración del formato del sobre (márgenes, encabezado y pie de página, destinatario, etc.), el estilo del texto (tipografía y tamaño de la fuente, espacios interlineales, etc.) y el Logotipo del Gobierno del Neuquén en su Configuración Particular.

Al igual que el Papel de Notas, su sobre está disponible en 3 versiones de color: Versión color, Versión escala de grises y Versión blanco y negro.

El agente debe instalar las plantillas mediante los mismos procedimientos que la instalación de las plantillas del Papel de Notas.

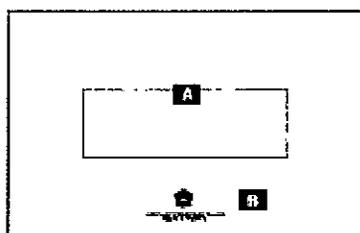
Los agentes deben personalizar las plantillas la primera vez que las usen con los datos y Logotipos particulares de la Dependencia emisora. Una vez finalizada la personalización de la plantilla debe guardarla para utilizarla de nuevo en otra ocasión.

El agente debe imprimir los Sobres de Notas con la misma calidad de impresión y la misma versión de color que el Papel de Notas que contienen.

Diseño del Sobre de Esquelas

El soporte del Sobre de las Esquelas fue diseñado en el tamaño del Sobre Retrato N° 2 (150 x 235 mm) de color Blanco y de 90 grs. de espesor.

El diseño del soporte fue diagramado en dos partes: el Cuerpo y el Pie del Sobre.



Configuración del Cuerpo del Sobre de Esquelas

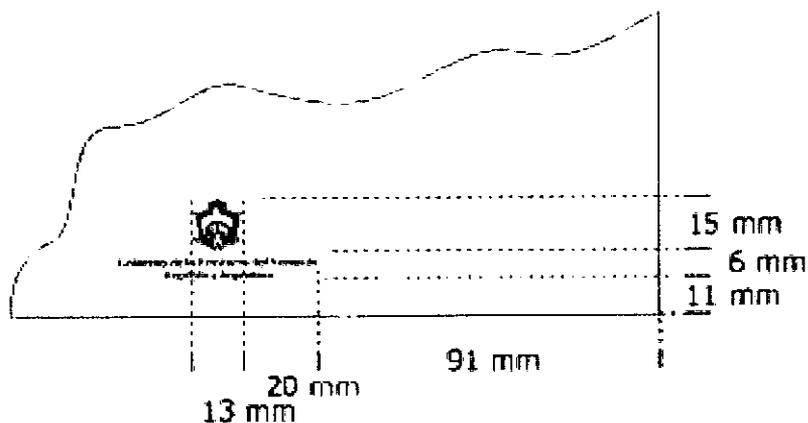
El cuerpo del soporte (A) consiste en la caja tipográfica donde el agente emisor debe colocar el nombre del Destinatario o el motivo de la Esquela que contiene en su interior.

El formato del texto debe ser el mismo que el empleado en el Cuerpo de la Esquela.

Configuración del Pie del Sobre de Esquelas

El Pie del Sobre de Esquelas fue diseñado con la reducción máxima del Escudo Oficial en su forma "A" (15 mm. de alto). Debajo de éste fue colocada la leyenda "Gobierno de la Provincia del Neuquén. República Argentina".

CONFIGURACIÓN DEL SOBRE DE ESQUELA



La leyenda y el Escudo Oficial se encuentran centrados al pie del soporte.

Uso del Soporte

El soporte Sobre de Esquelas fue diseñado para contener las Esquelas del Gobierno. Este soporte debe ser utilizado para la creación de sobres de tarjetas de invitaciones, de salutación y demás comunicaciones protocolares de las Dependencias de 1º y 2º nivel jerárquico.

La plantilla del soporte Sobre de Esquelas contiene la configuración del formato del sobre (márgenes, encabezado y pié de página, destinatario, etc.), el estilo del texto (tipografía y tamaño de la fuente, espacios interlineales, etc.) y el Escudo de la Provincia del Neuquén en su forma "A" acompañado por con la leyenda "Gobierno de la Provincia del Neuquén. República Argentina".

Este soporte se encuentra disponible solo en tres versiones de color: Versión Color, Versión Escala de Grises y Versión Blanco y Negro.

Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

INFORME FINAL

Página 180 de 215

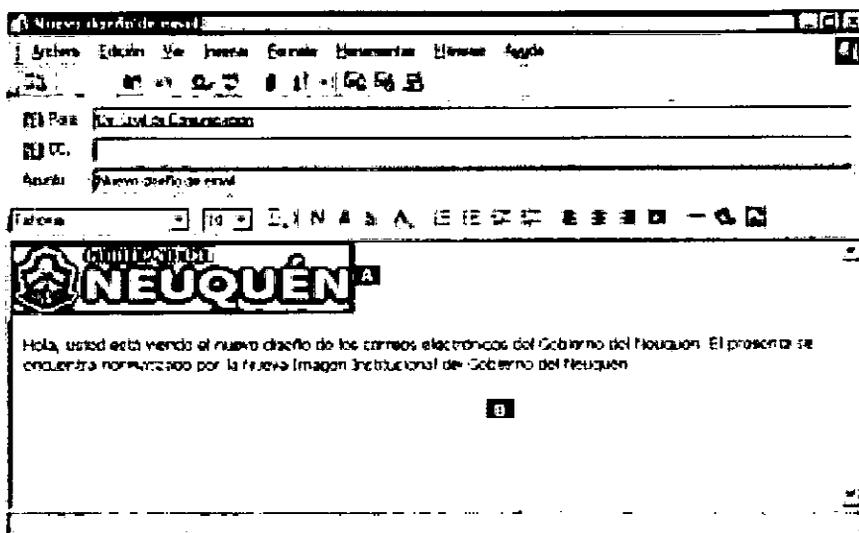
Para utilizar las plantillas del soporte el agente debe instalarlas copiando los archivos desde la carpeta CD:\archivos\papelería a la carpeta de plantillas de Microsoft Word.

Diseño del Correos Electrónicos

El soporte de los Correos Electrónicos es el único soporte de la Papelería Oficial del Gobierno del Neuquén que es completamente digital en todo su proceso de comunicación.

Este soporte fue diseñado en un archivo HTML como plantilla de Microsoft Outlook Express.

En su diseño el soporte digital fue diagramado en dos partes: Encabezado y Cuerpo del E-mail.



Configuración del Encabezado del E-mail

El Encabezado del soporte de los Correos Electrónicos fue diseñado con el Logotipo del Gobierno del Neuquén en su Configuración Básica (A).

La imagen ".gif" del Logotipo mide 20 mm de alto y se encuentra en la margen superior izquierda del soporte.

Configuración del Cuerpo del E-mail

El Cuerpo del soporte de los Correos Electrónicos consiste en el texto del mensaje que el agente emisor comunica a sus receptores. (B).

El formato del texto se encuentra diseñado en Tahoma de 10 pts en estilo normal, de color negro, alineado a la izquierda.

Uso del Soporte

El soporte del E-mail fue diseñado para las comunicaciones digitales (internas y externas) del Gobierno del Neuquén por medio de correos electrónicos.

La plantilla del soporte E-mail contiene la configuración del estilo del texto (sangrías, Fuentes tipográficas y su tamaño y color, espacios interlineales) y el Logotipo del Gobierno en su Configuración Básica.

La plantilla debe ser instalada por el agente para utilizarla en la creación de los e-mails del Gobierno. Estos mensajes deben estar redactados en Tahoma de 10 pts, de color negro y alineados a la izquierda.

4.5. CREACIÓN DEL MANUAL

La quinta tarea de la etapa de Reglamentación de la Imagen Institucional consistió en la creación del Manual de la Imagen Institucional con la Normatización del Uso de la Imagen del Gobierno del Neuquén.

Esta tarea fue iniciada paralelamente con la Normatización de la Identidad Visual de la marca y sintetizó los resultados obtenidos en el Estudio en un documento denominado **Manual**.

La creación del Manual se inició el 1º de Octubre del 2001 y finalizó el 16 de Noviembre del mismo año.

El objetivo de la tarea fue elaborar un Manual de Implementación de la Imagen Institucional del Poder Ejecutivo con el cual serán instruidos los agentes del Gobierno del Neuquén sobre los métodos de aplicación general de los signos de la marca.

El Manual fue elaborado en 2 versiones para obtener mayor eficacia en los procesos de distribución y aplicación del mismo. Estas son su Versión Digital y su Versión Impresa.

La versión digital del Manual fue desarrollada en archivos CDR y PDF los cuales fueron contenidos en 2 CDs, uno de Uso General y otro de Uso Profesional. En el CD de Uso General fueron incluidos el archivo PDF con la versión digital del Manual y los archivos de todas las versiones digitales de los signos de la marca y de sus aplicaciones en las plantillas de los soportes de la Papelería Oficial. En el segundo CD (de uso profesional) fueron incluidos el contenido del CD de Uso General, los archivos CDR y los PDF con la versión digital del Manual (para su publicación impresa y web respectivamente) y los archivos con los diseños gráficos de las Etiquetas y las Tapas de los CDs.

La versión digital del Manual fue diseñada para su distribución a través de los canales **Administrativo, Capacitación** y especialmente en el canal **Web**.

La versión impresa del Manual fue desarrollada en un soporte físico de papel en una publicación de tipo libro. Esta versión incluye en su distribución la versión digital del Manual en el CD de Uso General.

La versión impresa del Manual fue diseñada para su distribución a través del canal **Capacitación**.

La tarea de Creación del Manual fue ejecutada en 5 actividades con las cuales fue alcanzado el objetivo propuesto para esta. Estas actividades fueron la **Estructuración de los Contenidos** del Manual, su **Diagramación y Diseño Gráfico**, la **Publicación del Manual**, y la **Creación de los CDs de Uso General y Profesional**.

4.5.1. Estructuración de los Contenidos

Esta actividad tuvo por objetivo definir los datos que serían incluidos en el Manual y los soportes para su distribución.

La Estructuración de los Contenidos consistió en la selección y organización de los resultados obtenidos en las tareas **f) Identificación de los Conceptos Diferenciadores** del Gobierno del Neuquén, **g) Fundamentación de su Identidad Organizacional** (Valores de Base), **h) Posicionamiento en el Mapa Semiótico** (o Mapping de los Valores), **i) Definición de las Características del Discurso de la Organización**, **j) Normatización de los Símbolos Provinciales**, **k) Definición de los Colores Institucionales**, **l) Normatización de los Logotipos de las Dependencias del Gobierno** y **m) Definición de la Papelería**. La selección y la organización de los datos fueron realizadas conjuntamente con las tareas.

La Estructura del Manual definida en esta actividad fue la siguiente:

Parte X. Índice

Parte I. Introducción

Capítulo 1. Naturaleza del Manual

Capítulo 2. Uso del Manual

Capítulo 3. Definición de la nueva Imagen Institucional

- 3.1. Imagen Institucional deseada
- 3.2. Principios Básicos de la nueva Imagen
 - 3.2.1. Principio de Coherencia
 - 3.2.2. Principio de Autogestión
 - 3.2.3. Principio de Disponibilidad

Parte II. Uso General de la Marca

Capítulo 4. Signos Básicos de la Imagen Institucional

- 4.1. Escudo de la Provincia del Neuquén
 - 4.1.1. Modo de Uso del Escudo
 - 4.1.2. Construcción Gráfica del Escudo Oficial
 - 4.1.2.1. Proporciones
 - 4.1.2.2. Reducción Máxima
 - 4.1.2.3. Retícula Constructiva
 - 4.1.3. Elementos del Escudo
 - 4.1.3.1. Características del Gobierno
 - 4.1.3.1.1. Sol Naciente
 - 4.1.3.1.2. Contorno
 - 4.1.3.1.3. Estrellas
 - 4.1.3.1.4. Laureles
 - 4.1.3.2. Características Geográficas
 - 4.1.3.2.1. Cielo
 - 4.1.3.2.2. Viento
 - 4.1.3.2.3. Pehuén
 - 4.1.3.2.4. Volcán Lanín
 - 4.1.3.2.5. Manos
 - 4.1.3.2.6. Río de Montaña
 - 4.1.4. Versiones Digitales del Escudo Oficial
 - 4.1.4.1. Versión Color
 - 4.1.4.2. Versión en Escala de Grises
 - 4.1.4.3. Versión en Blanco y Negro
 - 4.2. Colores Institucionales
 - 4.2.1. Paleta de Colores
 - 4.2.2. Paleta de Grises
 - 4.3. Bandera de la Provincia del Neuquén
 - 4.3.1. Elementos de la Bandera
 - 4.3.1.1. Bandas Verticales
 - 4.3.1.2. Estrellas
 - 4.3.1.3. Cielo
 - 4.3.1.4. Pehuén
 - 4.3.1.5. Volcán Lanín
 - 4.3.1.6. Laureles
 - 4.3.1.7. Estrella Federal
 - 4.3.2. Versiones Digitales de la Bandera
 - 4.3.2.1. Versión Color
 - 4.3.2.2. Versión en Escala de Grises
 - 4.3.2.3. Versión en Blanco y Negro
 - 4.4. Alfabeto Institucional
-

4.4.1. Familia Tipográfica Oficial

4.4.2. Familia Tipográfica Secundaria

4.5. Logotipo del Gobierno del Neuquén

4.5.1. Configuración Básica del Logotipo

4.5.1.1. Construcción Gráfica

4.5.1.2. Colores de Fondo del Logotipo

4.5.2. Configuración Particular del Logotipo

4.5.2.1. Estructuras de la Configuración Particular

4.5.2.1.1. Logotipos del 1º Nivel Jerárquico

4.5.2.1.2. Logotipos del 2º Nivel Jerárquico

4.5.2.1.3. Logotipos del 3º Nivel Jerárquico

4.5.2.1.4. Logotipos del 4º Nivel Jerárquico

4.5.2.1.5. Logotipos del 5º Nivel Jerárquico

4.5.2.1.6. Logotipos del 6º Nivel Jerárquico

4.5.2.1.7. Logotipos del 7º Nivel Jerárquico

4.5.2.1.8. Logotipos del 8º Nivel Jerárquico

4.5.2.2. Construcción Gráfica de la Configuración Particular

4.5.2.2.1. Construcción Gráfica de Logotipos de 1 nivel

4.5.2.2.2. Construcción Gráfica de Logotipos de 2 nivel

4.5.2.2.3. Construcción Gráfica de Logotipos de 3 nivel

4.5.3. Configuración Particular Compuesta

4.5.4. Versiones Digitales del Logotipo del Gobierno del Neuquén

4.5.4.1. Versión Color

4.5.4.2. Versión en Escala de Grises

4.5.4.3. Versión en Blanco y Negro

4.6. Himno de la Provincia del Neuquén

4.6.1. Letra del Himno Provincial

Capítulo 5. Aplicación General de los Signos Básicos

5.1. Soportes de la Comunicación Escrita

5.1.1. Formatos de los Soportes

5.1.2. Plantillas de los Soportes

5.2. Configuración de la Papelería Oficial

5.2.1. Papel de Notas

5.2.1.1. Uso del Soporte

5.2.1.2. Configuración de los Encabezados

5.2.1.3. Configuración de los Pie de Páginas

5.2.1.4. Ejemplo de Papel de Notas

5.2.2. Sobre de Notas

5.2.2.1. Uso del Soporte

5.2.2.2. Configuración del Sobre de Notas

5.2.3. Papel de envío de Fax

5.2.3.1. Uso del Soporte

5.2.3.2. Configuración de la Primer Página de Fax

5.2.4. Papel de Esquelas

5.2.4.1. Uso del Soporte

5.2.4.2. Configuración de las Esquelas

5.2.5. Sobre de Esquelas

5.2.5.1. Uso del Soporte

5.2.5.2. Configuración del Sobre de Esquelas

5.2.6. Tarjetas Personales

5.2.6.1. Uso del Soporte

- 5.2.6.2. Configuración de las Tarjetas Personales
- 5.2.7. Correos Electrónicos
- 5.2.7.1. Uso del Soporte

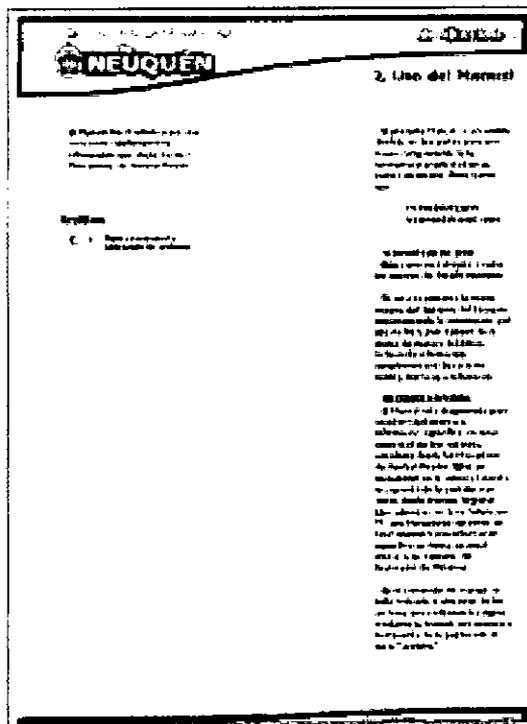
El soporte definido para la distribución del Manual es el Disco Compacto (CD) debido a las ventajas competitivas que poseen con relación al bajo costo por su alta capacidad de almacenamiento de datos, por la facilidad de transporte y por su uso generalizado en equipos informáticos.

4.5.2. Diagramación y Diseño Gráfico del Manual

El Manual fue diagramado y diseñado íntegramente en CorelDRAW respetando las normas de aplicación de los signos definidas por el Estudio.

El Manual fue diseñado en tamaño A4 con los contenidos definidos en la actividad anterior. En el se detalla cómo es la nueva imagen y como transmitirla. Los agentes no solo encontrarán los elementos que constituyen la imagen sino también cómo usarla, cómo reproducirla y para qué realizar el esfuerzo de mantener una coherencia grupal.

El Manual fue diseñado en dos partes para una mayor comprensión de la normativa y practicidad en su puesta en escena. Estas partes son: Introducción y las Normativas de Usos.



La primer parte explica como puede ser usado el Manual y los conceptos básicos de la nueva Imagen Institucional de la marca.

En la segunda parte se presenta la nueva imagen del Gobierno del Neuquén reglamentando la construcción y el uso de sus signos básicos de manera didáctica, incluyendo información complementaria de carácter teórica, histórica y referencial.

En esta no solo se presenta la configuración, la ubicación de los archivos y la forma de uso de la papelería sino que también se explica la manera adecuada de uso de los archivos (en su mayoría plantillas de Microsoft Word). En el contenido del Manual se halla indicada la ubicación (en el CD) de los archivos que contienen las versiones digitales de los signos y las plantillas de los soportes de la Papelería Oficial mediante la leyenda "archivo" que aparece a la izquierda en sus las páginas.

4.5.3. Publicación del Manual

Una vez finalizado el diseño gráfico, el Manual fue publicado en sus dos versiones (impreso y digital) para su aprobación por parte del Organismo del Gobierno Responsable del Estudio. Esta primera edición fue denominada por el Estudio como **Versión de Prueba** debido a su carácter preliminar.

La versión digital del Manual fue diseñada en un archivo CDR y luego impresa en un archivo PDF con el software de publicación y distribución digital de documentos Adobe Acrobat.

PDF (siglas de la traducción en ingles de *Formato de Documento Portátil*) es un formato de archivo que permite conservar las características de formato, fuentes, imágenes y gráficos de archivos de aplicaciones originales.

Este formato se ha convertido en un estándar en el mundo de la publicación y sus documentos pueden ser leídos e impresos con el software de distribución gratuita Adobe Acrobat Reader sin sufrir cambio alguno aún si el destinatario no posee instaladas en su computadora las mismas fuentes utilizadas en el documento.

En el CD del Manual fue incluido el software Adobe Acrobat Reader 5.0 para la lectura o impresión del Manual.

El Manual PDF fue diagramado para acceder rápidamente a información específica sin tener necesidad de leer capítulos completos desde los Marcadores de Acrobat Reader. Estos se encuentran en la ventana lateral a la izquierda de la pantalla y se activa desde el menu Ventana\ Marcadores o con la tecla función F5. Los Marcadores consisten en hipervínculos hacia información específica en forma de árbol similar a las carpetas del Explorador de Windows.

La versión impresa del Manual fue publicada en papel mediante su impresión en el sistema chorro de tinta (o inyección de tinta). Este sistema es utilizado por la mayoría de los agentes del Estado neuquino para imprimir sus documentos, motivo por el cual el Manual (en su versión PDF) fue diseñado para obtener los mejores resultados en su impresión en impresoras con este sistema.

4.5.4. Creación de los CDs de Uso General y Profesional.

Finalizada la publicación del Manual en sus versiones digitales e impreso se procedió a la creación del soporte digital del Manual el cual fue dividido en dos CDs: el CD N° 1 de Uso General y el CD N° 2 de Uso Profesional.

Creación del CD N° 1 de Uso General

El CD N° 1 fue denominado por el Estudio *CD de Uso General* y sus destinatarios son todos los agentes del Gobierno del Neuquén.

Este soporte digital fue creado para distribuir el Manual y los archivos de implementación de la nueva Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén.

Los datos contenidos en este CD fueron organizados de la siguiente manera:

Directorio Raiz (CD:\):

En el se encuentran el archivo del Manual PDF (en su edición N° 0 o *Versión de Prueba*) y un archivo de texto en el cual son especificados los requisitos de sistema para leer el Manual (Leer.txt).

Directorio de Acrobat Reader (CD:\Acrobat Reader):

En el se encuentra el programa de instalación del software necesario para la lectura o impresión del Manual PDF, el programa de *Adobe Acrobat Reader 5.0*.

Directorio de Archivos (CD:\Archivos):

En el se encuentran los subdirectorios Bandera, Color, Escudo, Fuentes, Himno, Logotipo y Papelería en los cuales se localizan las versiones digitales de los signos y las plantillas de la imagen institucional de la marca. En el subdirectorio Bandera se hallan las tres versiones digitales del signo en los formatos de archivo JPG, GIF, CDR y AI. En el subdirectorio Color se encuentran las paletas de los Colores Institucionales en archivos CPL, XLS y PDF. En el subdirectorio Escudo se ubican las tres versiones digitales del Escudo Oficial en los archivo JPG, GIF, CDR y AI. En el subdirectorio Fuentes fueron colocadas las fuentes tipográficas del Alfabeto Institucional en archivos TTF. En el subdirectorio Himno se localizan la versión digital del Himno de la

Provincia del Neuquén en los formatos de archivo WMA, WAV y MP3. En el subdirectorío Logotipos se encuentran las identidades visuales de todas las Dependencias en las Configuraciones Particulares y el Logotipo del Gobierno del Neuquén en su Configuración Básica, todos en sus tres versiones digitales en los formatos de archivo JPG, GIF, CDR y AI. Y por último, en el subdirectorío Papelería se ubican las tres versiones digitales de las plantillas de los soportes de la Papelería Oficial en los formatos de archivo DOT con excepción de los soportes Tarjetas Personales y Correos Electrónicos que se encuentran en archivos CDR y HTM respectivamente.

Al término de su grabación fueron diseñados la etiqueta y la tapa del CD en archivos CDR.

El CD de Uso General fue insertado en la versión impresa de la *Versión de Prueba* del Manual.

Creación del CD N° 2 de Uso Profesional

El CD N° 2 fue denominado por el Estudio *CD de Uso Profesional* y sus destinatarios son los agentes responsables de la imagen institucional del Gobierno del Neuquén.

Este soporte digital fue creado para contener los archivos de implementación del Manual de Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén.

En éste se encuentran los archivos CDR y los PDF con la versión digital del Manual para su impresión offset y su publicación web respectivamente, los archivos CDR con los diseños gráficos de las Etiquetas y las Tapas de los CDs 1 y 2 y los archivos contenidos en el CD N° 1.

4.6. DISTRIBUCIÓN Y APLICACIÓN DEL MANUAL

La última tarea de la Reglamentación de la Imagen Institucional consistió en la Implementación de la Normatización de la Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén.

La Distribución y Aplicación del Manual fue iniciada el 19 de Noviembre de 2001 con la presentación de la Versión de Prueba del Manual a las autoridades del Gobierno (específicamente al Organismo Provincial Responsable del Estudio) y finalizó el 30 de Noviembre.

Esta tarea, debido a su complejidad, fue de responsabilidad compartida, siendo responsabilidad del Asesor (autor del Estudio) la coordinación del proceso de distribución y aplicación, mientras que, el Organismo Provincial Responsable del Estudio (la Unidad de Comunicaciones, Telecomunicaciones e Informática a cargo del Ing. Rodolfo Lafitte) tuvo a su cargo la reproducción del manual (en soporte digital e impreso) y su distribución física a los agentes del Poder Ejecutivo de la Provincia del Neuquén.

Luego de la aprobación de los resultados obtenidos en la etapa de Reglamentación por parte de las autoridades del Gobierno del Neuquén fue planificada la distribución del Manual por distintos canales. Se sugieren los siguientes:

- **Canal Administrativo:** Consiste en la distribución del manual (en su versión digital) a todas las Jefaturas Administrativas.
- **Canal Web:** consiste en la publicación del manual (en su versión digital) en la Intranet de la provincia.
- **Canal Capacitación:** consiste en la distribución del manual (impreso y en soporte digital) a los agentes administrativos del Ejecutivo que asistan a los cursos de capacitación en Procedimientos Administrativos.

Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

INFORME FINAL

Página 192 de 215

Debido a la crisis económica y política que enfrentó el Estado Nacional los meses de Noviembre y Diciembre del 2001, el Gobierno de la Provincia del Neuquén redujo la estructura del Estado neuquino eliminando 150 cargos de su planta política. Esta reorganización de la estructura del Gobierno afectó los resultados obtenidos por el Estudio.

Por este motivo el Manual no fue implementado y debió ser ejecutada la actividad de control q) *Asesoramiento Correctivo*.

5. AUDITORÍA ESTRATÉGICA DE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL

La cuarta y última etapa del Estudio fue de Control. En ésta se planificó un *Control de la Aplicación del Manual*, una *Evaluación de las Respuestas del Público Interno*, un *Asesoramiento Correctivo* y una *Evaluación final de los Resultados*.

Su objetivo consistió en auditar las comunicaciones internas realizadas por el Poder Ejecutivo durante la implementación de su Imagen Institucional y realizar actividades correctivas en el caso de ser requeridas.

Debido a circunstancias externas (crisis político-social-económica de Noviembre y Diciembre de 2001) y sus consecuencias (renuncia sucesiva de Presidentes de la Nación, devaluación e incertidumbre política, reducción de la estructura organizacional del Poder Ejecutivo de la Provincia del Neuquén) se vieron afectados los resultados obtenidos en las actividades de la tercer etapa del Estudio, la **Reglamentación de la Imagen Institucional** del Gobierno del Neuquén. Esta situación demandó al Estudio la aplicación de la tarea control q) *Asesoramiento Correctivo* en la cual fueron realizadas actividades de reformulación de los resultados obtenidos en las tareas l) *Normalización de los Logotipos de las Dependencias del Gobierno*, m) *Definición de la Papelería* y n) *Creación del Manual*.

Las tareas o) *Control de la Aplicación del Manual* y p) *Evaluación de las Respuestas del Público Interno* no debieron ser ejecutadas ya que en la tarea ñ) *Distribución y Aplicación del Manual* el Gobierno no ha efectuado por el momento la total aplicación de su nueva Identidad Visual elaborada por el Estudio por estar a la espera del momento propicio para ejecutarla.

La Auditoría Estratégica de la Identidad Institucional de la marca fue iniciada el 3 de Diciembre de 2001 con el **Asesoramiento Correctivo** y finalizó el 15 de Abril de 2002 con la **Evaluación Final de los Resultados**.

5.1. ASESORAMIENTO CORRECTIVO

Los cambios producidos por el Poder Ejecutivo en Diciembre de 2001 y luego en Enero de 2002 disminuyeron su planta política un 32% para reducir el gasto público. En ésta reestructuración fueron separados 150 cargos modificando las estructuras del 3° al 6° nivel jerárquico del Gobierno.

El movimiento de las Dependencias dentro de la estructura organizacional del Gobierno y la eliminación de cargos de funcionarios afectó el diseño de la nueva Imagen Institucional.

Gran parte de los Logotipos diseñados y sus aplicaciones en la Papelería Oficial quedaron obsoletos (algunos porque cambiaron sus relaciones jerárquicas, otros porque simplemente ya no existen) y debieron ser actualizados. La reorganización del Gobierno impuso actualizar los Logotipos Particulares y sus aplicaciones en la papelería, lo que exigió un rediseño gráfico de la Imagen Institucional y un cambio estratégico en la manipulación de los signos por parte de los agentes (por medio de más acciones de autogestión de la imagen).

Esta estrategia permite que el Manual de Uso de la Imagen Institucional y los archivos de implementación no deban ser actualizados nuevamente con cada cambio estructural del Gobierno.

De esta forma la etapa 3, Reglamentación de la Imagen Institucional (finalizada el 30 de Noviembre de 2001) debió ser sometida a mecanismos de Control para ser adecuada a los cambios.

La tarea de Asesoramiento Correctivo fue iniciada el 3 de Diciembre de 2001 y consistió en adecuar los resultados obtenidos en las actividades l) Normatización de los Logotipos de las Dependencias del Gobierno; m) Definición de la Papelería; y n) Creación del Manual finalizando el 11 de Febrero de 2001.

5.1.1. Evaluación del Impacto por la reestructuración del Gobierno

La primera actividad del Asesoramiento Correctivo fue evaluar el impacto de la reestructuración del Poder Ejecutivo en los signos y la Papelería Oficial de la marca.

Esta actividad se inició el 3 de Diciembre de 2001 y finalizó el 7 del mismo mes.

Su ejecución permitió establecer un panorama claro de la situación y posibilitó la definición de los pasos a seguir, proyectando la reformulación de la estrategia en la concepción de la Imagen Institucional del Gobierno del Neuquén.

Los 150 cargos alejados de la Administración del Poder Ejecutivo del Neuquén fueron separados por la eliminación de 5 Gerencias, 3 Subsecretarías (mediante fusiones de Subsecretarías y la transformación de una Subsecretaría en Agencia), 28 Direcciones Provinciales, 40 Direcciones Generales, 52 Direcciones y 22 Asesores.

La imagen institucional, en un principio, fue diseñada como una **Imagen Cerrada** en la cual los agentes emisores debían personalizar algunos campos en los soportes de la Papelería Oficial y no podían modificar los Logotipos Particulares de sus Dependencias debido a que fueron diseñados por el Estudio en archivos de imágenes JPG y GIF.

El rediseño de la Imagen Institucional, demandó un cambio en su estrategia de implementación y fue transformada en una **Imagen Abierta** donde cada Dependencia debe personalizar su Logotipo Particular. Esto permite que el Manual de Uso de la Imagen Institucional no deba ser actualizado nuevamente con cada cambio estructural del Gobierno.

5.1.2. Rediseño del Logotipo del Gobierno del Neuquén

La primer actividad de corrección fue el rediseño de las Configuraciones Particulares del Logotipo del Gobierno del Neuquén.

Esta fue iniciada el 10 de Diciembre de 2001 y finalizó el 28 de ese mes.

La transformación a una Imagen Institucional Abierta demandó la apertura del diseño de las versiones digitales de las Configuraciones Particulares de los Logotipos de cada Dependencias para que, en caso de modificación de sus relaciones jerárquicas, los agentes emisores puedan modificar (mediante técnicas de autogestión) las denominaciones de sus Dependencias superiores.

Esta apertura de las Configuraciones Particulares (en sus tres versiones digitales) fue ejecutada por medio de un diseño básico para cada estructura de 2 y 3 niveles por Dependencia de 2º Nivel jerárquico. Es decir, a cada Ministerio y la Secretaría de Estado les fueron diseñadas dos **estructuras abiertas** para la personalización de los Logotipos Particulares de 2 y 3 niveles jerárquicos de sus Dependencias.

Estructura Abierta de un Logotipo Particular de 3 niveles perteneciente al Ministerio Jefatura de Gabinete.



Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

INFORME FINAL

Página 197 de 215

La Estructura Abierta de los Logotipos Particulares fueron diseñadas en archivos de imágenes GIF.

Los agentes deberán personalizar sus Logotipos Particulares colocando los textos con la denominación de su dependencia (y la de su superior en el caso de las Dependencias de 3º a 8º nivel jerárquico) en una tabla colocada sobre la imagen de la estructura abierta de su logotipo en los soportes de la Papelería Oficial.

Ejemplo de un Logotipo Particular de 3 niveles con su Estructura Abierta personalizada.



Logotipos del 1º Nivel Jerárquico

Se presenta la Configuración Particular del Logotipo del Gobierno del Neuquén diseñada para la Dependencia del Señor Gobernador (1º Nivel) y sus configuraciones particulares para sus relaciones de subordinación (Estructura de 2 y 3 Niveles Abiertas).

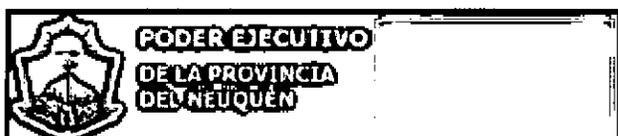
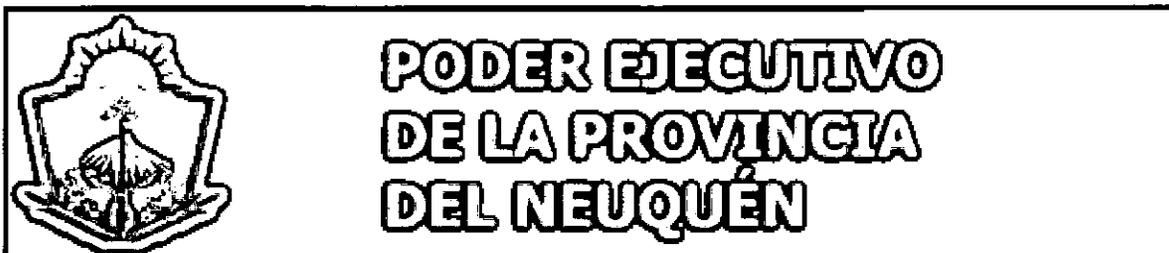
Para su uso profesional se encuentran disponibles los archivos ".cdr" (CorelDRAW) y ".ai" (Adobe Illustrator) que contienen la configuración particular para su aplicación en discursos de la marca.

Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

INFORME FINAL

Página 198 de 215

CD: \archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Gobernador.gif



CD: \archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Gobernador2.gif



CD: \archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Gobernador3.gif

Logotipos del 2º Nivel Jerárquico

Se presenta la Configuración Particular del Logotipo del Gobierno del Neuquén diseñados para las Dependencias de 2º Nivel: los Ministerios y la Secretaría de Estado de Educación.



CD: \archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Jef.gif



CD: \archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Gob.gif

Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

INFORME FINAL

Página 199 de 215



**MINISTERIO DE
PLANIFICACIÓN Y
CONTROL DE GESTIÓN**

CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Plan.gif



**MINISTERIO
DE HACIENDA, OBRAS
Y SERVICIOS PÚBLICOS**

CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Hac.gif



**MINISTERIO
DE DESARROLLO
SOCIAL**

CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Des.gif



**SECRETARÍA
DE ESTADO
DE EDUCACIÓN**

CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Sec_Edu.gif

Logotipos del 3° Nivel Jerárquico

La Configuración Particular del Logotipo del Gobierno del Neuquén para las Dependencias de 3° Nivel debe ser diagramada por los agentes emisores de los discursos mediante el uso de las herramientas de autogestión de la imagen institucional. Para ello deben ser utilizadas las Plantillas de Microsoft Word para la Papelería Oficial.

Para aplicaciones profesionales como Publicaciones Oficiales, Promociones, Publicidades, etc, los agentes deben entregar a los expertos externos los archivos de gráficos vectoriales de CorelDRAW o Adobe Illustrator (uso profesional).

Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

INFORME FINAL

Página 200 de 215

Estos Logotipos se encuentran diseñados en base a la relación de subordinación. Cada Dependencia emisora deberá seleccionar el archivo que contenga su relación superior (es decir, su Ministerio o la Secretaría de Estado) y añadirle su denominación en la plantilla del soporte.



CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Jef2.gif



CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Gob2.gif



CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Plan2.gif



CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Hac2.gif



CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Des2.gif



CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Sec_Edu2.gif

Logotipos del 4° al 8° Nivel Jerárquico

La Configuración Particular del Logotipo del Gobierno del Neuquén para las Dependencias de 4°, 5°, 6°, 7° y 8° Nivel deberán ser diagramadas por los agentes emisores de los discursos mediante el uso de las herramientas de autogestión de la imagen institucional (Plantillas de Microsoft Word).

Al igual que los de 3° Nivel, la configuración particular de los Logotipos deberá ser diagramada por cada Dependencia emisora, seleccionando el archivo que contenga su Ministerio o la Secretaría de Estado y añadirle su denominación y la de su Dependencia superior inmediata.



CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Jef3.gif



CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Gob3.gif



CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Plan3.gif



CD:\archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Hac3.gif



CD: \archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Min_Dee3.gif



CD: \archivos\logotipo
\particular\color
\logotipo_Sec_Edu3.gif

5.1.3. Rediseño de la Papelería Oficial

La creación de una estructura abierta para la Configuración Particular del Logotipo del Gobierno del Neuquén demandó la actualización de las plantillas de los soportes de la Papelería Oficial para que los agentes emisores puedan configurar los Logotipos Particulares correspondientes a sus Dependencias.

Esta actividad fue iniciada el 31 de Diciembre de 2001 y finalizó el 11 de Enero de 2002.

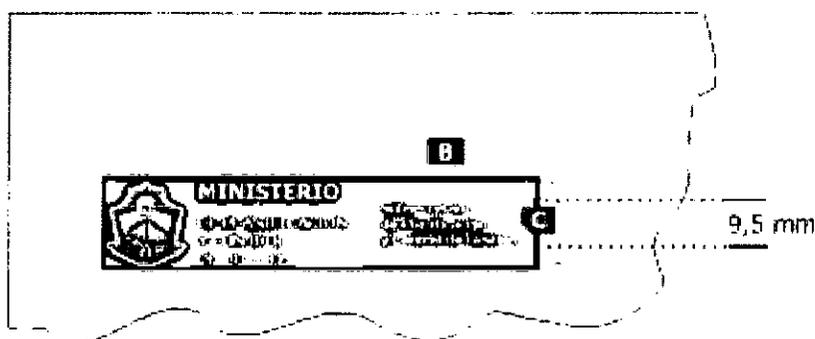
Los soportes cuyos diseños tuvieron que ser adaptados fueron el Papel de Notas, el Sobre de Notas y el Papel de Envío de Fax en todas sus versiones digitales.

Las plantillas de estos soportes de la Papelería Oficial fueron actualizadas mediante la reconfiguración de sus Encabezados. La misma consistió en la incorporación de los archivos de imágenes GIF de las versiones digitales (a color, en escalas de grises y a un color) de las estructuras abiertas de los Logotipos Particulares (de 1, 2 y 3 niveles) correspondientes a las versiones digitales de los soportes. Sobre estas imágenes fueron creadas unas tablas para completar las estructuras abiertas con los nombres de las Dependencias emisoras y de sus superiores (en el caso de Logotipos de 3 niveles).

Configuración del Encabezado de 2 niveles

En las plantillas del Papel de Notas con Logotipos de estructura de 2 niveles, las celdas de la primer columna B se fusionan en una celda (C). El agente debe reemplazar el texto de ayuda con la denominación de su Dependencia con la fuente Tahoma de 8 pts. de alto en negrita y alineado a la izquierda.

EJEMPLO DE NOTA CON LOGOTIPO DE 2 NIVELES



Rediseño del Papel de envío de Fax

El soporte Papel de Fax fue reconfigurado en su Encabezado siguiendo los mismos procedimientos del rediseño del Papel de Notas.

Configuración del Encabezado de 3 niveles

En las plantillas del Papel de Fax con estructuras de 3 niveles fueron reconfigurados sus Encabezado incorporando sobre la imagen GIF de la estructura abierta del Logotipo Particular (A) de la Dependencia a un color, una tabla de 1 columna por 2 celdas (B).

Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo

INFORME FINAL

Página 205 de 215

Formulario de Fax con encabezado de 2 niveles. El encabezado incluye el logotipo del Ministerio de Planificación y Control de Ingresos, y una tabla con dos celdas: 'MINISTERIO DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE INGRESOS' y 'Dirección General de Recaudación y Administración'. El formulario contiene los siguientes campos:

- Cuya: [Cambia aquí el nombre]
- De: [Cambia aquí el nombre]
- Asunto: [Cambia aquí el asunto]
- CC: [Cambia aquí el nombre]

Nota: [Espacio para el cuerpo del fax]

En la celda B1 el agente debe colocar la denominación de su Dependencia superior inmediata en Tahoma de 6 pts. de alto, en negrita de color blanco y alineado a la izquierda.

En la celda B2 el agente debe reemplazar el texto de ayuda con la denominación de su Dependencia en Tahoma de 6 pts, en negrita y alineado a la izquierda.

Configuración del Encabezado de 2 niveles

Formulario de Fax con encabezado de 2 niveles. El encabezado incluye el logotipo del Ministerio de Planificación y Control de Ingresos, y una tabla con tres celdas: 'MINISTERIO DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE INGRESOS', 'Dirección General de Recaudación y Administración' y 'C'. El formulario contiene los siguientes campos:

- Cuya: [Cambia aquí el nombre]
- De: [Cambia aquí el nombre]
- Asunto: [Cambia aquí el asunto]
- CC: [Cambia aquí el nombre]

Nota: [Espacio para el cuerpo del fax]

En las plantillas del soporte con Logotipos de estructura de 2 niveles, el Encabezado fue reconfigurado con la incorporación de la tabla B con una celda (C)

sobre la imagen GIF de la estructura abierta del Logotipo Particular de la Dependencia a un color (A).

El agente debe reemplazar el texto de ayuda de la celda C con la denominación de su Dependencia en Tahoma de 8 pts. de alto, en negrita, de color blanco y alineado a la izquierda.

Rediseño del Sobre de Notas

Las plantillas de las tres versiones digitales del soporte fueron rediseñadas siguiendo los mismos procedimientos del rediseño del Papel de Notas.

En sus Encabezados fueron colocadas unas tablas en cuyas celdas el agente emisor deberá insertar los datos de la Configuración Particular del Logotipo de su Dependencia.

Configuración del Encabezado de 3 niveles

En las plantillas del soporte cuyas estructuras son de 3 niveles fue insertada una tabla (B) dividida en dos celdas sobre la imagen del Logotipo Particular de la Dependencia.

A  MINISTERIO INTERIOR	B NOMBRE Calle Número Código Postal
Destinatario Dirección Ciudad, Código Postal Provincia o Estado, País	

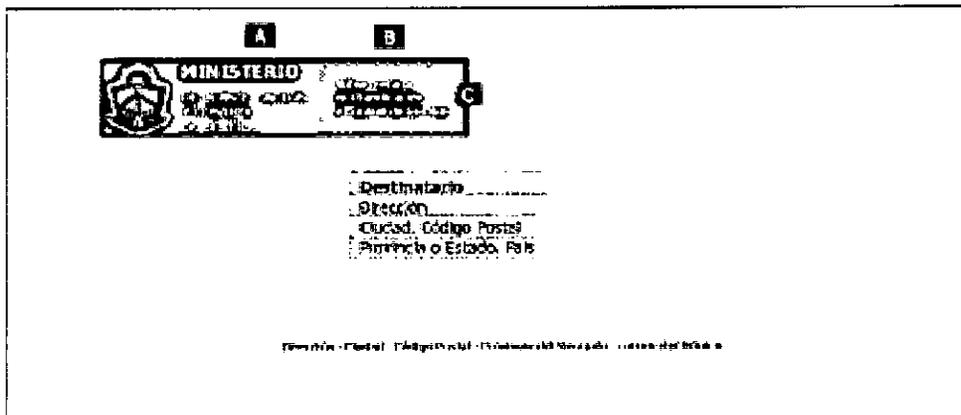
Diseño: [Nombre] | [Logo] | [Logo]

En la celda B1 el agente debe remplazar el texto de ayuda con la denominación de su Dependencia superior inmediata en Tahoma de 6 pts. de alto, de color blanco, en negrita y alineado a la izquierda.

En la celda B2 el agente debe reemplazar el texto de ayuda con la denominación de su Dependencia con la fuente Tahoma de 6 pts. en negrita y alineado a la izquierda.

Configuración del Encabezado de 2 niveles

En las plantillas del soporte el Encabezado fue reconfigurado con la incorporación de la tabla B sobre la imagen GIF de la estructura abierta del Logotipo Particular de la Dependencia a un color (A).



El agente debe colocar en la celda C la denominación de su Dependencia en Tahoma de 8 pts. de alto, en negrita, de color blanco y alineado a la izquierda.

5.1.4. Rediseño del Manual

En esta actividad, la edición de prueba del Manual fue actualizada con los signos rediseñados y su aplicación en la Papelería Oficial reconfigurada en las actividades anteriores.

La actividad Rediseño del Manual fue iniciada el 14 de Enero de 2002 con la **Corrección de las Publicaciones del Manual** y finalizó el 11 de Febrero del mismo año con a la **Actualización de los CDs de la Imagen Institucional**.

Para ello fueron cambiados los contenidos de los capítulos 4 (Signos Básicos de la Imagen Institucional) y 5 (Aplicación General de los Signos Básicos) del Manual rediseñando las páginas de los siguientes contenidos:

- 4.5.2. Configuración Particular del Logotipo
 - 4.5.2.1. Estructuras de la Configuración Particular
 - 4.5.2.2. Logotipos del 1º Nivel Jerárquico
 - 4.5.2.3. Logotipos del 2º Nivel Jerárquico
 - 4.5.2.4. Logotipos del 3º Nivel Jerárquico
 - 4.5.2.5. Logotipos del 4º al 8 Nivel Jerárquico
 - 4.5.2.6. Construcción Gráfica de Logotipos de 1 nivel
 - 4.5.2.7. Construcción Gráfica de Logotipos de 2 nivel
 - 4.5.2.8. Construcción Gráfica de Logotipos de 3 nivel
- 4.5.4. Versiones Digitales del Logotipo del Gobierno del Neuquén
 - 4.5.4.1. Versión Color
 - 4.5.4.2. Versión en Escala de Grises
 - 4.5.4.3. Versión en Blanco y Negro
- 5.2. Configuración de la Papelería Oficial
 - 5.2.1. Papel de Notas
 - 5.2.1.1. Uso del Soporte
 - 5.2.1.2. Configuración de los Encabezados de 3 niveles
 - 5.2.1.3. Configuración de los Pie de Páginas
 - 5.2.1.4. Configuración de los Encabezados de 2 niveles
 - 5.2.1.5. Configuración de los Encabezados de 1 nivel
 - 5.2.1.6. Ejemplo de Papel de Notas
 - 5.2.2. Sobre de Notas
 - 5.2.2.1. Uso del Soporte
 - 5.2.2.2. Configuración del Sobre de Notas
 - 5.2.3. Papel de envío de Fax
 - 5.2.3.1. Uso del Soporte

La nueva edición del Manual resultante de la corrección de sus contenidos y del rediseño de sus páginas es denominada por el Estudio como Manual Final.

Corrección de las Publicaciones del Manual

Finalizado el diseño de las páginas con los nuevos contenidos del Manual se procedió a la publicación de su nueva edición de 95 páginas en sus versiones digital e impresa.

La publicación electrónica de la versión digital del Manual Final fue realizada en el un archivo PDF para su distribución en el CD (Manual PDF Final), en los 23 archivos PDF para su distribución en la intranet del Gobierno (Manual Web Final) y en los 10 archivos CDR para su impresión y distribución física (Manual CDR Final).

La publicación física de la versión impresa del Manual Final fue realizada mediante la impresión en papel del Manual PDF Final.

Actualización de los CDs del Manual

Finalizada la publicación del Manual Final en sus versiones digital e impresa se procedió a la creación de los nuevos CDs de Uso General y Profesional.

El nuevo CD de Uso General de los signos de la marca fue creado con los nuevos archivos obtenidos en las actividades del Asesoramiento Correctivo. En éste se incluyen 303 archivos que contienen los principales Signos de la organización (Símbolos Provinciales y Logotipos del Gobierno), su aplicación en la Papelería Oficial (Hojas de Notas, Hojas de Fax, E-mails, Tarjetería, etc.), la versión digital de la edición Final del Manual instructivo para su aplicación (Normas de Construcción y de uso de los Signos y Normas de Aplicación de los Signos en la

Papelería Oficial) y una versión gratuita del software Acrobat Reader 5.0 para su instalación y lectura de la versión digital del Manual.

El nuevo CD-Rom de Uso Profesional fue creado con las nuevas versiones digitales del Manual Final. Este incluye 361 archivos que contienen los 303 archivos del CD 1 más los archivos de las versiones digitales del Manual para su distribución física (Manual CDR Final) y Web (Manual Web Final) y los archivos para la producción de las Etiquetas y Tapas del CD 1.

El nuevo Manual ha sido entregado (en sus dos versiones) y aprobado por el Organismo Provincial responsable del Estudio quedando en disponibilidad del Gobierno del Neuquén para su aplicación y distribución (actividad ñ). De esta manera se dio por concluida la tarea de Asesoramiento Correctivo del Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo Provincial de la Provincia del Neuquén el día 11 de Febrero de 2002.

5.2. EVALUACIÓN FINAL DE LOS RESULTADOS

La última tarea de la etapa de Auditoría Estratégica de la Identidad Institucional concluye el Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo Provincial con la confección del Informe Final de la asistencia técnica (el presente documento) en el cual se presentan los resultados obtenidos por el Estudio y sus principales conclusiones.

Esta tarea fue iniciada el 11 de Febrero de 2002, dando fin a la asistencia técnica el 15 de Abril del mismo año.

5.2.1. Conclusiones Finales del Estudio

El Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo Provincial ha creado las bases para que el Estado neuquino desarrolle y administre con profesionalismo y eficiencia una identidad visual moderna de su marca.

Los resultados del Estudio Semiótico de la Identidad Organizacional (el *mundo semiótico de la marca* y su *posicionamiento*) pueden ser aplicados mas allá de la faceta visual de la marca; también pueden ser empleados en el resto de los discursos del Gobierno como el Diseño Arquitectónico de sus edificios públicos, la narración de todas las comunicaciones del Ejecutivo, inclusive hasta en las propias acciones de gobierno.

La implementación de los resultados del Estudio ha sido gradual. El Gobierno del Neuquén ha decidido implementar el Escudo Oficial en diversas campañas publicitarias (que incluyeron Diarios, Televisión y Vía Pública) y en la creación de discursos de carácter visual como sus nuevas páginas web. Su presentación en ciertos sectores del Gobierno ha motivado la manifestación de la intención de sus funcionarios de institucionalizar el Escudo Oficial impulsando un Proyecto de Ley para que la Legislatura normatice su aplicación.

Por el momento el Gobierno no ha puesto en marcha los Logotipos y la Papelería Oficial por encontrarse a la espera del tiempo oportuno para que el Sr. Gobernador decrete su implementación debido al impacto del mismo en los públicos internos y en la comunidad.

Apéndice: Fuentes de Información del Estudio

A continuación se presentan las Fuentes de Información consultadas en el desarrollo del Estudio Semiótico de la Comunicación Interna del Poder Ejecutivo de la Provincia del Neuquén.

i. Fuentes del Análisis Situacional

Los datos recopilados en la Investigación Exploratoria fueron obtenidos de las personas que se enumeran a continuación y del material informativo brindados por ellas:

- Sr. Ministro de Jefatura de Gabinete, Ing. José Brillo, en desayuno de trabajo (FUNDEPA).
- Sr. Ministro de Gobierno y Justicia, Dr. Jorge Olden Gorosito, en desayuno de trabajo (FUNDEPA).
- Sr. Gerente de Coordinación de la Unidad de Comunicaciones, Telecomunicaciones e Informática, Ing. Rodolfo Lafite, en entrevista personal.
- Sra. Directora Provincial de Coordinación y Control de Gestión del Ministerio de Gobierno y Justicia, Sra. Mirta Campos, en entrevista personal.
- Sr. Director General de Comunicación, Sr. Alejandro Sang, en entrevista personal.
- Sr. Creador del Escudo y la Bandera, Sr. Aldo Mástice, en entrevista telefónica.

ii. Fuentes del Estudio Semiótico del Escudo del Neuquén

Para la realización del Estudio Semiótico del Escudo de la Provincia del Neuquén se han utilizado tres tipos de fuentes de Información: Fuentes Escritas (Bibliografía), Fuentes Orales (entrevistas) y Fuentes Multimediales (Páginas Web, Enciclopedias Multimedia).

Fuentes Escritas

- **Andrea Semprini.** "El marketing de la marca. Una aproximación semiótica". Ediciones Paidós, Barcelona 1995.
 - **Jean Marie Floch.** "Semiótica, marketing y comunicación. Bajo los signos, las estrategias". Ediciones Paidós, Barcelona 1993.
 - **Guillermo Gonzalez Ruiz.** "Estudio de Diseño. Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad" Editores Emecé, Buenos Aires 1994.
 - **Autores Varios.** "Diccionario Mapuche-Español, Español-Mapuche, La cultura mapuche. Topónimos Indígenas Patagónicos". Ediciones Caleuche, San Carlos de Bariloche 1999.
 - **Autores Varios.** "Nuevo Diccionario Mapuche-Español. Nombres propios mapuches, Topónimos del Neuquén, Mitologías Patagónicas". Editorial Siringa Libros, Neuquén 1996.
 - **Autores Varios.** "Neuquén. La construcción de un orden estatal". Centro de Estudios Históricos de Estado, Política y Cultura de la Universidad Nacional del Comahue, Neuquén 1999.
 - **Cristina de Cano de Galvan y Ana Goicochea de Correa.** "Neuquén. Tantos lugares, tantas historias". Editorial La Avelopa, General Roca.
 - **Elba S. Martinez de Rodríguez.** "Gran diccionario etimológico de sinónimos, antónimos y parónimos". Editor Héctor A. Calderón, Mendoza 1984.
 - **Juan Mario Raone.** "La Fundación de Neuquén". Ediciones Marumar, Buenos Aires 1994.
 - **Honorable Legislatura del Neuquén.** "Ley Provincial N° 16". HLN, Neuquén 1958.
 - **Honorable Legislatura del Neuquén.** "Constitución de la Provincia del Neuquén". HLN, Neuquén 1994.
 - **Congreso de la Nación Argentina.** "Constitución de la República Argentina". Congreso de la Nación, Buenos Aires 1999.
-

Fuentes Orales

- **Sr. Aldo Mario Mástice.** Autor del Escudo y Bandera provincial del Neuquén.
- **Prof. Raúl Vicente Pascuarelli.** Presidente de la Junta de Estudios Históricos del Neuquén.

Fuentes Multimediales

- Real Academia Española. www.rae.es
- Cámara de Diputados de la Nación Argentina. www.diputados.gov.ar
- Presidencia de la Nación Argentina. www.argentina.gov.ar
- Gobierno de la Provincia del Neuquén. www.neuquen.gov.ar
- Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén. www.neuquentur.gov.ar
- Enciclopedia Encarta 99. Microsoft Encarta 99.

iii. Fuentes del Estudio Semiótico del Discurso del Gobierno

Para la realización el Estudio Semiótico del Discurso del Gobierno del Neuquén se han utilizado tres tipos de fuentes de Información: Fuentes Escritas (Bibliografía), Fuentes Orales (entrevistas) y Fuentes Multimediales (Páginas Web, Enciclopedias Multimedia).

Fuentes Escritas

- **Andrea Semprini.** "El marketing de la marca. Una aproximación semiótica". Ediciones Paidós, Barcelona 1995.
 - **Jean Marie Floch.** "Semiótica, marketing y comunicación. Bajo los signos, las estrategias". Ediciones Paidós, Barcelona 1993.
 - **Elba S. Martínez de Rodríguez.** "Gran diccionario etimológico de sinónimos, antónimos y parónimos". Editor Héctor A. Calderón, Mendoza 1984.
-

Fuentes Orales

La información contenida en el presente informe fue obtenida de las personas que se enumeran a continuación y del material informativo brindados por ellas: .

- Sr. Ministro de Jefatura de Gabinete, Ing. José Brillo, en desayuno de trabajo (FUNDEPA).
- Sr. Ministro de Gobierno y Justicia, Dr. Jorge Olden Gorosito, en desayuno de trabajo (FUNDEPA).
- Sr. Gerente de Coordinación de la Unidad de Comunicaciones, Telecomunicaciones e Informática, Ing. Rodolfo Lafite, en entrevista personal.
- Sra. Directora Provincial de Coordinación y Control de Gestión del Ministerio de Gobierno y Justicia, Sra. Mirta Campos, en entrevista personal.
- Sr. Director General de Comunicación, Sr. Alejandro Sang, en entrevista personal.

Fuentes Multimediales

- Real Academia Española. www.rae.es
 - Gobierno de la Provincia del Neuquén. www.neuquen.gov.ar
 - Enciclopedia Encarta 99. Microsoft Encarta 99.
-