



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales"

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
Bachiller en Diseño estratégico e Innovación

PRESENTADO POR:

Maucaille Rojas, Janet Daniela - Diseño Estratégico e Innovación

ASESOR:

Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra

LIMA – PERÚ

2025

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra

MIEMBROS DEL JURADO:

Chumpitaz Miranda, Janet

Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

Saco Vértiz Osterloh, Sandra Elizabeth

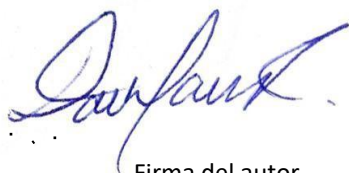
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Maucaille Rojas, Janet Daniela, identificado (a) con DNI N° 72359524 perteneciente al Programa de Diseño estratégico e innovación, siendo mi asesor el Sr(a) Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Soy el autor del documento académico titulado “Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales”
- b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El asesor ha revisado minuciosamente el trabajo de investigación, incluyendo las citas a otros autores y las referencias bibliográficas. Este proceso se ha llevado a cabo cumpliendo con las pautas académicas y respetando las normas internacionales.
- d) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 13% de similitud.
- e) Declaro conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411° del código penal, el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS y los artículos 14° y 15° de la RVM 049-2022-MINEDU.

Fecha:15, diciembre,2025



Firma del autor



Firma del asesor



AGRADECIMIENTOS

A mis docentes, por su guía en mi formación profesional.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	4
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL.....	13
1.1 Título del Proyecto.....	13
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario.....	13
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	13
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA	16
2.1.2 Formulación del problema.....	18
2.1.2.1 Problema general.....	18
2.1.2.2 Problemas específicos	18
2.1.3 Objetivos de investigación	19
2.1.3.1 Objetivo general.....	19
2.1.3.2 Objetivos específicos.....	19
2.1.4 Justificación de la investigación	19
2.1.4.1 Justificación teórica.....	19
2.1.4.2 Justificación metodológica	20
2.1.4.3 Justificación práctica	20
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL.....	22
3.1 Antecedentes de la investigación.....	22
3.1.1. Antecedentes nacionales	22
3.1.2. Antecedentes internacionales	24
3.4 Marco teórico	27
3.4.1. Optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa.....	27
3.4.2. Formato avatar en plataformas digitales	43
3.7 Definición de términos básicos.....	57
CAPÍTULO IV: SUPUESTOS Y CATEGORÍAS	62
4.1. Formulación de supuestos.....	62
4.1.1. Supuestos generales.....	62

4.1.2. Supuestos específicos.....	62
4.2. Operacionalización de supuestos.....	62
CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	65
5.1. Diseño metodológico	65
5.2. Escenario y participantes.....	66
5.3. Técnica e instrumentos de recolección de datos	67
5.4. Técnica de procesamiento y análisis de datos.....	69
5.4.1. Contexto en el que se realizó el estudio, datos de control	70
5.4.2. Análisis ligados a los supuestos	71
Primera categoría	74
Variable: Optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa.....	74
Segunda Categoría.....	75
CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE INNOVACIÓN	78
6.1. Alcance esperado.....	78
6.2. Descripción del mercado objetivo del producto o servicio.....	79
6.2.1. Fuentes de ingreso.....	80
6.2.2. Canales de distribución	81
6.2.3. Estrategias de penetración en el mercado.....	82
6.2.4. Alianzas estratégicas.....	82
6.2.5. Benchmarking	83
6.3. Desarrollo del proyecto de innovación	84
6.4. Presupuesto	92
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES.....	95
REFERENCIAS	97
ANEXOS.....	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definición operacional de Supuesto 1: Optimización gráfica del gran sello del estado peruano y su denominación completa.	63
Tabla 2. Definición operacional de Supuesto 2: Formato avatar en plataformas digitales.	64
Tabla 3. Datos de control.....	71
Tabla 4. Análisis de respuestas por Micro categorías de primera categoría.....	74
Tabla 5. Análisis de respuestas de Micro categorías de segunda categoría	75
Tabla 6. Análisis FODA de la propuesta de innovación.....	85
Tabla 7. Presupuesto de la propuesta de innovación.....	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultados de la categoría 1: composición visual	72
Figura 2. Resultados de la categoría 1: Identidad gráfica	72
Figura 3. Resultados de la categoría 2: Claridad visual	72
Figura 4. Resultados de la categoría 2: Entornos digitales.....	73

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo diseñar una propuesta de marco normativo unificado para la adaptación del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales, con la finalidad de fortalecer la identificación institucional, la coherencia visual y la transparencia comunicacional en el entorno digital del Poder Ejecutivo. El estudio tiene un enfoque cualitativo y además utiliza un diseño metodológico de tipo exploratorio, el cual sirve para analizar en profundidad la problemática y los criterios técnicos asociados a la adaptación del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar. Se utilizó como técnica principal la observación, y de manera complementaria una ficha de cotejo estructurada como instrumento, la cual se socializó a cinco especialistas en diseño, comunicación institucional y gestión pública. La manera en que se escogieron a estos especialistas respondió a criterios relacionados a la experiencia profesional en identidad visual del Estado, al diseño de marca institucional y a la gestión de plataformas digitales oficiales. En cuanto a los resultados, ellos evidenciaron que actualmente no existe una normativa uniforme, lo que ha generado inconsistencias visuales, pérdida de legibilidad en formatos reducidos y la proliferación de manuales parciales o temporales, afectando la imagen del Estado. Asimismo, se determinó que el uso de un avatar único para todo el Poder Ejecutivo, acompañado por una denominación textual estandarizada por nivel jerárquico, mejora significativamente el reconocimiento institucional, la claridad jerárquica y la eficiencia comunicativa. Finalmente, se elaboró una guía técnica de identidad digital que establece los criterios gráficos, jerárquicos y funcionales.

Palabras clave: Gran Sello del Estado, identidad visual, avatar institucional, gobierno digital, coherencia gráfica.

ABSTRACT

The present research aimed to design a proposal for a unified regulatory framework for adapting the Great Seal of the Peruvian State and its full denomination to avatar format on digital platforms, with the purpose of strengthening institutional identification, visual coherence, and communication transparency within the digital environment of the Executive Branch. The study follows a qualitative approach and employs an exploratory methodological design, which enables an in-depth analysis of the problem and the technical criteria associated with adapting the Great Seal of the Peruvian State and its full denomination to avatar format. Observation was used as the main technique, complemented by a structured checklist as the instrument, which was shared with five specialists in design, institutional communication, and public management. The selection of these specialists was based on criteria related to professional experience in State visual identity, institutional branding, and the management of official digital platforms. The results showed that there is currently no uniform regulation, which has led to visual inconsistencies, loss of legibility in reduced formats, and the proliferation of partial or temporary manuals, all of which affect the State's visual coherence. Likewise, it was determined that the use of a single avatar for the entire Executive Branch, accompanied by a standardized textual denomination by hierarchical level, significantly improves institutional recognition, hierarchical clarity, and communicative efficiency. Finally, a technical digital identity guide was developed, establishing the graphic, hierarchical, and functional criteria.

Keywords: Great Seal of the State, visual identity, institutional avatar, digital government, graphic coherence.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se desarrolla en el marco de la necesidad de fortalecer la identidad visual institucional del Estado en entornos digitales, particularmente en el uso del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa en plataformas virtuales. En la actualidad, la expansión del Gobierno Digital y el incremento del uso de redes sociales por parte de entidades del Poder Ejecutivo han generado nuevas exigencias en términos de coherencia visual, reconocimiento simbólico y legibilidad en formatos reducidos. Sin embargo, la ausencia de lineamientos ha ocasionado interpretaciones diversas y variaciones no estandarizadas del símbolo estatal, lo que podría estar dificultando su identificación y afectando la imagen del Estado. Ante esta realidad, esta investigación plantea el diseño de una propuesta de adaptación normada y la reorganización de su denominación institucional según niveles jerárquicos.

El Capítulo I presenta la información básica del proyecto, como es el título, las áreas estratégicas, la actividad económica relacionada y el alcance de la solución que se propone implementar.

El Capítulo II desarrolla los puntos centrales de la investigación aplicada, describiendo detalles como el planteamiento del problema, los objetivos general y específicos, además de la justificación teórica, metodológica y práctica que sustenta la pertinencia y relevancia del estudio.

En el Capítulo III se expone el marco referencial, el cual está formado por los antecedentes nacionales e internacionales vinculados a su vez a la identidad visual institucional y su adaptación a entornos digitales, además del marco teórico que describe los conceptos fundamentales y las posibles variables de estudio, junto con la definición de términos clave.

El Capítulo IV presenta la formulación de supuestos generales y específicos, así como su respectiva operacionalización, lo que permite relacionar los componentes teóricos con la estructura analítica del estudio.

El Capítulo V presenta el diseño metodológico de la investigación, basado en un enfoque cualitativo de enfoque exploratorio. Se explica el escenario de estudio, la selección de cinco especialistas vinculados al diseño institucional y digital, se explicará el uso de la técnica de recolección de datos además del instrumento, la ficha de cotejo estructurada, elaborada a partir de la matriz de operacionalización como instrumento. Asimismo, se describe el proceso de validación del instrumento mediante juicio de expertos y los procedimientos aplicados para el análisis cualitativo de la información obtenida.

Finalmente, el Capítulo VI desarrolla la propuesta de innovación, sustentada en los resultados obtenidos. Se presenta el alcance esperado, el mercado objetivo, las estrategias de implementación y la guía técnica para la adaptación del Gran Sello al formato avatar institucional. Esta propuesta busca garantizar coherencia visual, trazabilidad jerárquica y reconocimiento inmediato en plataformas digitales oficiales del Estado.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales.

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

La presente investigación tiene como línea de investigación: Comunicación, Sociedad y Cultura, ya que estudiará a profundidad el rol que cumple un símbolo nacional en un contexto social, específicamente como medio de comunicación visual y como este mismo puede reforzar la identidad y la cohesión cultural del país.

En este sentido, la propuesta de optimización gráfica del Gran Sello del Estado peruano y su denominación completa propone una revisión técnica y simbólica del sistema de organización visual de la misma, con el fin de contribuir a su correcta aplicación ante los nuevos entornos digitales contemporáneos. Esta investigación resulta prioritaria, ya que contribuye a fortalecer la presencia e imagen institucional del estado peruano en plataformas de comunicación masiva y a preservar la integridad de un símbolo institucional, cuyo uso, se encuentra regulado hasta la fecha únicamente por el Decreto Supremo N.º 056-2008-PCM (Gobierno del Perú, 2008)

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

La investigación actual se enfoca en la actividad económica de la administración pública, particularmente en el área de comunicación institucional y en el manejo del protocolo e imagen del estado peruano. Esta actividad incluye los procedimientos a través de los cuales las entidades públicas manejan su imagen, transmiten políticas y robustecen su vínculo con la ciudadanía por medio de canales digitales.

En este marco, la representación gráfica del Gran Sello del Estado peruano se incorpora a las funciones administrativas y comunicativas de la maquinaria estatal, aportando a la imagen institucional. Los símbolos gubernamentales tienen un impacto en la percepción de los ciudadanos y son capaces de producir efectos positivos a nivel emocional que fortalecen la legitimidad del estado, tal como indica (Alon-Barkat, 2020), los símbolos gubernamentales influyen en la percepción ciudadana y pueden generar efectos emocionales positivos que refuerzan la legitimidad del estado. Según, (Frascara, 2000), desde el punto de vista del diseño estratégico, es necesario que toda comunicación visual en el espacio público se conciba con un objetivo funcional, que busque aumentar la efectividad al transmitir mensajes institucionales.

Así, la investigación se lleva a cabo en un sector público y de servicios económicos, donde la optimización gráfica del Gran Sello favorece una administración estatal más moderna, coherente y eficaz, de acuerdo con la Política Nacional de Transformación Digital al 2030 (Gobierno del Perú, 2023).

1.4 Alcance de la solución

La solución abarca la elaboración de directrices gráficas uniformes que todas las entidades públicas puedan implementar sin modificar el significado ni el valor simbólico del emblema. El objetivo es impedir distorsiones o análisis sesgados, asegurando que la identidad visual del Estado conserve su coherencia y visibilidad, sin importar la plataforma o el canal en el que se utilice.

En términos prácticos, esta propuesta sería beneficiosa para la comunicación institucional de los ministerios, autoridades autónomas y gobiernos regionales y locales.

Si se llevara a cabo, posibilitaría una administración visual más accesible, moderna y organizada, capaz de ajustarse a las demandas de los entornos digitales y de consolidar la presencia del Estado frente a la ciudadanía.

Esta propuesta se desarrolla dentro de un proceso más amplio de cambio nacional, en el cual el gobierno peruano progresa hacia la digitalización de sus servicios y comunicaciones.

En ese marco, la actualización y optimización de los símbolos nacionales no solo implica una mejora en términos gráficos, sino que también representa un avance significativo hacia la modernización institucional, fortaleciendo el compromiso del Estado con una gestión pública más transparente, cercana a la ciudadanía y acorde con los retos del siglo XXI.

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1 Descripción de la realidad problemática

En diversas naciones del mundo, los símbolos y emblemas nacionales fueron creados bajo estilos visuales que privilegian la ornamentación y el exceso de elementos gráficos, característicos de los siglos XIX y XX.

Este estilo heráldico, propio de su contexto histórico, se diseñó para transmitir solemnidad y autoridad mediante composiciones visualmente recargadas. Como explica (Hope, 1912-1922), uno de los principales defectos del diseño heráldico moderno radica en su falta de claridad al reducir los múltiples elementos decorativos que lo componen, lo que compromete su legibilidad en escalas menores.

En estos días, en el siglo XXI, muchos gobiernos afrontan el reto de ajustar sus símbolos institucionales para que se adapten mejor a nuevos formatos, en un contexto donde la practicidad y la sencillez son predominantes en términos estéticos visuales, sobre todo en entornos digitales y tecnológicos. Cuando los escudos y sellos nacionales, que se pensaron para ser impresos en soportes de gran tamaño, son reducidos para su empleo en plataformas digitales o como avatares institucionales, pierden definición y reconocimiento. Esta circunstancia pone de manifiesto el conflicto entre la necesidad actual de claridad visual y la conservación del simbolismo tradicional que estos símbolos representan.

El Gobierno del Estado de Victoria, en Australia, presenta un caso ilustrativo: en 2019, este organismo creó la guía oficial "Social Media Branding - Digital Guide" (Victoria State Government, 2019) , que define criterios específicos para adecuar logotipos y marcas institucionales a los medios digitales. El documento destaca la importancia de crear versiones simplificadas de los símbolos que puedan conservar su coherencia y función identificadora, incluso en espacios visuales limitados.

Según Suárez Carballo et al. (2020), en el campo académico las marcas necesitan procesos de simplificación gradual para asegurar que se puedan leer y reconocer a través de diferentes interfaces. Cabe señalar que este enfoque se suele aplicarse en el sector comercial, sin embargo, es totalmente aplicable a los símbolos del sector estatal, ya que ambos tienen la misma necesidad de adaptarse a los entornos digitales sin sacrificar su integridad.

Para ir armando conclusiones, es un hecho que la falta de estrategias de adaptación visual y simplificación técnica limita la capacidad de los gobiernos para proyectar una identidad institucional coherente en el mundo digital, y esta a su vez afecta la percepción ciudadana, conceptos como modernidad, transparencia y profesionalismo podrían relacionarse. Esta problemática nos muestra la urgente necesidad de revisar las estrategias que se están usando actualmente en estos términos, buscando siempre mantener el equilibrio coherente entre la conservación del valor histórico y cultural con la funcionalidad que exigen los canales digitales.

En Perú, la adaptación de los símbolos oficiales (especialmente el Gran Sello del Estado peruano y su denominación completa) al formato avatar se ha realizado sin directrices o normativas alineadas a buenas prácticas digitales. Las instituciones públicas han creado diferentes soluciones, a menudo de forma temporal o empírica, lo que ha resultado en una notable confusión visual. Aunque la Ley N.º 32251 – Ley que unifica y armoniza la regulación de los símbolos patrios, los emblemas nacionales y los símbolos del Estado (Congreso de la República del Perú, 2025), representa un progreso significativo, no incluye en su alcance la adaptación a lo digital, por lo que genera una laguna normativa que afecta directamente la coherencia visual del Estado en plataformas digitales.

Por lo tanto, el Gran Sello del Estado peruano tiene dificultades de consistencia y legibilidad cuando se reduce para ser utilizado como avatar. Cada administración del gobierno ha creado diferentes manuales de

identidad visual, lo que ha dado lugar a un mosaico de versiones no estandarizadas entre las oficinas, los ministerios y las direcciones. No solamente la percepción de los ciudadanos se ve afectada por esta fragmentación, sino que además supone un empleo ineficiente de los recursos públicos, ya que el presupuesto se destina reiteradamente a soluciones parciales y discontinuas (Abusada et al., 2008).

Si esta situación persiste, la pérdida de coherencia y la dispersión gráfica seguirán aumentando, lo que hará más difícil identificar al Estado y de Por esta razón, es necesario establecer una regulación técnica y constante que defina pautas de escalabilidad, legibilidad y simplificación con el objetivo de crear un estándar gráfico unificado.

No solo se optimizarían los recursos públicos con esta medida, sino que también se robustecería la identidad institucional del Estado peruano, afianzando su presencia digital y garantizando una comunicación moderna, clara y reconocible en el contexto de la transformación digital nacional.

2.1.2 Formulación del problema

2.1.2.1 Problema general

¿De qué manera la propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales, puede contribuir a fortalecer la imagen institucional del Estado peruano?

2.1.2.2 Problemas específicos

1. ¿De qué manera la Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales puede mejorar la imagen institucional del estado peruano?

2. ¿De qué manera puede establecerse un lineamiento normativo unificado que regule el uso del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en las plataformas digitales?

2.1.3 Objetivos de investigación

2.1.3.1 Objetivo general

Analizar cómo la propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales, puede fortalecer su funcionalidad visual y su valor institucional en los entornos digitales del Estado.

2.1.3.2 Objetivos específicos

1. Optimizar la claridad visual del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales.
2. Establecer un lineamiento normativo unificado que regule el uso del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales.

2.1.4 Justificación de la investigación

2.1.4.1 Justificación teórica

La investigación actual se basa en los principios del diseño gráfico efectivo, la comunicación visual corporativa y la percepción visual, tres elementos que buscan asegurar que los mensajes sean claros, coherentes y comprensibles en los entornos digitales. Según (Dabner, 2018), el diseño institucional tiene que progresar junto a los medios digitales, pero manteniendo su esencia e identidad. En esta misma dirección, (Martínez,

2019) resalta que la interacción visual es fundamental para que las instituciones continúen su reconocimiento y conexión con la población. (Habermas, 1999) asegura que la claridad comunicativa favorece la transparencia en una democrática, y asu vez refuerza la confianza entre el Estado y la sociedad.

En este sentido, la aportación teórica de esta investigación es demostrar que los principios de la comunicación visual son importantes no solo para las marcas gráficas comerciales, sino también para los símbolos oficiales de los estados. Al tratarlo de esta forma se mejora la efectividad de la comunicación y la visibilidad en el entorno digital actual, al mismo tiempo que permite mantener el sentido histórico y simbólico de estos emblemas. Esta investigación se fundamenta en los principios de la comunicación visual institucional, el diseño gráfico eficaz y la percepción visual. Estas tres bases tienen como objetivo garantizar que los mensajes sean claros, coherentes y comprensibles en entornos digitales.

2.1.4.2 Justificación metodológica

La investigación emplea una matriz categórica que examina la adaptación del Gran Sello a través de parámetros de rendimiento, entre los que se incluyen la cohesión gráfica, la legibilidad, la proporción y la escalabilidad. De acuerdo con la Política Nacional de Transformación Digital hacia 2030 (Diario Oficial El Peruano, 2023), este método es replicable y además garantiza un análisis sistemático. Es así que el aporte metodológico se enfoca entonces en proponer un instrumento de evaluación que pueda utilizarse en otros procesos de optimización institucional y en futuras investigaciones sobre comunicación digital.

2.1.4.3 Justificación práctica

En materia práctica, esta investigación propone la creación de una guía de uso para el Gran Sello del Estado peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales a manera de recurso normativo. Esta guía de uso dará indicaciones específicas de uso y nuevas disposiciones.

En caso de que este recurso sea aplicado de manera correcta, de progresivamente y como se indican en las etapas establecidas que se conocerá más adelante en la investigación, todas las entidades públicas podrán utilizar el símbolo de forma coherente y profesional, previniendo versiones inconsistentes. Del mismo modo, tener un documento de referencia definido mejora la utilización de los recursos estatales, facilita la formación del personal responsable de la comunicación institucional y protocolo.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes de la investigación

3.1.1. Antecedentes nacionales

Vargas (2021). En su estudio denominado "Manual de identidad visual para reforzar la legislación peruana sobre propiedad intelectual", cuya finalidad era identificar los componentes estructurales del manual de identidad visual corporativa (caso: Master Group Design S.A.C.) que podrían ser adoptados por las leyes peruanas en materia de propiedad intelectual. Este mismo apoya su investigación en el derecho comparado sobre marcas y signos distintivos, las leyes nacionales e internacionales relacionadas con la teoría de proteger la identidad visual como signo distintivo y la propiedad intelectual. Se eligió una investigación cualitativa, documental y retrospectiva como metodología. Esta se sustenta en el estudio de leyes, doctrina y la comparación de manuales y fuentes legales. Para el cual, se utilizaron herramientas como la revisión normativa de documentos y el análisis de casos. En la población no hubo participación de sujetos, estuvo compuesta por documentos normativos, manuales de identidad y precedentes en derecho comparado, por lo que no se consideró muestra estadística. Los resultados mostraron que los manuales de identidad visual comparten elementos estructurales comunes como misión, visión, construcción del logo, tipografía, cromática, área de reserva y datos técnicos, y se concluyó que el manual de identidad visual debería ser reconocido legalmente como un elemento a proteger dentro de la legislación sobre signos distintivos, proponiendo además la modernización de la normativa y medidas de protección jurídica.

A manera de complemento, (Cornejo Mayorga, 2025) analiza como los manuales de marca han evolucionado en la era digital, este destaca la necesidad de su adaptación a plataformas multimedia para mantener la coherencia visual en entornos cada vez más dinámicos. Su estudio plantea que la consistencia visual no depende únicamente de la definición técnica de

los elementos gráficos, sino también de su capacidad de adaptarse a distintos formatos digitales sin perder legibilidad ni reconocimiento. Este punto de vista resulta importante para el presente estudio, ya que evidencia cómo los manuales de identidad visual deben actualizarse constantemente frente a las transformaciones tecnológicas y comunicativas, lo que a su vez respalda la necesidad de optimizar la representación gráfica del Gran Sello del Estado Peruano en entornos digitales.

Morón (2012) Su estudio titulado "Signos de identidad: de la gráfica popular limeña a la identidad gráfica peruana" tuvo como objetivo examinar la gráfica popular de Lima como un conjunto de símbolos e insignias identitarias y su contribución a una identidad gráfica, tanto local como nacional. Dicha investigación usa como base estudios de sincretismo cultural, teorías de identidad visual, análisis de la gráfica popular y su vínculo con la identidad cultural. Con respecto a la metodología empleada, se llevó a cabo una investigación cualitativa mediante el estudio formal y contextual de materiales gráficos, además de la revisión de documentación visual y bibliografía. Los instrumentos abarcaron un conjunto de imágenes y análisis de íconos, así como también de entrevistas o testimonios adicionales. La población del estudio estuvo integrada por producción gráfica popular limeña y distintos tipos de material visual, mientras que la muestra fue conformada por un grupo de obras gráficas elegidas con base en criterios de representatividad cultural.

Los hallazgos demostraron que la gráfica popular de Lima es una fuente relevante de códigos visuales que nutren la identidad gráfica del país, sugiriendo su revalorización e inclusión en los procedimientos de diseño contemporáneo con identidad peruana.

García (2011). En su investigación titulada: "Niveles de conocimiento y opinión sobre los símbolos patrios en educandos del VII nivel de la Institución Educativa Independencia Americana – Arequipa, 2011", cuyo objetivo fue determinar el nivel de conocimiento y la opinión que tienen los estudiantes

sobre los símbolos patrios del Perú (bandera, himno, escarapela, entre otros). Su estudio se fundamentó en definiciones de identidad nacional, educación cívica y la relevancia de los emblemas patrios para el desarrollo ciudadano. En lo que respecta a la metodología empleada, se llevó a cabo un estudio cuantitativo de carácter descriptivo, utilizando como herramienta principal una encuesta estructurada con 27 preguntas. Los estudiantes del séptimo nivel de educación básica regular (es decir, los que cursan entre el tercero y el quinto año de secundaria) de la institución educativa mencionada anteriormente conformaron la población. La muestra fue representativa de esta población (en la ficha no se indica con exactitud cuántos participaron en la encuesta). Los hallazgos revelaron que los alumnos tienen un conocimiento superficial acerca de la historia y el protocolo de los símbolos patrios; no obstante, conservan una apreciación favorable hacia su significado e importancia para la identidad cívica del país. Esto demuestra entonces que es de vital importancia fortalecer la educación simbólica y visual en estos tiempos modernos.

3.1.2. Antecedentes internacionales

Chen (2019). Su tesis doctoral, "*Graphic Legibility Enhancement using Simplification Guidelines*", tuvo como finalidad examinar el impacto que tiene la simplificación de las formas en íconos, símbolos y logotipos sobre cuán legible y reconocible visualmente pueden llegar a ser, en variados tamaños de pantallas y diferentes contextos digitales.

Su investigación se basó y utilizó como cimiento, la teoría de la Gestalt, la percepción visual y las bases del diseño minimalista que se ha venido utilizando hasta la actualidad, poniendo el foco en el vínculo entre la relación entre lo sencillo, lo reconocible, y lo que comunica eficazmente. Respecto a la metodología, se realizó un estudio experimental utilizando pruebas de reconocimiento visual con sujetos humanos. Se utilizaron evaluaciones para medir algunos indicadores clave como el tiempo de respuesta de los participantes, además de análisis comparativos para establecer que tan bien se perciben diferentes versiones de logotipos con diferentes grados de

simplificación. Se utilizaron instrumentos como cuestionarios de percepción, tests visuales y métricas de legibilidad en contextos digitales simulados. La población se compuso de usuarios que pertenecían a universidades y de diseñadores profesionales, mientras que la muestra incluyó conjuntos experimentales que interactuaron con logotipos con tres grados diferentes de simplificación. Los hallazgos mostraron que el reconocimiento y la legibilidad en escalas pequeñas mejoran cuando se disminuyen de manera controlada los detalles visuales sin afectar la significación del símbolo, por lo cual se aconseja seguir directrices concretas de simplificación al diseñar identidades para contextos digitales.

Huang (2010). La intención de su tesis doctoral, titulada "*Usability and Credibility Evaluation of Electronic Government Websites*", fue examinar distintos aspectos técnicos, tales como, el uso, la confiabilidad y la consistencia visual de los sitios web de los estados con el objetivo de establecer lineamiento para el uso de los gráficos y así se aumente la confianza ciudadana en lo que se refiere a la comunicación digital del Estado. El estudio se basó en la teoría de la credibilidad en contextos digitales, las heurísticas de usabilidad de Nielsen y en la manera en que se percibe la confianza institucional al crear interfaces. Respecto a lo metodológico, se llevó a cabo un estudio experimental y cuantitativo que integró evaluaciones heurísticas con exámenes de tareas en usuarios reales de plataformas gubernamentales.

Se utilizaron herramientas como listas de verificación de usabilidad, cuestionarios sobre la credibilidad percibida y registros de rendimiento y duración de navegación. Mientras que los 60 participantes de la investigación, una muestra seleccionada deliberadamente, estaban compuestos por estudiantes y trabajadores públicos, los ciudadanos que empleaban portales de gobierno electrónico en el Reino Unido eran parte de la población. Los resultados mostraron que los sitios web con un diseño coherente, una estructura visual clara y una tipografía consistente lograron niveles más altos de confianza y satisfacción. Se determinó que la

transparencia informativa y la uniformidad visual son factores clave para aumentar la fiabilidad del Estado en ambientes digitales.

Silva (2021). El propósito de su tesis de maestría elaborada en el Instituto Superior Técnico de Lisboa, fue el incremento de la utilidad y la coherencia del diseño de los portales gubernamentales a través de lineamientos estructurales y visuales orientados hacia la experiencia que tiene el usuario. Los principios de Nielsen sobre la usabilidad web, las guías de diseño centrado en el usuario (UCD) y los fundamentos de accesibilidad digital y visualización de información sirvieron como base teórica. En cuanto a la metodología, se empleó un enfoque combinado (cualitativo y cuantitativo), que integraba auditorías heurísticas con valoraciones de usabilidad y conversaciones con los usuarios.

Se utilizaron protocolos de tareas, encuestas de satisfacción y documentación de interacciones obtenidas a través de la navegación en portales oficiales europeos como instrumentos. Los individuos en la población eran usuarios de datos abiertos (ciudadanos activos, investigadores y periodistas), mientras que la muestra estuvo formada por 25 sujetos distribuidos en tres sesiones experimentales. Los resultados indicaron que la coherencia visual y la estructura modular mejoran la comprensión y confianza en los datos públicos, y que el uso de directrices gráficas estandarizadas potencia significativamente la efectividad del empleo de las plataformas gubernamentales. Se concluyó que para garantizar la transparencia y el acceso a la comunicación digital del gobierno, es fundamental contar con una tipografía clara y con una normalización visual.

3.4 Marco teórico

3.4.1. Optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa

La primera categoría para análisis es: “Optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa”, la cual a su vez es el eje central de esta investigación. Esta categoría tiene como objetivo analizar:

La optimización gráfica, que comprende los fundamentos de composición visual e identidad gráfica aplicables a los elementos del Estado.

El Gran Sello del Estado Peruano, se abordarán las características técnicas y simbólicas del mismo, además de su historia y evolución normativa.

La denominación completa, se analizará su usabilidad, estructura y construcción visual, además de su función comunicativa y su desarrollo histórico dentro del sistema de identidad estatal.

Optimización gráfica

Optimizar, en el contexto del diseño gráfico, se refiere a la modificación de un recurso con el fin de aumentar su capacidad de ser leído, escalado y rendido en diferentes soportes, sin cambiar su identidad esencial (Dabner, 2018). Optimizar no es lo mismo que alterar un signo o símbolo gráfico, sino asegurar que este desempeñe de manera eficiente su función comunicativa en contextos actuales (Wheeler, 2018).

Es relevante aclarar que el símbolo del Gran Sello del Estado Peruano no se puede optimizar gráficamente. Su composición (la cornucopia, la vicuña y el árbol de la quina) y su disposición constituyen símbolos históricos intangibles que están protegidos a nivel normativo y cultural,

cuya integridad jamás debe ser modificada (Congreso de la República del Perú, 2023).

Por otro lado, aunque la denominación completa está regulada por el Decreto Supremo N.º 056-2008-PCM (Gobierno del Perú, 2008), y no se permite su modificación en documentos oficiales, carece de una versión normalizada para utilizarse en plataformas digitales. En este escenario, se abre la oportunidad de analizar la versión que los organismos estatales utilizan en el presente para determinar su conveniencia frente a las tendencias contemporáneas de imagen visual corporativa. Estas tendencias muestran una dirección clara hacia la mejora de los signos gráficos en entornos digitales, poniendo primero estructuras visuales que sean simples, coherentes y flexibles, las cuales mantengan su legibilidad y reconocimiento en diversos formatos. Este enfoque responde a la exigencia de asegurar la coherencia de la identidad institucional sin tener que recurrir permanentemente a cambios estructurales, lo cual beneficia la solidez simbólica de las marcas públicas (Suárez Carballo et al. 2020)

Composición visual

La composición visual forma parte de la base y estructura de cualquier sistema gráfico, ya que esta organiza los elementos que forman parte de un signo dentro de un espacio determinado para lograr equilibrio, coherencia y legibilidad. En el ámbito del diseño institucional, su función trasciende la estética, ya que define la manera en que se percibe y reconoce la autoridad simbólica de un emblema.

Donayre (2012) muestra que los signos de identidad visual en el Perú contribuyen a la construcción del imaginario nacional mediante la disposición armónica de sus componentes, evidenciando que la composición actúa como un mecanismo de coherencia entre forma y significado.

Juárez (2016) estudió y analizó cómo los símbolos patrios peruanos, entre ellos el Escudo Nacional, mantienen una estructura compositiva heredada del periodo colonial, donde cada elemento posee un orden jerárquico y una ubicación precisa que refuerzan la narrativa del Estado y la memoria histórica.

En este sentido, no podría considerarse la composición visual del Gran Sello del Estado Peruano como un recurso gráfico más, sino que pasa a interpretarse como un sistema regulado que asegura la estabilidad y permanencia de los valores nacionales que representa, en otras palabras, su valor simbólico. Este estudio es esencial para establecer cuáles son precisamente estos límites, entre la adaptación digital necesaria y la conservación simbólica que le otorga legitimidad institucional.

Desde esta mirada, el estudio de la composición visual del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa podríamos decir que divide en tres dimensiones fundamentales que garantizan su correcta estructuración y su posible optimización en entornos digitales: la jerarquía de elementos en el espacio, que define el orden visual y la relevancia simbólica de cada componente; esta última está compuesta a su vez por la alineación espacial, que garantiza la coherencia y estabilidad perceptiva del conjunto; y por último, la proporción y modularidad, que aseguran la armonía formal y un sistema escalable del emblema en distintos formatos.

Cada uno de estos factores ayuda a entender la manera en que las decisiones compositivas preservan la identidad institucional del símbolo, y además funcionan como guía para determinar esos parámetros técnicos específicos que deben considerarse al

ajustarlo a los nuevos medios visuales contemporáneos emergentes.

- **Jerarquía**

La jerarquía visual es el orden en el que un observador de manera inconsciente percibe las partes de un todo, es inevitable que algunos elementos capten primero la atención del observador y otros desempeñan un papel secundario. Dentro del contexto institucional, este principio del diseño garantiza no solo la legibilidad, sino también la coherencia simbólica en el ámbito institucional.

Tello (2023), menciona que los componentes visuales de una identidad corporativa tienen diferentes niveles de relevancia perceptiva y deben ser organizados en orden jerárquico para fortalecer el reconocimiento de la marca.

Este principio tiene la posibilidad de extrapolarse al ámbito estatal, en el que la jerarquía entre los símbolos del Gran Sello —la cornucopia, el árbol de la quina y la vicuña— conserva su poder simbólico y garantiza su aceptación en contextos más pequeños o en ambientes digitales.

García (2023) demuestra que si se jerarquizan correctamente los elementos visuales de una identidad institucional, se mejora la percepción pública y la claridad comunicativa. Por lo tanto, en el Gran Sello del Estado Peruano, la jerarquía de composición tiene que asegurar que cada componente —como la vicuña, el árbol de la quina y la cornucopia— mantenga su papel simbólico preponderante y su función representativa, aun cuando se ajuste a formatos digitales más pequeños. La correcta

disposición de los elementos dentro del espacio asegura que el emblema sea legible, reconocible y mantenga su fuerza simbólica en distintos tamaños y medios.

- **Alineación espacial**

Lelis et al. (2020) definen la alineación espacial como un principio estructural del diseño visual que determina cómo se ordenan y cómo son coherentes los componentes de un signo gráfico. Los autores enfatizan que la alineación asegura un eje de equilibrio permanente en los sistemas de identidad, sobre todo en situaciones actuales en las que los logotipos tienen que acomodarse a diversos formatos digitales. Indican que una alineación adecuada de la tipografía y los componentes gráficos garantiza continuidad, legibilidad y reconocimiento, previniendo la fragmentación visual en aplicaciones variables.

Chen et al. (2022) extienden esta comprensión desde el punto de vista del usuario al demostrar que la colocación de texto e imagen influye directamente en la respuesta cognitiva del observador. En su investigación sobre logos en el rubro de turismo, los investigadores descubrieron que las composiciones visuales alineadas crean una impresión de profesionalidad, armonía y fluidez; en cambio, las composiciones desalineadas dan la sensación de desequilibrio y falta de confianza visual. Por lo tanto, la alineación no solo cumple una función de carácter netamente técnico, sino también psicológico, dado que permite leer en términos de jerarquía y refuerza la credibilidad institucional.

Wang et al. (2022) sostienen que las composiciones más efectivas desde una perspectiva estética se caracterizan por tener espacios negativos, márgenes y ejes de simetría colocados de manera exacta. Estos elementos favorecen la estabilidad formal, lo que a su vez favorece la legibilidad de las composiciones visuales. Aseguran que, en los entornos digitales, los logotipos al tener la necesidad de adaptarse, si no existe una regla de alineación concreta utilizada a manera de estructura base, se puede alterar el equilibrio original, lo cual altera como consecuencia esta conexión entre armonía y estructura.

Mohamed & Adiloglu Finalmente, afirman que la alineación espacial se basa en los principios de continuidad, equilibrio y proximidad gestálticos, que permiten que los componentes de una composición mantengan una unidad perceptual. Desde este punto de vista, en el marco del Gran Sello del Estado peruano, la alineación entre el escudo y su nombre completo tiene un valor simbólico y normativo: garantiza la coherencia a nivel institucional y fortalece la percepción de autoridad, legitimidad y orden visual en los medios digitales donde se utiliza el emblema nacional.

- **Proporción**

Trehan & Kalro (2024) resaltan que la proporción es uno de los principios clave en materia de composición visual porque asegura la escalabilidad de los signos gráficos y la armonía estructural sin poner en riesgo su integridad formal. Esta relación puede presentarse en diferentes estructuras proporcionales como, rectángulos, círculos o cuadrados, que definen la manera en que los componentes se distribuyen y equilibran dentro del espacio visual. En

particular, los formatos cuadrados son importantes en ambientes digitales, en los cuales la mayoría de las plataformas emplean avatares o formatos de visualización compactos con igual altura y ancho. Esto requiere la coherencia del emblema original sin alterar sus elementos, pero con una adaptación proporcional y mantener las jerarquías.

Pittard et al. (2007) investigaron la respuesta de consumidores de diversas culturas ante proporciones en logotipos, incluyendo la proporción áurea (1:1.618), y hallaron que los diseños que utilizan formas derivadas de relaciones proporcionales naturales tienden a ser preferidos y percibidos como más equilibrados, aunque también que en logos artificiales los participantes a veces prefieren proporciones más simples (e.g. 1:1), lo que indica la necesidad de modularidad al ajustar tamaño y forma sin perder integridad visual.

Harnoko (2024) menciona que las investigaciones de reconocimiento de marca indican que la complejidad del logo, en términos de cuántos elementos internos proporcionales incluye y cuán detallado es, puede tener un efecto negativo en la conciencia de marca si se presenta en tamaños pequeños o en escenarios digitales. Las versiones modulares, que tienen relaciones proporcionales simples y menos detalle, suelen conservar su reconocimiento de manera más eficaz cuando se escalan o se modifican.

Martínez et al. (2025) Como para finalizar recalcan que es crucial la adaptabilidad modular de los sistemas visuales para mantener la coherencia visual en plataformas digitales como las páginas web y sobre todo las redes sociales.

Mencionan que las identidades visuales que suelen ser más exitosas demuestran estructuras modulares que mantienen tanto las proporciones relativas como las interrelaciones internas de los componentes del logotipo al convertirse en íconos, avatares o *thumbnails*, previniendo así posibles distorsiones y la pérdida de la jerarquía visual.

- **Identidad gráfica**

Donayre (2012) en su investigación recalca que la identidad gráfica se expresa a través de elementos visuales que representan un algo, en este caso representa la identidad institucional, convirtiendo los principios, los valores y el carácter de una entidad en signos perceptibles para los usuarios. Lo que representa, en términos de diseño, la colección organizada de componentes visuales como, tipografía, estilos, proporciones, símbolos y colores, que hacen posible identificar y distinguir a una entidad de las demás. Esta identidad cumple un papel fundamental para el gobierno al comunicarse ante sus usuarios.

Gamarra (2020) menciona y afirma que la consistencia visual en la identidad de una institución fortalece la confianza de los usuarios, sobre todo en las entidades estatales que intentan transmitir autoridad simbólica y accesibilidad a través de sus plataformas digitales. Por lo tanto, la elaboración consistente de una identidad visual no solo transmite valores institucionales, sino que además fortalece el vínculo simbólico entre el Estado y la población.

En el contexto teórico de la identidad visual, se presentan tres elementos fundamentales para asegurar su continuidad y coherencia: la tipográfica, la representación simbólica y la paleta cromática oficial.

- **Tipografía**

Apaza et al. (2020) aseguran que la tipografía es un componente esencial y fundamental de la identidad visual, pues tiene la capacidad de definir el tono institucional y garantizar una comunicación uniforme. La tipografía funciona como un distintivo visual clave para transmitir una serie de conceptos que podrían favorecer al que da el mensaje, conceptos como profesionalismo y credibilidad, reforzando el reconocimiento y la coherencia de la imagen institucional.

Cáceres (2023) menciona que la uniformidad tipográfica y la coherencia formal son elementos cruciales para fortalecer el reconocimiento de cualquier marca gráfica, particularmente en espacios digitales donde la percepción visual influye directamente en la confianza del usuario. Si hablamos del contexto estatal, esta coherencia no es simplemente una decisión estética, sino un deber normativo que asegura la legibilidad y la homogeneidad en la comunicación entre instituciones. La tipografía de la denominación completa del Gran Sello del Estado Peruano, más aún en la versión que se adapta a ambientes digitales, debe mantener una uniformidad visual que respete las jerarquías, alineaciones y proporciones.

- **Representación simbólica**

El símbolo es el núcleo semántico de toda identidad gráfica por más simple que sea, ya que concentra significados históricos y culturales que trascienden su forma visual.

Albornoz (2024) determina que el símbolo es el núcleo semántico de toda identidad gráfica, puesto que es centro de significados históricos y culturales que trascienden su forma visual. Este autor además menciona que los símbolos gráficos actúan como condensadores de memoria social, dotando de continuidad a los valores e imaginarios de una comunidad. La representación simbólica en la identidad visual, según Albornoz, no solo facilita que algo sea reconocible, sino que además crear una conexión emocional y cultural con los miembros de la sociedad.

Acevedo (2022) afirma que los símbolos gráficos en la identidad visual pueden consolidar la creación de una identidad colectiva desde los márgenes sociales. Estos símbolos funcionan como medios de memoria cultural y social, fortaleciendo la cohesión y el sentimiento de pertenencia. Acevedo destaca que el uso apropiado de los símbolos es esencial para mantener la continuidad de los valores e imaginarios que simbolizan, sobre todo en situaciones de cambio social o cultural.

Romero (2021) afirma que la marca gráfica, entendida como un sistema simbólico, establece una relación entre imagen y contexto sociocultural, siendo el símbolo el portador de sentido que legitima la identidad institucional. Romero, además explica que esta relación simbólica define no solo el reconocimiento visual, sino también el vínculo emocional y político que une a los ciudadanos con sus instituciones. De la misma forma, la identidad visual, al incorporar símbolos representativos, fortalece la cohesión social y la percepción de legitimidad de la institución.

- **Paleta cromática oficial**

El color es uno de los componentes más potentes en la construcción de identidad visual, ya que genera asociaciones emocionales, culturales y políticas.

Levrero & Veirano (2015) muestran cómo la paleta cromática de ciertas instituciones emergió como respuesta a necesidades simbólicas y comunicativas del momento. En su estudio, por ejemplo, el dorado se vincula al orgullo y la distinción; el blanco como soporte neutral; y el negro y el contraste se emplean para jerarquizar elementos visuales, además señalan que la selección cromática institucional no responde únicamente a criterios estéticos, sino a la necesidad de mantener coherencia con los valores culturales y simbólicos de una nación. En su investigación acerca de las instituciones estatales uruguayas, descubrieron que el color funciona como un código de pertenencia cultural y, a través de su consistencia visual, fortalece la identidad colectiva.

Los manuales de identidad institucional enfatizan que, para garantizar una reproducción precisa en diferentes medios y evitar distorsiones, es esencial detallar con exactitud los colores (en sistemas como CMYK, HEX, RGB y Pantone) en el campo técnico. Esto es particularmente relevante en los ámbitos digitales, ya que hasta los cambios más pequeños pueden alterar la percepción visual y, por lo tanto, la coherencia de la marca.

Pongamos como ejemplo ilustrativo el caso de GOV.UK Brand Guidelines del Gobierno del Reino Unido (UK Government Digital Service, 2025) aquí vemos que se establece una paleta cromática digital oficial con

equivalencias exactas en HEX y RGB, acompañada de estándares de contraste y accesibilidad. El manual también incorpora variables de color en código (Sass) para mantener coherencia visual entre los entornos web, móviles y aplicaciones gubernamentales, lo que permite una gestión técnica unificada de la identidad estatal en medios digitales.

En el Perú, tras analizar todos los símbolos nacionales podemos que se cuenta con una cromática oficial para acompañar elementos como el Gran Sello o el escudo nacional, esta debe respetar los tonos históricamente establecidos (por ejemplo: rojo, blanco, verde, azul, dorado) y asegurar una consistencia visual rigurosa en todos sus usos y escalas. Para lograr este fin, la paleta oficial debe incluir no solo los valores cromáticos absolutos como, — Pantone, CMYK, RGB, HEX— sino también es importante establecer reglas de aplicación (uso exclusivo, versiones negativas, límites de tolerancia, contrastes mínimos, versiones monocromáticas) que eviten malos usos o versiones no autorizadas. En esta línea, podemos afirmar que el Rojo: el color del Perú (Suito, 2021) demuestra que el rojo —presente en la bandera, la flor nacional y el gallito de las rocas— constituye un símbolo natural y cultural profundamente enraizado en la identidad del país, lo que refuerza la necesidad de preservar su fidelidad cromática en las representaciones oficiales y digitales.

Gran Sello del Estado Peruano

El Gran Sello del Estado Peruano, que representa la legitimidad y soberanía de la República, se establece como el símbolo oficial de identificación e autenticación institucional del Estado Peruano. La Ley N.º 32251, unifica y armoniza la regulación de los símbolos

patrios, los emblemas nacionales y los símbolos del Estado, esta definió sus características técnicas y normativas. Esta ley establece lineamientos puntuales acerca de su composición, proporciones y uso. (Congreso de la República del Perú, 2025)

La organización central y estructura se establece alrededor del Escudo Nacional, el cual va acompañado por la frase inscrita “República del Perú” a disposición circular. En todas las aplicaciones futuras, la proporción geométrica y la relación de colores de estos elementos deben ser y seguir siendo consistentes para asegurar un balance visual, una legibilidad adecuada y una coherencia institucional en los medios digitales y físicos.

El Escudo Nacional mantiene una proporción reglamentaria de cuatro unidades de alto por tres de ancho y se divide en tres campos interiores:

- Superior izquierdo: fondo celeste con la vicuña, símbolo de la fauna nacional.
- Superior derecho: fondo blanco con el árbol de la quina, emblema de la flora.
- Parte inferior: fondo rojo con la cornucopia dorada, que representa la riqueza mineral del país.

Asimismo, la ley determina que para garantizar una reproducción fiel y constante en todos los soportes, sin modificar la identidad visual del Estado, es necesaria una paleta cromática oficial. Esta debe estar expresada en los sistemas CMYK, RGB, HEX y Pantone.

En cuanto a la supervisión técnica y simbólica del Gran Sello recae sobre el Ministerio de Defensa y la Presidencia del Consejo de ministros, quienes garantizan su correcta aplicación, fidelidad

visual y respeto como símbolo institucional en todos los documentos, actos y medios donde se utilice.

En lo que respecta a la relación con esta investigación, radica en que el Gran Sello del Estado Peruano se sitúa en una posición clave que precede inmediatamente a la Denominación Completa, formando parte integral de la primera unidad modular: la Pastilla 1: Escudo-Perú. Específicamente, el Gran Sello se aloja en el subcuadrado inicial de esta pastilla, presentado sobre un fondo de color blanco. Esta ubicación asegura que la máxima representación de la soberanía y autoridad nacional sea el primer elemento visual que el receptor procese, sirviendo como anclaje institucional antes de que la identidad jerárquica de la entidad emisora sea detallada en las pastillas subsiguientes. De esta manera, se refuerza la percepción de que la comunicación emana directamente del Poder Ejecutivo de la República del Perú.

Muzzo (1974) menciona que el Gran Sello del Estado Peruano tiene su origen en la fundación del Escudo Nacional, que se realizó en 1825, bajo el gobierno de Simón Bolívar. Este símbolo fue creado como un emblema de legitimidad y soberanía de la nueva república, simbolizando los valores, los recursos naturales y las metas del nuevo Estado libre. Se consolidó su empleo en documentos y sellos institucionales, ganando gradualmente un carácter normativo y ceremonial dentro de la administración pública.

La ley del 25 de febrero de 1825, aprobada por el Congreso Constituyente, estableció el diseño del escudo, que es la base del Gran Sello. Desde entonces, este ha mantenido tres componentes fundamentales: la vicuña (representación de la fauna nativa y de la libertad), el árbol de quina (emblema de la flora nacional y de la salud) y la cornucopia (símbolo de lo rico y abundante que es

Perú). Estos símbolos fueron escogidos con esmero para representar los principios republicanos de autonomía, prosperidad y unidad frente al tiempo colonial.

Durante el siglo XIX, el Gran Sello se volvió un símbolo del Estado, que acompañaba las acciones oficiales y los documentos formales como una manifestación de autoridad visible. Su representación se estandarizó en el siglo XX a través de medidas administrativas que intentaron unificar su aplicación, manteniendo sus características históricas. Así, el Gran Sello representa no solo la legitimidad del poder público, sino también la continuidad histórica del Estado peruano desde su establecimiento como república hasta el presente.

Denominación completa

La denominación completa es el enunciado formal que designa a una entidad pública con su nombre oficial, tal como está estipulado en la norma que la establece o cambia, incluyendo su carácter institucional, de acuerdo con lo establecido por el Decreto Supremo N.º 056-2008-PCM. La meta de este componente textual es homogeneizar el reconocimiento de todas las entidades estatales en la documentación y comunicación oficial, asegurando consistencia y uniformidad visual entre las diferentes agencias públicas. (Gobierno del Perú, 2008)

Como ya sabemos el formato del Gran Sello del Estado Peruano y su Denominación Completa constituye el elemento de identificación oficial de las entidades del Poder Ejecutivo. Dentro de este conjunto, la Denominación Completa se erige como un sistema gráfico estrictamente estructurado, compuesto por cuatro pastillas rectangulares contiguas que mantienen una altura uniforme, definida como Tamaño X. Este diseño modular no solo

agrupa la información institucional, sino que también establece una clara jerarquía visual a lo largo de su disposición horizontal.

La primera sección, denominada Pastilla 1: Escudo-Perú, inicia el conjunto con una particularidad en su diseño, ya que se subdivide en dos sub-cuadrados y tiene un ancho de Tamaño 2X. Aunque integra el elemento gráfico del Gran Sello del Estado sobre un fondo blanco, su componente textual incluye la palabra "PERÚ" sobre un fondo de color rojo intenso, el cual debe seguir las proporciones M=100 % y Y=100 %. A partir de esta primera pastilla, se articulan los niveles administrativos del gobierno, cada uno con un ancho estandarizado de Tamaño 3X. El orden jerárquico se establece a través de un gradiente de intensidad de color negro.

El cuerpo de la Denominación Completa comienza con la Pastilla 2: Ministerio, que representa el nivel administrativo superior y utiliza un fondo de color negro al 80 %. Le sigue la Pastilla 3: Viceministerios, que indica el siguiente nivel jerárquico con un fondo de menor intensidad, específicamente, color negro al 50 %. Finalmente, la Pastilla 4: Direcciones representa el nivel de la Dirección General con el fondo más claro, utilizando color negro al 30 %. Es notable que, si bien el fondo es claro, el texto descriptivo de esta última pastilla mantiene un contraste significativo al estar renderizado con color negro al 80 %. Este uso sistemático de intensidades de gris garantiza la legibilidad y la representación visual de la estructura organizacional.

El formato general debe permanecer constante en cuanto a proporciones, alineaciones y espaciado, para que el nombre completo mantenga su armonía con el Gran Sello del Estado. Esto refuerza la percepción de institucionalidad, orden y autoridad en las comunicaciones oficiales.

Esta normativa tiene como antecedente inmediato al Decreto Supremo N.º 091-2002-PCM, que estableció que el Escudo Nacional y la denominación completa, siglas institucionales de las entidades públicas, debían aparecer en toda la documentación oficial. Sin embargo, la norma antes mencionada no tenía un desarrollo técnico que asegurara una uniformidad visual entre las entidades. Esta deficiencia fue solucionada por el Decreto Supremo N.º 056-2008-PCM, que estableció un estándar textual y gráfico de carácter obligatorio. De esta manera, se logró una base normativa unificada para la representación institucional del Estado peruano.

La denominación completa se ha vuelto, desde el momento de su declaración y aprobación, uno de los elementos más representativos de la identidad visual del Estado, otorgándole legitimidad y coherencia a la comunicación institucional. El uso del Gran Sello ha hecho posible fortalecer el principio de identidad estatal en relación con los ciudadanos, garantizando que cualquier emisión oficial pueda ser identificada como procedente de una fuente legítima y unificada.

Al revisar la perspectiva histórica, notamos entonces que la evolución de la denominación completa muestra el avance del Estado peruano hacia una comunicación institucional más organizada y controlada; la normativa de 2008 forjó un hito al establecer criterios uniformes que refuerzan la transparencia, la trazabilidad documental y la percepción de profesionalismo en la gestión pública.

3.4.2. Formato avatar en plataformas digitales

La segunda categoría de esta investigación se denomina "Formato avatar en plataformas digitales". Para comprender cómo los símbolos gráficos se acomodan y se muestran en espacios digitales reducidos este segundo

componente es de vital importancia. La finalidad de esta categoría por lo tanto es analizar lo que significa formatos en diseño gráfico, lo que significa adaptación visual y lo que significa coherencia institucional, como estos permiten que los avatares mantengan su sentido y legibilidad en redes sociales y otros espacios digitales de interacción.

Para un mejor estudio, esta categoría se divide en dos secciones: Formato avatar y Plataformas digitales.

En el primera sección se analizará lo que significa el formato avatar. Los principios de claridad visual (legibilidad, simplicidad gráfica y reducción textual) y los entornos digitales (formato circular, compatibilidad multiplataforma y uniformidad institucional).

En cuanto a Plataformas digitales estudia las características, historia y evolución de los entornos digitales, haciendo énfasis en redes sociales, así como las condiciones técnicas y comunicativas que influyen en la representación visual de los avatares.

Esta serie de análisis posibilitará tratar de manera integral y ofrecer un marco conceptual robusto para futuras comparaciones y estudios existentes a los principios de diseño, la coherencia visual y la adaptación técnica que participan en la representación gráfica de símbolos en contextos digitales.

Formato avatar

Castillo et al. (2024) Señala que la imagen de un perfil en redes sociales es el avatar y es el principal signo de identificación, según señalan los autores este elemento es fundamental para la representación visual del usuario o entidad en plataformas digitales. Su función principal es asegurar que se reconozca al instante en espacios pequeños, donde compite visualmente con un gran número de imágenes. En contextos

actuales donde la información es extensa y nos sobrecarga en todo momento surge la necesidad de diferenciación visual, esta se convierte en un elemento crucial para la interacción y la percepción del usuario.

Peng et al. (2024) indican que el término avatar surgió como una representación visual de la identidad individual, sobre todo a través de imágenes del rostro, con el propósito de hacer más sencilla la interacción social y la autoexpresión en contextos virtuales. Esta visión inicial genera un reto importante al tratar de ajustar símbolos o logotipos institucionales a este formato, puesto que dichos elementos no fueron creados para áreas pequeñas y redondas. Los logotipos institucionales en la mayoría de los casos incluyen texto y elementos complejos, lo que dificulta su reconocimiento y legibilidad cuando se hacen más pequeños en plataformas digitales.

Zhang et al. (2025) hacen hincapié en cuán importante es la personalización al momento de elegir una imagen para un perfil o en otras palabras un avatar, ya que permite reflejar una variedad de identidades y situaciones culturales. La adaptación de los logotipos institucionales a avatares digitales puede en algunos casos restringir esta flexibilidad, ya que normalmente son signos rígidos y están regidos por reglas rigurosas que no tienen en cuenta las particularidades de los espacios digitales. En ese sentido nace la necesidad de hacer una reflexión crítica acerca de la manera en que se deben ajustar los logotipos institucionales para que puedan operar de manera efectiva en formatos avatar, garantizando su identidad visual y su legibilidad y reconocimiento en diferentes dispositivos.

Moreno & Bonales (2025) examinan en su investigación la manera en que los avatares se han vuelto marcas personales, más aún en tiempos actuales con la incorporación de la inteligencia artificial. Este análisis resalta que los avatares tienen cada vez más impacto en la formación de identidades digitales, enfatizando la necesidad de crear avatares que no

sean meras representaciones visuales, sino también medios para comunicarse y expresarse a nivel individual en espacios virtuales. La escritora destaca que se debe tener un entendimiento profundo de cómo los avatares afectan la identidad digital y la interacción en redes sociales para su diseño.

- **Claridad visual**

Bonales et al. (2025) destacan que la claridad visual es fundamental en el diseño de avatares digitales porque tiene un impacto directo en cómo el usuario interactúa y es percibido dentro de ambientes virtuales. Según la investigación, una representación visual clara y coherente del avatar favorece que el usuario se identifique y hace que la experiencia de inmersión en ambientes virtuales tenga mayor éxito, lo cual posibilita que la identidad representada se comunique de manera efectiva.

Valencia et al. (2023) señalan que la nitidez visual de los avatares digitales se ve también afectada por elementos como la simplicidad, el contraste y la coherencia en términos de estilo. Un avatar que tiene formas sencillas y un alto contraste es más fácil de identificar, incluso si es pequeño de tamaño o se ve en dispositivos de resolución baja. Asimismo, si se mantiene una coherencia de estilo con la identidad visual de la entidad o marca que se representa, el mensaje se refuerza y la imagen del usuario mejora.

Arévalo (2022) Plantea que la claridad visual de los avatares digitales debe ser analizada no solo desde el punto de vista estético, sino también desde el funcional. Para preservar la claridad visual del avatar, es fundamental que se adapte a diversos dispositivos y plataformas. Un avatar que, al cambiar de plataforma, pierde legibilidad o reconocimiento puede tener un

impacto negativo en la experiencia del usuario y en la efectividad de la comunicación.

Moon & Kim (2023) muestran que los avatares con apariencia facial, quiere decir con un rostro humano, que se asemeja al usuario mejoran la sensación de *embodiment* y la presencia social, lo que facilita la comunicación no verbal entre los participantes. Esto resulta especialmente relevante en aplicaciones de realidad aumentada o virtual, donde la interacción social es una parte integral de la experiencia, ya que la claridad visual y los detalles expresivos de los avatares refuerzan la percepción de cercanía y conexión entre los usuarios.

- **Legibilidad**

Enriquez & Casas (2014) Sostiene que la legibilidad es crucial para asegurar que los avatares digitales sean fácilmente identificables y funcionales en plataformas con poco espacio visual, como en dispositivos móviles o interfaces de usuario compactas. Esto ha sido comprobado en su investigación, la cual se enfoca en la facilidad de uso en aplicaciones móviles y muestra que cuando los elementos visuales complejos se reducen a tamaños pequeños, pueden perder claridad. Esto afecta de manera negativa tanto al reconocimiento del avatar como a la experiencia del usuario.

Ascencio Jordán et al. (2020) profundiza en este problema a través de estudios sobre usabilidad y percepción visual, señalando que la eficiencia en el reconocimiento de elementos y el manejo de detalles finos se compromete en interfaces compactas. El estudio sugiere que los elementos de diseño deben ser simplificados para evitar la carga

cognitiva y asegurar el principio de "reconocer antes de recordar". Por lo tanto, es fundamental simplificar los elementos gráficos y evitar el uso de texto o detalles excesivos en los avatares para mantener su legibilidad y eficacia comunicativa en diversos contextos digitales.

- **Simplicidad gráfica**

Chirino et al. (2017) establecen que la simplicidad gráfica se refiere al uso de elementos visuales mínimos y claros para facilitar la comprensión y el reconocimiento rápido de un avatar. Su investigación, dirige la mirada en la usabilidad y la estética minimalista en las interfaces de usuario, y se demuestra que el diseño que enfatiza la eliminación de elementos innecesarios, también llamado ruido visual, es fundamental para crear representaciones digitales que son fácilmente identificables y funcionales. Esta estrategia acelera el tiempo de reconocimiento del símbolo gráfico, lo cual es esencial en interfaces compactas o con periodos de tiempo de exposición cada vez más limitados.

Carrillo (2015) menciona además que la simplicidad gráfica mejora significativamente la accesibilidad, cumpliendo con los principios de perceptibilidad y operatividad, ya que los avatares más simples son más fáciles de percibir y comprender para una audiencia diversa. La aplicación de fundamentos del diseño minimalista, como una jerarquía visual nítida y la funcionalidad en lugar de la decoración, optimiza la usabilidad general del sistema. Por lo tanto, podemos deducir que, para mantener la eficacia de la comunicación de los avatares digitales en todo contexto, es esencial emplear figuras geométricas simples y una paleta de colores reducida.

- **Reducción textual**

Couoh Novelo (2021) en su evaluación de usabilidad de herramientas de aprendizaje colaborativo, descubre la importancia de la Reducción textual y como es que el uso de los íconos para el reconocimiento rápido es efectivo. En su estudio, se confirma como es que un avatar óptimo siempre debe buscar que los símbolos sean muy familiares para el usuario, tan familiar que no haga falta ni siquiera etiquetas de texto. Podemos afirmar entonces que la eficacia de un ícono, como el avatar del que este estudio analiza, radica en su habilidad para ser identificado e interpretado de manera rápida; este criterio es garantizado por la supresión del texto, ya que obliga al símbolo a ser inequívoco y coherente en su mensaje.

Ko (2017) demuestra también que la legibilidad y el reconocimiento de los íconos de marca, que con el tiempo se convierten en símbolos, se ven tremendamente afectados por factores como la tipografía empleada, el tamaño y el contraste. Su investigación evidencia que, cuando los elementos visuales incluyen texto o detalles tipográficos en formatos de pequeña escala, como los avatares institucionales, la comprensión del signo disminuye de manera considerable. Esto respalda que la reducción textual no solo responde a un criterio estético, sino también funcional, al garantizar la efectividad comunicativa del símbolo en contextos donde la visibilidad es limitada, como ocurre en las plataformas digitales.

- **Entornos digitales**

Parreño et al. (2019) Aseguran que los entornos digitales comprenden el ecosistema de plataformas y dispositivos en que la comunicación entre el usuario y la máquina se lleva a cabo por medio de la interfaz gráfica del usuario (GUI). La diversidad que caracteriza a estos campos se ejemplifica con los espacios de aprendizaje virtuales, las interfaces web (de escritorio o responsivas) y las aplicaciones en dispositivos móviles. El símbolo o avatar que representa la identidad institucional en todos ellos debe garantizar que sea visible y tenga un funcionamiento adecuado.

Couoh Novelo (2021). En su estudio acerca de la usabilidad en dispositivos móviles, concluye que los entornos digitales modernos se distinguen por el uso de aplicaciones para móviles e interfaces web que se pueden adaptar y sistemas de comunicación donde el espacio es un factor limitante significativo. Estos entornos requieren que el usuario esté cognitivamente poco cargado y que sea altamente eficaz. Esto determina la tipología del símbolo institucional, que debe funcionar a la perfección en un icono de aplicación o en un espacio de *scroll* limitado.

Martínez et al. (2025) destacan que la Identidad Visual Corporativa (IVC), y en particular el símbolo (el componente central del avatar), debe demostrar adaptabilidad y coherencia a lo largo de este ecosistema digital para mantener el posicionamiento de marca. La necesidad de que el símbolo sea inmediatamente legible y reconocible en espacios reducidos y variados justifica la simplificación extrema, pues se requiere que la esencia de la identidad funcione bajo un reducido número de elementos, como se ha evidenciado en el análisis de las marcas globales más importantes.

Suárez Carballo et al. (2020) Finalmente, menciona que la reducción del avatar a su forma puramente icónica es una estrategia que prioriza la eficacia comunicativa, tal como sostiene El estudio sobre marcas gráficas adaptativas refuerza que, para tener éxito en la estrategia digital, el diseño debe caracterizarse por un reducido número de elementos, la racionalización formal (geometría) y la planitud (ausencia de tridimensionalidad). Entonces podría afirmarse que estas características demuestran que un símbolo, sin estar acompañado de un texto, es el requisito fundamental para que la comunicación sea efectiva dentro de la jerarquía visual de los entornos digitales contemporáneos.

- **Formato circular**

Gómez Delgado (2024) analiza cuan desafiante podría significar las limitaciones de las interfaces digitales , en especial de las redes sociales de hoy en día, entre ellas el formato circular por ejemplo, que es por *default* el formato más usado en muchas plataformas y sistemas de identidad visual. Comenta que la adaptación del logotipo a estos formatos requiere pensar de nuevo en la aplicación de logotipo y por ende de sus elementos gráficos, de tal manera que no se pierda información o cause distorsiones. Por consecuencia entonces, la composición debe responder tanto a criterios de usabilidad como a coherencia visual, asegurando que la identidad institucional o de marca mantenga su reconocimiento y legibilidad dentro de los límites geométricos del formato circular.

Jiang et al. (2016) explican que las formas circulares en general y específicamente en los logotipos generan asociaciones psicológicas positivas, como la suavidad, accesibilidad y amabilidad, mientras que las angulares

pueden llegar a transmitir fuerza y estabilidad. En el contexto de los entornos digitales, este hallazgo resulta crucial, ya que la mayoría de las plataformas sociales adoptan el formato circular para los avatares, lo que condiciona la composición gráfica y obliga a los diseñadores a priorizar los elementos esenciales del símbolo. Esta restricción geométrica demanda simplificar y centralizar los componentes visuales para mantener la legibilidad y coherencia de la identidad, sobretodo en tamaños reducidos.

- **Uniformidad institucional**

La búsqueda de uniformidad institucional es clave para preservar la identidad visual de cualquier organización en todas plataformas digitales sobre todo las de contacto con usuario como las redes sociales.

Carpio et al. (2025) A través de su análisis de las marcas globales más destacadas, concluye que la uniformidad en los elementos visuales esenciales, como son la composición, color y tipografía, es un pilar clave para administrar estratégicamente una marca en el ámbito digital. Esta uniformidad visual fortalece la sensación de autoridad e institucionalidad legítimas, lo que ayuda a que el emblema sea reconocido de inmediato en la jerarquía visual de cada plataforma.

Además, indican que la adaptabilidad de la Identidad Visual Corporativa es de suma importancia para la gestión estratégica de marca en el entorno digital. El estudio de grandes marcas globales evidencia que los elementos visuales deben ser probados y constantemente optimizados

en múltiples contextos digitales (sitios web, redes sociales, etc.) para garantizar que el avatar se mantenga legible y reconocible, sin importar las variaciones de formato.

Jones (2024) Profundiza sobre este aspecto, señalando que, si la identidad de marca es consistente y sólida en las redes sociales, garantiza que el avatar transmita los mismos valores y el mismo mensaje que la institución quiere comunicar, sin importar el canal. La aplicación rigurosa de las pautas visuales es, en esencia, el camino hacia la homogeneidad institucional; este procedimiento evita que se diluya la identidad y fortalece la imagen de marca.

- **Compatibilidad multiplataforma**

La compatibilidad multiplataforma se refiere a la habilidad del avatar para ajustarse a una variedad de dispositivos, sistemas operativos y resoluciones de pantalla sin comprometer la funcionalidad o la integridad visual.

Suárez Carballo et al. (2020) complementan esta idea, señalando que las marcas gráficas adaptativas son una de las tendencias más sobresalientes en la estrategia digital de la IVC actual. La compatibilidad multiplataforma requiere el desarrollo de versiones simplificadas de los signos identificadores que puedan acomodarse a los peculiares tamaños y resoluciones de las pantallas, especialmente en dispositivos móviles. Esto permite que el avatar cumpla su función comunicativa de manera uniforme y eficiente, asegurando que la identidad institucional se mantenga coherente y sólida.

Bajo esta lógica, esta investigación sugiere que el Gran Sello del Estado Peruano funcione como avatar único para todas las entidades del Poder Ejecutivo, de esta manera se consolida su función de emblema de representación institucional en los entornos digitales.

Esta decisión responde a criterios ya estudiados como unidad jerárquica, coherencia visual y reconocimiento de la ciudadanía. Desde el punto de vista institucional, el Gran Sello encarna la autoridad y soberanía del Estado; su aplicación uniforme refuerza la percepción de legitimidad y pertenencia y unidad, básicamente a una misma estructura de gobierno.

En el ámbito comunicacional y técnico, adoptar un solo avatar para toda lo relacionado a una entidad o empresa permite garantizar la consistencia y trazabilidad visual en contextos donde el espacio gráfico es limitado. Por ende, la identificación inmediata del Estado como emisor único y oficial dentro de los diferentes canales digitales es favorecida, evitando en consecuencia la dispersión icónica entre ministerios o dependencias.

En cuanto a la diferenciación jerárquica, esta se mantiene a través del nombre del perfil y la descripción, que expresan los niveles organizacionales (ministerio, viceministerio o dirección general), mientras que el avatar unificado cumple la función de símbolo común de identidad y pertenencia al Poder Ejecutivo del Perú.

Plataformas digitales

Atalaya & Tarazona (2021) Las plataformas digitales hoy en día se han convertido en herramientas cruciales para la interacción entre el Estado y la ciudadanía. En el marco del Gobierno Digital peruano, se debe cuidar de su diseño y operación, ya que están intrínsecamente ligados a los factores críticos de implementación que buscan mejorar la eficiencia y la eficacia de la administración pública.

Chávarri. (2023) Las plataformas digitales institucionales (como Gob.pe), desde un punto de vista técnico al ser un producto digital, tienen que incorporar principios de diseño UX y UI para garantizar la coherencia visual y la facilidad de uso. Hacer de la la experiencia de los usuarios en entornos digitales complejos cada vez más fácil es logable, solo hace falta aplicar adecuadamente estos principios, asegurando que la infraestructura digital se ajuste a diferentes dispositivos y plataformas.

Rengifo (2024) Menciona que las redes sociales son un tipo de plataforma cuyo enfoque radica en canales de interacción masiva, lo cual genera un mayor desafío al momento de querer transmitir la identidad de una entidad. Bajo esta premisa, la efectividad de los mensajes del gobierno y la solidez de la imagen pública dependen directamente de cómo la población percibe los elementos visuales de la institución. Así, el diseño de la identidad en las redes sociales no es solamente una cuestión estética superficial, sino que representa un componente de comunicación que influye en la legitimidad institucional. Es necesario que la administración del avatar institucional y otros componentes gráficos su capacidad de ser leído y el reconocimiento instantáneo en los diversos *feeds* y perfiles, para que haya una asociación inmediata entre la identidad gráfica empresarial y lo que los ciudadanos perciben visualmente en estos medios de interacción masiva.

Además, sostiene que esta evolución de los medios digitales convencionales a las redes sociales en términos de comunicación requiere en consecuencia, que la identidad institucional eleve su nivel interactivo. La efectividad de los mensajes del gobierno depende en primera instancia de la construcción de la imagen pública, la cual penden a su vez de la correcta adaptación de sus símbolos o elementos visuales identitarios a estos nuevos

canales. Por lo tanto, comprender esta historia evolutiva y relacional es esencial para no descuidar ningún aspecto.

Kaplan & Haenlein (2010) A manera de complemento, confirman que desde su nacimiento, las plataformas digitales han experimentado un significativo cambio, han evolucionado y pasado a ser sistemas complejos de herramientas estáticas y de difusión simples. El avance tecnológico y la demanda de una comunicación más efectiva han generado esta transformación orgánica, la cual ha posibilitado transitar desde sencillas páginas web institucionales a plataformas para la interacción social y la participación ciudadana.

Kietzmann et al. (2011) Descubrieron que en sus etapas iniciales, las plataformas digitales tenían como objetivo ser almacenes de información estática, sin opciones de personalización o interactividad. Tenían otros fines, no estaban dirigidas para las masas. No obstante, a medida que pasaba el tiempo, la necesidad de una comunicación más dinámica generó al desarrollo de nuevas plataformas que posibilitaran la interacción en tiempo real y la personalización del contenido, lo cual transformó cómo las instituciones se relacionan con el público general y con sus usuarios.

En consecuencia, las plataformas digitales institucionales y las redes sociales comparten una estructura funcional estandarizada que define la manera en que las entidades del Estado se presentan ante la ciudadanía.

Todas las principales plataformas —como Facebook, X (antes Twitter), Instagram, LinkedIn, YouTube y TikTok— establecen tres elementos básicos para la configuración de sus perfiles:

Avatar o imagen de perfil, que actúa como representación visual inmediata del emisor.

Nombre de perfil o denominación, que identifica textualmente a la institución o dependencia responsable.

Descripción o biografía, destinada a comunicar de forma breve la naturaleza, función o propósito de la entidad, incluyendo en muchos casos un enlace oficial.

Esta estandarización responde a principios de diseño de interfaz orientados a la legibilidad, coherencia y autenticidad institucional, garantizando que los usuarios puedan reconocer con rapidez la jerarquía y legitimidad del emisor.

Por ello, la propuesta de adaptación del Gran Sello del Estado Peruano al formato avatar digital toma como punto de partida estos tres componentes universales, asegurando que la identidad gráfica del Estado se integre de manera coherente con la estructura funcional de las plataformas.

3.7 Definición de términos básicos

1. Avatar (Formato): Representación gráfica o imagen que simboliza a un usuario, una marca o una entidad dentro de un entorno digital, utilizada comúnmente como foto de perfil o ícono.
2. Pastilla: Elemento rectangular o cuadrado que contiene información o un gráfico dentro de una composición visual. Se utiliza para destacar textos, íconos o imágenes en piezas gráficas.
3. Optimización Gráfica: Proceso técnico destinado a modificar un archivo de diseño o imagen para mejorar su eficiencia en términos de tamaño, carga, rendimiento y visualización en el soporte final.

4. Simplificación Formal: Principio de diseño que busca reducir la complejidad de una forma o símbolo al eliminar elementos superfluos o decorativos, con el fin de aumentar la claridad y el reconocimiento.
5. Consistencia Visual: La uniformidad y coherencia en el uso de todos los elementos gráficos (colores, tipografía, estilo) a través de los distintos canales de comunicación de un sistema de identidad.
6. Composición Visual: La disposición y organización estructural de los elementos gráficos (líneas, formas, colores) dentro de un espacio de diseño para generar un efecto visual deseado o una estructura ordenada.
7. Jerarquía de Información: La técnica de ordenar los contenidos o elementos visuales según su importancia, garantizando que el mensaje principal sea percibido por el observador primero.
8. Alineación Espacial: La práctica de organizar los elementos gráficos a lo largo de ejes y márgenes definidos para crear estructura, equilibrio y una sensación de profesionalidad en el diseño.
9. Proporción: La relación de tamaño, cantidad o grado entre las partes de una composición, fundamental para la armonía estética y la correcta adaptabilidad de un diseño.
10. Tipografía: El arte y la técnica de diseñar y utilizar tipos de letra (fuentes). Es un elemento de comunicación que transmite un tono, refuerza la identidad y garantiza la legibilidad del texto.
11. Iconicidad: La cualidad de una imagen o símbolo que le permite ser reconocido y comprendido universalmente por su forma esencial, sin necesidad de texto complementario.
12. Escalabilidad: La capacidad técnica de un diseño gráfico para ser redimensionado a cualquier tamaño sin experimentar distorsión, pérdida de detalle o afectación a su calidad.
13. Identidad Visual: El conjunto tangible de elementos gráficos que representan la imagen y los valores de una organización o marca, facilitando su distinción y reconocimiento público.

14. Manual de Identidad: Documento que contiene las reglas técnicas y directrices detalladas para el uso correcto y estandarizado de todos los elementos de la identidad visual de una entidad o marca.
15. Lineamiento Normativo: Un conjunto de reglas o directrices de carácter oficial que establecen estándares obligatorios, procedimientos o regulaciones técnicas para la aplicación de un diseño o sistema.
16. Percepción Visual: El proceso cognitivo mediante el cual el cerebro interpreta la información recibida a través de los ojos, asignándole un significado y afectando la respuesta emocional del observador.
17. Legibilidad: La facilidad y rapidez con la que un observador puede identificar, leer y comprender los caracteres de un texto o los elementos de un símbolo, especialmente crucial en tamaños reducidos.
18. Plataformas Digitales: El ecosistema de aplicaciones, sitios web y sistemas informáticos que sirven como canales de comunicación, interacción y prestación de servicios a través de dispositivos electrónicos.
19. Aislamiento Simbólico: Estrategia de diseño que minimiza el uso de texto acompañante para que el símbolo asuma la carga total de la comunicación y el significado en un espacio limitado.
20. Paleta Cromática Oficial: Un conjunto limitado y predefinido de colores estandarizados, definidos por códigos técnicos (HEX, RGB, CMYK), que una entidad utiliza de manera exclusiva en su comunicación.
21. Usabilidad (Usability): La cualidad de un sistema o producto que permite a los usuarios específicos utilizarlo de forma efectiva, eficiente y con satisfacción.
22. Experiencia de Usuario (UX): El conjunto de percepciones, emociones y respuestas de una persona que resultan del uso o la interacción anticipada con un producto o sistema.
23. Interfaz Gráfica de Usuario (GUI): El entorno visual con el que interactúa el usuario para operar un software o dispositivo, compuesto por elementos como iconos, ventanas y menús.

24. Heráldica: La disciplina que estudia la composición, el simbolismo y la historia de los escudos de armas y los emblemas. Es la base histórica del diseño de muchos sellos nacionales.
25. Branding: El proceso integral de creación, gestión y desarrollo de una marca, que incluye la identidad visual, los valores, la comunicación, la personalidad y la experiencia del cliente.
26. Isotipo: La parte simbólica o icónica de una marca; la representación gráfica que permite reconocer la identidad solo mediante un símbolo o icono, sin texto.
27. Logotipo: La representación gráfica de una marca compuesta únicamente por elementos textuales o tipográficos, es decir, solo letras que forman una palabra.
28. Imagotipo: La conjunción de un logotipo (texto) y un isotipo (símbolo) que pueden funcionar juntos o, idealmente, por separado.
29. Formato Vectorial: Tipo de archivo gráfico (como SVG o AI) que utiliza ecuaciones matemáticas en lugar de píxeles, permitiendo que el diseño se escale infinitamente sin pérdida de calidad o definición.
30. Racionalización Formal: El proceso de aplicar la geometría simple y la lógica estructural a un diseño complejo para depurarlo y hacerlo más conciso y eficiente para la reproducción técnica.
31. Ruido Visual: Cualquier elemento gráfico o detalle innecesario en una composición que distrae al observador, dificulta la comprensión del mensaje principal y compromete la claridad.
32. Pixelado (Pixelation): El efecto visual que ocurre cuando una imagen de baja resolución se agranda demasiado, haciendo visibles los cuadrados individuales de color que la componen (píxeles).
33. CMYK: Modelo de color sustractivo utilizado en la impresión a cuatro colores: Cian, Magenta, Amarillo y Negro (Key).
34. RGB: Modelo de color aditivo utilizado para pantallas y dispositivos digitales: Rojo, Verde y Azul (Red, Green, Blue). Es el espacio de color estándar para el diseño de avatares.

35. Resolución de Imagen: La cantidad de detalle que una imagen digital contiene, medida generalmente en píxeles por pulgada (PPI o DPI). Afecta la nitidez y la calidad en la pantalla o la impresión.
36. Saturación: La intensidad o pureza de un color. Un color muy saturado es vivo y brillante; uno poco saturado es más opaco, grisáceo o "sucio".

CAPÍTULO IV: SUPUESTOS Y CATEGORÍAS

4.1. Formulación de supuestos

4.1.1. Supuestos generales

La optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales mejorará la imagen institucional del Estado Peruano.

4.1.2. Supuestos específicos

La falta de criterios de diseño estratégico en las versiones actuales del Gran Sello del Estado y su denominación completa al formato avatar afectaría su rendimiento visual en las plataformas digitales.

La falta de una normativa que regule el uso del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa en formato avatar fomentaría la coexistencia de múltiples versiones en las plataformas digitales.

Las versiones actuales del Gran Sello del Estado y su denominación completa al formato avatar podrían estar afectando su compatibilidad multiplataforma en entornos digitales.

4.2. Operacionalización de supuestos

Optimización gráfica del gran sello del estado peruano y su denominación completa.

Definición conceptual:

La optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa consiste en adaptar su representación visual para garantizar que mantenga su esencia histórica, simbólica y comunicacional, mientras se asegura que sea clara y efectiva en su transmisión. (Ni, 2024) destaca que el diseño gráfico es fundamental para crear una imagen institucional sólida, facilitando la transmisión de los valores, la identidad y la personalidad de una entidad. En esta línea, la optimización tiene como objetivo mantener la autoridad simbólica del Sello y los componentes visuales que simbolizan su naturaleza institucional, de modo que pueda

seguir desempeñando su función con eficacia, tanto en el contexto gubernamental como en la percepción pública.

Definición operacional:

Se define operacionalmente en dos subcategorías:

SC1: Composición visual

SC2: Identidad gráfica

Tabla 1. Definición operacional de Supuesto 1: Optimización gráfica del gran sello del estado peruano y su denominación completa.

Definición operacional	Sub categorías	Micro categorías	Escala de medición	Ítems	Inst.	
C1: Operacionalmente se entiende que la optimización gráfica del gran sello del estado peruano y su denominación completa se orientan a dos subcategorías: Composición visual e identidad gráfica	Composición visual	¿Considera que en la propuesta se conserva el orden original como principio identitario del Estado?		1		
		¿Cree que la alineación de la propuesta es coherente?		2		
		¿Considera adecuada la proporción de la propuesta para mantener armonía visual?		3		
	Identidad gráfica	¿Piensa que la tipografía de la propuesta respeta la fidelidad institucional?	Cerradas		4	Ficha de cotejo
		¿Cree que la representación del Escudo Nacional es fiel y central en la propuesta?			5	
		¿Está de acuerdo en que la propuesta conserve la paleta cromática oficial?			6	

Formato avatar en plataformas digitales.

Definición conceptual:

El formato avatar en plataformas digitales, como parte de la cultura visual contemporánea, se refiere a una representación digital que permite a los individuos o entidades expresar su identidad de manera visual en el espacio en línea. (Ibrahim, 2020) sostiene que los avatares, al igual que otros íconos digitales, tienen un significado mutable y dinámico en plataformas digitales,

ya que son objeto de re-apropiación y re-creación. Estos avatares no solamente tienen como función representar simbólicamente, sino que también representan la interacción de los usuarios con una cultura digital que está en continua transformación. Es crucial adaptar estos avatares en diversas plataformas para garantizar su efectividad comunicativa, ya que posibilita una conexión visual instantánea con la audiencia en un contexto digital globalizado.

Definición operacional:

Se define operacionalmente en dos subcategorías:

SC1: Claridad visual

SC2: Entornos digitales

Tabla 2. Definición operacional de Supuesto 2: Formato avatar en plataformas digitales.

Definición operacional	Sub categorías	Micro categorías	Escala de medición	ítems	Inst.
C2: Operacionalmente se entiende que el formato avatar en plataformas digitales se orientan a tres subcategorías: Rendimiento visual, Eficiencia digital y Estandarización	Claridad visual	¿Considera que la propuesta es legible en tamaños menores a 100x100 píxeles?	Cerradas	7	Ficha de cotejo
		¿Cree que la simplificación gráfica de la propuesta preserva su identidad visual?		8	
	¿Está de acuerdo con retirar la denominación textual del sello y colocarla en la descripción del perfil digital para mejorar la legibilidad y uniformidad institucional?	9			
	¿Considera adecuada la reorganización del sello para mantener su equilibrio y legibilidad en formatos circulares utilizados por las plataformas digitales?	10			
	Entornos digitales	¿Considera que el uso de un avatar común con el Gran Sello en todas las entidades del Estado contribuye a una identidad digital unificada?		11	
		¿Cree que el sello mantiene su legibilidad e integridad visual al aplicarse en diversas plataformas digitales?		12	

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Diseño metodológico

1. Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo aplicada porque busca solucionar un problema práctico vinculado con la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa en medios digitales. Este método tiene como objetivo crear saberes con un propósito práctico y funcional, lo que posibilita la intervención directa en una realidad particular dentro del diseño institucional. La investigación aplicada en las Ciencias Sociales y la Educación ofrece soluciones prácticas que impactan situaciones reales, adecuando el conocimiento académico a contextos concretos, como afirman (Romero et al. 2020).

2. Enfoque de investigación

Se ha escogido un enfoque cualitativo como método, porque se pretende entender, interpretar y contextualizar la cuestión desde una visión interpretativa, tomando en cuenta los discursos y experiencias de los protagonistas que participan en el despliegue de identidades gráficas institucionales. El punto de vista cualitativo, que admite la subjetividad como un valor en el desarrollo del conocimiento y en la interpretación de significados, posibilita el análisis de fenómenos sociales complejos (Romero et al. 2021).

3. Diseño de investigación

El diseño de investigación utilizado es de carácter exploratorio, pues se trata de un tema poco abordado en la literatura y en la práctica estatal: la representación gráfica del Gran Sello del Estado en plataformas digitales. El objetivo es identificar variables y encontrar tendencias de uso o adaptación que no tienen actualmente una regulación unificada. Como sabemos el

diseño exploratorio es adecuado para investigaciones que buscan entender fenómenos emergentes y contextuales, lo cual permite establecer nuevas preguntas para estudios más detallados en el futuro. (Moya et al. 2021)

4. Nivel de investigación

El nivel de investigación es el estudio de caso, ya que se enfoca en examinar un análisis en particular, la representación gráfica del Gran Sello del Estado Peruano en formato avatar, en un contexto real que incluye regulaciones institucionales en plataformas digitales. Por ende esta metodología posibilita llevar a cabo un análisis exhaustivo, minucioso y contextual. Como indican (Romero et al. 2021), el análisis de casos sirve para entender fenómenos actuales cuando los límites entre el fenómeno y su entorno no están claramente delimitados.

5.2. Escenario y participantes

1. Escenario

La próxima investigación se enfocará en contextos laborales relacionados con el diseño gráfico institucional en plataformas digitales. Se tratarán de lugares académicos o laborales donde se maneja la comunicación visual del Estado, en particular con respecto a la adaptación gráfica del Gran Sello del Estado peruano en plataformas digitales como las redes sociales, los sitios web y los formatos avatar. Este ambiente facilita una mejor visualización de los retos técnicos y simbólicos asociados con la optimización gráfica en entornos digitales.

2. Participantes

Los participantes de esta investigación serán seleccionados utilizando el criterio de conveniencia, el cual se suele usar en estudios cualitativos. En esta ocasión cinco expertos que posean características particulares que les permitan ofrecer una perspectiva informada sobre el objeto de estudio participarán en el evento.

Criterios de inclusión:

- Tener una profesión en el campo del diseño gráfico o las comunicaciones.
- Contar con experiencia en proyectos de identidad gráfica institucional, en particular aquellos relacionados con el sector público.
- Tener experiencia con adaptaciones gráficas en contextos digitales, como por ejemplo plataformas web, redes sociales o aplicaciones.
- Tener conocimiento de elementos técnicos como la adaptabilidad, la escalabilidad, la legibilidad y la proporción en medios digitales.

Los criterios de exclusión:

- Carecer de experiencia en diseño institucional o formatos digitales. No haber estado involucrado en proyectos que tengan conexión con entidades estatales.
- No estar disponible o no tener la disposición de participar en entrevistas a fondo.

5.3. Técnica e instrumentos de recolección de datos

1. Técnica

La observación se empleará como método principal de recopilación de datos en el presente estudio. Esta metodología posibilitará un análisis sistemático y directo del empleo y la exhibición del avatar del Gran Sello del Estado Peruano, así como de su nombre completo en los perfiles de sus principales redes sociales, con un enfoque particular en su desempeño gráfico y adaptación. Por medio de este método, se podrán identificar patrones visuales, criterios de adaptación y decisiones de diseño que han sido aplicadas en varias plataformas digitales oficiales.

2. Instrumento

Se empleará una ficha de cotejo, la cual se ha creado a partir de la matriz de operacionalización de categorías. Esta ficha posibilitará que el investigador clasifique y registre las respuestas de los expertos a cada uno de los criterios sugeridos, sirviéndose de preguntas cerradas con respuesta binaria: "Sí" o "No". Además, incluye un espacio adicional para que los evaluadores formulen observaciones o recomendaciones específicas, en caso lo consideren necesario. La ficha será aplicada durante o inmediatamente después de la evaluación, con el fin de facilitar el análisis cualitativo posterior a partir de las sugerencias recogidas.

Preguntas cerradas para la Ficha de Cotejo (Anexo 3)

C1: Optimización gráfica del gran sello del estado peruano y su denominación completa

1. ¿Considera que en la propuesta se conserva el orden original como principio identitario del Estado?
2. ¿Cree que la alineación de la propuesta es coherente?
3. ¿Considera adecuada la proporción de la propuesta para mantener armonía visual?
4. ¿Piensa que la tipografía de la propuesta respeta la fidelidad institucional?
5. ¿Cree que la representación del Escudo Nacional es fiel y central en la propuesta?
6. ¿Está de acuerdo en que la propuesta conserve la paleta cromática oficial?

C2: formato avatar en plataformas digitales

1. ¿Considera que la propuesta es legible en tamaños menores a 100x100 píxeles?
2. ¿Cree que la simplificación gráfica de la propuesta preserva su identidad visual?

3. ¿Está de acuerdo con retirar la denominación textual del sello y colocarla en la descripción del perfil digital para mejorar la legibilidad y uniformidad institucional?
4. ¿Considera adecuada la reorganización del sello para mantener su equilibrio y legibilidad en formatos circulares utilizados por las plataformas digitales?
5. ¿Considera que el uso de un avatar común con el Gran Sello en todas las entidades del Estado contribuye a una identidad digital unificada?
6. ¿Cree que el sello mantiene su legibilidad e integridad visual al aplicarse en diversas plataformas digitales?

3. Validez del instrumento

En la presente investigación se dará validez externa de la herramienta a través del juicio de expertos, donde un experto en el área brindará sus opiniones para obtener el porcentaje de calificación y generar el resultado promedio de la misma.

5.4. Técnica de procesamiento y análisis de datos

La información obtenida mediante la técnica de observación de la investigación se procesa en matrices creadas en Microsoft Excel, lo que permitirá tener los datos de manera clara y ordenada. Esta matriz sirve para reconocer patrones visuales, componentes gráficos que se repiten o clasificaciones con posibles asociaciones de significados, lo cual ayuda a plantear las bases de la adaptación del Gran Sello y su denominación completa al formato de avatar.

La identificación y categorización temática de los datos obtenidos es precisamente el objetivo del análisis en esta oportunidad, organizando así a estos últimos en función de las categorías establecidas en la matriz de operacionalización. Esta sistematización posibilitará llevar a cabo una

interpretación reflexiva de los hallazgos, relacionándolos directamente con los supuestos del estudio.

Para concluir, se mostrarán los resultados a través de análisis cualitativos y tablas descriptivas, lo que permite obtener un entendimiento sólido y profundo acerca de la adaptación del símbolo estatal.

5.4.1. Contexto en el que se realizó el estudio, datos de control

La investigación actual comenzó a realizarse en el ciclo académico I y II de 2025, en la primera etapa se validó cualitativamente una propuesta gráfica que tenía como objetivo optimizar el Gran Sello del Estado Peruano en formato avatar para plataformas digitales. Para ello, se utilizaron fichas de cotejo en cinco expertos en diseño gráfico y/o comunicación institucional que tienen experiencia verificada en ambientes digitales.

La validación se llevó a cabo de manera individual, tanto digital como presencialmente, y tuvo como objetivo recopilar observaciones cualitativas y valoraciones estructuradas que ayudaran a mejorar la propuesta. Cada especialista recibió con anterioridad el documento completo titulado Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales, el cual se encuentra adjunto en el **Anexo 4**. La ficha de cotejo aplicada se detalla en la sección Instrumento.

Se eligieron los participantes a través de un muestreo no probabilístico intencional, tomando como criterio principal tener al menos diez años de experiencia profesional en proyectos vinculados con diseño digital institucional, comunicación pública o identidad gráfica. Se aseguró que los datos personales de cada uno de los especialistas fueran confidenciales, de acuerdo con las pautas éticas propias de la investigación cualitativa, y todos ellos participaron voluntariamente.

A continuación, se presentan los datos de control recogidos:

Tabla 3. Datos de control

Código	Nombre del especialista	Especialidad	Institución	Fecha de aplicación	Modalidad
E1	Boris Silva	Diseño gráfico y publicidad / Branding gubernamental	SUNARP	18/06/2025	Presencial
E2	Daniel Vergaray D'Arrigo	Publicidad en medios digitales / Comunicación institucional	Live Nation Perú	17/06/2025	Digital
E3	Sharon Romero Muñoz	UI / Design System Design / Diseño gráfico	Laureate Education, Inc.	17/06/2025	Digital
E4	Fabiola Bustamante	Branding / Comunicación institucional	ISIL	18/06/2025	Presencial
E5	Gonzalo Cachay	Comunicación digital / Comunicación pública	Municipalidad de Miraflores	18/06/2025	Digital

5.4.2. Análisis ligados a los supuestos

Después de recoger los datos mediante las fichas de cotejo aplicadas a cinco especialistas, se procedió a su procesamiento cuantitativo y cualitativo. Los resultados se agrupan por categoría y subcategoría, presentando primero el número y porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, y acompañándolos con gráficos circulares que reflejan la tendencia general de cada dimensión evaluada.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos:

Categoría 1: Optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa

Subcategoría: Composición visual

Micro categorías evaluadas:

- Jerarquía
- Alineación espacial
- Proporción

Respuesta	Participantes	Porcentaje
Sí	5	100%
No	0	0%

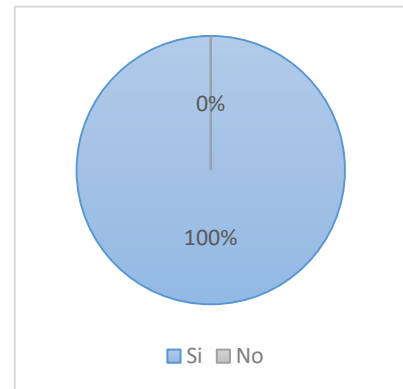


Figura 1. Resultados de la categoría 1: composición visual

Subcategoría: Identidad gráfica

Micro categorías evaluadas:

- Tipográfica
- Representación simbólica
- Paleta cromática oficial

Respuesta	Participantes	Porcentaje
Sí	5	100%
No	0	0%

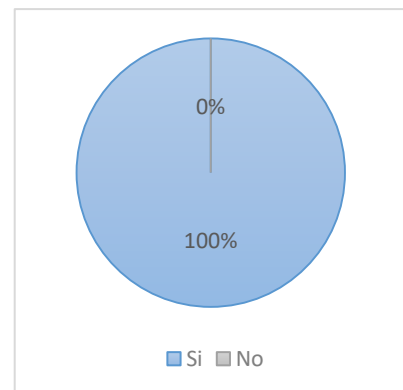


Figura 2. Resultados de la categoría 1: Identidad gráfica

Categoría 2: Formato avatar en plataformas digitales

Subcategoría: Claridad visual

Micro categorías evaluadas:

- Legibilidad
- Simplificación gráfica
- Reducción textual

Respuesta	Participantes	Porcentaje
Sí	5	100%
No	0	0%

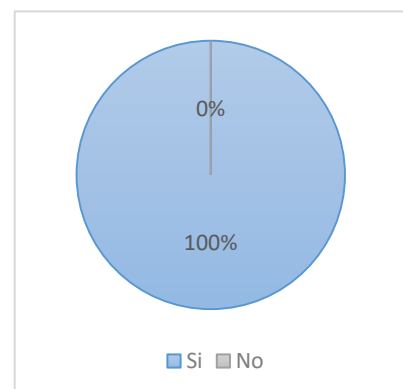


Figura 3. Resultados de la categoría 2: Claridad visual

Nota: El participante E4 señaló que “el gran sello del Estado debe usarse, pero su complejidad no lo hace tan legible. Sería interesante ver si se puede usar una versión simplificada del Escudo”. Esta observación cualitativa sugiere explorar ajustes que favorezcan la legibilidad en tamaños reducidos, especialmente en contextos digitales de alta reducción visual).

Subcategoría: Entornos digitales

Micro categorías evaluadas:

- Formato circular
- Uniformidad institucional
- Compatibilidad multiplataforma

Respuesta	Participantes	Porcentaje
Sí	5	100%
No	0	0%

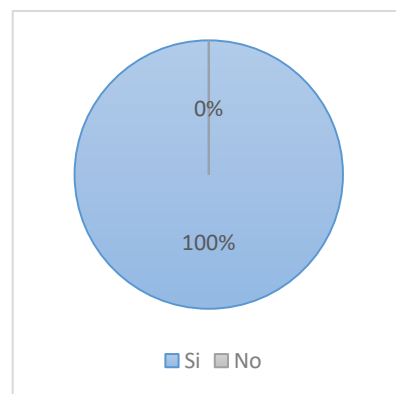


Figura 4. Resultados de la categoría 2: Entornos digitales

Nota. El participante E5 realizó dos observaciones importantes:

En el ítem sobre la reducción del texto (microcategoría Optimización del contenido textual), indicó: “Sin embargo, se debe indicar cómo debe adaptarse la denominación completa de cada entidad en el espacio que cada red social ofrece. Ya que el avatar en este caso solo es símbolo de la marca visual del gran sello”.

A continuación, se presenta el análisis de las entrevistas cualitativas a partir de fichas de cotejo aplicadas a cinco especialistas, codificados como: E1, E2, E3, E4 y E5. Las respuestas se dividen en dos categorías: (C1) la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su designación completa, y (C2) el formato avatar en plataformas digitales. Los datos fueron ordenados en microcategorías y subcategorías, siguiendo la estructura de indicadores y dimensiones.

Primera categoría

Variable: Optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa

Tabla 4. Análisis de respuestas por Micro categorías de primera categoría

Micro categorías	E1	E2	E3	E4	E5	Análisis general
¿Considera que en la propuesta se conserva el orden original como principio identitario del Estado?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Todos los especialistas coinciden en que se respeta el orden gráfico establecido oficialmente.
¿Cree que la alineación de la propuesta es coherente?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Se valora positivamente la organización del conjunto, sin comentarios adicionales.
¿Considera adecuada la proporción de la propuesta para mantener armonía visual?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	La armonía visual es reconocida de forma unánime por los expertos.
¿Piensa que la tipografía de la propuesta respeta la fidelidad institucional?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	La tipografía es validada como adecuada, jerárquica y legible.
¿Cree que la representación del Escudo Nacional es fiel y central en la propuesta?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Se confirma que el escudo mantiene su fidelidad simbólica y ubicación central.
¿Está de acuerdo en que la propuesta conserve la paleta cromática oficial?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No se presentan objeciones respecto al uso cromático oficial.

Se puede determinar que el panel de expertos validó todos los ítems analizados en esta categoría de forma total y unánime, dando respuestas afirmativas sin hacer más observaciones cualitativas. La robustez de la propuesta se ve reforzada por este resultado en elementos esenciales como su composición estructural, la fidelidad a nivel simbólico al emblema original y la tipografía apropiada.

Segunda Categoría

Variable: Formato avatar en plataformas digitales

Tabla 5. Análisis de respuestas de Micro categorías de segunda categoría

Micro categorías	E1	E2	E3	E4	E5	Análisis general
¿Considera que la propuesta es legible en tamaños menores a 100x100 píxeles?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Aunque todos marcaron “Sí”, E4 indicó que el escudo, por su complejidad, pierde legibilidad al reducirse, y recomendó evaluar una versión simplificada.
¿Cree que la simplificación gráfica de la propuesta preserva su identidad visual?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Se considera útil la simplificación para mantener identidad. Sin observaciones.
¿Está de acuerdo con retirar la denominación textual del sello y colocarla en la descripción del perfil digital para mejorar la legibilidad y uniformidad institucional?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	E5 coincide con la reducción, pero advierte la necesidad de establecer criterios de adaptación de la denominación institucional en cada red social.
¿Considera adecuada la reorganización del sello para mantener su equilibrio y legibilidad en formatos circulares utilizados por las plataformas digitales?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Todos coinciden en que es funcional en formato circular. Sin observaciones.
¿Considera que el uso de un avatar común con el Gran Sello en todas las entidades del Estado contribuye a una identidad digital unificada?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Todos coinciden que si contribuye a una identidad digital unificada. Sin observaciones.
¿Cree que el sello mantiene su legibilidad e integridad visual al aplicarse en diversas plataformas digitales?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Se reconoce su integridad visual en todas las plataformas. Sin recomendaciones adicionales.

Se puede concluir que, si bien las respuestas en esta categoría fueron unánimemente afirmativas, el panel de expertos emitió observaciones cualitativas importantes. Estas observaciones apuntan a mejorar aspectos específicos relacionados la adaptación textual, enriqueciendo la propuesta y ofreciendo rutas claras para su optimización.

Interpretación cualitativa e inferencial

1. Supuesto general

La optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales mejorará la imagen institucional del Estado Peruano.

El supuesto general queda ratificado. La validación fue unánime (100 % de respuestas afirmativas) en todos los ítems de las categorías de Optimización Gráfica (C1) y Formato Avatar (C2). Esto permite inferir que la propuesta no solo conserva la fidelidad tipográfica, simbólica y cromática del emblema original, sino que logra una adaptación exitosa y robusta al entorno digital. El consenso de los expertos valida que la propuesta mejora eficazmente la coherencia normativa y el reconocimiento visual del emblema institucional en plataformas virtuales.

2. Supuestos específicos

La falta de criterios de diseño estratégico en las versiones actuales del Gran Sello del Estado y su denominación completa al formato avatar afectaría su rendimiento visual en las plataformas digitales.

El supuesto se confirma al integrar las observaciones críticas del panel. Aunque la propuesta fue considerada legible en formatos reducidos, el especialista E4 alertó que “el gran sello del Estado debe usarse, pero su complejidad no lo hace tan legible”. Se infiere que la falta de criterios estratégicos en las versiones previas reside en la complejidad inmanejable del escudo ante la alta reducción visual. Esta complejidad previa limita la claridad y la simplificación gráfica exigida por los entornos

digitales, afectando directamente el rendimiento visual y motivando la necesidad de una versión simplificada.

La falta de una normativa que regule el uso del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa en formato avatar fomentaría la coexistencia de múltiples versiones en las plataformas digitales.

El supuesto queda confirmado. La necesidad de una nueva normativa se desprende directamente de la observación del experto E5, quien indicó que, si bien el avatar debe ser un símbolo visual, “se debe indicar cómo debe adaptarse la denominación completa de cada entidad en el espacio que cada red social ofrece”. Se infiere que la ausencia de lineamientos específicos para la reducción textual y la adaptación de la Denominación Completa obliga a cada entidad a crear soluciones ad-hoc, lo cual genera la coexistencia de versiones no unificadas y vulnera la coherencia institucional.

Las versiones actuales del Gran Sello del Estado y su denominación completa al formato avatar podrían estar afectando su compatibilidad multiplataforma en entornos digitales.

El supuesto se confirma. Aunque los expertos validaron que la propuesta de mejora es funcional en formatos circulares y mantiene su integridad visual al aplicarse en diversas plataformas, esta afirmación respalda indirectamente la premisa original. Se infiere que las versiones previas carecían de los criterios de diseño necesarios para la escalabilidad y consistencia visual requeridas por los diversos dispositivos y formatos circulares del entorno digital, justificando la intervención propuesta para lograr una compatibilidad multiplataforma eficiente.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE INNOVACIÓN

6.1. Alcance esperado

La presente propuesta busca establecer un modelo unificado de adaptación digital del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, mediante la elaboración de una Guía técnica para el uso del gran sello del estado peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales, la cual define parámetros normativos, técnicos y comunicativos para su aplicación en plataformas digitales.

El alcance esperado comprende tanto a las instituciones públicas del Poder Ejecutivo como a sus dependencias y oficinas desconcentradas, garantizando un uso uniforme, accesible y coherente del símbolo estatal en redes sociales y entornos digitales. De manera indirecta, los beneficiarios ciudadanos también resultan favorecidos, pues la propuesta promueve una imagen estatal moderna, transparente y fácilmente reconocible, fortaleciendo la confianza en la comunicación institucional y reduciendo la dispersión gráfica que actualmente afecta la percepción de legitimidad visual del Estado.

El impacto esperado se centra en:

- Mejorar la coherencia visual y la uniformidad institucional en redes sociales.
- Optimizar el uso de recursos públicos, evitando rediseños y manuales duplicados por gestión.
- Fortalecer la identidad simbólica y la transparencia estatal frente a la ciudadanía digital.
- Favorecer la legibilidad y accesibilidad del emblema nacional en entornos digitales contemporáneos.

De esta forma, la propuesta contribuye directamente al cumplimiento de los objetivos específicos planteados, al fortalecer la coherencia institucional, optimizar recursos y modernizar la comunicación estatal en entornos digitales.

6.2. Descripción del mercado objetivo del producto o servicio

El producto de innovación propuesto, denominado Guía técnica para el uso del gran sello del estado peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales, está orientado a un mercado institucional especializado, conformado por las entidades del sector público que administran la comunicación del Estado en entornos digitales. Este mercado no es comercial, sino de naturaleza gubernamental y comunicacional, enfocado en la estandarización de la imagen institucional y la optimización de la gestión pública.

El mercado objetivo se compone de los siguientes segmentos:

- Entidades del Poder Ejecutivo: ministerios, presidencias de consejo, viceministerios y direcciones generales que utilizan el Gran Sello y la denominación completa en su comunicación digital.
- Gobiernos regionales y locales: oficinas de imagen institucional que reproducen versiones no oficiales del sello en sus redes sociales.
- Organismos autónomos y descentralizados: instituciones como SUNAT, RENIEC o INDECOPI, que deben alinearse a la identidad visual del Estado.
- Equipos técnicos de comunicación y diseño estatal: profesionales que operan en oficinas de prensa, comunicación, protocolo y gobierno digital.
- Ciudadanía digital: usuarios que interactúan cotidianamente con las redes y portales institucionales, beneficiándose de una comunicación estatal más clara, coherente y confiable.

Desde una perspectiva comunicacional, este mercado demanda una solución práctica y normativa que permita reconocer fácilmente los perfiles oficiales del Estado, evitando la confusión actual causada por la coexistencia de múltiples versiones visuales del Gran Sello.

La guía responde directamente a esta necesidad al ofrecer una herramienta técnica estandarizada que combina claridad visual, coherencia institucional y adecuación normativa. Así, se convierte en un producto de innovación pública que mejora la experiencia de comunicación entre el Estado y la ciudadanía en el entorno digital.

6.2.1. Fuentes de ingreso

Dado que la Guía de uso del gran sello del estado peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales se enmarca en un proyecto de innovación pública, sus fuentes de ingreso no provienen de actividades comerciales, sino de mecanismos de financiamiento institucional y ahorro presupuestal dentro del aparato estatal.

Las principales fuentes son:

1. Financiamiento estatal directo.

La guía puede ser financiada con fondos asignados por la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) o mediante programas de fortalecimiento institucional del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), al considerarse una acción de mejora de la comunicación del Estado y de la gestión de identidad digital gubernamental.

2. Reasignación de presupuestos de comunicación.

Cada ministerio y organismo del Poder Ejecutivo dispone de partidas destinadas a diseño y comunicación visual. La adopción de una guía unificada permite reorientar parte de esos fondos hacia la implementación y capacitación, en lugar de destinarlos a rediseños aislados por gestión.

3. Ahorro institucional sostenible.

La fuente de ingreso más significativa se genera indirectamente a través del ahorro acumulado derivado de:

- La eliminación de manuales y adaptaciones duplicadas del Gran Sello.
- La reducción de contrataciones externas de diseño gráfico y consultorías visuales.
- La optimización del tiempo de los equipos de comunicación en la creación de materiales digitales.

4. Apoyo de programas de transformación digital.

La propuesta puede integrarse como proyecto complementario en las iniciativas de gobierno digital impulsadas por la ONGEI o la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital, accediendo así a fondos destinados a proyectos de innovación en comunicación pública.

En conjunto, estas fuentes permiten sostener la implementación de la guía sin generar nuevos gastos al Estado, al aprovechar los recursos ya existentes dentro de los presupuestos institucionales. De esta manera, la propuesta se mantiene financieramente viable y alineada con los principios de eficiencia y optimización del gasto público.

6.2.2. Canales de distribución

La Secretaría de Comunicación Social de la PCM y la Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática (ONGEI) serían las entidades encargadas de difundir la guía a través de:

- El portal oficial Gob.pe.
- La intranet del Estado (para oficinas de imagen institucional)
- Capacitaciones virtuales mediante la Escuela Nacional de Administración Pública (ENAP).
- Talleres descentralizados en gobiernos regionales y locales.

6.2.3. Estrategias de penetración en el mercado

La adopción de la propuesta se plantea mediante una estrategia gradual de implementación institucional:

Etapa inicial: aplicación piloto en los ministerios con mayor presencia digital (PCM, MINSA, MINEDU, MINCETUR).

Etapa intermedia: integración de la guía en los manuales de comunicación institucional.

Etapa final: adopción obligatoria a nivel nacional mediante resolución ministerial o directiva de la PCM.

La estrategia comunicacional incluirá campañas visuales internas bajo el lema: “Un solo Estado, una sola identidad digital”, reforzando el sentido de unidad institucional.

6.2.4. Alianzas estratégicas

Para su implementación, se proponen alianzas con:

- Secretaría de Comunicación Social de la PCM, como ente coordinador del proyecto.
- Ministerio de Cultura, para la validación simbólica del uso del emblema nacional.
- ONGEI, para la integración técnica en plataformas digitales.
- Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), para evaluar y registrar el impacto presupuestal del ahorro generado.
- Gobiernos regionales y locales, como unidades ejecutoras de difusión.

6.2.5. Benchmarking

El proceso de benchmarking permite identificar y adaptar buenas prácticas internacionales en la gestión de identidad visual gubernamental, especialmente aquellas orientadas a la optimización digital de emblemas estatales sin comprometer su integridad simbólica. Este análisis se basa en modelos que demuestran cómo la coherencia visual, la accesibilidad y la normatividad gráfica fortalecen la percepción ciudadana y la eficiencia comunicacional del Estado.

Reino Unido – GOV.UK.

El *Government Digital Service* (GDS) del Reino Unido desarrolló el sistema “GOV.UK *Design System*”, que unifica todos los elementos visuales de las instituciones gubernamentales bajo lineamientos de simplicidad, accesibilidad y consistencia (*Government Digital Service, 2025*). Este modelo evidencia que la identidad estatal moderna se fortalece no por la complejidad del diseño, sino por su claridad y coherencia digital.

Australia – Gobierno del Estado de Victoria.

El *Department of Premier and Cabinet* del Estado de Victoria elaboró la “Digital Branding Guide” (*Department of Premier and Cabinet, 2019*), que define normas de aplicación del escudo estatal en medios digitales sin modificar su diseño original. El enfoque australiano refuerza la idea de que la modernización de símbolos públicos debe centrarse en la aplicación técnica, no en la reconfiguración del emblema.

Portugal – *Agência para a Modernização Administrativa (AMA)*.

Portugal implementó el Sistema de *Identidade Gráfica do Governo de Portugal*, un modelo modular que coordina visualmente ministerios y organismos bajo un emblema nacional común (*Agência para a Modernização Administrativa, 2024*). Este caso resulta relevante por su equilibrio entre la tradición simbólica y la adaptación digital, estableciendo directrices de coherencia institucional y accesibilidad web.

Canadá – *Government of Canada*.

El *Corporate Identity Program* consolida todas las expresiones visuales del Estado bajo una marca única gubernamental que combina el escudo nacional con la palabra Canada, aplicable en todos los canales digitales (*Government of Canada, 2022*). Este modelo demuestra que la unificación visual promueve credibilidad, autoridad y confianza en la comunicación pública.

En conjunto, estos referentes internacionales demuestran que los procesos exitosos de modernización visual estatal se sustentan en la estandarización normativa, la coherencia comunicativa y la adaptación técnica, sin alterar los símbolos patrios.

En consecuencia, la propuesta peruana —centrada en trasladar la información jerárquica del Gran Sello a las descripciones de redes sociales y eliminar los bloques grises— se alinea con los estándares globales de identidad digital gubernamental, fortaleciendo su validez técnica y cultural.

6.3. Desarrollo del proyecto de innovación

El proyecto se estructura en cuatro etapas operativas, diseñadas para asegurar la viabilidad técnica y la coherencia institucional de la propuesta.

Etapa 1: Diagnóstico técnico y recopilación institucional

Antes del levantamiento de información técnica, se realiza un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) que permite identificar los factores internos y externos que afectan la implementación de la propuesta.

Tabla 6. Análisis FODA de la propuesta de innovación

Fortalezas (Internas)	Oportunidades (Externas)
<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta técnica clara, viable y de bajo costo. • Alineación con la Política Nacional de Transformación Digital al 2030. • Sustento en normativa vigente (D.S. N.º 056-2008-PCM). • Mejora la coherencia visual del Estado en entornos digitales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Avance de la digitalización gubernamental. • Interés de la PCM y ONGEI por fortalecer la identidad digital del Estado. • Posibilidad de integrar la guía a programas de gobierno digital. • Tendencias internacionales hacia la estandarización visual en gobiernos.
Debilidades (Internas)	Amenazas (Externas)
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidades técnicas desiguales entre oficinas estatales. • Falta de cultura visual unificada. • Dependencia de aprobación normativa centralizada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resistencia institucional al cambio. • Alta rotación del personal de comunicación pública. • Limitaciones presupuestales en algunas entidades regionales. • Cambios constantes en las plataformas digitales.

A partir de este análisis situacional, se procede al desarrollo del diagnóstico técnico del proyecto, orientado a recopilar, evaluar y sistematizar la información visual existente sobre el uso del Gran Sello del Estado Peruano en entornos digitales. Esta etapa permite identificar las principales inconsistencias gráficas y definir los ajustes necesarios que sustentarán la propuesta de adaptación unificada.

1. Recolección de las versiones digitales actuales del Gran Sello y la denominación completa empleadas por ministerios y entidades.
2. Identificación de inconsistencias de color, tipografía, proporciones y aplicación.
3. Elaboración de un informe de diagnóstico con recomendaciones técnicas de ajuste.

Etapa 2: Diseño de lineamientos para la guía técnica de uso del gran sello del estado peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales

La presente etapa constituye el núcleo operativo del proyecto de innovación, al definir la estructura técnica y comunicacional que dará origen a la Guía Técnica de Uso del Gran Sello del Estado Peruano y su Denominación Completa al Formato Avatar en Plataformas Digitales.

Esta guía se basa en la división estructural del Gran Sello en dos secciones complementarias:

- Una sección gráfica (avatar institucional).
- Una sección textual o descriptiva (denominación completa).

Esta separación permite trasladar al entorno digital la jerarquía institucional y la denominación del Estado sin alterar la integridad del emblema nacional.

Así, el símbolo se simplifica en su presentación, pero mantiene su contenido jerárquico mediante la organización del texto dentro de los campos propios de las plataformas digitales.\

1. División estructural del Gran Sello del Estado

El modelo de adaptación digital establece que el Gran Sello se compone de dos unidades visuales diferenciadas:

Pastilla 1 o Pastilla “Escudo–Perú” (Sección gráfica):

Esta sección constituye el único elemento visible dentro del espacio gráfico del avatar en redes sociales, conservando su forma circular, los colores oficiales y las proporciones establecidas por la normativa vigente. Está conformado por dos cuadrados equiláteros dispuestos de manera consecutiva y unidos entre sí. El primero, de color blanco, contiene el emblema central del Estado peruano, denominado Gran Sello del Estado Peruano. El segundo, de fondo rojo, alberga la palabra PERÚ en tipografía Calibri oficial, en mayúsculas.

Pastilla 2, 3 y 4 o Sección descriptiva (Sección textual):

Equivale a la denominación completa que antes se mostraba dentro de bloques grises en los documentos oficiales (por ejemplo: Ministerio de ... del Perú / Dirección General de Industrias ...). En el entorno digital, esta información se traslada a los campos de texto del perfil institucional, nombre y biografía, asegurando una presentación jerárquica clara sin saturar el avatar.

Esta división mantiene el sentido original del Decreto Supremo N.º 056-2008-PCM, pero optimiza su aplicación al formato digital, donde los espacios gráficos y textuales cumplen funciones distintas.

2. Creación de la versión unificada del Gran Sello (Pastilla 1: Escudo–Perú)

El primer paso consiste en desarrollar una versión unificada y optimizada del Gran Sello del Estado Peruano, adaptada a las condiciones técnicas de las plataformas digitales.

Esta versión conservará íntegramente el escudo nacional, la tipografía y los colores oficiales, eliminando elementos redundantes y garantizando su legibilidad en tamaño reducido.

Se considera oficialmente la eliminación de las pastillas grises que acompañaban el sello, reemplazándolas por fondos neutros (blanco o rojo bandera), según el contraste requerido.

3. Adaptación de la denominación completa (Pastilla 2: Sección textual o descriptiva)

Una vez definida la parte gráfica del Gran Sello (Pastilla 1), se procede a la reubicación de la información jerárquica que anteriormente acompañaba al símbolo en los documentos impresos.

En lugar de integrarse en bloques visuales, como en el modelo tradicional, esta información se traslada a los campos de texto del perfil institucional de cada red social, preservando la estructura jerárquica del Estado y adaptándola a las condiciones del entorno digital.

Esta adaptación se basa en el principio de claridad jerárquica y coherencia visual, garantizando que el Gran Sello del Estado conserve su integridad simbólica como avatar, mientras que la denominación completa se presenta en formato textual dentro de los espacios disponibles en cada plataforma.

Caso 1. Ministerio

Avatar: Gran Sello del Estado Peruano (Pastilla 1).

Nombre del perfil: Ministerio de ... del Perú (Pastilla 2).

Descripción o biografía: Poder Ejecutivo del Perú.

Uso recomendado: Para los perfiles institucionales principales de los ministerios.

La descripción puede complementarse con una breve referencia a su función o con un enlace oficial (por ejemplo, gob.pe/cultura).

Caso 2. Viceministerio

Avatar: Gran Sello del Estado Peruano (Pastilla 1).

Nombre del perfil: Viceministerio de ... (Pastilla 3).

Descripción o biografía: Ministerio de ... del Perú (Pastilla 2) – Poder Ejecutivo del Perú.

Uso recomendado: Para viceministerios con autonomía en su comunicación digital.

El nombre del ministerio se incluye en la descripción para mantener la identificación jerárquica completa.

Caso 3. Dirección General o dependencia adscrita a un Viceministerio

Avatar: Gran Sello del Estado Peruano (Pastilla 1).

Nombre del perfil: Dirección General de ... (Pastilla 4).

Descripción o biografía: Viceministerio de ... (Pastilla 3) – Ministerio de ... del Perú (Pastilla 2) – Poder Ejecutivo del Perú.

Uso recomendado: Para direcciones generales, oficinas o programas que administran sus propios canales institucionales.

Este formato asegura la cadena jerárquica completa sin sobrecargar el nombre del perfil, permitiendo identificar con claridad la dependencia, el viceministerio y el ministerio correspondientes.

Notas técnicas:

1. Longitud del texto: La longitud del texto podrá ajustarse según los límites de cada plataforma (por ejemplo, 150 caracteres en Instagram o 160 en X/Twitter). En todos los casos, debe priorizarse la claridad jerárquica, la unidad institucional y la identificación con el Estado Peruano como entidad emisora. Este formato garantiza una presentación jerárquica clara y coherente, facilita la identificación oficial y refuerza la unidad visual del Estado peruano en el entorno digital.

2. Reorganización de la denominación institucional: En la versión original del sistema gráfico, la estructura jerárquica de la denominación se representaba mediante “pastillas” (1, 2, 3 y 4) dispuestas de forma secuencial y fija, donde el Gran Sello del Estado Peruano (Pastilla 1) antecedía a la denominación del ministerio, viceministerio o dirección general correspondiente. En la presente propuesta, las pastillas han sido reemplazadas por la denominación pura, es decir, por el uso directo de los nombres institucionales sin módulos gráficos contenedores. Este cambio responde a las condiciones funcionales del entorno digital, donde la legibilidad, escalabilidad y coherencia jerárquica textual son prioritarias frente a la rigidez de una composición modular.

Asimismo, el orden de las denominaciones se ha adaptado en cada caso (Ministerio, Viceministerio y Dirección General) para reflejar la lógica comunicacional y jerárquica propia de cada nivel institucional en el entorno digital.

En los ministerios, se prioriza la identificación directa del Estado como ente principal.

En los viceministerios, el énfasis recae en la función específica, manteniendo la referencia jerárquica al ministerio en la descripción.

En las direcciones generales o dependencias, el orden enfatiza la especialidad operativa, conservando la trazabilidad hacia el viceministerio y el ministerio de origen.

De esta manera, el nuevo esquema no solo mantiene la coherencia institucional del Estado, sino que optimiza la lectura y reconocimiento de las entidades en entornos digitales, donde el

espacio, la visualización reducida y la inmediatez de identificación exigen estructuras más claras y flexibles.

De esta manera, el orden de las pastillas no es jerárquico en sentido de importancia visual, sino secuencial en función del nivel institucional representado.

El objetivo es preservar la lógica administrativa del Estado y al mismo tiempo adaptar la jerarquía textual al espacio limitado de los perfiles digitales.

3. Representación visual

La representación visual del Poder Ejecutivo en entornos digitales se unifica mediante el uso del Gran Sello del Estado Peruano como avatar institucional oficial.

Este emblema constituye el símbolo máximo de soberanía y autoridad del Estado, y su utilización como elemento gráfico único responde a criterios de unidad jerárquica, legibilidad y coherencia visual entre las diversas entidades que lo conforman.

En su adaptación al formato avatar, el sello mantiene su proporción, contraste y nivel de detalle adecuados para su reproducción en escalas reducidas, asegurando su correcta lectura y reconocimiento en plataformas digitales.

De este modo, el avatar institucional del Poder Ejecutivo se consolida como el signo de identificación común, garantizando la trazabilidad y autenticidad de la comunicación oficial en redes sociales y otros canales digitales.

Etapa 4: Implementación, monitoreo y evaluación

1. Implementación progresiva en las redes oficiales del Estado
2. Monitoreo de coherencia visual y uniformidad institucional (indicadores de cumplimiento).
3. Evaluación del impacto en reconocimiento y percepción ciudadana mediante encuestas digitales y métricas de *engagement*.
4. Ajustes y actualizaciones semestrales de la guía según evolución tecnológica y retroalimentación institucional.

6.4. Presupuesto

Tabla 7. Presupuesto de la propuesta de innovación

Concepto	Descripción	Costo estimado (S/.)
Levantamiento técnico	Diagnóstico de versiones y análisis gráfico	8,000
Diseño y desarrollo de guía digital	Manual técnico, plantillas y formatos de aplicación	12,000
Capacitación y difusión institucional	Talleres y materiales audiovisuales	5,000
Validación y monitoreo	Evaluación de coherencia visual y retroalimentación	3,000
Difusión digital	Publicación en Gob.pe, redes institucionales y ENAP	2,000
Total estimado	—	30,000 S/.

El presupuesto total estimado representa una inversión única y sostenible, considerando que su implementación eliminará la duplicidad de esfuerzos

gráficos y reducirá significativamente los gastos anuales destinados a manuales de identidad por gestión.

Además, la estandarización gráfica contribuirá a una mejor eficiencia en la gestión de comunicación institucional, alineada con la Política Nacional de Transformación Digital al 2030 (Gobierno del Perú, 2023).

Finalmente, la presente propuesta de innovación se concreta en el Documento de la Propuesta de Innovación: “Guía técnica para el uso del gran sello del estado peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales”, el cual se incorpora como Anexo 5. Dicho documento traduce los lineamientos teóricos, técnicos y comunicacionales expuestos en este capítulo en un plan operativo y ejecutable, que detalla las acciones, etapas, responsables y recursos necesarios para su implementación progresiva en las entidades del Poder Ejecutivo. De esta manera, se garantiza la viabilidad institucional y la sostenibilidad técnica del proyecto, fortaleciendo la coherencia visual del Estado peruano en entornos digitales y consolidando un modelo de identidad gubernamental moderno, accesible y unificado.

CONCLUSIONES

En cuanto al primer objetivo, podemos concluir que el uso del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa en plataformas digitales presenta inconsistencias visuales, como por ejemplo, variaciones en escala, detalle, color y acompañamiento textual, y de denominación institucional entre ministerios, viceministerios y direcciones generales, lo cual es una consecuencia de la ausencia de una normativa gráfica unificada, afectando la percepción de estado y por ende la imagen estatal.

En relación al segundo objetivo, el análisis realizado gracias a los datos obtenidos mediante la ficha de cotejo que se socializó a cinco especialistas permitió comprobar que la adaptación del Gran Sello al formato avatar debe priorizar legibilidad, simplicidad gráfica y coherencia jerárquica textual. El uso de un único avatar para todo el Poder Ejecutivo, acompañado de la denominación institucional organizada según nivel administrativo, favorece el reconocimiento inmediato del Estado como ente legítimo en entornos digitales.

Pasando al tercer objetivo, se diseñó una propuesta de guía técnica de uso digital que establece los lineamientos para la representación del Gran Sello del Estado en formato avatar y la reorganización de la denominación completa institucional en perfiles digitales. La propuesta responde a criterios de comunicación pública, diseño gráfico y funcionamiento de plataformas digitales, asegurando compatibilidad multiplataforma y estandarización de uso.

RECOMENDACIONES

La recomendación más urgente es aprobar oficialmente la Guía de Identidad Digital del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales como documento normativo de cumplimiento obligatorio. Se recomienda además que la Presidencia del Consejo de ministros, a través de la Secretaría de Comunicación Social y la Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática (ONGEI), emita una directiva técnica que formalice el uso del avatar unificado y la estructura jerárquica de denominación institucional. Esto permitirá estandarizar el uso del Gran Sello en todas las plataformas digitales, específicamente las redes sociales del Poder Ejecutivo, eliminando las interpretaciones y asegurando coherencia visual en la imagen del Estado.

En segunda instancia se recomienda Implementar un programa de capacitación dirigido a las oficinas de comunicación y protocolo de las entidades públicas. Con el fin de garantizar la correcta aplicación de la guía, se recomienda que la Escuela Nacional de Administración Pública (ENAP) desarrolle talleres formativos periódicos relacionados con identidad digital, legibilidad gráfica, formato avatar y estrategias de comunicación en plataformas digitales. Este proceso fortalecerá la capacidad técnica institucional y facilitará la adopción uniforme de los lineamientos.

Además, la creación de una plataforma centralizada de recursos digitales oficiales del Estado se vuelve una herramienta necesaria. Se sugiere desarrollar un repositorio digital administrado por la PCM que contenga versiones aprobadas del Gran Sello, plantillas editables en programas de uso libre y lineamientos de uso. Esta herramienta permitirá evitar duplicidades, errores de diseño y variaciones no autorizadas, garantizando la integridad y trazabilidad visual del símbolo institucional en todo el país.

La implementación de un sistema de monitoreo y auditoría de identidad visual en perfiles institucionales del ejecutivo. Se propone implementar un

mecanismo de supervisión periódica del uso del avatar y denominación en plataformas digitales oficiales, con el fin de verificar su correcta aplicación y mantener la uniformidad gráfica. Este seguimiento permitirá retroalimentación continua y actualización de las buenas prácticas de comunicación digital gubernamental.

En términos normativos, actualizar la normativa vigente para incorporar criterios digitales de uso del Gran Sello del Estado. Se recomienda complementar el Decreto Supremo N.º 056-2008-PCM con un anexo técnico digital, que incluya parámetros de reducción, contraste, escalabilidad, formato circular y organización textual jerárquica. De esta manera, la adaptación digital del símbolo estatal quedará integrada al marco legal vigente y no dependerá de lineamientos aislados característicos de los periodos de administración temporales.

Por último, la promoción de criterios de accesibilidad y usabilidad en la identidad visual estatal digital. En concordancia con la Política Nacional de Transformación Digital, se recomienda garantizar que durante el proceso de implementación del avatar y su sistema de uso se cumplan criterios de accesibilidad para personas con discapacidad visual o cognitiva.

REFERENCIAS

- Abusada, R., Cusato, M., & Pastor, R. (2008). *Eficiencia del gasto en el Perú*. Lima: Instituto Peruano de Economía (IPE). <https://ipe.org.pe/wp-content/uploads/2018/01/IPE-2008-Eficiencia-del-gasto.pdf>
- Acevedo Rojas, J. (2022). Rostros, voces y representaciones simbólicas desde los márgenes de la sociedad. *Conexión, Revista PUCP*, 16(1), 85–98. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/conexion/article/view/26123>
- Albornoz Barriga, M. B. (2004). *La representación simbólica en la red*. FLACSO. <http://hdl.handle.net/10469/356>
- Alon-Barkat, S. (2020). The emotive effect of government branding on citizens' trust and its boundaries: Does the personal relevance of the policy issue matter? *Public Administration*, 98(3), 551–569. <https://doi.org/10.1111/padm.12647>
- Apaza Tataje, J., et al. (2020). La importancia de la tipografía como distintivo en la creación e identidad de imágenes corporativas en Perú en el 2019. *Repositorio Institucional UCAL*. <https://hdl.handle.net/20.500.12637/350>
- Arévalo, C. (2022). *La percepción del avatar digital en el mundo físico*. Universidad del Desarrollo. <https://repositorio.udd.cl/handle/11447/7504>
- Ascencio Jordán, E. del P., Ceballos Muñoz, V. I., & Salcedo Aparicio, D. M. (2020). *Interacción humano–tecnología, interfaces y usabilidad*. *RECIAMUC*, 4(2), 21–28. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/4.\(2\).abril.2020.21-28](https://doi.org/10.26820/reciamuc/4.(2).abril.2020.21-28)
- Atalaya, M., & Tarazona, J. (2021). Identificación de factores críticos para la implementación exitosa del gobierno digital en el Perú desde la perspectiva de actores relacionados al Poder Ejecutivo. *Repositorio Digital PUCP*. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/18347>
- Bonales-Daimiel, G., Martínez-Estrella, E. C., & Moreno-Albarracín, B. (2025). Avatares y mundo real: Estudio del impacto personal y organizacional de las identidades virtuales. *Revista Prisma Social*, (49), 31–59. <https://revistaprismasocial.es/article/view/5769>
- Cáceres, G. (2023). Análisis de construcción de identidad visual y tipografía en redes sociales de mypes peruanas del rubro de moda (2020–2023). *Repositorio Académico UPC*. <http://hdl.handle.net/10757/674933>
- Chen, Y., et al. (2022). Alignment of images and text in tourism logos: Influence on attitude toward tourist destinations. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 50(12), 1–12. <https://doi.org/10.2224/sbp.11837>
- Carrillo Beatriz, Oscar. (2015). "Diseño de interfaz y experiencia de usuario de app para la licenciatura en diseño y comunicación visual de Universidad Insurgentes". (Tesis de Licenciatura). Universidad Insurgentes, México. Recuperado de <https://repositorio.unam.mx/contenidos/276851>
- Enriquez, J. G., & Casas, S. I. (2014). Usabilidad en aplicaciones móviles. *Informes Científicos Técnicos - UNPA*, 5(2), 25–47. <https://doi.org/10.22305/ict-unpa.v5i2.71>

- Castillo Alcántara, P., Tasic, J., & Cano, D. (2024). *Enhancing digital identity: Evaluating avatar creation tools and privacy challenges for the metaverse*. *Information*, 15(10), 624. <https://doi.org/10.3390/info15100624>
- Chávarri, C. A. (2023). Soluciones digitales (UX y UI) en el diseño de la identidad visual de marcas. *Repositorio Institucional PUCP*. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/24849>
- Chen, C.-Y. (2019). *Graphic legibility enhancement using simplification for icons and logos* (Tesis doctoral). University of Leeds. <https://etheses.whiterose.ac.uk/id/eprint/16408/1/Chung-Yun%20Chen%20PhD%20eThesis.pdf>
- Chirino, J., Cueva, S., López, G., & Vivanco, J. (2017). *Medición de la usabilidad del diseño de interfaz de usuario con el método de evaluación heurística: dos casos de estudio*. *Revista Colombiana de Computación*, 20(1), 77–90. <http://dx.doi.org/10.29375/25392115.3605>
- Congreso de la República del Perú. (2025). *Ley N.º 31719: Ley que regula el uso de los símbolos nacionales del Perú*. *Diario Oficial El Peruano*. <https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/2363369-4>
- Cornejo Mayorga, A. D. R. (2025). Evolución de los manuales de marca en la era digital: Adaptación a plataformas multimedia y su impacto en la consistencia visual: Evolution of Brand Manuals in the Digital Age: Adaptation to Multimedia Platforms and Its Impact on Visual Consistency. *Revista Científica Multidisciplinar G-Nerando*, 6(1), Pág. 3161 –. <https://doi.org/10.60100/rcmq.v6i1.558>
- Moon, Y., Nam, J., & Kim, G. (2023). Influence of avatar facial appearance on users' perceived embodiment and presence in immersive virtual reality. *Electronics*, 12(3), 583. <https://doi.org/10.3390/electronics12030583>
- Dabner, D. (2018). *Principles and practice of graphic design*. Nueva York: Fairchild Books.
- Diario Oficial El Peruano. (28 de julio de 2023). *Decreto Supremo N.º 085-2023-PCM: Política Nacional de Transformación Digital al 2030*. Lima, Perú: *Diario Oficial El Peruano*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4912522/Decreto%20Supremo%20N.%C2%B0085-2023-PCM.pdf?v=1690542137>
- Donayre, J. M. (2012). *Signos de identidad: De la gráfica popular limeña a la identidad gráfica peruana*. Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/1710>
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Gamarra Espinoza, V. I. (2020). *La influencia de la identidad visual en la accesibilidad web de interfaces gráficas de plataformas gubernamentales: Enfoque en usuarios con discapacidad* (Tesis de licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <http://hdl.handle.net/10757/655567>
- García Luque, V. R. (2011). *Niveles de conocimiento y opinión sobre los símbolos patrios en educandos del VII nivel de la Institución Educativa Independencia Americana – Arequipa, 2011* (Tesis de licenciatura). Universidad Católica de Santa María. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/3997>

- García, R. (2023). *Análisis de la utilización de elementos emblemáticos en la identidad gráfica de la Municipalidad de Lima en la última década*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <http://hdl.handle.net/10757/658747>
- Gobierno del Perú. (2008). *Decreto Supremo N.º 056-2008-PCM: Normas sobre información a ser consignada en la documentación oficial del Poder Ejecutivo*. Diario Oficial El Peruano.
- Gobierno del Perú. (2023). *Decreto Supremo N.º 085-2023-PCM: Política Nacional de Transformación Digital al 2030*. Diario Oficial El Peruano. <https://www.gob.pe/institucion/pcm/normas-legales/4471543-085-2023-pcm>
- Gómez Delgado, J. (2024). *Diseño de interfaces para la web actual: De la estructura de la interfaz a la usabilidad*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa*. Universidad de Sonora, Facultad Interdisciplinaria de Ciencias Sociales.
- Harnoko, K., & Yusuf, A. (2024). Effectiveness of logo complexity on the success of a company's brand awareness. *Journal Paramadina*, 3(1), 45–60. <https://doi.org/10.51353/jim.v3i1.931>
- Hope, W. H. (1912–1922). *Heraldry for craftsmen & designers*. Project Gutenberg.
- Huang, Z. (2010). *Usability and credibility evaluation of electronic government websites* (Tesis doctoral). Brunel University. <http://bura.brunel.ac.uk/handle/2438/4601>
- Ibrahim, Y. (2020). *Digital icons*. Londres: Routledge.
- Jiang, Y., Gorn, G., Galli, M., & Chattopadhyay, A. (2016). Does your company have the right logo? How and why circular- and angular-logo shapes influence brand attribute judgments. *Journal of Consumer Research*, 42(5), 709–726. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucv049>
- Jones Grinard, M. L. (2024). Estrategias de branding en las redes sociales. *Experior*, 3(2), 101–111. <https://doi.org/10.56880/experior32.2>
- Juárez Uribe, J. C. (2016). *Los símbolos patrios: La reminiscencia de lo colonial*. Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/7667>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Ko, Y.-H. (2017). The effects of luminance contrast, colour combinations, font, and search time on brand icon legibility. *Applied Ergonomics*, 65, 33–40. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2017.05.015>
- Lelis, C., et al. (2020). Logos, typography: The constant vector of dynamic. *Journal of Visual Communication Design*, 19(4), 415–430. <https://doi.org/10.1177/1470357220966775>

- Levrero, V., & Veirano, D. (2015). *Color, diseño y cultura: El rol del color en identidades visuales de la órbita cultural y estatal del Uruguay*. Universidad de la República. <https://hdl.handle.net/20.500.12008/38421>
- Martínez Sánchez, M. E., Laureckis Molla, M. E., & Buil López-Menchero, T. (2025). Visual Identity in the Digital Era: Decoding the Adaptation of Brands in the Digital Environment. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 17(2), 245–258. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5771>
- Martínez, J. A. (2019). *Estética de la interacción visual: La imagen-avatar y performance en las redes sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Martínez, R. (2019). *Diseño gráfico institucional: Teoría y aplicación en entornos digitales*. Editorial Universidad de Diseño.
- Mohamed, A., & Adiloglu, O. (2023). Analyzing the role of Gestalt elements and design principles in logo and branding. *SSRG International Journal of Communication and Media Science*, 10(2), 1–12. <https://doi.org/10.14445/2349641X/IJCMS-V10I2P104>
- Moreno, P., & Bonales, G. (2025). Avatars and digital identity: Branding in the metaverse. *SJSU ScholarWorks*. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3799-8.ch012>
- Morón Donayre, J. (2012). *Signos de identidad: De la gráfica popular limeña a la identidad gráfica peruana*. Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/1710>
- Moya Espinosa, M., et al. (2021). *Aportes para la implementación de la investigación en ciencias sociales*. Tunja: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC).
- Muzzo, S. P. (1974). *Colección documental de la independencia del Perú. Tomo X: Símbolos de la Patria*. Lima: Comisión Nacional del Sesquicentenario de la Independencia del Perú.
- Ni, W. (2024). *Brand Image Building: The Key to Graphic Design*. *Journal of New Media and Economics*, 12(1), 114-118. <https://doi.org/10.62517/jnme.202410321>
- Parreño Sánchez, M., Carrera Erazo, S. C., Chávez Murillo, S. E., & Cabezas Elizondo, N. E. (2019, noviembre). *Diseño de interfaces gráficas en el desarrollo de software: Metodología para asegurar la efectividad*. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 7 (Edición especial noviembre), 1–15. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v30i1.1139>
- Peng, Y., et al. (2024). Into the virtual worlds: Conceptualizing the consumer-avatar journey in virtual environments. *Psychology and Marketing*, 41(2), 201–216. <https://doi.org/10.1002/mar.22129>
- Pittard, N., Ewing, M., & Jevons, C. (2007). Aesthetic theory and logo design: Examining consumer response to proportion across cultures. *Journal of Brand Management*, 14(5), 353–365.
- Rengifo Cerrón, J. A. (2024). *Identidad corporativa y su impacto en la percepción visual de la población en la Municipalidad de Ancón, Lima 2024*. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/146632>

- Couoh Novelo, M. A. (2021). *Evaluación de usabilidad en herramientas de aprendizaje colaborativo en dispositivos móviles para ambientes virtuales educativos*. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(22). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.931>
- Romero Carazas, E., et al. (2021). *Método de investigación científica: Diseño de proyectos y elaboración de protocolos en las ciencias sociales*. Lima: Editorial Idicap Pacífico.
- Romero Rodríguez, L., et al. (2020). *Investigación aplicada en ciencias de la educación*. Barcelona: Octaedro.
- Romero, K. K. (2021). *Análisis de la utilización de elementos emblemáticos en la identidad gráfica de la Municipalidad de Lima en la última década*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <http://hdl.handle.net/10757/658747>
- Silva, L. M. (2024). *Enhancing usability of open government data portals* (Tesis de maestría). Instituto Superior Técnico de Lisboa. <https://fenix.tecnico.ulisboa.pt/downloadFile/3096619880809138/Thesis.pdf>
- Suárez Carballo, F., Martín-Sanromán, J. R., & Galindo Rubio, F. (2020). Las marcas gráficas adaptativas en la estrategia digital de la identidad visual corporativa. *Fonseca, Journal of Communication*, 20(2), 71–90. <https://revistas.usal.es/cuatro/index.php/2172-9077/article/view/fic2020207190>
- Suito, B. (2021). Rojo: El color del Perú. *Revista de Química PUCP*, 45(2), 77–84. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/quimica/article/view/24289>
- Tello Vásquez, J. P. (2023). *Propuesta de un manual de identidad visual corporativa para el posicionamiento de Ismael Tello EIRL en el sector gráfico*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/6515>
- Trehan, R., & Kalro, A. D. (2024). A comprehensive framework of visual elements in brand logos: Content analysis of top 500 global brands. *Journal of Product & Brand Management*, 33(2), 151–166. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2023-4720>
- UK Government Digital Service. (2025). *GOV.UK brand guidelines*. <https://www.gov.uk/government/publications/govuk-brand-guidelines>
- Valencia, J., Villota-Cuásquer, Ó. D., & López-Carmona, J. A. (2025). *Identidad encarnada y mediación tecnológica en avatares digitales: Un análisis desde la experiencia del usuario*. *Arte, Individuo y Sociedad*, 35(3), 645–663. <https://doi.org/10.5209/aris.103643>
- Vargas Manchego, G. E. (2021). *Manual de identidad visual para fortalecer la legislación peruana de propiedad intelectual*. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/02114d60-7164-4fa7-8891-a07e0ab6fc84>
- Victoria State Government. (2019). *Social media branding – Digital guide*. <https://www.vic.gov.au/social-media-branding-digital-guide>
- Wang, C., et al. (2022). Aesthetic text logo synthesis via content-aware layout inferring. *arXiv Preprint arXiv:2204.02701*. <https://arxiv.org/abs/2204.02701>

Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Zhang, Y., et al. (2025). Inclusive avatar guidelines for people with disabilities: Supporting disability representation in social virtual reality. *arXiv Preprint arXiv:2502.09811*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2502.09811>

ANEXOS

ANEXO 1 REPORTE TURNITIN

JANET DANIELA MAUCAILLE ROJAS

NRC 4592 - MAUCAILLE ROJAS JANET DANIELA.docx

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::30163:530217534

Fecha de entrega

19 nov 2025, 4:05 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

2 dic 2025, 9:39 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

NRC 4592 - MAUCAILLE ROJAS JANET DANIELA.docx

Tamaño del archivo

1019.9 KB

124 páginas

24.596 palabras

145.476 caracteres

13% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

Fuentes principales

11% Fuentes de Internet

1% Publicaciones

6% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Janet Daniela Maucaille Rojas

(Autor)



Albarracín Aparicio Roxana Alexandra

(Asesor)

ANEXO 2 HOJA DE IMPACTOS Y RESULTADOS

Tipo de documento: Trabajo de investigación

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales

Integrantes:

1. Maucaille Rojas, Janet Daniela

Asesor: Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

La investigación titulada “Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales” genera un impacto relevante en los ámbitos institucional, social, tecnológico y gráfico, al responder a la necesidad de adecuar los símbolos oficiales del Estado a los entornos digitales contemporáneos.

En el ámbito institucional y social, el estudio contribuye a fortalecer la coherencia visual, la legibilidad y el reconocimiento del Gran Sello del Estado Peruano en plataformas digitales, favoreciendo una percepción de profesionalismo, transparencia y confianza por parte de la ciudadanía.

Desde una perspectiva económica y administrativa, la investigación permite optimizar el uso de los recursos públicos, al proponer lineamientos que evitan la elaboración reiterada de manuales gráficos temporales y reducen inconsistencias en la representación del símbolo oficial entre distintas entidades gubernamentales.

Asimismo, en el ámbito tecnológico y del diseño gráfico, el estudio aporta criterios de escalabilidad, simplificación gráfica y adaptabilidad, facilitando la correcta implementación del Gran Sello del Estado Peruano en formatos digitales de pequeña escala, como avatares utilizados en redes sociales y plataformas institucionales.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

Como resultado del proceso de investigación desarrollado en el marco del proyecto “Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales”, se identificaron las principales limitaciones gráficas, normativas y técnicas que afectan la correcta adaptación del símbolo oficial en entornos digitales.

El análisis permitió evidenciar la ausencia de una normativa gráfica unificada, así como los problemas de legibilidad y reconocimiento que se generan al reducir el Gran Sello del Estado Peruano a formatos de pequeña escala.

A partir de los datos recopilados y analizados, se elaboró una propuesta de mejora basada en lineamientos gráficos y técnicos orientados a optimizar la adaptación del Gran Sello y su denominación completa al formato avatar, garantizando coherencia visual y funcionalidad en plataformas digitales.

Estos resultados responden a los objetivos planteados al inicio del proyecto y permiten comprender la importancia de una correcta adaptación gráfica de los símbolos institucionales del Estado en el contexto digital actual.

ANEXO 3 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

CATEGORIAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUBCATEGORÍAS	MICROCATEGORÍAS	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INST
C1: optimización gráfica del gran sello del estado peruano y su denominación completa	Implica ajustar gráficamente el Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa para que sea lo más eficiente, comprensible y funcional posible, sin perder su esencia visual ni comunicacional, preservando su	Operacionalmente se entiende que la optimización gráfica del gran sello del estado peruano y su denominación completa se orientan a dos subcategorías: Composición visual e identidad gráfica	Composición visual	¿Considera que en la propuesta se conserva el orden original como principio identitario del Estado?	ABIERTAS	1	FICHA COTEJO
				¿Cree que la alineación de la propuesta es coherente?		2	
				¿Considera adecuada la proporción de la propuesta para mantener armonía visual?		3	
			Identidad gráfica	¿Piensa que la tipografía de la propuesta respeta la fidelidad institucional?		4	
				¿Cree que la representación del Escudo Nacional es fiel y central en la propuesta?		5	
				¿Está de acuerdo en que la propuesta conserve la paleta cromática oficial?		6	
C2: formato avatar en plataformas digitales	Versión gráfica reducida usada como imagen de perfil en entornos digitales, que exige claridad y síntesis visual para representar adecuadamente a una entidad en espacios limitados.	Operacionalmente se entiende que el formato avatar en plataformas digitales se orientan a tres subcategorías: Rendimiento visual, Eficiencia digital y Estandarización	Claridad visual	¿Considera que la propuesta es legible en tamaños menores a 100x100 píxeles?	ABIERTAS	1	FICHA DE COTEJO
				¿Cree que la simplificación gráfica de la propuesta preserva su identidad visual?		2	
				¿Está de acuerdo con retirar la denominación textual del sello y colocarla en la descripción del perfil digital para mejorar la legibilidad y uniformidad institucional?		3	
			Entornos digitales	¿Considera adecuada la reorganización del sello para mantener su equilibrio y legibilidad en formatos circulares utilizados por las plataformas digitales?		4	
				¿Considera que el uso de un avatar común con el Gran Sello en todas las entidades del Estado contribuye a una identidad digital unificada?		5	
				¿Cree que el sello mantiene su legibilidad e integridad visual al aplicarse en diversas plataformas digitales?		6	

ANEXO 4 MATRIZ DE CATEGORÍAS

MATRIZ DE CATEGORÍAS					
Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales.					
PROBLEMA	OBJETIVOS	Análisis de orden de lectura mediante evaluación de diseño			
		Optimización gráfica del gran sello del estado peruano y su denominación completa			
Problema Principal	Objetivo General	SUBCATEGORÍAS	MICROCATEGORÍAS	Criterios	Item
¿De qué manera la Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales puede mejorar la imagen institucional del estado peruano?	Analizar cómo la propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales, puede fortalecer su funcionalidad visual y su valor institucional en los entornos digitales del Estado.	Composición visual	Jerarquía	¿Considera que en la propuesta se conserva el orden original como principio identitario del Estado?	1
			Alineación espacial	¿Cree que la alineación de la propuesta es coherente?	2
			Proporción	¿Considera adecuada la proporción de la propuesta para mantener armonía visual?	3
		Identidad gráfica	Tipografía	¿Piensa que la tipografía de la propuesta respeta la fidelidad institucional?	4
			Representación simbólica	¿Cree que la representación del Escudo Nacional es fiel y central en la propuesta?	5
			Paleta cromática oficial	¿Está de acuerdo en que la propuesta conserve la paleta cromática oficial?	6
Problema específicos	Objetivos Específicos:	Formato avatar en plataformas digitales			
		SUBCATEGORÍAS	MICROCATEGORÍAS	Criterio	Item
¿De qué manera puede optimizarse la claridad visual del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al adaptarse al formato avatar en plataformas digitales?	Optimizar la claridad visual del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales.	Claridad visual	Legibilidad	¿Considera que la propuesta es legible en tamaños menores a 100x100 píxeles?	7
			Simplificación gráfica	¿Cree que la simplificación gráfica de la propuesta preserva su identidad visual?	8
			Reducción textual	¿Está de acuerdo con retirar la denominación textual del sello y colocarla en la descripción del perfil digital para mejorar la legibilidad y uniformidad institucional?	9
¿De qué manera puede establecerse un lineamiento normativo unificado que regule el uso del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en las plataformas digitales?	Establecer un lineamiento normativo unificado que regule el uso del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales.	Entornos digitales	Formato circular	¿Considera adecuada la reorganización del sello para mantener su equilibrio y legibilidad en formatos circulares utilizados por las plataformas digitales?	10
			Uniformidad institucional	¿Considera que el uso de un avatar común con el Gran Sello en todas las entidades del Estado contribuye a una identidad digital unificada?	11
			Compatibilidad multiplataforma	¿Cree que el sello mantiene su legibilidad e integridad visual al aplicarse en diversas plataformas digitales?	12

ANEXO 5 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Ficha de Cotejo – Entrevista Cualitativa Cerrada

Nombre del entrevistado:	
Profesión / Especialidad:	
Institución o entidad:	
Fecha:	
Código de participante:	

Categoría 1: Optimización gráfica del gran sello del estado peruano y su denominación completa

Nº	Pregunta cerrada	Si	No	Recomendación
1	¿Considera que en la propuesta se conserva el orden original como principio identitario del Estado?			
2	¿Cree que la alineación de la propuesta es coherente?			
3	¿Considera adecuada la proporción de la propuesta para mantener armonía visual?			
4	¿Piensa que la tipografía de la propuesta respeta la fidelidad institucional?			
5	¿Cree que la representación del Escudo Nacional es fiel y central en la propuesta?			
6	¿Está de acuerdo en que la propuesta conserve la paleta cromática oficial?			

Categoría 2: Formato avatar en plataformas digitales

Nº	Pregunta cerrada	Si	No	Recomendación
1	¿Considera que la propuesta es legible en tamaños menores a 100x100 píxeles?			
2	¿Cree que la simplificación gráfica de la propuesta preserva su identidad visual?			
3	¿Está de acuerdo con retirar la denominación textual del sello y colocarla en la descripción del perfil digital para mejorar la legibilidad y uniformidad institucional?			
4	¿Considera adecuada la reorganización del sello para mantener su equilibrio y legibilidad en formatos circulares utilizados por las plataformas digitales?			
5	¿Considera que el uso de un avatar común con el Gran Sello en todas las entidades del Estado contribuye a una identidad digital unificada?			
6	¿Cree que el sello mantiene su legibilidad e integridad visual al aplicarse en diversas plataformas digitales?			

ANEXO 6 INFORME DE JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN - CATEGORÍA 1

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente – ISIL - UNMSM
1.3. Nombre del instrumento:	Ficha de cotejo
1.4. Autor del instrumento:	Maucaille Rojas Janet Daniela
1.5. Título de la investigación	Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

IV. 85%. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del experto:

Lugar y fecha: Lima, 15/12/2025

DNI N° 41981490

ORCID 0000-0002-6930-3718

ANEXO 7 INFORME DE JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN - CATEGORÍA 2

V. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente – ISIL - UNMSM
1.3. Nombre del instrumento:	Ficha de cotejo
1.4. Autor del instrumento:	Maucaille Rojas Janet Daniela
1.5. Título de la investigación	Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%
------------------------	--	--	--	--	--	-----

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		

VII. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

VIII. 85 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del experto:

Lugar y fecha: Lima, 15/12/2025

DNI N° 41981490

ORCID 0000-0002-6930-3718

ANEXO 8 DOCUMENTO DE PRESENTACIÓN PARA VALIDACIÓN POR ESPECIALISTAS

Estimado/a especialista:

Gracias por su tiempo y disposición para revisar esta propuesta. El presente documento forma parte de la investigación titulada: **“Propuesta de mejora para la optimización gráfica del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa, adaptada al formato avatar en plataformas digitales”**.

Con el propósito de contar con su evaluación experta, se presentan aquí de manera concisa los antecedentes y la evolución de la propuesta. Finalmente, usted encontrará una ficha de cotejo para anotar su evaluación y, si lo cree conveniente, recomendaciones de mejora.

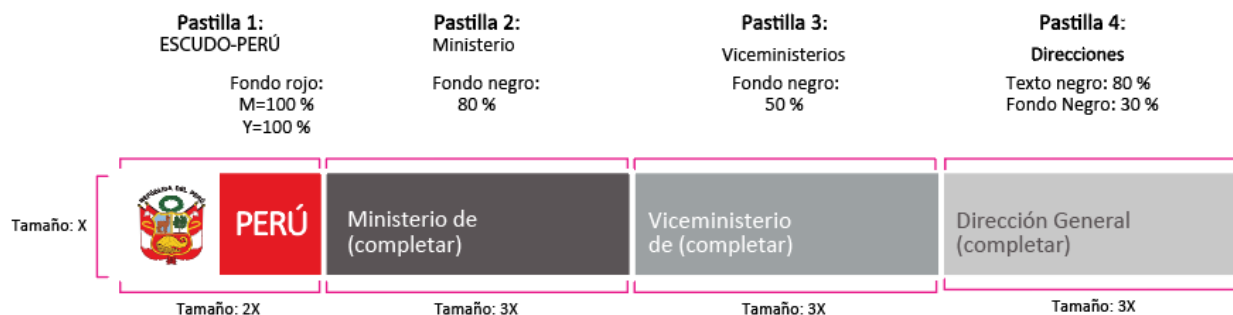
Su contribución es esencial para mejorar la calidad y el alcance de esta investigación.

ANTEDECENTES

2. Marco normativo Decreto Supremo N.º 056-2008-PCM

GRAN SELLO DEL ESTADO PERUANO Y SU DENOMINACIÓN COMPLETA

Para uso en documentos oficiales impresos en formato A4



3. Características de avatares digitales sin estandarización oficial



Distorsión formal e incompatibilidad geométrica: Las restricciones geométricas de los avatares digitales (ya sean cuadrados o circulares) como se ha visto colisionan directamente con la rigidez del formato horizontal normativo (el sistema de pastillas jerárquicas). Los cambios informales exigen que las proporciones y dimensiones originales de los elementos se modifiquen de acuerdo con la norma, lo cual genera una falta de consistencia visual que resulta en un uso anárquico de acrónimos (por ejemplo "DAFO" o "MIDAGRI") para llenar el espacio que no es suficiente.

Compromiso con la legibilidad de los textos y saturación informativa: Al intentar incluir el nombre completo de la institución (que comprende todos los viceministerios y direcciones) en un módulo de identificación pequeño, se produce una saturación textual significativa. La densidad de información, que no es apta para la baja resolución y el tamaño de los avatares, afecta significativamente la legibilidad del texto y la efectividad comunicacional del sello en las plataformas digitales.

Colisión de símbolos y pérdida de autoridad icónica: La inadecuada adaptación del diseño horizontal dentro de un formato cuadrado produce una doble representación gráfica institucional que resulta confusa y visualmente redundante. La autoridad y la claridad icónica del Gran Sello se ven disminuidas por este acto de superposición o incrustación, que lo empequeñece y mengua su impacto visual a causa del exceso de elementos textuales que lo rodean.

PROPUESTA

Pastilla 1: Escudo-Perú



La solución propuesta consiste en simplificar de manera radical el identificador institucional para que sea apto para emplearse en entornos digitales, cumpliendo de esta manera con los principios de legibilidad y usabilidad requeridos por las plataformas.

Esta implica mantener únicamente el módulo esencial, llamado "Pastilla 1" (Escudo-Perú), y eliminar por completo las pastillas secundarias de color gris que contienen la denominación institucional completa (Viceministerio, Ministerio, Dirección).

Fundamento de los beneficios de la Propuesta:

Síntesis Gráfica: Esta disminución genera un identificador que es más claro, legible y escalable, lo cual se ajusta bien con las dimensiones mínimas del formato avatar. Se garantiza la claridad de los componentes del escudo en baja resolución y se mejora el reconocimiento visual inmediato del Estado. El resultado es una marca institucional digitalmente funcional y fácil de recordar.

Principio de no saturación: Se aísla el núcleo gráfico ("Escudo-Perú") para mantener la integridad del emblema principal, sin agregar ruidos visuales superfluos ni distorsiones. La colisión entre el diseño normativo horizontal y las limitaciones de espacio del formato digital se soluciona al eliminar las cajas de texto jerárquicas. Esta mejora le permite al emblema del Estado conserve su autoridad y claridad visual sin estar sobrecargado.

Reubicación estratégica de la denominación: La denominación completa de cada entidad estatal debe reubicarse estratégicamente fuera del elemento gráfico principal. Como sabemos cada plataforma o red social cuenta con un campo de texto particular para estos datos (nombre del perfil o descripción), en este sentido no sería un problema retirar la denominación completa y situarla en este lugar, ya que en todos los casos se sitúa a continuación del avatar, da la sensación de ser la parte textual de un logotipo.

Coherencia a nivel de normas y funcionalidad: Al separar el componente gráfico del texto descriptivo se evita que se produzca incoherencia visual debido a la utilización de acrónimos no estandarizados. Se fija una norma visual única para el emblema gráfico del Estado ("Escudo-Perú"), lo cual simplifica la administración de la identidad visual en todos los canales digitales. Esto asegura la máxima coherencia funcional del sistema de identidad en el ecosistema de comunicación digital.

APLICACIONES

Facebook:



Ministerio de (completar)

1,7 mill. seguidores • 84 seguidos



Dirección Desconcentrada de (completar) de Cusco

Instagram:



minculturape

Following

Message

+8 ...

12,103 posts

378K followers

324 following

Ministerio de Cultura del Perú

© minculturape

LinkedIn:



Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables

Administración pública
Lima, Lima

31 mil seguidores

Tiktok:



minproduccion ✓ Ministerio de la Producción

Seguir

Mensaje



35 Siguiendo 32.7K Seguidores 94.6K Me gusta

Cuenta oficial del Ministerio de la Producción

ANEXO 9 GUÍA DE IDENTIDAD DIGITAL DEL GRAN SELLO DEL ESTADO PERUANO Y SU DENOMINACIÓN COMPLETA AL FORMATO AVATAR EN PLATAFORMAS DIGITALES

La presente guía establece los lineamientos técnicos y normativos para la adaptación del Gran Sello del Estado Peruano y su denominación completa al formato avatar en plataformas digitales.

Su objetivo es garantizar la coherencia visual, la jerarquía institucional y la legibilidad del símbolo estatal en los entornos digitales del Poder Ejecutivo.

Estructura de propuesta:

El sistema propuesto se organiza en dos secciones principales:

Sección gráfica o avatar (Pastilla 1): corresponde al Gran Sello del Estado Peruano, símbolo máximo de autoridad y representación del Estado.

Sección textual o descriptiva (Pastillas 2, 3 y 4): corresponde a la denominación completa de la entidad. Estas denominaciones reflejan los distintos niveles jerárquicos del Estado: Ministerio, Viceministerio y Dirección General u Oficina.

1. Reorganización de la denominación institucional

En la versión original del sistema gráfico, la estructura jerárquica se representaba mediante “pastillas” dispuestas de forma secuencial y fija (1, 2, 3 y 4), donde el Gran Sello del Estado Peruano (Pastilla 1) antecedía a la denominación del ministerio, viceministerio o dirección general correspondiente.

En la presente propuesta, las pastillas han sido reemplazadas por la denominación pura, es decir, por el uso directo de los nombres institucionales sin módulos gráficos contenedores.

Este cambio responde a las condiciones funcionales del entorno digital, donde la legibilidad, la escalabilidad y la coherencia jerárquica textual son prioritarias frente a la rigidez de una composición modular.

El orden de las denominaciones se ha adaptado en cada caso (Ministerio, Viceministerio y Dirección General) para reflejar la lógica comunicacional y jerárquica propia de cada nivel institucional en entornos digitales:

Ministerios: priorizan la identificación directa del Estado como emisor principal.

Viceministerios: enfatizan la función específica, manteniendo la referencia jerárquica al ministerio en la descripción.

Direcciones Generales o dependencias: destacan la especialidad operativa, conservando la trazabilidad hacia el viceministerio y el ministerio de origen.

De esta manera, el nuevo esquema mantiene la coherencia institucional del Estado y optimiza la lectura y el reconocimiento de las entidades en entornos digitales, donde el espacio, la visualización reducida y la inmediatez exigen estructuras más claras y flexibles.

El orden, por tanto, no es jerárquico en sentido visual, sino secuencial según el nivel institucional representado, preservando la lógica administrativa del Estado y adaptándola al formato de los perfiles digitales.

2. Longitud del texto

La longitud del texto puede ajustarse según los límites de cada plataforma (por ejemplo, 150 caracteres en Instagram o 160 en X/Twitter).

En todos los casos, debe priorizarse la claridad jerárquica, la unidad institucional y la identificación del Estado Peruano como entidad emisora.

Este formato garantiza una presentación jerárquica clara y coherente, facilita la identificación oficial y refuerza la unidad visual del Estado en el entorno digital.

Casos de aplicación:

Caso 1. Ministerio

Avatar: Gran Sello del Estado Peruano (Pastilla 1).

Nombre del perfil: Ministerio de ... del Perú (Pastilla 2).

Descripción o biografía: Poder Ejecutivo del Perú.

Uso recomendado: Para los perfiles institucionales principales de los ministerios.

La descripción puede complementarse con una breve referencia a su función o con un enlace oficial (por ejemplo, gob.pe/cultura).

Caso 2. Viceministerio

Avatar: Gran Sello del Estado Peruano (Pastilla 1).

Nombre del perfil: Viceministerio de ... (Pastilla 3).

Descripción o biografía: Ministerio de ... del Perú (Pastilla 2) – Poder Ejecutivo del Perú.

Uso recomendado: Para viceministerios con autonomía en su comunicación digital.

El nombre del ministerio se incluye en la descripción para mantener la identificación jerárquica completa.

Caso 3. Dirección General o dependencia adscrita a un Viceministerio

Avatar: Gran Sello del Estado Peruano (Pastilla 1).

Nombre del perfil: Dirección General de ... (Pastilla 4).

Descripción o biografía: Viceministerio de ... (Pastilla 3) – Ministerio de ... del Perú (Pastilla 2) – Poder Ejecutivo del Perú.

Uso recomendado: Para direcciones generales, oficinas o programas que administran sus propios canales institucionales.

Este formato asegura la cadena jerárquica completa sin sobrecargar el nombre del perfil, permitiendo identificar con claridad la dependencia, el viceministerio y el ministerio correspondientes.

Representación visual:

La representación visual del Gran Sello del Estado Peruano, base del avatar institucional del Poder Ejecutivo, se desarrolla conforme a lo dispuesto en el Decreto Supremo N.º 056-2008-PCM, que establece el uso del Gran Sello del Estado y su denominación completa en toda documentación oficial de los ministerios y organismos públicos adscritos al Poder Ejecutivo.

Asimismo, el diseño gráfico del sello se actualiza de acuerdo con la Resolución Ministerial N.º 00836-2025-DE, que aprueba el Reglamento de la Ley de los Símbolos de la Patria y detalla las especificaciones técnicas vigentes del emblema nacional.

A continuación, se presenta la Pastilla Escudo – PERÚ, correspondiente al avatar institucional del Poder Ejecutivo del Perú, seguida de su adaptación al formato circular, conforme a los requerimientos de las plataformas digitales para la correcta visualización de perfiles oficiales.



Figura 1. Avatar institucional del Poder Ejecutivo del Perú.



Figura 2. Avatar institucional del Poder Ejecutivo del Perú adaptado al formato circular.