

Agradecimientos

Paty Huerta y Obed Meza

Juntos caminamos a lo largo de un año para realizar este proyecto, gracias por compartir sus conocimientos, por las observaciones, el estrés y las risas compartidas, por su tiempo y dedicación, por que a pesar de los pequeños inconvenientes que surgieron para llegar a este día, hoy llegamos juntos, ¡Lo logramos! y es que al igual que nosotras se involucraron tanto en el proyecto para llegar al resultado final.

Gracias por el apoyo, las palabras y confianza que depositaron en nosotras, son parte importante en éste proyecto. Hemos conocido maestros que pueden impartir clases de diseño, pero son pocos quienes realmente transmiten el amor y pasión por él, y ustedes son un claro ejemplo de ello, gracias por enseñarnos amar aún más nuestra hermosa carrera.

Nuestra más grande admiración y cariño.

Ángeles Lichtle

Agradecemos por su disposición y ayudada brindada en el proceso de este arduo trabajo.

Jesús Barrientos

Gracias por ayudarnos a dar uno de los pasos más importantes de nuestra tesis, por creer en nosotras, darnos siempre animos y esperanzas para terminar de la mejor manera este proyecto, ero en especial gracias por contagiarnos su amor por la tipografía.

Por que llevaremos muy dentro sus enseñanzas que ahora forman parte de lo que somos.

Cristina Balbis

Gracias por brindarnos siempre su apoyo, por que a pesar de no conocernos siempre estuvo al pendiente de cada una de nuestras peticiones, y aunque la distancia nos separa sabe que le tenemos un gran aprecio. En verdad que sin su ayuda no hubiéramos logrado muchas de las cosas que se realizaron para la academia.

Gracias por la confianza depositada en nosotras, por dejarnos ayudar con un poquito de nuestro amor y diseño, por su interés y animo para realizar el proyecto.

A mis papás:

Gracias por dejarme tomar el camino que había soñado, por saber que el mejor impulso a distancia es el amor, y nunca dejarme caer. Podría encontrar mil formas de agradecerles el haberme enseñado a caminar por la vida, pero jamás podré encontrar las palabras para agradecer que me hayan enseñado a ser diferente y siempre luchar por volar.

A Manu:

Gracias por ser esa persona que sin esfuerzo me planta siempre una sonrisa y ganas de seguir adelante.

A Rubi:

Gracias por haber emprendido este viaje conmigo, por encargarte desde el primer día de hacer de la universidad una experiencia que me hizo crecer pero sobre todo aprender muchas cosas, por tu apoyo en momentos difíciles y por sacrificar tu tiempo para lograr lo que un día nos propusimos.

Agradezco haberte encontrado en este camino tan difícil, y por poder construir este proyecto con esfuerzo, paciencia y sostenido por nuestra gran amistad.

Este es el primer paso de los muchos que daremos en la vida, en el mismo camino o distintos pero siempre juntas. Gracias por haber hecho de ti, una hermana para mi.

Laura Angélica Contreras Porras

A mis papás:

En ocasiones las palabras nunca son suficientes para describir cuan importante puede ser alguien en tu vida ni pueden cubrir todo el inmenso amor que puedes sentir, pero hoy más que nunca quiero decirles gracias por todo su amor, su comprensión y sobre todo, gracias por nunca cortar mis alas, por dejarme soñar en que puedo lograr mis metas, ya que me han enseñado a que si se quiere lograr un sueño se debe trabajar para alcanzarlo, gracias por tener siempre las palabras precisas para guiar mi camino, por los ánimos y ese impulso para llegar más alto, sin olvidar que nunca hay que perder los pies en la tierra. El mejor regalo ha sido la vida y la confianza que han depositado en mi. Gracias por su inmenso amor. Son el motor y mi ejemplo de vida. Los amo.

A Cristal:

Gracias por ser mi amiga y estar siempre que te necesito, aunque te encuentres lejos, siempre estas presente. Gracias por ser un claro ejemplo de que cuando uno se propone algo lo puedes alcanzar.

A Lau:

Hace cuatro años comenzamos una historia, dos chicas desconocidas en un lugar nuevo y diferente, el mundo universitario. Desde aquel primer día de clases en el que comenzamos hablar hasta el ultimo día en la universidad, vivimos, largas horas de trabajo, días y noches de desvelo y claro que no podía faltar el toque de diversión y estrés por cada entrega. Entre las risas y el llanto juntas crecimos, vivimos retos personales, alegrías y tristezas vinieron, y hoy aunque termina esta etapa que empezamos juntas, siempre agradeceré todo lo que le nos ha dejado estar en nuestra amada carrera, desde las ojeras inmensas y ese toque de alegría que llena a nuestros corazones cuando hablamos de Diseño, y en especial agradezco el haberte conocido por seguir caminando juntas en todo el largo de esta etapa. Termina un ciclo pero no, nuestra amistad, amistad que se convirtió en una hermanad, gracias por todas las historias, las alegrías, las locuras que hemos vivido juntas.

A mis amigos:

Gracias por estar siempre que los necesito, por el apoyo y los ánimos para seguir adelante siempre con una sonrisa.

“El mundo es fuerte y bello por los amigos”.

José Martí

Rubí Vázquez Flores

Índice

Introducción	13	Capítulo III	63
Antecedentes	15	3.1 Planteamiento del diseño	65
Situación Actual	16	3.2 Proceso de diseño	67
Objetivo general	18	3.2.1 Manual de identidad institucional para la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”	69
Objetivos específicos	18	3.2.2 Actividades a realizar	70
Justificación	19	3.3 Estudio de Mercado	71
Hipótesis	19	3.3.1 Entorno externo	73
Capítulo I	21	3.3.2. Entorno económico	74
1.1 La influencia del ballet en la sociedad	23	3.3.3 Entorno político	76
1.2 El ballet en la salud y la educación	25	3.3.4 Entorno cultural	77
1.3 La influencia de la música en la sociedad	27	3.3.5 Elementos nacionales	78
1.4 La música y sus beneficios	28	3.3.6 Vicentina de la Torre Recio	80
1.5 Importancia de la imagen de identidad en instituciones educativas	30	3.3.7 Infraestructura y estilo arquitectónico de la institución	81
1.6 Uso de medios promocionales	32	3.3.8 Entorno Interno	82
1.7 Topología de imágenes de identidad	38	Misión	82
		Visión	82
		Mercado meta	82
Capítulo II	41	3.3.9 Análisis de la Competencia	83
2.1 Comunicación en Cuba	43	Internacional	83
2.2 Actualidad medios de comunicación	44	Nacional	83
2.3 Empresas o medios de publicidad en Cuba	46	3.4 Análisis FODA	85
2.4 Impulsores del diseño gráfico en Cuba	47	Fortalezas	87
2.5 Empresas e instituciones que han hecho uso de una imagen de identidad	52	Oportunidades	87
2.6 Universidades de la Habana y comunidades en Cuba	54	Debilidades	88
2.7 Instituciones de arte y ballet	57	Amenazas	88
2.8 Uso de medios promocionales en escuelas e instituciones	59	Diagnóstico FODA	89

3.4.1	Las 4P'S	90
	Estrategia de mercado	90
	Producto -Servicio	90
	Precio	90
	Plaza	91
	Promoción	91
3.4.2	Equipo de apoyo	92
	Equipo técnico	92
	Infraestructura	92
	Personal operativo	92
	Análisis financiero	92
3.4.3	Calendarización de actividades proyecto de imagen gráfica Academia de las Artes Vicentina de la Torre	93

Capítulo IV		95
4.1	Proceso de diseño	97
4.2	Justificación del nombre	99
4.3	Imago	101
4.3.1	Imago	103
4.3.2	Bocetos	104
4.3.3	Digitalización	105
4.3.4	Modulaciones	107
4.4	Diseño tipográfico	109
4.4.1	Boceto tipográfico	111
4.4.2	Digitalización	113
4.4.3	Ligaduras	114
4.4.4	Reducción	115
4.4.5	Tipografía ¡Hey Vicentina!	116
4.4.6	Complemento tipográfico	117
4.4.7	Unión tipográfica	118
4.4.8	Elección final	119

Capítulo V		121
5.1	Composición y diseño integración imago y tipografía	123
5.2	Resultado final	125
5.2.1	Elección final	127
5.3	Formatos de identidad	129
5.3.1	Formatos de la identidad	131
5.4	Segunda propuesta	133
5.4.1	Elección final segunda propuesta	135
5.4.2	Formatos de identidad	137
5.4.3	Formatos de identidad	139
5.5	Aplicación cromática	141
5.5.1	Aplicación cromática	143
5.5.2	Prueba 1	144
	Prueba 2	145
	Prueba 3	146
5.5.3	Selección	147
5.5.4	Resultado final	148
5.5.5	Aplicación en el imago	149
5.6	Implementación de la marca	151
5.6.1	Señalética	153
	Señalética	155
	Señales informativas	156
	Señales restrictivas y seguridad	157
5.6.2	Papelería Básica	159
	Papelería básica	161
5.6.3	Diseño Textil	165
	Uniformes exterior	167
	Uniforme ballet mujer	168
	Uniforme ballet hombre	169
	Uniforme artes plásticas	170
	Uniforme arte dramático	171

5.6.4	<i>Publicidad</i>	173
	Publicidad	175
	Etapa de lanzamiento	176
	Etapa de posicionamiento	177
5.6.5	<i>Artículos promocionales</i>	178
	Artículos promocionales	181
	Playeras ballet	183
	Playeras arte dramático	184
	Playeras artes plásticas	185
	Tazas	186
	Souvenirs	187
	<i>Conclusiones</i>	189
	Conclusiones Generales del proyecto	191
	<i>Glosario</i>	193
	Glosario	195
	<i>Anexos</i>	197
	Encuestas	199
	Planta Arquitectónica de la Academia de las Artes	200
	Vicentina de la Torre	201
	Mapa de ubicación de la señalética Primer nivel	202
	Mapa de ubicación de la señalética Segundo nivel	203
	Arquigrafía	205
	<i>Bibliografía</i>	207
	Bibliografía	208
	Referencias electrónicas	208

Introducción

Esta tesis se encuentra dividida en capítulos en los cuales se presenta el proceso de investigación que se llevo acabo para el desarrollo de la imagen de identidad de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”, el proyecto presenta de manera breve algunas academias de artes que existen en el mundo, las cuales sirven de referencia para establecer su proyección a nivel internacional y que en algunos momentos se han relacionado con la academia Vicentina en eventos y presentaciones diversas.

Posteriormente se retomaron aspectos relevantes de los antecedentes de la gráfica cuba, los medios de comunicación, así como la proyección que algunas academias de arte en la “República Cubana” han implementado para su proyección.

En el tercer capítulo, el planteamiento de diseño presenta el análisis de la información y un estudio de mercado que sustenta al proceso de diseño, en el cual se demuestra el desarrollo y resultado de la evocación de los valores institucionales de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” en lo que se ha denominado desde este momento imagen de identidad. Por último en el capítulo IV y buscando la trascendencia de la identidad tanto dentro de la institución como fuera de ella se presenta el manual normativo las aplicaciones, dando como resultado final un manual normativo para la identidad gráfica, así como las posibles aplicaciones de dicha identidad en distintos soportes y medios que coadyuvarán a la implantación de la misma si así se aplicara.

*Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre*

Antecedentes

Según el Ministerio de Cultura de la República de Cuba (2012), las artes en este país tuvieron su auge poco después del triunfo del movimiento revolucionario ocurrido en el año de 1960. Ya que sólo 2 años después (1962) se fundó la primera escuela de artes en Cuba, llamada Escuela Nacional de Arte o por sus siglas ENA.

La Escuela Nacional de Arte comenzó con las disciplinas de: Ballet, Música, Arte Dramático y Artes Plásticas agregando algunos años después otras disciplinas; gracias a ENA pudo darse a conocer la importancia de las artes en todo el país, dando origen a muchas otras instituciones, mismas que existen actualmente.

Posteriormente en 1974 se creó el Sistema Nacional de Enseñanza Artística donde se establecieron los programas para el aprendizaje de disciplinas artísticas en Cuba, dividiendo a las instituciones en dos principales niveles: nivel elemental y nivel medio, siendo éste al que pertenece la Academia de las Artes Vicentina de la Torre. La “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” fue llamada así en honor a Vicentina de la Torre Recio, una figura que formó parte primordial de la historia de la danza en Camagüey.

Vicentina de la Torre estudió en la escuela de Gilda Zaldívar y posteriormente en la escuela Zayas, ambas reconocidas por ser las más importantes en la enseñanza de danza en Camagüey a principios del siglo XX, pero fue en el curso de verano de la escuela de Alicia Alonso (actual directora del Ballet Nacional de Cuba) donde perfeccionaría su técnica. Vicentina de la Torre se caracterizó por su profundo interés por difundir las artes, apoyando a los jóvenes que tuvieran aptitudes y talento en ella, por lo que comenzó ofreciendo clases gratuitas.

Al pasar los años y con el triunfo de la Revolución en Cuba fungió como Directora de la Escuela Municipal de Ballet y para 1967 como Directora del Ballet de Camagüey, poco tiempo después la escuela de la que era directora se convirtió en la Escuela Provincial de Arte, nombre con el cual continuaría hasta el fallecimiento de Vicentina de la Torre en 1995.

En el año de 2002 la Escuela Provincial de Arte es sometida a una restauración y a un cambio de nombre denominándola “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” haciendo honor a su docente más importante.

Situación actual

La “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” se encuentra ubicada en uno de los edificios más importantes de Camagüey de estilo neoclásico que data de 1849. Esta edificación fue utilizada como cuartel de caballería del ejército Español en 1868 y 1895, posteriormente como prisión hasta 1899, en 1902 cuando Tomás Estrada Palma era presidente de Cuba arrendó este edificio a la Compañía de Ferrocarriles norteamericana, al principio fue utilizado como depósito de materiales y almacén; y posteriormente como “Hotel Camagüey” provocando su primera remodelación, hasta 1967 cuando el Consejo Nacional de Cultura adecuó la parte izquierda para convertirse en instalaciones de la academia y el resto como museo. Arquitectónicamente presenta arcos y pasillos decorados con obras de personajes destacados de Camagüey y de la misma institución.

Desde la fundación de la academia han existido cambios en cuanto a las disciplinas que se han impartido, y es así que en la actualidad se establecen tres carreras: Ballet, Artes Plásticas (con especializaciones en escultura y pintura) y Artes Dramáticas. Cuenta con una matrícula de 160 alumnos divididos en las 3 disciplinas que se imparten; 81 en ballet, 43 en artes plásticas y 36 en artes dramáticas.

El nivel de preparación que se recibe en la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” se ve reflejada la calidad de sus egresados y en las participaciones que ha tenido en diversos encuentros internacionales, logrando menciones honoríficas y primeros lugares teniendo hasta la fecha 17 premios en su trayectoria, además de aportar a la sociedad figuras en cada una de sus disciplinas; es así como esta institución se ha consolidado como la academia más importante en cuanto a formación de ballet, artes plásticas y artes dramáticas de Camagüey. A lo largo de los años ha sido una fuente esencial de talentos para el Ballet de Camagüey y la Orquesta Sinfónica de Camagüey, por lo que han logrado ingresar al Instituto Superior de Arte.

Las exposiciones y actividades realizadas por la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” han otorgado a las personas que han estado en contacto con estos eventos la oportunidad de crecer culturalmente, ya que se caracteriza por contribuir a la comunidad de camagüeyanos de todas las edades impartiendo exposiciones, cursos, funciones de forma gratuita.

Sin embargo y a pesar de su alto reconocimiento a nivel internacional esta institución no presenta una imagen que la identifique frente a otras de su misma rama, lo único que tiene es

una imagen que es utilizada como recurso en documentos oficiales como un tríptico, el cual presenta información de la historia de Vicentina de la Torre y datos de contacto de la academia, sin embargo este signo no logra su reconocimiento visual de manera local e internacional.

Retomando a Norberto Chaves respecto a su apreciación sobre el término de imagen institucional, tenemos que:

Norberto Chaves (2006) Todas las entidades públicas o privadas que administran y gestionan actividades sin fines de lucro. Así se obtiene la polaridad, imagen corporativa / imagen institucional. Otra acepción asumida por el lenguaje coloquial como uso metafórico, es “todo hecho que adquiera significado social, trascendiendo a sus propias características internas de un modo relativamente estable” Próxima a éste se encuentra la acepción teórica “toda realidad estable que constituya una norma, convención o mecanismo regular estable del funcionamiento social, trasciende a la voluntad e interpretación de sus usuarios concretos.

Es verdad que en otras instituciones o escuelas de artes en Cuba a nivel nacional como ISA Instituto Superior de Artes, Universidad de las Artes, que al igual que la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” imparte artes plásticas y arte danzario, son reconocidos en su región pero al salir al exterior no cuentan con una identidad o apoyo

publicitario que los ayude a proyectarse y reconocerse visualmente como parte de la institución.

Fue así que para reforzar nuestra investigación respecto a la proyección de la institucional y su reconocimiento visual, se realizó un sondeo a jóvenes estudiantes de la Universidad Autónoma de Puebla, el Conservatorio del Estado de Puebla y de la Universidad de Guadalajara, para establecer el nivel de reconocimiento y trascendencia de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” en la que también destacaron la falta de referencia visual o aspectos físicos de la infraestructura de la academia, lo que les crea poco apego o interés por acudir a ella como opción de formación.

Por todo ello es que surge el siguiente cuestionamiento.

Pregunta

¿Cómo proyectar los valores institucionales y la calidad de una institución, a través de un recurso gráfico?

Objetivos

Objetivo General

Presentar a través de un signo gráfico el valor institucional de la Academia de las Artes Vicentina de la Torre, respaldado en su manual normativo. Presentar en un manual normativo la identidad gráfica que proyecte de forma óptima el valor institucional de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”.

Objetivos Específicos

- Investigación a las academias internacionales de arte y de que medios visuales hacen uso para su proyección en el mundo.
- Analizar la información sobre la gráfica Cubana de manera específica en academias de arte, para saber como se difunde en el interior y exterior de la isla.
- Establecer los elementos nacionales de Cuba como referencia para el desarrollo de la gráfica de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”.
- Realizar el diseño para la imagen de identidad de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”.
- Presentar de la propuesta gráfica a la institución dentro de un manual normativo para proteger su reproducción e integridad visual.

Justificación

La “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” ha crecido en número de alumnos y nivel académico por lo cual es necesario que todo el reconocimiento y el prestigio que ha obtenido a través, de los años, nacional e internacionalmente, sean proyectados en un recurso visual acorde a su misión, visión, valores y renombre, esto para formar una imagen institucional íntegra.

La comunidad estudiantil y docente de la academia se verá identificada con un recurso visual que sea representativo del nombre de la institución y de las disciplinas que se imparten.

Al proyectar su calidad y personalidad, presentarán mayor apego de los estudiantes ante la institución. Este tipo de recursos apoyado por medios de difusión hará que la imagen visual de la academia logre mayor *pregnancia* y destacarse como la única academia de su tipo en la ciudad de Camagüey.

Al tener mejor posicionamiento dentro de la provincia se podrá obtener mayor participación de estudiantes nacionales y extranjeros. Con la

creación de este manual de identidad se establecerán los recursos gráficos que servirán para identificar a la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” y determinarán el uso correcto de la imagen de identidad, respetando las normativas que serán establecidas para crear la unidad entre estos recursos.

Este manual respetará los valores que conforman esta institución, como los valores de la imagen, pues son parte fundamental de cómo la academia será reconocida ante el público en general.

La creación de esta imagen de identidad favorecerá a los creadores, para demostrar que el Diseño Gráfico se vale de investigación para desarrollar sus proyectos internacionales apegados a los requerimientos específicos del que requiere establecer un proceso de comunicación específico.

Al finalizar el proyecto se establecerá como parte del portafolio de diseño de las creadoras; además de obtener el título de Licenciado en Diseño Gráfico así como la satisfacción de contribuir a la sociedad cubana con la visión del diseño desde México.

Hipótesis

La aplicación de una imagen de identidad institucional acorde a los valores y calidad de la institución, lograría proyectar hacia el exterior de forma adecuada a la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”, reflejando su prestigio institucional causando empatía y apego a sus integrantes.

Capítulo I

Academias
Artes

1.1 La influencia del ballet en la sociedad



Imagen 1. Bailarina principal de **La Bayadere** [fotografía]. (2013). Recuperado de <http://www.serperuano.com/>.

El origen del ballet es incierto, para algunos todo comenzó desde la era prehispánica y para otros se remonta al año de 1400 en Italia, lo cierto es que sea cual sea su origen, esta disciplina ha sido una importante forma de comunicación entre personas de todo el mundo, es así que se ha convertido en el lenguaje para representar momentos que han quedado grabados en la historia, historias ficticias de una realidad soñada o sentimientos ante situaciones de la sociedad y sus cambios. El ballet ha tenido distintas etapas en las cuales ha sido interpretada de formas distintas, primero como forma de comunicación entre culturas, pasando por ser una forma de diversión para la sociedad, y actualmente como una forma de arte, es decir ha ido evolucionando desde las personas que participan en él hasta el vestuario que se utiliza, ya que al principio únicamente podían participar hombres con vestuarios ostentosos, después se permitió la participación de mujeres con *corsets* y tacones, hasta llegar a lo que actualmente se conoce como una disciplina en la que personas sin importar el sexo ni la clase social, pueden expresar con el cuerpo, la música y los vestuarios alusivos a lo que se quiere representar en el acto sensaciones diversas. (ver imagen 1)

Según *the-ballet.com* el ballet también ha sido una forma de representar tradiciones en las culturas, como en los griegos y sus bailes de historias mitológicas, al igual que muchas otras culturas que han conservado sus tradiciones al transmitir las de generación en generación por medio de la danza, tal es el caso de “*La Bayadère*” una de las obras más importantes actualmente, presentada por muchos de los mejores ballets del mundo en la que según Danzaballet:

La Bayadère es la visión idealista del Oriente donde la bailarina hindú emerge para realizar su rito sagrado antes de retirarse al misterioso mundo de las sombras. El libreto de “*La Bayadère*”, creado por Sergei Kuschelok y Marius Petipa, se inspiró en dos dramas del poeta hindú Kalidasa. Fue creada durante el siglo XIX, cuando los románticos estaban impactados por la imagen de las *bayaderas*, doncellas que eran formadas desde la infancia, dentro de una rigurosa disciplina artística, como bailarinas profesionales. Las *bayaderas* eran formadas principalmente para las presentaciones de las danzas religiosas y sagradas ya que eran vistas como personas que generaban sentimientos de luz solar, perfume y belleza.

Danzaballet *Ballet La Bayadera* [en línea]. Junio 2006 [fecha de consulta: 24 de Abril de 2013] Disponible en: <<http://www.danzaballet.com>>

La Bayadère presenta una la historia de cómo se vivía en el siglo XIX, a pesar de que la historia que se presenta no está basada en un hecho que pueda comprobarse, el contexto en el que se relata ocasiona que al verla en escena, se pueda apreciar la manera en la que se vivía en esa época como si se estuviera por un momento viajando al pasado; aunque *La Bayadère* se estrenó el 23 de enero de 1877, en la actualidad sigue siendo una de las obras más importantes de esta disciplina, un fuerte reto para aquellos que quieren actuar en ella y una de las obras más populares para presentar entre las compañías de ballet de alto nivel. Esta historia convertida en una obra, gracias al ballet y a los que se han preocupado por no truncar su presentación, ha ayudado a entender cómo era la perspectiva de la sociedad hacia el ballet en la antigüedad y conocer más aspectos

por medio de todos los factores que componen la presentación como: la música, la escenografía y el vestuario de la vida y la cultura en esa etapa de la historia, esta obra que como muchas otras, enseñan a la sociedad una parte de la historia de algún lugar de forma amena y placentera; convirtiendo así el ballet en una disciplina muy importante para la preservación de lo más valioso que tiene una comunidad: su historia, uno de los factores más importantes que componen a una sociedad.

El ballet es sin duda un cofre que preserva el tesoro de la historia, sin embargo éste no tendría valor si no hubiera sido descubierto y conservado por alguien, he aquí la importancia de las compañías y escuelas de ballet en el mundo, pues son ellas las principales impulsoras de esta disciplina y las encargadas de preservar y heredar estas obras a sus predecesores.

1.2 *El ballet en la salud y la educación*

Anteriormente la educación de forma global en las escuelas públicas como privadas se centraba en materias básicas, sin tomar en cuenta las actividades extraescolares y su importancia en el desarrollo integral de los niños, actualmente se ha integrado gran variedad de programas, que ayudan a promover todos estos beneficios. Un ejemplo es la reforma de la Ley General de Educación del 2011 en México, que promueve las actividades artísticas y deportivas como parte fundamental del desarrollo del alumno en la enseñanza básica, misma que ayuda a difundir la cultura, de esta manera se forma a los niños desde pequeños, ayudando a su autoestima, según Morgan (2011) La autoestima positiva es entendida como el valor que cada persona se da a sí misma, es el pilar para el desarrollo integral, ya que sin ésta los preescolares no tendrían la capacidad de atreverse a hacer, crear y experimentar.

Varias son las actividades extraescolares que se han convertido en parte de la educación básica, una de éstas es el ballet, que a través de los años ha demostrado ser una disciplina que contribuye con grandes beneficios, tanto en la salud de las personas como a la educación. Diversos personajes han estudiado las artes danzarias desde este punto de vista y han descubierto las múltiples ventajas que el ballet puede otorgar

a las personas que lo practiquen, ya que ayuda a mejorar la postura, coordinación, a estilizando la figura, conservando o desarrollando la flexibilidad y a fortalecimiento de los músculos del cuerpo, elementos que sirven no sólo a niños, sino a personas de todas las edades.

Laban (1989) Consideraba a la danza como una herramienta educativa para el desarrollo integral de la persona, además de compensatoria de la excesiva especialización en los hábitos corporales y mentales que impone la cultura occidental. Sostenía que tanto en adultos como en niños la falta de oportunidades para experimentar y disfrutar un amplio espectro de posibilidades de movimiento y los estados interiores que se producen en dicha experiencia puede ocasionar limitaciones físicas, mentales y emocionales. Por ello, la educación por medio del movimiento y la danza debía alentar el impulso natural de bailar, preservar la espontaneidad en la ejecución de los movimientos y procurar el desarrollo equilibrado de los aspectos físicos, mentales y emocionales.

Universidad Iberoamericana Arte y educación [en línea]. Otoño 2007 [fecha de consulta: 24 de Abril de 2013] Disponible en: < <http://www.uia.mx/web/files/didac/50.pdf> >

Por lo tanto el considerar el ballet y el arte como parte de los programas educativos en una institución o como actividades extracurriculares de cada persona, podría representar una importante opción para mejorar muchas de las habili-

Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre

dades en todo tipo de personas y ser una opción para el buen desarrollo de niños en educación básica, teniendo como resultado personas física y moralmente saludables, así como espontáneas y desenvueltas, dándoles también una opción de medio en el cual puedan expresar sus ideas de una forma saludable y a su vez ir desarrollando sus habilidades artísticas y disciplinadas.

El ballet no sólo desarrolla habilidades que se pueden comprobar por medio de su práctica, también es una disciplina que puede ser practicada por personas de todas las edades para mejorar su vida diaria, expresar sentimientos y emociones. A partir de todos los beneficios mencionados anteriormente puede concluirse que la enseñanza del ballet a temprana edad puede significar un mejor desarrollo para las habilidades sociales y psicomotrices de los niños, ser una buena herramienta para jóvenes acostumbrán-

dose a tener un cuerpo sano y prevenir enfermedades de vejez en adultos y en general aumentar la concentración, tomando en cuenta lo anterior; una academia además de ser un centro de enseñanza de distintos tipos de arte, es un centro de formación integral que ayuda a mejorar en el medio artístico y en la vida diaria, por esto una academia aporta a su comunidad beneficios culturales, de salud y sociales.

Parte esencial del ballet es la música, en la cual se inspiran todos los movimientos y se adaptan las posiciones para tener un mayor nivel de representación, a pesar de que en conjunto suelen poseer mayor expresión, la música por sí sola ha sido un medio que al igual que el ballet, ha servido para expresar ideas y hacer que hechos importantes pasen a ser trascendentales, y es un medio por el cual las personas pueden desarrollar su expresión corporal para así poder utilizarla en el ballet.

1.3 La influencia de la música en la sociedad

Para poder describir la cantidad de beneficios y la importancia trascendental que la música ha representado en la historia y actualmente a la sociedad, primero es necesario entender por qué nació y cuál es la relación de su origen con las artes dancísticas. El origen de la música aún es incierto, sin embargo se cree que comenzó como una necesidad de comunicación del humano con los animales, tratando de imitar los sonidos que estos emitían, cualquiera que haya sido la razón por la que se creó la música, lo que bien se sabe es que ha sido de gran importancia para la humanidad, teniendo en toda la historia distintas corrientes, instrumentos, público y ejecutores que han cambiado con ella la forma de pensar, sentirla o vivir de la sociedad en su tiempo. El hombre siempre ha buscado la manera de hacer música, al principio utilizando su voz como único instrumento, después con elementos que encontraba en la naturaleza y por último creando sus propios medios de creación de sonidos, dando origen a la música la cual se desarrolló en cada cultura y área geográfica de forma distinta, según nukithepianist.wordpress.co:

En la Antigüedad se creía que la música tenía orígenes divinos. El único dato cierto es que nació con la danza y que ambas formas expresivas estaban estrechamente vinculadas a una dimensión social y ritual.

En las civilizaciones antiguas, el hombre formulaba sus propias plegarias a las divinidades utilizando el canto y la música, acompañándolos a menudo con movimientos corporales rítmicos. Hubieron de transcurrir muchos siglos para que la música se desarrollara como expresión independiente del marco religioso.

Music&Art La música en la antigüedad[en línea] Agosto 2012 [fecha de consulta: 28 de abril de 2013] Disponible en: <<http://nukithepianist.wordpress.com/la-musica-en-la-antiguedad/>>

Tales danzas tenían diferentes significados dependiendo a la cultura de la que se trataba, y cada una tenía un objetivo específico, pero todas narraban historias o expresaban sentimientos, la danza y la música se han ligado desde la antigüedad, haciendo complementos de un tipo de arte con otro para poder obtener resultados más expresivos, de tal manera que además de ver movimientos corporales alusivos a la danza, también se puede estar en un ambiente en donde todo lo que se escucha guarda una estrecha relación con lo visual. Por tener cada lugar su forma de expresar la música, también comenzó a formar parte de la identidad de la comunidad en la que se desarrollaba, incluso se ha dicho que, también es producida por animales y que se identifican unos con otros por el tipo de sonido que emiten.

Esa diferencia de música tan marcada entre países, o incluso ciudades, se tradujo en los gé-

neros musicales, algunos más que otros ya son símbolos del lugar en el que se crearon. Por ejemplo: el tango, al escucharlo nos remonta a lugares del sur de América como Argentina y Uruguay. Otra variante para representar a cada uno de los países es el himno, que generalmente se utiliza para representar los pensamientos identitarios al que pertenecen, retomando parte de la historia o parte de los momentos que marcaron el rumbo de la cultura y sociedad, así como parte de los aspectos con los que se rige la comunidad de ese país. Al paso del tiempo y con el constante crecimiento de la tecnología, la música ha logrado alcances ilimitados y las canciones pueden ser igual de populares en distintas partes del mundo tanto como en el lugar en el que fueron creadas.

La música ha ido evolucionando y lo que en el pasado eran sonidos tratando de imitar a la naturaleza, en la actualidad es un complemento de muchas formas de expresión como el ballet, el teatro y el cine, lo que la ha convertido en una de las formas de expresión más importantes a nivel mundial por que está al alcance de todos, ya sea en una u otra forma. Es así como al ser una disciplina artística, la música ha otorgado distintos beneficios a la sociedad, que se han ido descubriendo a través de experimentos y de la observación.

1.4 *La música y sus beneficios*

Si bien el arte es una forma sana de desarrollar habilidades desde temprana edad, a la música se le puede sacar provecho desde una edad más temprana, según Vázquez-Reina (2012) cuando aún los bebés no han nacido, se ha comprobado que estando en el vientre de la madre son capaces de memorizar las canciones que escuchan, y al nacer cuando las escuchan de nuevo pueden reconocerlas y aportarles la misma tranquilidad de cuando aún no nacían, el poder tener un acercamiento con la música a tan temprana edad desarrolla su creatividad a niveles altos en comparación con bebés que no han sido expuestos a la música antes de nacer.

El exponer al bebé también le ayuda a tener mejor coordinación, expresar sus sentimientos de mejor manera y ser más sensible ante diversas situaciones, el seguimiento de la enseñanza en su desarrollo sigue siendo igual de importante, ya que les otorga habilidades extras como seguridad, capacidad de asociación y respuesta rápida. Por lo tanto la exposición de los seres humanos desde pequeños hasta la madurez puede ser una disciplina que favorezca su desarrollo en todos los aspectos, es por esto que las academias de música así como en las universidades que cuentan con esta disciplina, admiten desde temprana edad a sus alumnos, siendo ésta una ventaja para

ellos porque su crecimiento se da en un contexto rodeado de música, y mientras más habilidades sean las que se desarrollen a temprana edad, mejor será su desarrollo como profesionistas en la música o en otras carreras. El tener mayor cantidad de academias de música que sean aprovechadas por los individuos, podría darle a una comunidad la importancia de formar seres humanos con mejores destrezas y con mayor concentración en sus actividades diarias, así como tener una forma saludable para que tanto los niños como los adultos puedan pasar su tiempo libre aprendiendo una actividad artística.

A pesar de que en muchas situaciones la música ha sido vista como una actividad que provoca rebeldía en los adolescentes, es importante rescatar que aunque ésta sea una época difícil para los padres, ésta aporta beneficios sociales como la integración y el trabajo en equipo.

Al elegir un adolescente el tipo de música, sin importar cuál sea, se está desarrollando en él el sentido de independencia y al ser los padres los que respeten su decisión, se está formando como un ser que es capaz de elegir y respetar elecciones de los demás sin que éstas afecten las suyas. Según LaFamilia.info (2010): “La música es el medio que usan los adolescentes para expresarse, es parte de su identidad y es la herramienta que

usan para manifestar sus insatisfacciones con el mundo que los rodea; la música es una fragmento de su universo” *Música e Identidad* [en línea] Julio 2010 [fecha de consulta 8 de Mayo de 2013] Disponible en: <<http://www.lafamilia.info>>

Por lo tanto la música, sea del género que sea, siempre está formando parte importante de nuestra vida, y al contar historias hace que las personas se sientan identificadas con algo y así se sienten pertenecientes a un grupo, como en el caso de la música cultural y los habitantes de la región, que al tener música perteneciente a ellos desarrollan una manera de sentir de forma empática con su situación y libertad para expresarse. Es así que la música siempre está en nuestra vida formándonos, sin que esto sea perceptible hasta ser analizado, por que además de significar para muchas personas un medio de expresión, también se percibe como un medio de inspiración para la creatividad y creación de nuevas ideas. Según bcm.cl (2013):

La música posee valores universales que afectan a todas las personas y que se definen por el ritmo, la armonía, la melodía y el tono. Un tono agudo provoca tensión, una armonía menor lleva a la tristeza y un ritmo lento ralentiza la actividad fisiológica. Ele-

mentos como el ritmo: Concebido como movimiento ordenado, tiene una influencia directa sobre el cuerpo, la respiración, los latidos del corazón (funciones neurovegetativas), las perturbaciones espacio-temporales, la dislexia, etc. La ciencia nos dice que el ritmo musical tiene una acción definida sobre el bulbo raquídeo, intermedio entre la médula espinal y el cerebro.

BCM Música y la creatividad [en línea] Mayo 2013 párr. 2 [fecha de consulta: 6 de Mayo de 2013] Disponible en: < <http://www.bcm.cl/Miscelaneos/articulos/articulo3.html>>

Cuba es en lo particular muy consciente de ello, pues comparte el pensamiento de que la música no sólo influye en las personas psicológicamente sino también biológicamente, junto con todos los elementos que la componen: ritmo, melodía, sonido, etc., e influye en todos aquellos aspectos físicos que intervienen a la hora de crear algo, esta forma de creatividad es una buena opción para desarrollar y crear obras en diversos espacios y técnicas como son las artes plásticas, en la pintura, en la escultura, en la literatura y en la danza ya sea en objetos o en imágenes y conceptos intangibles, mismo que hacen que trasciendan en el tiempo y el espacio.

Así como la música se ha representado por medio de obras de arte, pinturas, esculturas, danza, etc., la esencia de una institución también puede

ser representada por una imagen de identidad institucional, como en una marca, en una señal y en innumerables aspectos que lo promocionen pues éstos medios visuales ayudan a proyectar todos aquellos elementos que forman parte importante de la institución.

1.5 Importancia de la imagen de identidad en instituciones educativas

A lo largo de los años la imagen de identidad fue conocida como una herramienta para la identificación y diferenciación en empresas e instituciones; pero en la actualidad el tener una imagen de identidad, coadyuva a la trascendencia de los intangibles institucionales, es decir los valores, conceptos y preceptos que da vida a cada entidad institucional.

Según Villalobos (2013) El logo o imagen de identidad, debe de entenderse como un resumen visualmente hablando de la organización. En otras palabras, para bien y para mal es la suma de todo lo que representa una marca o institución en la cabeza de un consumidor, cliente o incluso un posible inversionista.

De acuerdo con Villalobos, tener una buena imagen de identidad, es parte importante de la comunicación que una institución quiere establecer con el receptor, ya que al tener un buen servicio y una buena imagen de identidad, se forma un sistema íntegro, conformado por una imagen visual y una imagen mental, que será la síntesis de la naturaleza de la empresa. Una imagen institucional buena, hará que la institución optimice la pregnancia que tiene ante sus posibles usuarios o clientes, ya que forma parte de un proceso mental en el cual, la imagen será relacionada con vivencias y así, la capacidad de retención será

mayor, comparada con sólo tener una referencia verbal pero sin medios visuales.

En el caso de la academia de las artes, los usuarios podrán relacionar el prestigio, la calidad y el bien social que otorga a la comunidad con una imagen de identidad y así hacer un *símbolo* reconocido como *isotipo*, *logosímbolo* o *imago tipo*, tanto local como internacionalmente.

Cuando una imagen de identidad es funcional y es relacionada con la naturaleza de una institución que tiene prestigio, se forma un símbolo de identidad que más que experiencias, comienza a representar conceptos, los cuales aunque no se tenga un contacto directo con ésta, se sabe por convención lo que este símbolo representa.

Por lo que la imagen de identidad institucional debe de hacerse con sumo cuidado conociendo el interior y exterior de la institución ya que según Lerner (2012):

Todo lo que proyecta el ser humano, ya sea en un papel, una pared o una computadora, tiene un contenido emocional y cultural y a la vez, esas proyecciones transmiten a los receptores distintas sensaciones, emociones, pensamientos, sentimientos y reacciones. Por este motivo, es muy importante que se tenga una conciencia de aquellas proyecciones que transmite un logotipo, tipografía o publicidad gráfica.

Los mensajes inconscientes de las marcas [en línea] Septiembre 2012 párr. 12 [fecha de consulta: 8 de

Mayo de 2013] Disponible en: < <http://foroalfa.org/articulos/los-mensajes-inconscientes-de-las-marcas> >

Es decir, la importancia de tener una buena imagen radica en que la creación y uso de logotipos o medios visuales que tienen como objetivo transmitir emociones y sensaciones, para proyectar la identidad de los emisores en los medios a representar, por lo tanto, sólo de esta manera se logrará una empatía entre un emisor y un receptor.

Una academia con una imagen de identidad, hará que sea percibida como un medio con mayor seriedad, y de alta calidad al tratarse de una buena imagen, además podrá servir como un medio con el cual los estudiantes se identifiquen.

Al igual que las disciplinas que se imparten en la academia Vicentina de la Torre, la imagen de identidad deberá proyectar una visión de todos aquellos elementos que las personas suelen pa-

sar inadvertidos, tratando de rescatar la esencia de cada empresa, como el arte, como lo hace con las historias de cada obra, y además crear un lenguaje universal que representa el concepto central de la institución; tanto el arte como la imagen de identidad buscan crear nuevas formas con las cuales pueda comunicar el mensaje central que se quiere dar.

Por lo tanto para la imagen de identidad institucional es importante en el reconocimiento visual de los centros de enseñanza, sin embargo, parte esencial de este reconocimiento es el uso de medios promocionales, que van desde tarjetas de presentación, hasta espectaculares, los cuales, como su nombre lo dice, promocionan eventos, inscripciones, fechas importantes y al mismo tiempo dan a conocer la identidad de la institución.

1.6 *Uso de medios promocionales*

Los medios promocionales nacieron por la necesidad de dar a conocer los productos o servicios de pequeños comerciantes, tenerlos era un factor de ventaja hacia otros que aún no los conocían. En la actualidad son vistos como el siguiente paso después de tener una imagen de identidad, el tener medios de promoción ayuda a que la imagen de la institución pueda ser reconocida, más allá de lo que la publicidad de boca en boca pueda dar a conocer, es así como la tecnología y la publicidad en masa, ayuda a la institución a llevar una estrategia de promoción que busque proyectar algo más que los servicios que se ofrecen.

En la actualidad la comunicación ha tenido una mayor difusión por medios como la Internet, las páginas web y redes sociales, quienes han facilitado en gran medida la promoción de instituciones, al ser un medio que llega a casi todas partes del mundo y no necesita de una gran inversión para lograr este alcance, a diferencia de otros medios como la televisión, por ello la mayoría de las instituciones de gran proyección mundial se han percatado de todas las ventajas que conlleva el uso de estos medios.

La mayoría de las academias de ballet en el mundo cuentan con una página web, que se ha convertido en un medio básico para dar a conocer todos sus servicios e información acerca de

lo que se oferta en las instituciones y presentaciones o eventos a realizar, sin que se tenga que ingresar a otro sitio para después continuar con la búsqueda de ésta aunque para que tenga éxito la difusión de los aspectos de la institución deben integrar a expertos en el diseño y la comunicación pues de no ser así sólo se manda información desintegrada y poco trascendental.

Las páginas web tienen la ventaja de ser exclusivas y 100% personalizadas a las características que se requieran, además de ser un sitio en el que se puede tener acceso a la información que se necesite las 24 horas del día, sin tener que limitarse a la disponibilidad de horarios de oficina o ir a algún lugar en específico; y considerando que la Internet está en constante desarrollo y cada día tiene mayor amplitud, se ha convertido en un medio indispensable para cualquier institución o empresa.

Las instituciones que tienen una mayor difusión y reconocimiento se han preocupado por hacerse promoción por medio de una página web donde se puede encontrar el programa educativo, localización de la institución, misión, visión, filosofía y valores en la que basa y forjan a cada uno de los estudiantes que ingresan, además de exhibir fotografías, reconocimientos y próximos eventos.



Imagen 2. [Imagen de publicidad del ballet *Bolshoi*]. Recuperado de <http://rutapixelia.blogspot.mx/>

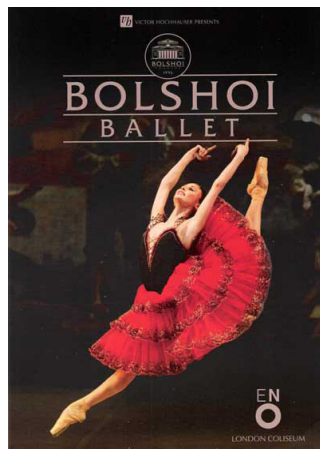


Imagen 3. La Bayadera [Publicidad]. (2013) Recuperado de <http://www.serperuano.com/>

En el caso de las páginas web, la imagen de identidad es utilizada principalmente en la parte superior, pero al tratarse de los medios con los que se promociona, pocas academias se preocupan por que las fotografías propias tengan su imagen; en los resultados de la búsqueda a través de Internet (buscadores) se encuentran imágenes de escudos y emblemas, en el caso de las universidades y escuelas, el caso de las academias de arte, en su mayoría se encuentran imágenes referentes a las instalaciones o actividades que realizan dentro y fuera de la institución, por lo que al no tener un elemento de identificación presenta una gran desventaja frente a otras instituciones del mismo giro; al ver fotografías de varias academias al mismo tiempo, suelen ser confundidas una con la otra.

Otro aspecto importante y común en el caso de las instituciones de arte es la falta de integridad en el uso y presencia de la identidad que los representa, pues en ocasiones la imagen de identidad es utilizada de diferente manera en cada cartel, lo que hace que se pierda la unión entre imagen institucional y medios publicitarios, ya que parecen ser elaborados en un lugar distinto o por diferentes instituciones, un claro ejemplo es el del Ballet de *Bolshoi* (ver imagen 2 y 3), quien al no tener un correcto manejo de su pu-

blicidad, a primera vista aparenta ser una compañía de ballet distinta. Este fenómeno se debe a distintos factores tales como el no establecer de manera correcta el concepto de su publicidad, el uso variado de elementos de composición o simplemente por no tener un concepto de publicidad establecido, por lo tanto la publicidad al ser creada por distintas personas no tiene relación alguna, pero este problema se resuelve al tener un manual de identidad, el cual establece los elementos que le dan unidad a la imagen de una empresa, en el que se establece un patrón de diseño, tipografías y colores del **logotipo** o **imagotipo** así como de los artículos promocionales y medios publicitarios.

Tener un manual de identidad institucional es fundamental para que la publicidad del ballet *Bolshoi* tenga unidad entre sí, y al presentar el nombre del ballet en una tipografía diferente con un estilo completamente distinto, hace que la publicidad no sea percibida como de la misma compañía dancística, a pesar de tener el nombre de la empresa, el tener distinta información en el cartel y composición, también afecta a la unidad como imagen de identidad, con esto se puede apreciar que, el tener el mismo **símbolo** y nombre no es una garantía de que la imagen de identidad esté completa, pues se necesita que cada uno de los



Imagen 4. [Parte de la publicidad impresa de la campaña para el ballet “*New York City Ballet*” parabuses de New York] Recuperado de <http://new.pentagram.com/>.

aspectos formales que la conforman se manejen bajo un sólo concepto y de acuerdo a la naturaleza de la empresa, para que sea fácil distinguir de que compañía proviene.

Caso contrario es la compañía *New York City Ballet* quienes se han preocupado por tener una imagen institucional que englobe la imagen de identidad y la publicidad. En sus promociona-



Imagen 5. Fachada del *New York State Theater* con publicidad del *New York City Ballet* [Imagen de la web]. Recuperado de <http://new.pentagram.com/>.

les se observa la unión mediante el diseño, pero también en cuanto al concepto que se maneja, siempre mantiene el logotipo de la compañía como un elemento importante en la publicidad (ver imágenes 4 y 5) lo que hace que aunque separados o en distintos medios las personas los recuerden y finalmente las identifiquen como una compañía única.

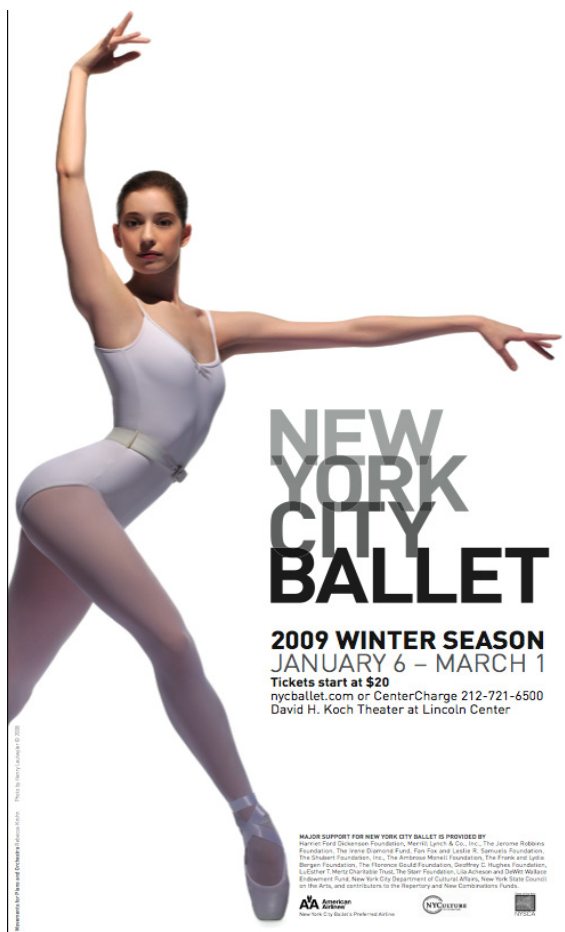


Imagen 6 Publicidad para la temporada de invierno 2009 y 2010 del *New York City Ballet* Recuperado de <http://cargo-collective.com/>.



Imagen 7 Publicidad para la temporada de invierno 2009 y 2010 del *New York City Ballet* Recuperado de <http://cargo-collective.com/>.

En las imágenes representadas anteriormente, se puede apreciar que existen variaciones compositivas (una y cuatro líneas de texto) en cuanto al **logotipo** de la imagen de identidad (ver imágenes 6 y 7), sin embargo al conservar el mismo concepto publicitario, siguiendo la línea de esta campaña y respetando las variaciones establecidas en el manual de identidad corporativa, se nota que es un cambio intencional, ya que se tiene también la figura del personaje de la campaña (bailarina de ballet), conservando la gama cromática, lo que beneficia a la academia respecto a su buena imagen visual y por ende, hace que el receptor o público la perciba como una institución formal que se preocupa por cada uno de los aspectos que la componen, con seriedad y profesionalismo.

En lo referente a otros medios de comunicación, las campañas publicitarias implementadas para las academias de arte son escasas, la mayoría de los promocionales se crean a consecuencia de una presentación o para dar a conocer su nombre; pero a pesar de que las campañas publicitarias son pocas, han logrado reconocimiento y posicionamiento al representar a la academia por su naturaleza. Un claro ejemplo de ello es la campaña publicitaria para la MASP (Escuela

del Museo de Arte de Sao Paulo, Brasil), en la cual se utilizan figuras representativas de las artes, logrando un mayor reconocimiento ante el público en general (ver imágenes 8 a 10). En los promocionales de estas campañas publicitarias en comparación con la publicidad de eventos, se observa que hay una mayor conceptualización y nunca se desintegra la imagen de identidad de la institución (ver imagen 10), aunque en un tamaño pequeño, siempre se conserva, tal como se observa en la parte inferior derecha de los carteles (ver imagen 8).

Las campañas publicitarias presentan una gran ventaja, ya que las grandes instituciones logran ser reconocidas y tener una amplia trayectoria no suelen tomar en cuenta. Un ejemplo de las estrategias que se utilizan en campañas es la de MASP creada por DDB Brasil que al tener la desventaja de ser una institución nueva, comparada con escuelas que llevan cientos de años, se dio a conocer por su campaña y después por sus servicios, tal fue el resultado, que en muchos lugares en los que no se tiene amplio conocimiento de las academias de arte más importantes, fue de las más reconocidas.

La campaña de la MASP (Escuela del Museo de Arte de Sao Paulo, Brasil) presenta la imagen de identidad del museo de arte de lado inferior



Imagen 8 Agencia DDB (2012): *Masp Art School* [Campaña Publicitaria] Recuperado de <http://es.coloribus.com/> Dalí en autopsia, campaña publicitaria.



Imagen 9 Agencia DDB (2012): *Masp Art School* [Campaña Publicitaria] Recuperado de <http://es.coloribus.com/> Picaso en autopsia, campaña publicitaria.



Imagen 10 Logotipo de la institución, Agencia DDB (2012): campaña de publicidad de MASP. logotipo *Masp Art School* [recorte de imagen]. Recuperado de <http://es.coloribus.com/>.



Imagen 11. Imagen de campaña publicitaria para *Civita Art School* en la que se presenta el concepto de la campaña “*Artists born here*” (Los artistas nacen aquí) con el personaje del famoso artista Salvador Dalí. *Yes I AM* (2011). *Artists born here* [Campaña publicitaria]. Recuperado de <http://pixelpastahome.blogspot.mx/>.

derecho, al colocarla se sabe inmediatamente después de ver la publicidad, para que institución está hecha y aunque el atractivo es la imagen Dalí mostrando sus órganos ilustrados con el mismo estilo que el tenía, la presencia de la identidad hace que la lectura del cartel se relacione con el interior del arte del artista, es decir lo que se encuentra en el interior de la institución, lo cual atrae la atención del público al querer saber un poco más sobre la campaña en cuanto a imágenes o información, lo que los obliga a buscar más, en otros medios la información complementaria del museo, como una dirección, teléfono, página de Internet, redes sociales, entre otros.

En lo general los carteles presentan la unión entre la tipografía, gama cromática y composición para que cuando los carteles se vean por separado inmediatamente sean relacionados con la campaña, al tener una previa interacción con publicidad de la institución.

Otra de las campañas publicitarias conocidas es la de *Civita Art School* creada por la agencia de diseño *Yes I am de Roma*, que de la misma forma hace referencia a personajes importantes en el arte y diseño (ver imagen 11), este tipo de campañas al tener un buen concepto de diseño, representan la esencia de la institución y hacen

que por medio de la publicidad, las escuelas tengan también un buen posicionamiento. Cuando se hace uso de personajes con los cuales el público al que va dirigida la publicidad se siente reconocido, la publicidad tiene un mayor impacto ya que teniendo una figura con la cual se identifican, el público se siente parte de la institución siendo esto parte del éxito de la campaña publicitaria de *Civita Art School*.

En comparación con la campaña de *MASP* (Escuela del Museo de Arte de Sao Paulo, Brasil), la campaña de *Civita Art School* presenta los componentes necesarios para que el receptor del mensaje pueda tener mayor *pregnancia*, como el manejo de un eslogan sobre la empresa, al igual que en *MASP* el *imagotipo* se presenta de lado derecho, sin embargo al hablar de la publicidad de *Civita* se puede observar que, hace énfasis en su página web, con estos elementos se evita que el usuario tenga que hacer una búsqueda personal para poder encontrar información acerca de los servicios que ofrece o información general.

Presentar la página web logra que el receptor cuando muestre interés tenga mayores posibilidades de llegar a la información final de la institución y por ende ésta se dé a conocer.

1.7 Topología de imágenes de identidad

De acuerdo al tipo de instituciones y su ubicación geográfica, el nombre que se les otorga tiene cierta tendencia, clasificándolos de acuerdo a la propuesta por Chaves (2003)

Una tipología empírica que recoja las modalidades de denominación institucional predominantes podría componerse de cinco tipos básicos y sus formas mixtas, a saber: la descripción (enunciación sintética de los atributos de identidad de la institución); la simbolización (alusión a la institución mediante una imagen literaria); el patronímico (alusión a la institución mediante un nombre propio de una personalidad clave de la misma –dueño, fundador, etc.-); el topónimo (alusión al lugar de origen o área de influencia de la institución), y la contracción (construcción artificial mediante iniciales, fragmentos de palabras, etcétera).

Es así como se evidencia la existencia de una tendencia en las instituciones educativas a tener nombres mixtos, ya que por un lado, describen el tipo de institución a la que se está nombrando: universidad, academia de artes, institución, etc. denominados descriptivos y por el otro son toponímicos, es decir que describen al lugar en el que se encuentran ubicadas, o al lugar en donde fueron creados. Por lo regular esta combinación de tipología ayuda a que el nombre, aunque sea largo, sea sencillo de recordar. Al tratarse en específico de academias de arte, aunque la mayoría

presenten un nombre *toponímico*, también hay en gran cantidad una fusión de *descriptivos* y *patronímicos*, nombre que suele inspirarse en el fundador o una figura ejemplo del tipo de disciplina que se imparte; al hacer uso de la combinación anterior, los nombres no sólo son buenos en cuanto a *pregnancia*, cuando el personaje es reconocido ante la sociedad, sino que tienen gran cantidad de significados ya que en su mayoría la personalidad del ser es la que designa los valores principales de la academia. Tener un nombre patronímico-descriptivo puede ser una ventaja, hablando de percepción, ya que los individuos ven a una institución comprometida con un personaje, por ende le otorga personalidad, así como la parte descriptiva hace que sea fácil de saber en qué giro se encuentra.

Pratt Institute (ver imagen 12) es un ejemplo de la combinación de un nombre patronímico-descriptivo, pues hace referencia a su fundador Charles Pratt y tiene como misión:

Educar a los artistas y profesionales creativos a ser contribuyentes responsables con la sociedad. Con una base sólida en las artes liberales y las ciencias, la educación Pratt combina la teoría con la aplicación creativa en la preparación de los graduados a convertirse en líderes en sus profesiones. Pratt se inscribe un grupo diverso de estudiantes muy talentosos y dedicados, desafiándolos a alcanzar su máximo potencial.



Imagen 12. Imagen de identidad de *Pratt Institute* en la cual se observa el uso de una imagen únicamente con tipografía [logotipo de *Pratt Institute*] Recuperado de: <http://openplans.org/>.

Pratt Institute, *About pratt* [en línea] [fecha de consulta: 28 de abril de 2013] Disponible en: http://www.pratt.edu/about_pratt/

La misión, en gran parte, se basó en el pensamiento de su fundador, quien fue reconocido por ser una persona innovadora, con visión al futuro y con especial interés en el desarrollo, que para ese tiempo era de las personas sobresalientes por tener un paso delante de los demás. Al retomar la personalidad y valores de una figura tan reconocida y talentosa como lo es Charles Pratt, ha provocado que hoy, el instituto Pratt sea uno de los institutos más reconocidos del mundo. La ventaja de tener un personaje sobresaliente que represente a la institución va más allá de lo que las personas pueden distinguir, sin embargo sólo puede ser percibida al ser parte de ella.

Como se puede observar en la imagen de *Pratt Institute*, el uso únicamente de **tipografía** puede ser suficiente para representar a una institución, en el caso de *Pratt*, sólo quería resaltarse la raíz del instituto que es su creador (Charles Pratt), esto se logró con la combinación de un nombre patronímico. Sin embargo sólo trasciende para

aquellos que conocen la procedencia del nombre, para los que no, no lo relacionarán con ninguna actividad especial, por carecer de ninguna aportación gráfica extra.

La elección de un **imago tipo** o **logotipo** es una de las partes más importantes de una imagen de identidad, ya que de ahí se desarrollan todos los conceptos visuales utilizados para representar a una institución, para hacer dicha elección es indispensable conocer todos aquellos elementos que rodean a la institución y serán importantes a la hora de representar la imagen, esto va desde los factores que influyen en el contexto de la institución, como en la cultura en el lugar en donde se encuentra, hasta todos los aspectos que influyen dentro de ella, por lo que para la elección de la imagen de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”, fue necesario investigar todos y cada uno de los intereses pertinentes al contexto cubano, para que a través de esto se realice una interpretación pertinente para su desarrollo proyectual, apoyado por las limitaciones y alcances que el país y la institución debe proyectar.

Capítulo II

A d e i
A c d e i
A l a s e i
A r t e s

2.1 Comunicación en Cuba

En este capítulo se hará referencia al contexto nacional de Cuba, presentando sus alcances dentro de la comunicación y los medios de difusión como antecedentes para llegar a la actualidad y así distinguir como Cuba será proyectada ante el mundo. Por medio de estos recursos se proda proyectar toda su calidad, puntos que han cosechado ciertas empresas y en específico las academias e instituciones de arte, para contextualizar el entorno nacional y posteriormente, hacer el uso de esta información para la creación del diseño de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” enfatizando los beneficios y desventajas que se han manifestado al no contar con una imagen de identidad institucional.

Antes de la revolución en Cuba, la isla presentaba muchas problemáticas con respecto a la economía, el trabajo y la educación entre los pobladores, estos aspectos presentaban ciertas restricciones y decadencias, sin embargo, con la toma del poder de Fidel Castro surgen muchos cambios para el desarrollo de Cuba en distintos aspectos, se retomará uno de ellos, sólo el que a nuestra investigación compete: la comunicación de forma interna y externa en Cuba.

Entre los antecedentes encontramos a uno de los fundadores que introdujo y desarrollo la prensa escrita en Cuba, este hecho se le otorga

al Conde Ricla, con el primer periódico editado en el país “La Gaceta” en 1764, en él se exponían temas de carácter político y comercial, posteriormente surgen publicaciones de forma independiente y con el paso del tiempo retoman tecnologías que ayudarían a su publicación y reproducción, además de hacer uso de fotografías. Con el paso de la revolución cubana comienza a desaparecer algunos diarios y publicaciones, de tal forma que sólo se mantienen las publicaciones “tradicionales”.

En lo que a los medios televisivos y radiofónicos compete, en 1950 se presentan en la Habana tres canales fundadores: Radio Televisión Nacional (Canal 4), CMQTV (Canal 6) y Telemundo (Canal 2), que posteriormente se introducen en las provincias cubanas, ambos canales difunden su señal, en una de las localidades más concurridas de la Habana, el “Vedado” que demostraba un crecimiento y organización urbanístico en las clases sociales que lo habitaban en ese entonces, éste y otros factores de origen empresarial fueron los que influyeron para situarse en esta zona, mientras que en las demás emisoras de televisión se situaron en zonas cercanas a los canales fundadores logrando una cadena de siete emisoras.

En el año de 1954 surge Microondas Nacionales S.A. generada por una alianza entre emiso-

ras para reducir los costos de la señal televisiva, firmando un acuerdo para la operación en conjunto de la red de microondas, manteniendo sólo como competidor a Telemundo que ya tenía un gran alcance en distintas provincias ubicadas al oriente de Cuba, es así como en la década de los 50’s la Televisión en Cuba se encuentra en la etapa de su fundación y progreso.

Al igual que la televisión, el radio se hizo presente al lanzar emisoras de radio Circuito Nacional Cubano, Unión Radio y Cadena Oriental de Radio, cuyas emisoras eran operadas por personas que prestaban su nombre por otro titular, es decir por testaferros de la dictadura, estas frecuencias fueron las únicas intervenidas por la Revolución ya que el gobierno comenzó a interferir en transmisiones radiales extranjeras, sobre todo las que estaba comenzando a emitir la decisión de Cuba con respecto al cambio de forma interna y su proyección en el mundo, con el pasar de las décadas llega Radio Cuba que se ha mantenido con el transcurso del tiempo.

Sin duda el triunfo revolucionario creó nuevos objetivos para los medios electrónicos, y en el caso de los medios de comunicación se encuentran desde entonces bajo el mando del Instituto Cubano de Radio y Televisión.

2.2 Actualidad en los medios de comunicación

Después de todos los cambios que surgieron al término de la guerra y en el gobierno de Fidel Castro con respecto a la comunicación, hoy en día este aspecto ha sido modificado gracias al actual presidente Raúl Castro, quien tomó posesión del poder el 28 de febrero de 2008, es así que en la comunicación se comienzan a manifestar cambios en esta área, reduciendo las restricciones de contrataciones telefónicas y otros medios al ser usados con mayor accesibilidad para gran parte de la población.

En la actualidad algunos medios han mejorado su programación y calidad, ejemplo de ello es la televisión que cuenta con 5 canales de transmisión, 4 de ellos son de carácter nacional y uno de carácter internacional, que cuentan con una programación educativa con la señal de “Tele Rebelde” que es el segundo canal en la televisión cubana, esta transmisión por aire dura 16 horas, logrando un alcance de forma internacional a través del satélite Hispasat para el continente americano. Se hace mención que cada provincia cuenta con canales locales para manifestar una variación y mejoramiento en la programación para todas las edades. Respecto a las emisoras de radio con onda corta intervienen dos emisoras importantes que son “Radio rebelde” y “Radio Habana Cuba”.

En el caso de la prensa escrita y digital se manifiestan temas de origen nacional e internacional, en este medio podemos identificar publicaciones como: “El diario Gramma” que es el Órgano Oficial del Comité Central del Partido Comunista de Cuba, el cual se presenta en distintos idiomas para lograr una mayor difusión, manejando un contenido diverso de cultura, ciencia y técnica, deportes, consulta médica, temas nacionales y temas de corte internacional entre otros, su *target* es: personas adultas. También podemos identificar a un periódico que tiene un enfoque más juvenil denominado “Juventud Rebelde” cuya publicación es el diario de la juventud cubana que presenta un contenido similar al “Diario Gramma”, pero con un estilo más juvenil, otro de los medios que intervienen son sin duda las revistas donde localizamos publicaciones como: “26”, “5 de septiembre”, “Cubahora”, entre otras, esta última es importante mencionar que es la primera revista digital de Cuba que maneja una interfaz fluida y fresca además de un buen manejo de diseño de información, reafirmando el concepto de innovación y calidad en el diseño de su página web. De tal forma, los medios comienzan a lograr un mayor desarrollo en el ámbito digital es por ello que “Mediosmedios” es un portal vir-

tual donde se pueden localizar algunos servicios, prensa y comunicación dentro y fuera de Cuba.

Pablo Bello (Secretario general de asociación Iberoamericana de Centros de Investigaciones y Empresas de Telecomunicaciones), hace referencia a que las telecomunicaciones forman parte de un rol fundamental para el desarrollo cultural de los pueblos, donde se pretende lograr un avance en general y no sólo en Cuba sino en Latinoamérica, es por ello que el Internet de igual forma se encuentra en el camino del cambio, ya que la isla cuenta con una señal vía satélite provocando una conexión costosa y lenta, por lo que en el año 2011 gracias al apoyo de Venezuela se desarrolló un cable de fibra óptica instalado de forma marítima con el propósito de mejorar la conexión de Internet, actualmente Cuba se encuentra en un proceso constante de mejora al pu-

blicar el 11 de abril de 2013 en la Gaceta Oficial, la aprobación de un reglamento para dominios, manifestando las reglas para el registro y asignación de los nombres de dominio, éste será regulado por la Agencia de Control y Supervisión del ministerio. Se debe mencionar que el acceso a Internet tiene un costo y se da en *cibercafés* localizados en los hoteles, donde la admisión a ellos tiene una prioridad enfocada a los turistas, es así que hoy en día el propósito principal es conceder la accesibilidad a toda la comunidad cubana, abriendo caminos y logrando un acercamiento a los medios de comunicación y otros aspectos, provocando la inquietud entre cubanos y extranjeros, y es que la necesidad de comunicarse se ha manifestado desde siempre, es así que, a pesar de los limitantes que se pueden encontrar en Cuba la comunicación tiene un interés por crecer.

Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre

2.3 *Empresas o medios de publicidad en Cuba*

Cuba a pesar de las restricciones y cambios que ha tenido a lo largo de su historia, ha encontrado formas de mantener la comunicación y la fluidez de información dentro y fuera de la isla, con el uso de medios impresos como: revistas, periódicos, agencias de noticias y si bien promocionándose por medio de Internet, siendo éste último una fuente importante para difundir noticias y servicios en todo el mundo al poseer una mayor difusión en la actualidad, también ha cobrado gran auge en las redes sociales, es por ello que Cuba busca proyectar e informar al mundo sobre los avances e inquietudes que Cuba tiene día con día.

La mayoría de las promociones y publicidad que se maneja es básicamente por medios digitales aplicados en *banners*, páginas web y en catálogos, en donde se localizan algunos de los

servicios y lugares más importantes de Cuba, y que esta dirigido al turista, lo que contribuye a la entrada de divisas al país.

Durante la conferencia inaugural de la XXXI-II Feria Internacional del Turismo, el ministro cubano de Turismo, Juan Marrero, reflexionó, sobre la necesidad de propiciar el empleo de las nuevas tecnologías para promocionar el turismo cubano, su seguridad y la amabilidad del pueblo. Es así como Cuba aspira a la excelencia como destino turístico, donde uno de los factores que intervienen para el desarrollo y crecimiento de este proyecto es el apoyo de recursos gráficos, mismos que han sido utilizado en otros momentos en Cuba, como lo fué en el desarrollo del cine en la isla a través del cartel, mismo que se reconoce de forma internacional.

2.4 Impulsores del diseño gráfico en Cuba

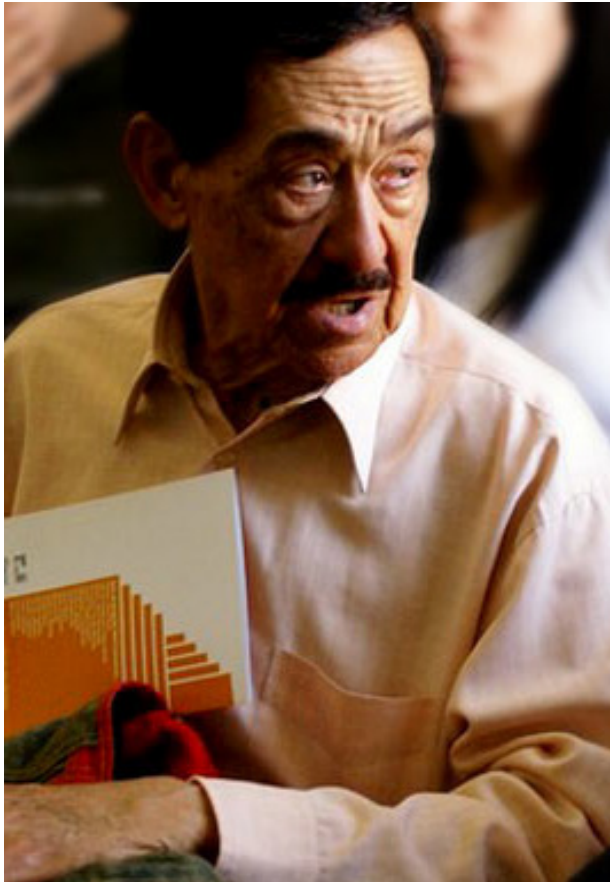


Imagen 13 Eladio Rivadulla Martínez [Imagen en la web]
Recuperado de www.lajiribilla.cu.

En los años de 1950 a 1958 se crearon agencias publicitarias con un estilo norteamericano; particularmente la escuela profesional de publicidad se funda en 1954, utilizando como medio masivo al cartel, destacando su promoción por el cine cubano, es así donde surgen personajes importantes para el desarrollo del diseño, como Eladio Rivadulla (ver imagen 13) quien fue uno de los iniciadores y maestro del cartel cinematográfico cubano, hombre que hizo una gran producción de carteles cinematográficos en muchos países, destacando cinco películas mexicanas interpretadas por Jorge Negrete y Dolores del Río.

Rivadulla creó un estilo diferente en el cartel cinematográfico proponiendo una idea que desarrolló al observar que en los proyectos latinoamericanos las imágenes de los actores aparecen sobredimensionadas y con espacios reservados sin impresiones en la parte inferior y sin títulos de películas, de modo que las distribuidoras utilizaran los carteles para promover diferentes filmes de cada actor, mediante la posterior rotulación de sus títulos, él decide apropiarse de una viñeta de los *comics* norteamericanos y hacer una versión, tal y como en décadas posteriores hicieron los artistas del *pop art*, al no aparecer la ima-

gen de ningún actor, lo que hizo posible utilizar los carteles impresos para promover diferentes películas de ambos protagonistas, iniciativa que en primera instancia no fue aceptado por la dudosa calidad que se pudiera presentar, a pesar de los beneficios que se lograrían en cuanto a la reducción de costos; con el tiempo fue aceptado y logró crear una tradición en la reproducción del cartel por medio de la impresión en serigrafía.

Por más de medio siglo en la Habana posicionándose como un ícono en el diseño gráfico al crear uno de los más famosos carteles de Cuba (ver imagen 14) “Fidel Castro, 26 de JULIO, cartel inspirado por la emoción a la llamada de un amigo informándole que -“El tirano Batista huyó”, el triunfo de la revolución había logrado desbordar su inspiración en el diseño e impresión de este cartel, haciendo uso de serigrafía con plastas en color rojo y negro en forma simbólica y la imagen de Fidel Castro con un arma en alto contraste, su reproducción fue de cien carteles de 92 x 71 cm, para repartirlos entre la comunidad Cubana, es así como esta imagen ha formado parte de un símbolo tanto en la revolución cubana como en el desarrollo del diseño gráfico de Cuba.

En la etapa post revolución, Cuba se encuentra en un cambio que surge por la necesidad de comunicar y manifestar su ideología, además de informar a toda la comunidad sobre los cambios que se presentarían, al enseñar y proponer ideas para el camino del cambio, entre otras cosas, es por ello que comienza a dar un giro distinto con respecto a la gráfica Cubana, haciendo uso del cartel como una herramienta de protesta, proyectando la voz del pueblo por medio de imágenes y dejando de lado al cartel cinematográfico que ya existía. En él se representaban temas de origen político y promoción cultural, en el que la imagen predominaba más que el texto, además de ser en un formato pequeño. A esta etapa se le llamo “La era dorada”, la mayor libertad y desarrollo del diseño gráfico, como una herramienta de comunicación, se dio durante los años de 1965 a 1975. Posteriormente de 1976 a 1989 comienza el estancamiento para el diseño ya que sus “alumnos no lograban superar a sus maestros” y así fue perdiendo fluidez e importancia, limitada por problemas burocráticos, perdiéndose la comunicación gráfica, además de la falta de recursos económicos y de materia prima para la reproducción de estos medios, es por ello que Rivadulla muestra su creatividad con la sustitu-

ción de tintas y sustratos para la impresión de carteles, revistas y libros.

Eladio Rivadulla gana el premio Nacional de Diseño ONDI 2009, reconocimiento otorgado únicamente por el Estado Cubano a los profesionales del Diseño y la Cultura por la obra de su vida. Un personaje memorable y reconocido en Cuba y el mundo, con cada una de sus obras.

Otro personaje que ha marcado la historia en el diseño gráfico es sin duda Félix Beltrán (ver imagen 14) quien se encontraba a favor del movimiento revolucionario en los años cincuenta, mismo que formó un grupo para apoyar y manifestar sus deseos de cambio, sin embargo Félix Beltrán decide irse de Cuba para comenzar sus estudios en *the School of Visual Arts* (Escuela de Artes Visuales), Nueva Escuela para la Investigación Social y el Centro de Arte *Pratt Graphic* en Nueva York, adquiriendo conocimientos y una diversidad de experiencias, trabajando en distintas empresas y formando parte del grupo académico en algunas instituciones en Cuba y México. Después de un largo tiempo, fuera de la Habana regresa con el deseo de aportar sus conocimientos y experiencias a la sociedad Cubana, dando inicio a su aportación en el Diseño Gráfico en Cuba.



Imagen 13 Cartel “26 de julio Fidel Castro” en Galería-CUBARTE [Imagen en la web] Recuperado de <http://www.galeriacubarte.cult.cu>.



Imagen 14: Félix Beltrán [Fotografía imagen de la web]
Disponibile en: <http://blog.sebastiancastro.com..>

Félix Beltrán considera que la falta de recursos estimula el ingenio en el diseño, donde se proyecta una mayor complejidad conceptual basados en una representación de forma simbólica, representados en una forma simplificada basada en contraste de color, caracterizando así la gráfica del cartel Cubano como medio de expresión, estos conocimientos no sólo fueron reflejados en este medio, sino en proyectos editoriales, como el diseño de libros, periódicos y en la realización de la identidad de Expositiva donde él era director, Expo 67 celebrada en Montreal y la Expo 70 celebrada en Osaka, es en ese desarrollo de la marca, de la que Félix menciona que, la realización y aplicación de la identidad tenía que ser coherente, debido a que fue un proyecto internacional y se temía no estar al nivel de la competencia, “para mí fue una verdadera lección de diseño. Creo que este trabajo fue pionero, incluso la marca no fue de tanto interés para mí, como su instrumentación”.

(CAMACHO, Teresa (2009) Félix Beltrán en el diseño o el diseño en Félix Beltrán. Paperback n° 6. ISSN 1885-8007. [Fecha de consulta: 16 de Abril de 2013] Disponible en: www.ucq.edu.mx/mentesbrillantes/wp.../entrevista_por_elizalde.docx : 2 párrafo 9)

Beltrán es uno de los diseñadores más reconocidos en Latinoamérica, por sus diseños que integra la calidad visual y conceptual, “El reto principal para la realización de una marca radica en encontrar una marca de simplicidad no excesiva, de asociaciones inequívocas, fácil de retener como de ampliar o reducir, aplicable a diversos materiales, entre otras cualidades.”(Marca en México Tomo I pág.56).

Es decir, que la realización de un proyecto manifiesta un reto pero siempre generará un interés, el cual siempre estará delimitado por un objetivo principal, en el caso de la marca, lograr la proyección ocasionando un impacto visual para encontrar la interacción entre los usuarios a los que va dirigido y la contraparte, que son la o las personas que desean proyectar. Y es que en Cuba ha afrontado retos que han sabido llevar a flote, principalmente al engendrar a grandes diseñadores que han llevado en alto a la República de Cuba, además de, generar grandes y enriquecedores proyectos que han destacado a nivel mundial, ejemplo de ellos es que la isla de Cuba es una importante fuente productora de grandes marcas en envases, embalajes y envoltentes que han logrado gran importancia en la exportación de tabaco, cigarrillos, ron y cervezas, creando en estos artículos una

importancia comercial con su nombre, *eslogan* y la calidad de sus productos, proyectando en ellos la identidad cultural y riqueza de Cuba.

Específicamente en el tabaco es donde se manifiesta un amplio desarrollo de la identidad gráfica, reflejada en marcas realizadas para el producto más importante de Cuba, el tabaco. Ejemplo de ello son los tabacos COHIBA (ver imagen 14 y 15), dicha marca no tiene una referencia del creador de la imagen de identidad, su origen data de 1966, y al paso de tres años se comienza la realización de una producción masiva, es así cuando Celia Sánchez Manduley, quien fuera heroína cubana de la última guerra de liberación, detecta la necesidad de nombrar a este producto, dicho acontecimiento surge en 1969.

Cohiba proviene del rollo rústico de la *solanácea* que fumaban los primeros pobladores. Se debe mencionar que este tipo de tabaco era usada de manera única como obsequio a personajes con cargos en el gobierno.

Otro ejemplo de habanos es Romeo y Julieta (ver imagen 16), inspiración de la obra William Shakespeare es en los primeros años del siglo XIX alcanzó renombre internacional, uno de los personajes que logro una aportación para la gráfica de los habanos fue el señor Don “Pepín” Fernández, al resaltar la importancia de las ani-

llas o *vitolas* que son la faja de papel hecho en litografía que se coloca en el puro, en el se indica la marca de la fábrica. En el festival del Habano se hace el lanzamiento de un producto nuevo, y con una nueva imagen lo que demuestra los atributos de la marca, en cuanto a diseño de la *anilla* y los tubos, actualmente cuenta con una presentación de cajones de madera de 10 y 25 unidades y petacas de 5 unidades.

Estos ejemplos hacen referencia a la cultura y su propio origen, donde se ve de forma clara y evidente que todos ya sean productos, empresas e instituciones manifiesta una necesidad, la cual tiene como idea principal proyectar un servicio o producto, que va de la mano de una proyección y representación gráfica, es ahí donde el diseño gráfico se convirtió en una herramienta básica para impulsar el desarrollo y su enriquecimiento de las empresas, los productos, los servicios, las ideologías, etc; así como para la proyección y valoración de los aspectos formales como el *FODA* de las instituciones hacia el campo al que va dirigido. Sin embargo el desarrollo del diseño gráfico se vio afectado con la falta de comercio interno de oferta y demanda, provocando que la creación gráfica disminuyera de tal forma que algunos productos destinados a la exportación, dejarán de lado la importancia gráfica y sólo se



Imagen 15: Habanos Cohiba Disponible en: <http://www.casasfumando.com>.



Imagen 16 Demostración de empaque, anillas de Cohiba habanos Disponible en: <http://www.habanos.com>.

preocuparan por la función de exportar, delimitados por un sólo comercio, características que en el comercio externo marcaba un sello distintivo con gráficos coloridos, con su armonía y buena composición, mientras que los diseños que tenían que ver con la distribución dentro de la isla, presentaban gráficos sombríos y sencillos, encontrando que en la mayoría de las empresas e instituciones se encuentran enfocadas sólo a mantener su nivel pero no su proyección.

Es decir que en Cuba fueron perdiendo ese valor por generar y proyectar todos sus servicios, instituciones y comercios, por ejemplo las empresas que contaban con una identidad corporativa no contaba con una imagen atractiva e impactante para el sector al que iba dirigido, sin embargo desde 1990 el diseño gráfico comienza a retomarse con mayor fuerza y con el deseo de renacer, es por ello que Cuba se esta preocupando y ocupando por la mejora de su gráfica, empezando por un proyecto global de imagen como fuente para una nueva estrategia social, donde el objetivo que se desea alcanzar es la mejora de la economía social y la reanimación

estética de espacios de socialización, restaurando la edificación patrimonial, entre otros aspectos y para ello se han ofertado concursos para la mejora de estos espacios arquitectónicos, que se encuentran de la mano con la elaboración de la identidad gráfica de algunas instituciones, la realización de publicidad y difusión, entre otras áreas que al diseño compete, es así como el diseño gráfico comienza a revivir, paso a paso, para lograr una armonía entre los espacios arquitectónicos y la gráfica visual.

Cuba con su actual gobierno se ha visto en la necesidad de implementar una identidad en empresas estatales, sin embargo no todas cuentan con una proyección funcional, en cuanto a un diseño de *imagentipos*, ni de un manual de identidad, haciendo uso de *símbolos* que denominan “marcas” con referencia a la cultura cubana y el rubro del entorno, en que la empresa se desarrolla, proyectando lo que hace, con lo que dice de forma interna y externa, es por ello que nos compete la importancia de las artes en Cuba para el desarrollo visual de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”.

2.5 Empresas e instituciones que han hecho uso de una imagen de identidad

El uso de una identidad hace posible la mejora de una proyección cultural objetiva, algunas empresas en Cuba ya han hecho uso no sólo de una identidad visual, sino de un recurso más complejo como lo es un Manual de Identidad, Villa Clara (ERMP. VC) (ver imagen 17) quien se dedica a la recuperación de materias primas y quienes pretendía manifestar con mayor fuerza sus servicios, en su manual se presenta una serie de normas y reglas que debía seguir y el uso de los signos que conforman el programa tal y como se menciona en la siguiente cita:

En la creación de un manual de identidad corporativa para una empresa del territorio podemos encontrar que: “A raíz de estas indicaciones, la entidad ha dirigido sus acciones en función de cumplir con lo anteriormente expuesto. Para ello se ejecutaron altas cifras de inversiones encaminadas a mejorar la imagen visual de la empresa, citándose por ejemplo pintura de los locales, medios de transporte, medios de protección individual, todos ellos con los colores corporativos, además del uso del logotipo en toda documentación del centro. También la empresa ha desarrollado un sinnúmero de actividades en función de la comunicación con la Organización de Pioneros José Martí, los Comités de Defensa de la Revolución así como el empleo de medios radiales y televisivos.” (Diseño de manual de identidad corporativa para una empresa del territorio cubano [en línea] [Fecha de consulta: 25 abril 2013] Disponible en: <<http://www.dametareas.com/diseño-del-manual-de-identidad-corporativa-para-una-empresa-del-territorio-cubano/>> Párrafo 46)



Imagen 17 Logotipo de (ERMP. VC) Recuperación de Materias Primas de Villa Clara [Imagen de la web] Disponible en: teveo.icrt.cu.



Imagen 18 Logotipo de la Asociación Nacional de innovadores y Racionalizadores [Imagen de la web] Disponible en: teveo.icrt.cu.



Imagen 19 Ejemplo del Sitio web de la institución (2013) Universidad “Carlos Rafael Rodríguez” Camagüey, Cuba Disponible en: <http://www.ucf.edu.cu>.



Imagen 20 Diseño página web (2013) Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, Cuba Disponible en: <http://cujae.edu.cu>.

Otro caso es la Asociación Nacional de Innovadores y Racionalizadores (ANIR) (ver imagen 18) que bien tiene el concepto de mejora pero sabe que no sólo una imagen logra una renovación absoluta, es decir, que todas las empresas necesitan una imagen de identidad que rescate y realce sus servicios, pero como fuente de apoyo a la organización y trabajo en equipo que debe existir dentro de una institución. “La Academia de las Artes Vicentina de la Torre” cuenta con una imagen de identidad institucional, es decir, tiene una proyección tanto nacional como internacional, al ser mencionada como una de las mejores academias de ballet en el mundo, ha logrado este nombramiento gracias a su presencia internacional proyectada al ganar el reconocimiento en concursos internacionales, sin embargo esta identificación no se ha logrado de forma visual, es así que se desea alcanzar una mayor difusión y lograr el reconocimiento y lograr la reminiscencia visual de forma internacional a través de una imagen y un manual de identidad.

Con respecto a instituciones, escuelas y otros sectores enfocados a la educación y la cultura en Cuba, podemos encontrar una clara estadística que refleja la forma actual de la gráfica que

Cuba utiliza en cuestión de logotipos para representar a estos centros educativos y la forma de promocionarse en el mundo son casi nulos, pues sólo recurren a fotografías de las actividades que realizan en las instituciones o universidades, sin embargo algunos centros educativos han comenzado a abrir las puertas a la creación de páginas web (ver imagen 19 y 20) algunas muestran una mayor elaboración que otras, pero no significa que no cumplan con su función principal la cual es, mantener informados a los estudiantes que cuentan con acceso a Internet y claramente que con este recurso visual se hacen presentes en la web, es decir al exterior de la isla, ya que al buscar el nombre de estos centros educativos “Carlos Rafael Rodríguez” e “Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría” te dirige a estas páginas, logrando ampliar el interés por saber más sobre estas instituciones, donde se muestran algunas fotografías de las actividades, programas de estudio y demás información general, de manera posterior se muestran más ejemplos y una investigación sobre los recursos gráficos y las imágenes de identidad de las que hacen uso las instituciones educativas.

2.6 Universidades de la Habana y comunidades de Cuba

La mayoría de los centros educativos que se localizan en Cuba cuentan con imágenes o símbolos que pretenden reflejar el uso y las características que maneja cada una de las instancias educativas sin embargo la mayoría de ellas se encuentran representadas únicamente por un estilo tipográfico como la “Universidad Isla de la Juventud” (ver imagen 21) y la “Universidad de la Habana” (ver imagen 22). Estas imágenes de identidad se pueden encontrar en las páginas web de cada una de las instituciones, sin embargo los recursos visuales que maneja cada una de estas instituciones son: el uso tipográfico, el cual no refleja claramente la identidad de estas instituciones, no presentan una composición armónica entre la tipografía y el uso de la imagen, como en el caso de la “Universidad Isla de la Juventud” se presenta confuso ya que no tiene una imagen definida de ¿Qué es? o ¿Qué representa?. De igual manera la imagen “Universidad de la Habana” al no tener un contexto del personaje y la única que se tiene es que esta figura se encuentra como un monumento en la institución, solo aquellos estudiantes dentro de la isla pueden o saben sobre este personaje lo cual muestra que es evidente que se necesita una mejora visual, es necesario mencionar que esta institución cuenta con una imagen institucional y el uso de un escudo para representar a la univer-



Imagen 21 Imagen que representa al Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, (2013) Cuba Disponible en: <http://cujae.edu.cu>.



Imagen 22: Universidad de la Habana [Logotipo] Recuperado de <http://www.uh.cu/internacional>.



Imagen 23: Imagen de identidad Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte Loynaz Recuperado de <http://www.reduc.edu.cu>.



Imagen 24 Imagen de Identidad Universidad de Ciencias Pedagógicas, Camagüey Cuba [Recorte de imagen] Disponible en <http://www.ucp.cm.rimed.cu>.

sidad estos son algunos ejemplos de imágenes de identidad de universidades en Cuba, disponibles en la página web de cada dependencia.

Es decir, que pocas tienen realmente una imagen de identidad que sea funcional, provocando un impacto visual, reflejado en la armonía de un *logotipo*; en el caso de las universidades en Cuba se caracterizan por ser logotipos patronímicos es decir que tienen una denominación acorde al nombre de un personaje representativo de la institución, ejemplo de ello es la Universidad de Ciencias Pedagógicas, Camagüey, Cuba “Universidad Isla de la Juventud”, UCR José Martí y la “Universidad Ignacio Agramonte Loynaz” ubicada en la misma provincia de Camagüey. La imagen institucional de cada una de estas universidades se puede encontrar en la página oficial de cada institución. En el caso de la Universidad de Ignacio Agramonte Loynaz hace referencia y uso de logotipos patronímicos con el uso del nombre “Ignacio Agramonte” (ver imagen 23) en esta imagen se tiene un envolvente ovalado, en segundo plano se encuentra una imagen semi abstracta de la silueta de la universidad y en primer plano un libro abierto y el busto de este personaje. En el caso de la Universidad de Ciencias Pedagógicas (Ver imagen 24) es una imagen mixta descriptiva-patronímica, donde se hace referencia a un escu-

do con una gráfica mejorada en comparación a la “Universidad Isla de la Juventud” y la “Universidad de la Habana”. Sin embargo en el caso de la Universidad “Carlos Rafael Rodríguez” (ver imagen 25) y el Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría” (ver imagen 26) hace un mejor uso en su gráfica, al mantener una armonía en la mezcla de su logo y su tipografía, formando un imagotipo diferente que representa las áreas en las que estas universidades se desarrollan de acuerdo al rubro en el que se desenvuelven. Con estos ejemplos visuales podemos ver que la gráfica cubana dentro de las instituciones educativas han desarrollado una mejor visual, dándole un valor agregado a su calidad en proyección visual, con ello podemos darnos cuenta de que la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” lograría el objetivo principal de este proyecto, el cual es mejorar su proyección visual de manera internacional. A continuación se presenta una investigación visual que fue necesaria para conocer brevemente la gráfica que emplean las instituciones educativas en general y así poder presentar las definiciones más comunes de las instituciones de arte y ballet, para obtener una propuesta que refleje y logre el reconocimiento visual dentro y fuera de la institución.



Imagen 25 Logotipo de la Universidad “Carlos Rafael Rodríguez” Cienfuegos, Cuba. (2013) Disponible en: <http://www.ucf.edu.cu>.



Imagen 26: Instituto superior Politécnico “José Antonio Echeverría” [Logotipo] Recuperado de <http://cujae.edu.cu>.

2.7 Instituciones de arte y ballet



Imagen 27: Imagen de identidad del Instituto Superior de Artes ISA Universidad de las artes” [Logotipo] Recuperado de <http://isauniversidaddelasartes.wordpress.com>.



Imagen 28: Imagen de identidad de Cuba Ballet Rosari [Logotipo] Recuperado de <http://www.cubaballet.com.ar>.

Con respecto a las instituciones y academias de arte ubicadas en Cuba podemos encontrar que no todas cuentan con una imagen de identidad como tal y las únicas que cuentan con ella tienen un énfasis en *logotipos* de tipo descriptivo, toponímico y patronímico donde se refleja una gran diversidad en la creación de estilos de representación, ejemplo de ello: Isa Universidad de las Artes (ver imagen 27) dicha institución hace uso de dos tipografías sans serif y serif, además del uso de un logo, cuya forma referencia o forma exacta no se tiene una referencia específica y se pueden adjuntar diversos simbolismos y significados. En el caso de Ballet Nacional de Cuba, (ver imagen 28) esta imagen de identidad hace uso de tres tipografías distintas y el uso de un acorde *acromático*, es decir el acorde que no usa ningún color del círculo cromático, sino una combinación de blanco, negro y gris, en primer plano se encuentra el desarrollo, o mejor dicho, la actividad que realizar esta institución al hacer uso de una tipografía serif “ballet”, posterior en sans serif el nombre de la escuela “Rosario” sin embargo en el uso de la gama cromática se puede confundir en la implementación de una tipografía script “Cuba”, lugar de procedencia, siendo de Cuba un logotipo descriptivo y patronímico.

Finalmente la imagen del ballet nacional hace referencia en su identidad utiliza el signo visual y tipográfico en el que denota el movimiento de una pareja con una pose de ballet de forma semi abstracta, que a diferencia de las anteriores instituciones hacen uso únicamente de altas para el desarrollo de la imagen, el Ballet Nacional de Cuba (ver imagen 29) hace uso de altas y bajas con un solo estilo tipográfico serif y el uso monocromático en azul.

Es así que estas representaciones gráficas son ejemplos de la realización de imágenes de identidad que se han desarrollado en las áreas del arte y ballet en Cuba, todos estos institutos finalmente se encuentran en el ámbito de competencia visual en la red y son identificados por sus estudiantes, por lo que para este proyecto de investigación y diseño son un punto de referencia.

Es así como se reconoce que, estas instituciones son los centros educativos más representativos de la entidad cubana, quienes se pueden encontrar gracias a su recurso gráfico, sin embargo identificamos que una de las más importantes academias de arte de Cuba sin duda es “Vicentina de la Torre”, la cual ha marcado y destacado en la cultura en Camagüey, pero una de sus deficiencias esta en la falta de y proyección de su identidad y casi nula difusión. La Academia si cuenta

con una imagen, sin embargo ésta no es reconocida a nivel internacional, pues sólo está dentro de la institución, (ver imagen 30) plasmada en una placa de barro con la imagen de Vicentina de la Torre y las dos “A” que sintetizan “Academia de las Artes”, de manera continua se muestra un texto complementario en dos líneas, el nombre completo “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”, la leyenda se presenta con una tipografía sans serif y todas en altas, la cual se muestra deteriorada por el paso del tiempo y por el clima.

Al proyectar los valores que ha alcanzado la institución con el paso del tiempo, se logrará uno de los objetivos a destacar de este proyecto, retomando algunos aspectos descritos por la institución.



Imagen 29: Imagen de identidad del Ballet Nacional de Cuba [Recorte de imagen] Recuperado de <http://www.ballet-cuba.cult.cu/>.



Imagen 30 Placa encontrada en el exterior de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”.

2.8 *Uso de medios promocionales en escuelas e instituciones*

Analizando diversas instituciones cubanas en una página web encontramos que Cuba y sus escuelas desean proyectarse en todo el mundo a través de este medio, presentado en su página web algunas de las instituciones de salud, cada una cuenta con los datos básicos como planes de estudio y localización, y no hacen uso de recursos fotográficos, sin embargo donde se puede encontrar mayor diseño de información son en las páginas dedicadas exclusivamente a la danza, artes gráficas y la cultura dentro del programa educativo, lo que la facilita la localización de la institución, misión, visión, filosofía y valores en la que basan y forjan a cada uno de los estudiantes que ingresan, reconocimientos y próximos eventos, concursos, entre otros aspectos básicos haciendo uso de varios elementos fotográficos. Es necesario conocer los medios promocionales de las instituciones y las ventajas que han conseguido con estas herramientas de interacción entre los usuarios primarios y secundarios, adquiriendo una referencia, la cual será de apoyo para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos visuales para alcanzar una mayor proyección de los conceptos. Y es que en muchas de las empresas, instituciones y agrupaciones se han visto en la necesidad de proyectar su identidad, hacia el mundo de forma gráfica, como herra-

mienta de intervención el diseño gráfico, ya que la implementación de una identidad visual logra mayor ventaja competitiva, una mayor proyección, audiencia y reconocimiento, manifestando su identidad de forma interna y fuera de su contexto nacional. En Cuba gran parte de las instituciones relacionadas con la investigación y la comercialización no cuenta con una identidad, es por ello que Cuba ha atendido a esta necesidad de proyectar sus servicios y funciones al mundo, es preciso mencionar que su preocupación real esta enfocada en el ámbito externo, donde Cuba desea posicionarse en el exterior, es por ello que su sector es de cierta forma más definido.

La agencia de Publicidad h2e hace mención de datos importantes donde el estudio de mercado es un factor importante “La identidad corporativa o identidad visual corporativa de una empresa es el conjunto de atributos y valores que proyecta a través de la manifestación física de la marca. La empresa además de productora de bienes ha de ser emisora de comunicación, por tanto, la definición y presentación de su identidad es un factor muy importante.” (La importancia de la identidad corporativa [en línea] [Fecha de consulta: 25 de abril de 2013] Disponible en: <<http://www.h2e.es/la-importancia-de-la-identidad-corporativa/>> Párrafo 5 línea 3)

Es decir, que se manifiesta en un sentido como consumidor y prestador de servicios en un entorno empresarial, sin embargo en un análisis todos cumplen con la acción de ofertar un servicio, ya sea con fines de lucro o no, las empresas o instituciones al contar con una identidad visual mejoran su proyección al hacer uso de componentes visuales como una imagen de identidad y publicidad, en los que ponen en equilibrio su valor y función como institución o empresa, logrando uno de los objetivos principales que son el reconocimiento y posicionamiento en un mercado, el cual ha sido previamente detectado, sin olvidar que la realización de la parte gráfica que debe lograr una interacción donde el beneficiario se sienta identificado, y proyecte una interacción recíproca, es decir, que logre una empatía sin olvidar que debe difundir los servicios, para que se den a conocer los valores que intervienen dentro y fuera de la institución.

Según de la agencia de “publicidad h2e” dice que algunas de las ventajas de la identidad visual corporativa son:

Genera asociaciones, valores y atributos positivos que forman actitudes favorables, la apariencia visual proyecta la imagen pública de la empresa y constituye un elemento importante para generar confianza, determina la opinión del indi-

viduo hacia los productos y servicios que oferta y comercializa, una imagen favorable estimula el interés y constituye una poderosa motivación para el consumo, refuerza y clarifica la imagen de la empresa, contribuyendo a un mejor conocimiento y aceptación de sus actividades comerciales, frente a mercados saturados de estímulos publicitarios y de lucha comercial, se identificará diferenciándose de su competencia y logrando ser recordada, la identidad visual permite utilizar el beneficio de la empresa los diferentes soportes propios, se crea un ambiente de trabajo con referentes visuales que el empleado acaba por identificar y asumir como propios. (La importancia de la identidad corporativa [en línea] [Fecha de consulta: 25 de abril de 2013] Disponible en: <<http://www.h2e.es/la-importancia-de-la-identidad-corporativa/>> Párrafo 5)

Con ello se refuerza lo antes mencionado, la identidad visual es de suma importancia para manifestar el equilibrio entre la institución y los usuarios, para lograr esa empatía que será un factor que influirá en la decisión de elección de una institución y otra. Otro de los factores a los que se hace reconocimiento de necesidad es el uso de un manual de identidad, donde se manifiesta el correcto uso de la identidad visual que se está proyectando. A la par de estos medios grá-

ficos, también es necesario el uso de medios de difusión donde César Romero Vásquez, docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo en Perú (2012) hace mención “La imagen corporativa es la manera por la cuál se trasmite quién es, qué es, qué hace y como lo hace. El diseño coordinado de los diferentes agentes de comunicación hará posible que la imagen sea transmitida de manera correcta, al auditorio deseado.”

Es por ello que la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” necesita de la Identidad gráfica, haciendo uso de este recurso para lograr una proyección visual en el ámbito internacional, ya que al ser una de las academias más reconocidas en el mundo, no se puede permitir la falta de este medio, además de la difusión en distintos medios de comunicación ya que en la actualidad es necesario mostrarse visible y ac-

tualizado para ser conocida más allá del ámbito nacional y en el caso específico de la academia, no sólo en el rubro del ballet y las artes, sino en distintos contextos, además es importante mencionar que su competencia internacional cuenta con una amplia variedad de elementos gráficos que han sido apoyo para su posicionamiento y reconocimiento visual. Es por ello que este proyecto tiene el objetivo de lograr un bien social para la institución, cuyo objetivo siempre ha sido brindar el apoyo y el hogar a aquellas personas que tienen la aptitud en el área de las artes, formando alumnos que aman el arte y la danza, por lo que para ello la imagen que se presentará tendrá el objetivo de lograr proyectar los valores de académicos y alumnos han adquirido a lo largo de estos años, y que tanto dentro, como fuera de la institución, los alumnos se han identificados y se identifiquen con su tan adorada institución.

Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre

Capítulo III

Academias
Artes

3.1 Planteamiento del diseño

Al concluir la investigación desarrollada se detectó la necesidad de mejorar la identidad visual de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” ubicada en Camagüey Cuba, debido a que en el análisis de imágenes gráficas de universidades e instituciones dedicados al giro de artes plásticas y dancísticas dentro de la isla, se detectó una decadencia visual, al no contar con una armonía gráfica y de valores óptimos para su reconocimiento en el exterior.

La academia desea lograr una mejor proyección visual, por lo que se realizará un manual de imagen institucional para la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” que logre trascendencia visual y la *pregnancia* deseada, al proyectar la importancia, la esencia y el amor que los estudiantes y académicos tienen hacia la institución; para ello se desarrollará un manual normativo donde se presentará la imagen de identidad, su uso correcto y las restricciones de la imagen;

así mismo se implementará el uso de la *señalética* para cada una de las áreas que conforman la institución y con ello favorecer el recorrido, e identificación de las distintas áreas y espacios en los que se divide el instituto.

Por otra parte es necesario proyectar a través de diversos medios los atributos institucionales así como las actividades y eventos realizados por la academia, durante un año para darlos a conocer entre la comunidad institucional como hacia el exterior (internacionalmente) con la publicidad que se utilizará fuera de la institución. Con estas herramientas gráficas se intenta lograr una mejora visual, con el objetivo principal de enriquecer su proyección visual de forma internacional y local dándole así un punto de partida y distinción ante otras instituciones de arte, bajo la norma de un manual de identidad, logrando representar su calidad al interior y al exterior de la institución.

Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre

3.2 Proceso de Diseño

*Academia
de Artes*

3.2.1 Manual de identidad institucional para la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”

En este manual normativo se incluirá la imagen institucional, el uso correcto y las restricciones de la imagen, posteriormente se implementará en el uso de la señalética para cada una de las áreas que conforman la institución; por otra parte se incluirán los medios promocionales para la difusión de actividades y eventos proyectados por la academia, además de la publicidad que se utilizará fuera de la institución, con estas herramientas se intenta lograr una mejora visual en la proyección de la institución que ha logrado gran posicionamiento dentro del mundo del ballet, ya que se encuentra en una de las diez mejores instituciones dentro de este rubro.

Este proyecto ha sido apoyado por los asesores Mtra. Alma Patricia Huerta Martínez, Mtro. Obed Meza Romero, Mtra. Angeles Lichtle García de Acevedo, el Mrto. Jesús Barrientos Mora y la Arq. Cristina Balbis quienes en su calidad de catedráticos especializados en áreas del diseño y la arquitectura han aportado su experiencia para el cumplimiento de los objetivos trazados por la institución “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” para así proyectar la calidad institucional con el uso de herramientas visuales a través de una solución gráfica que de integridad al arte y la danza.

*Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre*

3.2.2 Actividades a realizar

Para la realización de este proyecto, se llevarán a cabo diversas actividades descritas a continuación, con el fin de lograr el objetivo deseado:

- Creación del cronograma de actividades para la aplicación de cada una de las tareas a realizar de manera satisfactoria.
- Indagar sobre la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” de su historia, razón de ser, misión, visión, infraestructura, disciplinas que se imparten, eventos que se realizan, premios que han obtenido, personajes importantes que han sido parte de ella. Conocer los aspectos más importantes que conforman a la institución, los cuales serán de gran utilidad. De tal forma comprender qué elementos se deben proyectar en la imagen de identidad.
- Aplicar encuestas por medio de Internet a grupos de ex alumnos de la institución, para saber qué importancia se le da a la imagen de identidad de las academias de artes en Cuba, a nivel internacional y a la de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”, y así reconocer que tipo de recursos de identidad han sido utilizados para la representación de dichos centros educativos, analizando los casos de éxito.
- Reconocer el tipo de recursos gráficos necesarios para la difusión y proyección de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” de acuer-

do a las actividades y eventos que son realizados en la institución, dicha información será utilizada para saber cuáles son las necesidades que el manual de identidad institucional deberá cubrir.

- Determinar los principales medios de reproducción de Cuba, para que los artículos que serán diseñados, puedan ser reproducidos fácilmente.
- Elaborar una lista de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (análisis FODA) de la institución para cubrir las necesidades encontradas en dicho análisis y conceptualizarlos en la identidad.
- Determinar el formato para el manual de identidad, en esta etapa se hará la elección del formato, papel y retículas para el montaje de los aspectos a cubrir dentro del manual.
- Realizar el bocetaje de la imagen de identidad, estudio de la línea cromática, uso de tintas para las diversas formas de reproducción que se utilizarán dentro del diseño, con esto se desea lograr una imagen atractiva pero sustentable para el momento de su reproducción.
- Analizar el espacio, infraestructura de cada una de las áreas ubicadas en el plano arquitectónico, realizar el listado de señales que se diseñarán para la institución, posteriormente, desarrollar un análisis y toma de decisión si éstas, serán de forma pictográfica o tipográfica, además de

los materiales que se utilizarán. Ubicación de señales en un recorrido virtual, con ello se presentará una imagen más real sobre el proyecto y su implementación en cada uno de los espacios internos de la institución.

- Reproducir algunos artículos promocionales, para muestra física del proyecto.
- Estudiar el de mercado donde se incluirá el entorno externo e interno de la isla y los beneficios que se pueden alcanzar al realizar el proyecto, en el entorno interno se desarrollará la misión, visión, análisis de la competencia, análisis FODA, que si bien desarrollarán las oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la institución y para concluir el análisis de mercadotecnia, con ello podemos lograr un estudio de mercado que nos ayude a desarrollar cada una de las áreas a cubrir en el proyecto.

3.3 Estudio de Mercado

*Academia
de Artes*

3.3.1 Entorno externo

Cuba, propiamente “La República de Cuba” es un país soberano insular del Caribe, asentado en un archipiélago, el cual se encuentra en el mar de las Antillas, forma parte del archipiélago la isla de la Juventud, Su territorio está organizado en provincias y un municipio especial (Carlos Manuel de Céspedes, Esmeralda, Sierra de cubitas, Minas, Nuevitas, Guáimaro, Sibanicu, Camagüey, Florida, Vertientes, Jimaguayú, Najasa, Santa Cruz del Sur) su capital y ciudad es La Habana. Cuenta con una superficie: 109 884.01 km² (Archipiélago cubano) 15 386 km² (Camagüey) La población en el archipiélago cubano es de 11,163,934 y de los cuales 768 311 habitantes forman parte de Camagüey.

Está constituido como república unitaria democrática, y su forma de gobierno es el de república socialista. Su idioma oficial es el español además de contar con su propia moneda peso cubano, peso cubano convertible.



Imagen 31 Escudo de arma de La República de Cuba [Imagen de la web] Recuperado de juanvaldescesar.blogspot.com.

3.3.2 Entorno económico

CONCEPTO	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	Ambos sexos					
Total	4,754.6	4,867.7	4,948.2	5,072.4	4,984.5	5,010.2
Agricultura, caza, silvicultura y pesca	951.9	912.3	919.1	945.6	921.5	986.5
Explotación de minas y canteras	22.0	25.7	26.7	27.0	33.7	40.2
Industrias manufactureras	525.1	523.3	543.1	530.8	486.6	507.9
Electricidad, gas y agua	72.7	85.0	79.8	90.3	101.6	91.5
Construcción	242.4	243.7	245.2	239.1	224.5	219.2
Comercio, restaurantes y hoteles	603.1	613.6	610.2	628.2	641.9	647.3
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	275.3	289.3	301.4	297.1	304.5	310.1
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios a empresas	116.6	111.4	123.0	118.5	116.2	125.2
Servicios comunales, sociales y personales	1,945.5	2,063.4	2,099.7	2,195.8	2,154.0	2,082.3

Tabla 1. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y Oficina Nacional de Estadística e información. Empleo y salarios [en línea] 2010 (fecha de consulta: 20 de septiembre de 2013. Disponible en: <<http://www.cubago.cu/>>.

Los principales empleos en Cuba son los relacionados con servicios comunales, sociales y personales seguidas por actividades primarias como la agricultura, la pesca y la silvicultura, y en tercer lugar las actividades relacionadas con el turismo, en comercios, restaurantes y hoteles. Sin embargo en el municipio de Camagüey las actividades que se destacan entre los principales empleos son: el deporte y actividades en beneficio al crecimiento del turismo, en segundo lugar las vinculadas a la educación, y en tercero las de la industria; por lo tanto la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” es una institución que impulsa una de las principales fuentes de trabajo del municipio que es la educación. Y tiene la oportunidad de impulsar la cultura y las artes al ser el octavo empleo en la lista de los 16 empleos más importantes del municipio.

Desde el 2006 las cifras en cuanto a cada tipo de empleo ha ido creciendo proporcionalmente, sin cambiar la posición como se observa en la tabla.

La economía en Cuba ha sido marcada por el bloque económico por Estados Unidos, impuesto por el triunfo de la revolución cubana el 1 de Enero de 1959, después de que Batista fuera derrocado, y a causa de que Fidel Castro estuviera al mando (ver imagen 32).

El bloqueo comienza como una Idea de derrocar a Fidel Castro en un plazo de 6 semanas, y en ese mismo periodo comenzaron a surgir las primeras medidas del bloqueo, comenzaron por cortar el suministro de petróleo, comenzó el gobierno de los Estados Unidos a rechazar créditos, siguieron por la prohibición de que las refinerías norteamericanas refinaran petróleo que no fuera norteamericano, a reducir la cuota azucarera, después suprimieron la venta de partes y piezas a las empresas cubanas [...] Cuba dependía en un 70% del comercio con Estados Unidos.

El Bloqueo - LaGuerraContraCuba. (2009, Noviembre 14). Catálogo en Línea. [Archivo de Video]. Recuperado de: http://www.youtube.com/watch?v=A_pmgGWNMcU

Por lo tanto, el bloqueo causó que Cuba tuviera que buscar diferentes alternativas para cubrir necesidades primarias y secundarias, ya que tuvo que conseguir diferentes medios para subsistir y resistir esta barrera que impusieron.

En medio de la guerra y el triunfo de la revolución, se decidió que Cuba fuera un país so-

cialista y con el apoyo del pueblo se impuso un nuevo sistema.

El bloqueo combinado ha hecho que a lo largo de los años se diera una baja a la economía teniendo que invertir mayor presupuesto en créditos, transporte de materiales, y formas de financiar los proyectos educativos, de salud y alimenticios, hasta en imprimir sus propios billetes, ya que estos también eran impresos en Estados Unidos.

A pesar de ser el bloqueo un arma que era pensada para derrocar en poco tiempo a Fidel Castro y al socialismo, el sistema de Cuba ha subsistido y en la actualidad, y se ha podido cubrir necesidades primarias para la vida diaria, esto haciendo que las actividades que se financien con prioridad sean las primarias, seguidas por las secundarias y terciarias; aunque el turismo ya forma parte de las prioridades de Cuba, siendo uno de los ingresos más importantes que recibe este país. Diversas medidas se aplicaron en este país, una de ellas fue dividir la moneda en dos, una para los turistas y otra para los habitantes del país, por lo que el entorno económico se encuentra muy ligado al entorno político, debido a las decisiones y la forma de gobierno por el que se rige la República Cubana.

3.3.3 Entorno político

La política en Cuba es tan importante como la economía, ya que los cambios políticos han sido causantes de grandes variaciones en ella. Después de la revolución, se hicieron cambios drásticos a la organización política del país, se instauraron normas para llevar a Cuba un sistema socialista, este cambio se hizo gracias al apoyo mayoritario del pueblo.

Según EcuRed.cu (2013), el sistema socialista se compone de cuatro etapas principales.

La primera de 1959 (triumfo de la revolución) a 1961, años en los que se empezó a hacer el cambio de sistema democrático a socialista, estableciendo gobierno revolucionario el cual estaba encargado del poder ejecutivo, legislativo y administrativo, recuperando así varias de las organizaciones de la población que habían caído ante el régimen de Estados Unidos.

La segunda etapa de 1961 a 1970 en la que se establecieron nuevos reglamentos para convertir a los habitantes en un pueblo político.

La tercera de 1976 a 1990, etapa importante, ya que se instauró de manera definitiva el socialismo basado en influencias de otros países que tenían el mismo sistema de gobierno.

Y por último la cuarta etapa o época especial comenzada en 1990 cuando los países socialistas más importantes caen y Cuba se queda sin apoyo alguno contra el bloqueo económico impuesto por Estados Unidos.

Cuba a pesar de ser un país socialista, se ha identificado por tener un sistema en transición, haciendo progresivamente regularizaciones para mejorar la calidad de vida, la economía, la administración y todos aquellos órganos que la conforman. A pesar de sólo existir un partido político, el formar el poder popular conformado por todos los órganos, los habitantes tienen el derecho de poder votar por las personas que lo integrarán, siendo así el pueblo uno de los principales dirigentes en la elección de las personas que tomarán las futuras decisiones en el país.



Imagen 32 Fidel Castro en la revolución cubana, en La República de Cuba [Imagen de la web] Disponible en news.bbc.co.uk.

3.3.4 Entorno cultural



Imagen 33 Calles de Cuba [Fotografía de la web] Disponible en [news.bbc.co.uk](https://www.bbc.co.uk/news).



Imagen 34 Folklore Cubano, en Cuba [Fotografía de la web] Disponible en vitraldecula.com.

Al ser la política uno de los principales factores en la vida de las personas en Cuba, ha sido influencia para el pensamiento, parte de la cultura y la identidad en este país. Siendo también influencia para las demostraciones artísticas, reconocidas por representar el orgullo de ser cubano y por el pensamiento revolucionario.

La cultura cubana es reconocida en todo el mundo, principalmente por la gran calidad en música y danza, en las que los hechos políticos, económicos y sociales no dejan de aparecer. Siendo así la revolución un impulso para todas las artes y formas de expresión, permitiendo conservar parte de la historia para transmitirla al mundo. Al contrario de lo que podría pensarse por ser un país que ha estado en gran parte de su historia en una guerra, la cultura de Cuba se ha modificado en pequeñas partes y ha mantenido sus raíces.

La identidad cubana se ha formado también por la arquitectura, este es el caso del municipio de Camagüey, que según camaguey.pprincipio.com (2013) ha sido declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad [...] debido a las manifestaciones artísticas que adornan las plazas, plazuelas, parques y teatros donde el “Movimiento de Artistas Aficionados” ha sido el canalizador más directo. Tales demostraciones artísticas son la razón de

ser de muchos de los Camagüeyanos, y como estas manifestaciones existen muchas alrededor de Cuba, que cada día aumentan al igual que la relevancia de trascender el exterior y la cultura del país, produciendo inspiración para muchos otros artistas de la localidad, así como muchas instituciones que apoyan a programas culturales con el fin de que las tradiciones sigan conservándose.

Las manifestaciones culturales presentan un punto importante de partida para poder constituir la imagen de algún centro de población, ya sea un país, un estado, una provincia, ciudad o una institución, como la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”. Tomar en cuenta todos los elementos culturales, propiciará que la imagen de identidad tenga mayor valor para las personas que conforman esta comunidad.

3.3.5 Elementos nacionales

Para el desarrollo del proceso de diseño se retomarán temas relevantes que se encontraron en la investigación, de la historia y de la cultura de la provincia de Camagüey y de la misma institución, destacando así rasgos característicos como punto de partida para el desarrollo de la identidad como:

Los tinajones (ver imagen 33) dichas piezas son las más representativas de la identidad, éstas datan del año de 1600 surgiendo en los patios y jardines de Camagüey, están hechos de barro rojo de la Sierra de Cubitas, en la actualidad la realización de estas piezas se conserva debido al rescate que se está logrando hoy en día en Cuba.

Para nuestro proceso de diseño, se retoman de ellos los materiales y sus formas para la obtención de rasgos que serán útiles para el diseño de la imagen y aplicaciones de la identidad para la Academia de las Artes.

Los murales que se encuentran en la isla y los autores de los mismos, también formaron parte de nuestro acervo, ya que en la isla de Cuba los murales de cerámica y barro son representativos de su identidad, es así como podemos encontrar a grandes personajes como el pintor grabador Alfredo Sosabravo quien ha trazado una innumerable colección de la cerámica artística cubana desde 1970. Con sus formas y llamativos colores



Imagen 35 Tinajones de Camagüey, [Fotografía] Encontrado en línea <http://www.ellugareno.com>.



Imagen 36 Sosabravo, [Fotografía] Encontrado en línea www.cubadebate.cu.



Imagen 36 Flor Nacional de Cuba “La Mariposa” Encontrado en línea: <http://www.tribuna.co.cu>.



Imagen 37 Ave nacional de Cuba de nombre Toco-ro-ro Encontrado en línea: <http://www.ecured.cu>.

que atrapan entre cuentos e historias que narran sus obras, una historia para cada imagen (ver imagen 26), de igual manera se retomaron formas y texturas como referencias del diseño para el proceso de bocetaje.

La flor “mariposa”, que su nombre genérico es *Hedychium coronarium* significa fragancia de nieve, o de forma coloquial flor “La mariposa” llamada así por su peculiar forma que asimila una mariposa blanca (ver imagen 5) dicha flor representa para los habitantes, pureza de los ideales de independencia y paz.

Esta flor se promulgó como la Flor nacional de Cuba el 13 de octubre de 1936, debido a que en el año de 1936 la ciudad de Argentina convocó a todos los países del continente que enviaran

su flor nacional para realizar el Jardín de la Paz, Cuba no contaba con una flor, por ello es que Don Fernando Ortiz y el naturalista Juan Tomás Roig, hicieron la elección de cuatro plantas y de acuerdo a la historia y significado que se le ha atribuido a esta flor, quedo de manera oficial como representante nacional.

Otro de los elementos que se retoman en esta investigación como referencias para el diseño es, el ave nacional de Cuba, su nombre científico es *Priotelus temnurus* o bien Toco-ro-ro (ver imagen 37), sin embargo los cubanos le llaman guatiní. Con su bello plumaje se es más fácil localizarlo, los colores que tiene su plumaje, el rojo, azul y blanco, mismos que se localizan en la bandera cubana.

3.3.6 *Vicentina de la Torre Recio*

Por otra parte uno de los personajes más importantes para la academia sin duda es Vicentina de la Torre, y es por ello que es uno de los argumentos más importantes que se deben mencionar como parte de la investigación previa a nuestro proceso de diseño.

La academia Vicentina de la Torre fue llamada así en honor a Vicentina de la Torre Recio, una figura que formó parte primordial de la historia de la danza en Camagüey, quien nació el 19 de julio de 1926 en Camagüey, Cuba.

Vicentina de la Torre (ver imagen 38) estudió en la escuela de Gilda Zaldívar en el año de 1948 y posteriormente en la escuela Zayas, ambas reconocidas por ser las más importantes en la enseñanza de danza en Camagüey a principios del siglo XX, pero fue en el curso de verano de la escuela de Alicia Alonso, donde perfeccionaría su técnica logrando una beca para complementar su formación profesional, al cerrarse la academia, decide retomar sus labores como profesora en el colegio de Zayas y es así que en el año de

1957 decide abrir su propia escuela de ballet donde el único requisito para ingresar a esta academia era poseer aptitudes para la danza, ya que en esta institución se daban clases de forma gratuita sin hacer excepciones económicas o raciales.

Para el año de 1959, después del triunfo de la Revolución Cubana, Vicentina reanuda sus actividades danzarias y es nombrada para asumir el cargo de directora en la escuela Municipal de Ballet, uno de sus sueños era fundar el Ballet de Camagüey, dicho sueño lo logró en diciembre de 1967, por lo que fue nombrada directora del colectivo danzario y en ese mismo año la Escuela Municipal de Ballet es convertida en Escuela Provincial de Arte, centro que incluye además, las especialidades de Música y Artes Plásticas

En el año de 2002 la Escuela Provincial de Arte es sometida a una restauración y a un cambio de nombre para pasar a ser la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” en honor a su docente más importante.



Imagen 38 Retrato de Vicentina de la Torre [Fotografía].

3.3.7 Infraestructura y estilo arquitectónico de la institución



Imagen 39 Vitrales de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”.

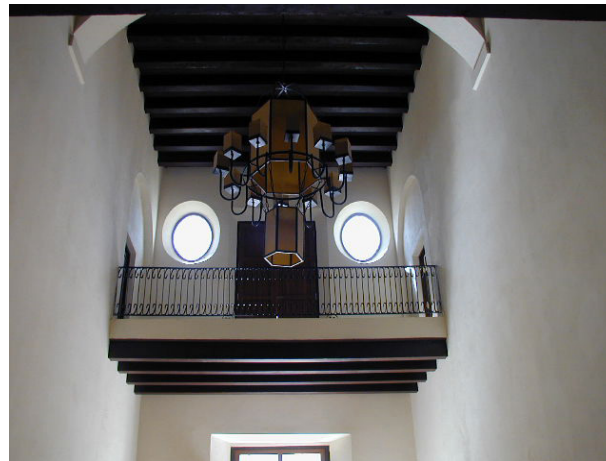


Imagen 41 Herrería y pasillos internos de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”.



Imagen 40: Instalaciones de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”.



Imagen 42 Pasillos de la planta alta de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”.

Posterior a la investigación de dicho personaje se realizó el análisis de la infraestructura de la academia, retomando ciertas características y rasgos arquitectónicos de la institución así como de la provincia de Camagüey; de forma específica de las figuras que se encuentran en los vitrales y la herrería que corresponde a la institución. Debemos recordar que el edificio donde se encuentra la academia es de estilo neoclásico es por ello que los rasgos característicos de este estilo arquitectónico se encuentran en las instalaciones del edificio por ejemplo la madera comienza hacer desplazada por el hierro y la cantería predominantes en balcones y barandales de los edificios, en dichos rasgos encontramos formas curvas, semicírculos, garigoleo, constantes en formas redondas con terminación en línea recta, colores cálidos ya que dentro de la institución sus paredes se encuentran con colores cremas, naranjas y ciertos toques de blanco.

3.3.8 Entorno interno

Misión

La “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” es una institución enfocada en la formación de profesionales en arte dramático, artes plásticas y ballet, que promueve y difunde la excelencia en estas disciplinas, fomentando los valores éticos, de amor y compromiso, para preservar y enriquecer el patrimonio del arte y la cultura.

Visión

Nuestra visión es consolidar a nuestra institución dentro de Cuba y posteriormente presentarse a nivel internacional, proyectando nuestro amor y enseñanza por el arte dramático, artes plásticas y ballet, con una armonía de habilidades tradicionales de nuestras raíces en Cuba

Mercado Meta

Estudiantes entre 15 y 17 años de edad que se encuentran en el extranjero, ya que la enseñanza educativa es media superior y con un alto nivel de preparación, se hará una imagen de identidad que proyecte los valores educativos de la institución, de tal forma que persuada e invite a los interesados en las disciplinas artísticas de: Ballet clásico, artes plásticas o arte dramático.

3.3.9 Análisis de la competencia

Internacional

A nivel internacional la cultura es un factor de gran importancia, que se ha tomado como referencia para la creación de imágenes de identidad, la mayoría de instituciones educativas, toma un elemento, personaje o hecho que haya influenciado su creación y de esta manera se resalta la importancia que tienen las raíces de todo centro de enseñanza.

En otros países se observa que las instituciones educativas en general se preocupan por tener una imagen de identidad, la mayoría con un enfoque simbólico, o heráldico, sin embargo en el caso especial de las instituciones de arte, es más común que sean conocidas por su nombre, que por el elemento que las represente, sin tener la preocupación por tener un *logotipo* o *imago tipo* que pueda ser el elemento que las destaque para utilizarlo constantemente.

La oportunidad de tener una buena proyección internacional con un manual de identidad institucional que represente a la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”, es muy amplia. El presentar recursos como artículos promocionales, publicidad, imagen de identidad, señalética, serán útiles para que el público la reconozca con mayor facilidad.

Nacional

Algunas de las instituciones de artes que se encuentran en la isla de Cuba ya cuentan con una imagen de identidad, en un análisis de imágenes de instituciones en el rubro de las artes se puede encontrar que: su imagen no cuenta con la pregnancia deseada en toda institución, sin embargo podemos visualizar a dos academias que se encuentran posicionadas con una buena imagen de identidad son: Cuba ballet Rosario, quienes en este año 2013 hicieron la renovación y mejora de su página web <http://www.cubaballet.com.ar> (ver imagen 43), la que proyecta armonía y diseño de información, haciendo más atractiva para los visitantes de la página web. Otro caso claro de mejora visual en la identidad es ISA (Instituto Superior de las Artes) Universidad de las Artes, (ver imagen 44) quienes tienen un blog en WordPress con un buen desarrollo de información, sin embargo hoy en día no se encuentra actualizada al cien por ciento, comenzando hacer uso de redes sociales de *Twitter* y *Facebook* que si bien sabemos tiene un gran alcance en el mundo, en éstas páginas se tiene una actualización en noticias más fluida y continua, logrando no perder la comunicación y la interacción entre internos y externos a la institución. Es por ello que la academia de artes hace una evaluación de los beneficios que obtendrá al mejorar e implementar estos recursos.

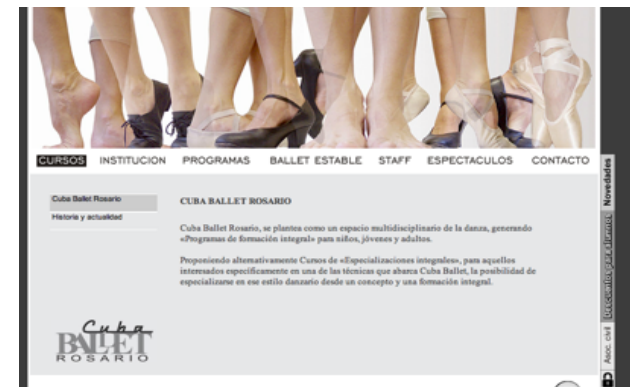


Imagen 43 Página web de “Cuba Ballet Rosario” Recuperado de <http://www.cubaballet.com.ar/index>.



Imagen 44 Páginade Twitter del Instituto Superior de las Artes, Cuba [Recorte de imagen] Disponible en https://twitter.com/ISA_U.

3.4 Análisis FODA

*Academia
Artes*

3.4 Análisis FODA

Fortalezas

- Reconocimiento histórico de la calidad y desarrollo en el ballet en Cuba.
- Reconocimiento entre las mejores instituciones de arte y ballet en el mundo.
- Desarrollo y conservación de valores éticos e institucionales.
- La academia es la única de su tipo en el país y alberga a estudiantes entre 15 y 17 años de edad, su enseñanza es de nivel media superior.
- Cuenta con tres manifestaciones artísticas: Ballet clásico, arte dramático y artes plásticas en esta última con especialidades en escultura y pintura.
- Nivel de preparación alto y de calidad en cada una de las clases que se imparten en la institución.
- Personal calificado en cada una de las disciplinas que se imparten en la institución.
- Motivar a la dependencia institucional para mejorar su calidad visual y poder lograr un crecimiento internacional.
- Trabajo en equipo con los valores de compromiso y profesionalismo.

Oportunidades

- La belleza, el arte y la cultura son parte de la esencia de la vida y quienes reconocen el valor que tiene el arte lograrán reflejarse en la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” cuya institución conserva las tradiciones y enseñanza por el amor al arte.
- Un enfoque más extenso en las artes logrará una mayor variedad entre alumnos, conocimientos y culturas que generan un ambiente diversificado y fresco entre los alumnos ingresados a la academia.
- Crecimiento y fluidez en la difusión para el reconocimiento visual de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”.
- Mejor proyección visual entre las academias de arte dentro y fuera de la isla.
- Interés por la academia de artes el cual ayude a implementar la identidad institucional.

Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre

Debilidades

- Fidelidad de los estudiantes a las demás academias ya establecidas.
- Poca fluidez de información y comunicación con el exterior.
- Pocos ingresos financieros, donde los escasos recursos que ingresan a la institución se dividen en materiales y útiles para el uso de la academia.
- Cero antecedentes de recursos gráficos de la academia que se encuentren reconocidos.
- Recursos insuficientes para la parte gráfica de la institución.
- Poco tiempo para el desarrollo del proyecto.
- Falta de comunicación de manera fluida con los interesados del proyecto.
- Diferencias culturales entre ambos países (México-Cuba)
- Diferencias culturales entre los países interesados por ingresar a la academia.

Amenazas

- Daño a la infraestructura de la institución.
- Rechazo por una identidad visual no acorde a los valores de la institución tanto en los estudiantes que se encuentran en la isla, como estudiantes externos.
- La imagen no logre el propósito inicial, al no ser reconocida dicha imagen a realizar.
- Ubicación geográfica y política en la que se encuentra la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”.
- Poco interés por los estudiantes extranjeros para integrarse a la academia.
- Que el proyecto se quede en forma teórica y no se implemente de forma real y presente.

Diagnóstico FODA

A pesar de las diversas amenazas podemos reflejar que la academia tiene un deseo de mejora y crecimiento de forma visual, es importante mencionar que en toda institución o empresa en etapa de crecimiento debe de tener en claro la visión y la misión que desea proyectar ante el exterior, ya que el tener definido estos puntos logra mantener el camino trazado que llevará a cumplir los objetivos, es decir ayudará a seguir paso a paso cada uno de los objetivos para llegar hasta la visión y seguir conservándose en este punto y no dejar que se pierda la calidad en los servicios que ofrece como institución, a pesar de las debilidades y amenazas que se puedan encontrar en el camino. La “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” tiene muy en claro que es importante tener disciplina perseverancia y dedicación en cualquier proyecto que se dese llevar a cabo, y la academia la tiene.

Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre

3.4.1 Las 4P'S

Estrategias de Mercadotecnia

Línea de tiempo para implementar sus estrategias de mercadotecnia.

Plan de información disponible para el desarrollo de las 4p's.

Documentación de información.

Proyectar a la institución al interior y exterior de la misma.

Producto-Servicio

Educación y enseñanza media superior, con un alto nivel de preparación en tres disciplinas ballet clásico, artes plásticas y arte dramático.

Establecer mayores procesos de comunicación interna y externa a través de diversos medios gráficos.

Precio

No cuenta con un costo fijo debido a la situación geográfica política en la que se encuentra, sin embargo se debe especificar que las becas que entran a la institución se conservan con la divisa con la que ingresa.

Investigación detallada de la situación económica de la institución donde se harán los siguientes cuestionamientos:

¿Cómo se adquieren los recursos financieros?

¿Qué aportación de ingresos (en porcentaje) aporta el gobierno?

¿La reproducción de los medios publicitarios y promocionales que se implementarán serán aportación del gobierno?

Costos de reproducción

¿Como se maneja su reproducción y costo en cantidad, masa, peso etc? de:

- *Plotter*
- Inyección en tinta
- Serigrafía
- Precio de artículos en relieve (barro)
- Impresiones en acrílico
- Lámina metálica
- Costo en imprenta
- Folletos
- Carteles
- Lonas
- Página Web

¿Cuáles y que disponibilidad existe entre los espacios y forma de promoción?

Costo de los espacios publicitarios en:

Artículos impresos: Periódico, Revista en distintos tamaños.

Artículos digitales: Página web.

¿Qué disponibilidad de materiales naturales o característicos de la localidad?

Requerimientos de textiles ¿Cuál será el uso que se le dará a estos uniformes?

¿Que restricciones existen para el adosamiento de elementos gráficos dentro y fuera del edificio (señalética, pendones etc)?

¿Cómo es el flujo de personas en los planos arquitectónicos para la reproducción de la señalética a realizar?

Indagar sobre los convenios que tiene la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” con otras instituciones.

Disponibilidad de ingresos del exterior:

¿Cuál es la aceptación de aportaciones de recursos financieros de otras dependencias externas al gobierno de Cuba?

¿Cómo se maneja el ingreso de otras instituciones gubernamentales o privadas para el apoyo financiero a la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”?

Plaza

Indagar sobre los canales de distribución donde se difundirán los aspectos gráficos de forma internacional y nacional.

Los canales de distribución serán de forma Local-Nacional en Camagüey Cuba, en folletos y carteles, tomando en cuenta a las formas de reproducción dentro de la isla.

Por el lado internacional el canal de distribución se realizará de forma digital debido al alcance que tiene hoy en día el apoyo de herramientas como Internet y las redes sociales.

Promoción

Para el proyecto que se presentará se debe aclarar que se realizará la publicidad de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” que será difundida de forma nacional e internacional, sin embargo para ello se debe tener un listado de ciertos eventos que se llevarán a cabo junto con las fechas.

3.4.2 *Equipo de apoyo*

Equipo técnico

Hojas de papel bond para proceso de bocetaje.

Lápices, plumones, pinceles, herramientas para el proceso de bocetaje.

Escáner.

Impresoras láser, offset para impresión de dummy de todo el proceso de diseño.

Cámaras de video y fotográficas para la elaboración de imágenes.

Computadoras con software:

InDesing software para el proceso de diseño editorial.

Photoshop software para el apoyo del proceso del retoque digital de fotografías.

Illustrator software que servirá para la vectorización del logotipo.

Cerámica para soporte de señalética.

Papel bond y cartulinas para impresión de papelería básica.

Material para enmicado de credenciales.

Equipo para serigrafía (mallas, tintas, sericlin, rasero).

Lapiceros.

Boletos de avión para el traslado a Camagüey, Cuba.

Infraestructura

Oficina para el trabajo de imagen y diseño, para la comodidad de los mismos, lo necesario para el desarrollo inicial de investigación y diseño del proyecto.

Taller de serigrafía para la impresión de artículos promocionales.

Taller de cerámica para creación de la señalética.

Personal operativo

Dos diseñadores gráficos: para la elaboración de todo el proyecto.

Arquitecto Cristina Balbis, asesor en Cuba, quien ha apoyado con la fluidez de información sobre la “Academia de Artes Vicentina de la Torre”.

Diseñador gráfico especializado en el área tipografía: Maestro Jesús E. Barrientos Mora, quien apoyará con su asesoría en el desarrollo de la fuente tipográfica diseñada para la academia.

Publicista: Personal de apoyo para la realización de estrategias para la parte del diseño publicitario.

Arquitecto para el asesoramiento de material y sistema de adosamiento de la señalética.

Análisis financiero

Documentación de las fuentes de las cifras que se mencionaron (Pronósticos económicos en Cuba)

Investigación y planificación de flujo de fondos de la institución y del desarrollo del proyecto.

Preparación de un estado de ingresos y gastos.

3.4.3 Calendarización de actividades (2013)

Proyecto de imagen gráfica “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”

Calendarización de proyecto Imagen de Identidad para la “Academia de artes Vicentina de la Torre” (2013)

Septiembre 2013

Semana 3 (15 a 21 de septiembre)

Término y entrega de plan de negocios.

Diseño de formato y retículas para el manual de identidad.

Fotografías, imágenes, vídeos o filmográficas, páginas web visual para trabajo de edición.

Enlistado de todos los recursos gráficos que se realizarán para la academia de artes, en el caso de la señalética hacer un enlistado por áreas.

Proceso de bocetaje para la imagen de identidad institucional.

Semana 4 (22 a 28 de septiembre)

Toma de decisiones de la señalética iconográfica o tipográfica.

Análisis de la información sobre los recursos financieros, con ellos se podrá saber si el recurso visual diseñado es favorable para la implementación y reproducción en la isla.

Bocetos en forma de *dummy* para la presentación y elección de la imagen de identidad.

Investigación y elección de materiales que se implementarán en su reproducción y a la par la

realización de la documentación de ingresos y gastos para la realización del proyecto.

Octubre 2013

Semana 1 (29 septiembre a 5 de octubre)

Identidad, aplicaciones y normativas de la identidad.

Diseño y aceptación de la imagen de identidad.

Investigación y diseño de estrategias de publicidad, además de un listado de recursos visuales que se desarrollarán.

Lluvia de ideas para la realización de la publicidad.

Proceso de bocetaje para la publicidad.

Diseño de uniformes.

Bocetaje de diseño de artículos promocionales e implementación.

Bocetaje y diseño de artículos promocionales y tiempo para contratar tiempo en el proyecto de aceptación o realización de los recursos gráficos a diseñar.

Correcciones y evaluación del proyecto.

Semana 2 (6 a 12 de octubre)

Aplicaciones primarias y secundarias.

Proceso de bocetaje e implementación, es decir un montaje gráfico de la publicidad en las áreas que se presentarán.

Proceso y desarrollo de bocetos para la señalética del lugar.

Correcciones y evaluación de todo el proyecto.

Semana 3 (13 a 19 de octubre)

Sistema de señalética, adozamiento y sistema normativo para la implementación o colocación de montaje gráfico.

Proceso y desarrollo de bocetos para la señalética del lugar.

Correcciones y evaluación de todo el proyecto.

Semana 4 (20 a 26 de octubre)

Espacio de tiempo para la aceptación o realización de los recursos gráficos a diseñar.

Noviembre 2013

Semana 1 (27 octubre a 2 de noviembre)

Realización de página web

Semana 2 (3 a 9 de noviembre)

Realización de página web-

Semana 3 (10 a 16 de noviembre)

Correcciones y evaluación del proyecto.

Semana 4 (17 a 23 de noviembre)

Presentación de proyecto ante el grupo

Febrero 2014

Presentación de examen profesional en Camagüey Cuba.

Capítulo IV

A d e i
A c d e i
A l a s e i
A r t e s

4.1 Proceso de Diseño

Imagen de identidad para la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”



Imagen 45 Estudiantes de la institución “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” aquí se muestra los vitrales y herrería de la institución Cuba (1998).

Fue así que se dio inicio al desarrollo del diseño, en el que primeramente se plantearon los conceptos y aspectos visuales que se debían representar y proyectar tanto dentro como fuera de la academia, retomando los rasgos de la arquitectura, útiles para la aplicación en la lluvia de ideas y la conceptualización de la información obtenida, tomando diversos puntos de referencia, por ejemplo: de los tinajones y los murales, las formas y materiales con los que están hechos y su reproducción que de forma posterior servirá para la realización de la *señalética* de las instalaciones de la academia. En el caso de la Flor mariposa se rescataron las formas, fue útil para la modulación en su composición, en el ritmo, en el dinamismo que proyecta y los mensajes que se expresan de forma abstracta y literal. Como punto de partida de las formas y terminaciones que se encontraron en la herrería de la escuela (ver imagen 45) y la arquitectura de la provincia de Camagüey, los movimientos y las terminaciones por su fluidez en el movimiento y lectura de continuidad como en una danza.

Para ello se comenzó por la primera etapa de creación de bocetos, donde la idea principal fue representar e identificar a la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” por su amor y dedicación a cada una de las disciplinas que

desarrolla la institución, para ello se realizó una lluvia de ideas, presentados dentro de un cuadro de pertinencias (ver imagen 46) donde los conceptos a tratar fueron: Dinamismo, fluidez, ritmo, destreza, maleabilidad y fuerza que son las áreas educativas con las que cuenta la academia, reflejar fluidez, elegancia y fortaleza, así como de la arquitectura, del personaje de Vicentina de la Torre y rasgos generales de la cultura Cubana.

Al tomar en cuenta todos los elementos culturales, propiciará que la imagen de identidad tenga mayor valor para las personas que conforman esta comunidad.

Concepto	Referencia	Forma	Color	Textura	Tipografía	Figura
Dinamismo	Tinajón	Curvas Homorfas	Blanco Negro	Ondas	Script Caligráficas	
Maleabilidad Destreza	A. Plásticas A. Dancísticas	Irregulares	Colores	Ondas Manchas	Script- Quirográficas	
Integridad	Institución	Líneas rectas	Rojo Blanco	Plastas Solidos	Palo seco	
Estabilidad	Arquitectura	Líneas Rectas	Naranja/Bronce Negro	Metal	Palo seco script	
Fluidez	Herrería	Líneas curvas, irregulares y rectas semicírculos	Negro Bronce	Solidos Metal	San Serif Caligráficas	
Elegancia	Flor nacional	Curvas forma irregular	Blanco	Lisa	San Serif Caligráficas	
Fluidez	Ave nacional	Forma irregular, líneas curvas	Rojo Verde	Suave	San Serif Caligráficas	

Imagen 46 Cuadro de pertinencias, se muestra la conceptualización para el desarrollo del diseño de la imagen de identidad de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”

4.2 Justificación del nombre

Es importante mencionar que el nombre de la institución es “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”, y algunas encuestas realizadas sobre su reconocimiento en cuanto a su nombradía destacan que existe una problemática al reconocer el nombre completo de la academia, ya que algunas personas dicen no conocer a Vicentina de la Torre, es decir que desconocen de la importancia de su labor como artista ilustre de la ciudad, tanto como de la figura célebre dentro del ballet al ser de las primeras bailarinas que vio nacer Camagüey, fundadora del ballet nacional del mismo sitio, otras respuestas infieren que realmente son pocos quienes conocen de la historia de dicho personaje. Sin embargo, al preguntar en la ciudad sobre la ubicación de la academia, dan como respuesta “La Vicentina se encuentra cerca de los ferrocarriles”, en otras palabras el nombre “Vicentina” tiene mayor influencia que la leyenda “Academia de las Artes” además de que este nombre se encuentra como genérico, es decir, cualquier institución puede ocuparla por lo que la referencia de Vicentina lo hará a la larga más trascendental y reconocible. Tomando en cuenta los intereses de la academia de mantener el aspecto histórico, se tiene como prioridad que con este proyecto se persigue y se desea rescatar la

trascendencia que tiene el personaje de Vicentina y de la misma academia de las artes a nivel nacional, y así de manera posterior se logre difundir la historia del personaje y el amor que ella tenía por el ballet, las artes y el como surgió la institución, preservar por el paso del tiempo la historia de tan importante personaje en la cultura de Camagüey y del ballet en el espacio internacional.

Es por ello que proponemos el rescate de la historia de Vicentina en una jerarquización diferente en cuanto al nombre compete, es decir que la leyenda de “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”, se reorganice de manera en que la imagen de identidad se convierta en simbólica, de tal modo que “Vicentina de la Torre” se sitúe en primer plano y “Academia de las Artes” en descriptiva, al continuar en un segundo plano, generando una composición en dos líneas, conservando el nombre, pero con una jerarquización diferente, retomando los puntos deseados, al rescatar la importancia del nombre de dicho personaje, sin olvidar que este centro educativo esta enfocado en el rubro de las artes. Por ello en la siguiente etapa se presentan bocetos con las propuestas ya mencionadas además de contar con variantes para su proyección.

Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre

4.3 *Imago*

Academy
Arts

4.3 Imago



Imagen 47 Mural con todos los académicos y personajes de la institución, elaborada por los estudiantes de artes plásticas, en la parte superior se encuentra un antecedente a la imagen de identidad donde se muestra las doble A.

En la primera etapa de bocetaje se presenta el desarrollo de la imagen de identidad para la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” para ello se dividió el proceso de diseño de la imagen en tres etapas que son: 1ra *imago, monograma*, 2da *tipografía* y por último la unión de los elementos que conforman la identidad.

Primero se trabajó con el estilo y representación del nombre. Las propuestas son dos, una en valor simbólico, y la otra en función *descriptiva*, la primera enaltece el trabajo y dedicación de su fundadora y la segunda determina la relación directa con la actividad institucional, ambas se presentan con el fin de dejar a la libre elección de aquella que la actual administración desee proyectar, quedando claro que solo una de ellas deberá ser la seleccionada para su difusión previniendo el caer en ambigüedades o inconsistencias, pero ambas cumplirán con la función de cada una, de acuerdo a su jerarquía.

Etapa uno, para el *imago* se retomaron los elementos que con anterioridad se muestran en la investigación como la flor “la mariposa”, la herrería y los conceptos de fluidez, fortaleza, dinamismo, resistencia, además de retomar de los antecedentes la imagen que en la academia se encontró sobre él mismo (ver imagen 47).

Partiendo de estos elementos se muestra a continuación los bocetos que se realizaron para la creación del *imago*, se sintetizó el nombre de “Academia de las Artes de Vicentina de la Torre” en dos variantes, es decir se visualizan de forma semi-abstracta las iniciales del nombre completo: “AA” Academia de las Artes, la “V” de Vicentina y la “T” de Torre, posteriormente la forma lograda se le aplicó un reflejo estilo espejo (ver imagen 48 y 49), logrando de manera intencional un *monograma*.

4.3.1 Bocetos del imago



Imagen 48 Boceto o de "AVT".



Imagen 49 Boceto de "AVT" se elimina el reflejo de la V.



Imagen 50 Bocetos para el imago, mantiene las doble "A".



Imagen 51 Boceto retomada de la imagen de la Flor Mariposa.



Imagen 52 Boceto inspirado en los arcos de la arquitectura.

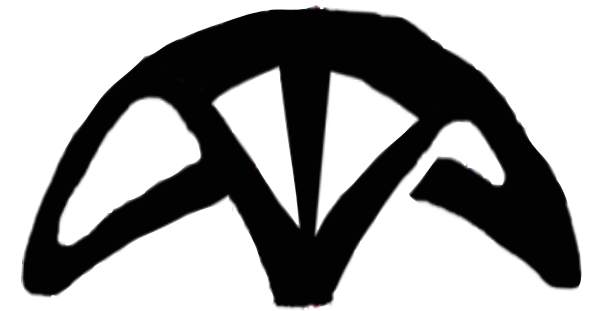


Imagen 53 Boceto donde se reflejan las dos A y el nombre Vicentina de la Torre.

Partiendo de los bosquejos (imagen 48 y 49) se realizaron una serie de bocetos a mano para que posteriormente se digitalicen para tener clara la calidad de grosor de línea y forma, logrando las

siguientes propuestas y variaciones, mismas que se muestran a continuación (ver imágenes 50 a 53).

4.3.2 Digitalización



Imagen 54 Boceto del imago donde se visualizan las doble A y la V.



Imagen 56 Boceto del imago en el se muestra las doble A, la V y la T.

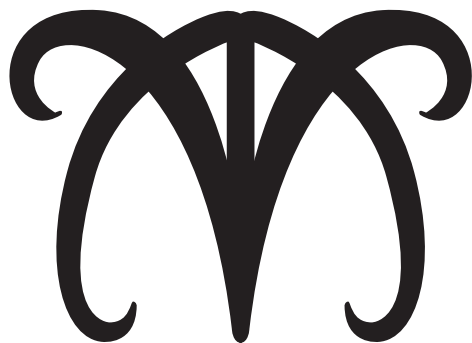


Imagen 55 Boceto del imago donde se visualizan las doble A y la V, sin embargo en ella se pierde la intención de la doble A.



Imagen 57 Boceto del imago, en el se puede visualizar las doble A, la V y la T.

Se realizaron más propuestas con la forma ya obtenida de bocetos anteriores (ver imágenes 54 a 57) dichos bocetos se presentan enseguida.

4.3.3 Digitalización



Imagen 58 Boceto imago implementación de “AA” “VT”
Boceto A.



Imagen 59 Boceto imago implementación de “AA” “V” T”
Boceto B.

En estas propuestas (ver imágenes 58 a 61) se siguen conservando los rasgos de las iniciales del nombre de la academia, donde se representan los ojos del ave nacional “Tocororo”, haciendo una comparación del ave y el símbolo, sin em-



Imagen 60 Boceto imago implementación de “AA” “VT”
Boceto C.



Imagen 61 Boceto imago implementación de “AA” “VT”
Boceto D.

bargo las formas figuraban un parecido al de un águila, que al ave nacional, es por ello que se identificó que el imago se veía de forma agresiva y en primera instancia se observaba la figura del ave y no las iniciales de “Academia de las Artes

Vicentina de la Torre” quedando como imago principal el monograma (Ver imagen 61) ya que presentaba una mayor *pregnancia* y delimitación de las iniciales con los grosores de línea, sin embargo aún falta considerar la unión tipográfica de ambos elementos.



Imagen 61 Boceto símbolo implementación de “AA” “VT”
Boceto E.

4.3.4 Modulaciones

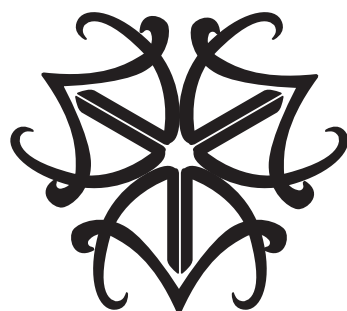


Imagen 62 Modulación A retomado de la Flor Nacional de Cuba.



Imagen 63 Modulación B retomado del Ave Nacional de Cuba.

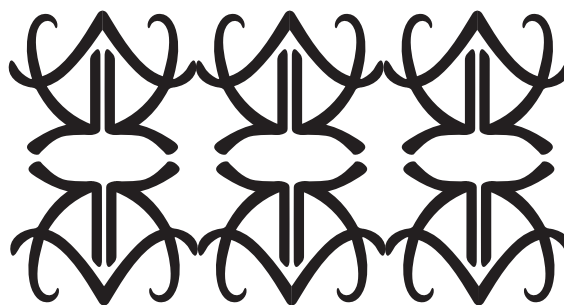


Imagen 64 Modulación 1, Propuesta final para modulación e implementación del diseño.



Imagen 65 Modulación 2, Propuesta final para modulación e implementación del diseño.

Retomando el boceto E (ver imagen 61) se realizó una repetición de la figura, de manera intencional para lograr la denotación de la silueta de la flor “mariposa” como primera modulación A, que a su vez simbolizan las tres disciplinas que la academia oferta (ver imagen 62), sin embargo para crear un equilibrio de peso y forma se presentó la propuesta con tres repeticiones como modulación B, en ella se implementó un pétalo más (ver imagen 63), sin embargo al hacer un análisis de la forma se decidió realizar más propuestas.

Dando como resultado final las siguientes modulaciones, mismas que se implementarán para la parte del diseño, dichas modulaciones se presentan enseguida (ver imagen 63 y 64).

4.4 *Diseño* *Tipográfico*

Academia
de Artes

4.4.1 Bocetaje tipográfico

Etapa dos: En la elaboración de bocetos que se presentan a continuación se visualiza toda la realización de la segunda fase del diseño, que compete a la parte *tipográfica*. Mostrando la variedad de imágenes tipográficas que se realizaron en esta etapa; se debe mencionar que el punto de partida fue bajo los conceptos de dinamismo y fuerza, mismos que fueron proyectados en las ligaduras y en los grosores de la tipografía, es importante mencionar que estos grosores de línea y formas se retoman de la herrería y de la arquitectura de la institución. En esta serie de bosquejos se muestran los distintos tipos de estilos tipográficos como san serif (ver imagen 65), script y *quiografía* (ver imagen 66, 67 y 68) y modelos *caligráficos* como antiqua humanista, itálica y cancelleresca, haciendo uso de herramientas como pinceles, palillos, plumones y plumas *speedball*. Es necesario recordar que ya se ha hecho mención de que se presentaron dos propuestas para la identidad de la academia.



Imagen 65 Boceto tipográfico hecha a mano, en san serif.



Imagen 67 Boceto estilo script.



Imagen 66 Boceto estilo script ligaduras.



Imagen 68 Boceto estilo script ligaduras.

4.4.1 Bocetaje tipográfico



Vicentina
de la Torre

Imagen 69 Boceto para la búsqueda del estilo de la fuente identificatoria.



Vicentina
de la Torre

Imagen 71 Boceto para la búsqueda del estilo de la fuente identificatoria.



Vicentina
de la Torre

Imagen 73 Boceto para la búsqueda del estilo de la fuente identificatoria.



Vicentina
Torre

Imagen 70 Boceto para la búsqueda del estilo de la fuente identificatoria.



Vicentina
Torre

Imagen 72 Boceto para la búsqueda del estilo de la fuente identificatoria.



Vicentina
Torre

Imagen 74 Boceto para la búsqueda del estilo de la fuente identificatoria.

4.4.2 Digitalización



Vicentina
Torre

Imagen 75 Segunda etapa de bocetos para delimitar el estilo de la fuente identificadora para la identidad de la academia



Vicentina
de la Torre

Imagen 77 Segunda etapa de bocetos para delimitar el estilo tipográfico, prueba 1 digitalizado.



Vicentina
de la Torre

Imagen 76 Segunda etapa de bocetos para delimitar el estilo de la fuente identificadora para la identidad de la academia.



Vicentina
de la Torre

Imagen 78 Segunda etapa de bocetos para encontrar el estilo tipográfico, boceto digitalizado.

Retomando como punto de partida cada una de las formas y elementos de los bocetos mostrados anteriormente (ver imagen 69 a 72) se dio inicio a la segunda etapa de bocetaje tipográfico donde se decidió manejar modelos caligráficos para el desarrollo de la tipografía que se implementará en la imagen de identidad (Ver imagen 73), retomando de los bocetos de las imágenes 72 y 16 se decidió conservar las ligaduras ya que interpreta el dinamismo deseado, para ello se realizaron más bocetos con *ligaduras*, las cuales se muestran a continuación (ver imágenes 76 a 78).

4.4.3 Ligaduras

El cuerpo tipográfico se realizó con un estilo mixto, para dar mayor peso y dinamismo por lo que se implementaron *ligaduras* entre la V y la T, tomando en cuenta que si bien las ligaduras son la unión de dos o tres caracteres en un sólo *glifo*. Con esta ligadura (ver imagen 78) se representa de forma abstracta la silueta de dos personas en una posición que denota el movimiento, dinamismo y fuerza, personificando así tanto al hombre como a la mujer y proyectando a las tres disciplinas que conforman a la academia. En la altura de las X estará posicionado Vicentina y en la altura de las ascendentes se encontrará la gota de la V, con esta tipografía se implementan favorables blancos internos al hacer las reducciones, lo cual ayudará a tener mayor legibilidad y una mejora visual con respecto a la tipografía principal.



Imagen 79 Ligadura.

4.4.4 Reducción

*Vicentina
de la Torre*

*Vicentina
de la Torre*

Imagen 80 Boceto del diseño tipográfico con reducción a dos centímetros.

De tal forma, esta serie de bocetos, favoreció el proceso de evaluación, analizando los anteriores modelos tipográficos, por lo que se llegó a la conclusión de que el boceto imagen 30 contaba con los grosores de línea necesarios adquiriendo el peso y forma requeridas, además de la proyección de movimiento. De tal forma se paso a la parte digital (ver imagen 80) donde se hizo una reducción a 2cm para saber si la tipografía y la contra forma soportaban cierta reducción. Lo cuál fue satisfactorio, sin embargo aún faltaba la leyenda “Academia de las Artes”, la que se presenta en páginas subsecuentes.

4.4.5 Tipografía “Hey Vicentina”

Es necesario mencionar que para el diseño de la imagen de identidad de la academia se confeccionó una fuente tipográfica de forma exclusiva, debido a la importancia que tiene la institución y así resolver de forma tipográfica el objetivo principal que es: realizar una identidad visual que proyectara la imagen institucional de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”, es decir sus valores, las disciplinas que conforman a la academia y conceptos que con anterioridad ya se han mencionado en nuestro cuadro de pertinencias. Dicha fuente fue nombrada “Hey Vicentina” (ver imagen 81) la construcción de la fuente cuenta con bajas, altas, signos de puntuación y números en caja alta, concluyendo con 70 número de caracteres, catalogada como una fuente *script*. Con esta tipografía además de cubrir la necesidad como imagen de identidad, se considero retomar la tipografía para otras aplicaciones que posteriormente se hará mención de ello.



Imagen 81 Muestra de la tipografía diseñada.

4.4.6 Complemento tipográfico



Academia de Artes

Imagen 82 Boceto Tipografía 1.



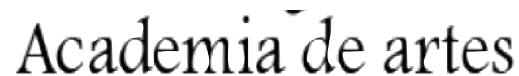
Academia de Artes

Imagen 83 Boceto Tipografía 2.



Academia de artes

Imagen 84 Boceto Tipografía 3.



Academia de artes

Imagen 85 Boceto Tipografía 4.



Academia de las Artes

Imagen 86 Boceto Tipografía 5, de molde Gabriola.



Academ`a de Artes

Imagen 87 Boceto Tipografía 6, de molde SuperClarendon.



Academia de las artes

Imagen 88 Boceto Tipografía 7, de molde.

Continuando con el desarrollo de la imagen de identidad en el texto complementario se hicieron pruebas para dicha elección, teniendo en cuenta que se requiere una armonía entre la tipografía principal, presentando así algunas de las variaciones que se proponían, estas eran palo seco (ver imagen 82), *script* (ver imagen 83), caligráficas (ver imagen 34) y de molde (ver imagen 85 a 88).

4.4.7 Unión tipográfica

Vicentina
de la Torre
Academia de Artes

Vicentina
de la Torre
Academia de Artes

Imagen 89 Variación Vicentina de la Torre, Composición A.

Vicentina
de la Torre
Academia de artes

Vicentina
de la Torre
Academia de artes

Imagen 91 Variación Vicentina de la Torre, Composición B.

Vicentina
de la Torre
Academia de las Artes

Vicentina
de la Torre
Academia de las Artes

Imagen 90 Variación Vicentina de la Torre, Composición C.

Posteriormente, al analizar las variaciones tipográficas se hizo el montaje de las tres composiciones que se encuentran a continuación (Ver imágenes 89,90 y 91), se analizaron cada una de las composiciones del nombre, es decir de la tipografía primaria y de la tipografía secundaria. En la Composición A se ve una carga visual al tener una ligadura más en la segunda tipografía, en la composición C en la reducción la segunda tipografía

se perdía y en la composición C donde se logra una armonía visual entre ambas tipografías además que en la reducción de esta composición se logró mantener todos los detalles, es por ello que se paso a la etapa de refinamiento de la imagen.

4.4.8 Elección final

*Vicentina
de la Torre*
Academia de las Artes

Imagen 92 Variación Vicentina de la Torre, Composición Final.

Ya lograda la composición se hicieron cambios en la imagen final debido a que el brazo y el asta de la t baja no se encontraba correctamente inclinada en comparación de los demás caracteres que conforman la imagen, además de la ligadura de la V, I la cabeza de la i baja se perdía la forma real de la “i” y la preposición “de la” se le dio más aire dándole un interletra más grande a la de la propuesta anterior (ver imagen 92).

Capítulo V

A d e i
C d e
A l a s e
r t e s

5.1 Composición y diseño integración imago y tipografía

Observando las propuestas de la composición con la tipografía secundaria del *imago*tipo, se decidió que dicha tipografía debería ser de molde, es decir, una tipografía ya diseñada, debido al peso que éste provoca al contar con dos tipografías caligráficas, comprobado en la reducción de 1cm que la composición conveniente al proyecto y funcionalidad la propuesta de la imagen 22 era la más adecuada.

De forma posterior se realizó la unión de tipografía y el imago para la realización de la imagen de identidad (ver imagen 43 y 47) en formato vertical y horizontal, con los distintos imago tipos y tipografías secundarias, ya que al hacer la unión de los elementos podría cambiar las elecciones y composiciones ya aceptadas, para ello fue necesario digitalizar los estilos mejor adaptables al proyecto, para realizar la simplificación y percepción del *imago* y ambas tipografías, buscando la armonía entre estos elementos.

A continuación se muestran las propuestas de la unión tipográfica y del imago (ver imágenes 93 a 98).



Imagen 93 Unión del imsgo A, tipografía 2.



Imagen 94 Unión imsgo B, tipografía 6.



Imagen 95 Unión de imsgo o E, tipografía 5.



Imagen 96 Unión imsgo A, tipografía 2



Imagen 97 Unión imsgo D, tipografía 5



Imagen 98 Unión imsgo E, tipografía 5

5.2 Resultado Final

*Academia
de Artes*

5.2.1 Elección Final

El resultado en la reducción de cada una de las propuestas la armonía visual había sido lograda con el último boceto en ambas propuestas, vertical y horizontal (ver imagen 95 y 98) debido a que en la tipografía se sigue conservando las ligaduras, grosores y la tipografía secundaria Gabriola, dicha fuente tipográfica es de molde, es decir que ya se encuentra diseñada con anterioridad pero es la más adecuada para complementar y proyectar una armonía visual entre la tipografía principal, secundaria e imago, esta fuente será utilizada para la leyenda “Academia de las Artes” y el símbolo que se eligió es el boceto E (ver imagen 99) y la composición D (ver imagen 100).



Imagen 99 Imago Final.

Vicentina
de la Torre
Academia de las Artes

Imagen 100 Composición tipográfica, final.

5.3 Formatos de Identidad

*A c a d e m i a
A r t e s*

5.3.1 Formato de identidad

Posterior a la elección y desarrollo de la propuesta se diseñaron las siguientes variantes para su uso correcto e implementación para el manual de identidad en los siguientes formatos vertical que es el principal (ver imagen 101), horizontal a dos líneas de texto (ver imagen 102), horizontal en una sola línea de texto y el ícono como principal (ver imagen 103) y horizontal en una sola línea de texto (ver imagen 104), todas estas composiciones serán las únicas para el manejo de la identidad.



Imagen 101 Formato de identidad principal , composición en vertical.



Imagen 102 Formato de identidad secundaria , composición en dos líneas de texto.



Imagen 103 Formato de identidad, composición en dos líneas de texto pero en primer plano el imago..



Imagen 104 Formato de identidad, composición en una línea de texto.

A
C
A
A
d
d
e
e
i
l
a
s
e
r
t
e
s

5.4 Segunda Propuesta

5.4.1 Elección final



Imagen 105 Elección final de la propuesta dos del diseño de imagen de identidad de la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre”..

Con anterioridad se presentó una explicación sobre la creación de una segunda propuesta con el fin de rescatar la imagen de la academia de las artes pero retomando el nombre principal “Academia de las Artes en un primer plano y de manera posterior el nombre de Vicentina de la Torre” por ello, en este apartado se presenta la opción B, en la que se reconoce el nombre descriptivo en primer plano y el simbólico en segundo plano.

Evaluando todas las propuestas del nombre “Academia de las Artes” la propuesta F (ver imagen 105) logra una armonía entre los elementos sin perder el estilo tipográfico, es importante citar que el imago y la segunda tipografía es la misma que la propuesta uno, sin embargo el cambio que se realizó fue la jerarquización del nombre, llegando al resultado final de esta propuesta.

Formatos de Identidad

Academia
Artes

5.4.2 Formatos de Identidad



Imagen 106 Formato de identidad principal, composición en vertical,



Imagen 107 Formato de identidad secundaria, composición en dos líneas de texto.



Academia de las Artes
Vicentina de la Torre

Imagen 108 Formato de identidad, composición en dos líneas de texto pero en primer plano el imago.



Academia de las Artes
Vicentina de la Torre

Imagen 109 Formato de identidad, composición en una línea de texto.

5.5 Aplicación Cromática

A d e i
A c d e i
A l a s e i
A r t e s

5.5.1 Aplicación Cromática

Para concluir la etapa de diseño se realizaron las correspondientes muestras cromáticas, para la elección e implementación en el *imagotipo*, para ello se analizaron los elementos cromáticos que maneja la institución en su arquitectura, vitrales y la gráfica cubana, dando como resultado colores ocres, cálidos y en tercera opción colores fríos, además se tomó en cuenta la psicología del color, para ello se hicieron diversas propuestas cromáticas, haciendo una combinación de 5 propuestas cromáticas y sus variantes de color, (ver propuesta 1 a 3).

Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre

5.5.2 Prueba 1



Imagen 110 Pruebas cromáticas en gama de naranja.

Prueba 2



Imagen 111 Pruebas cromáticas en gama de azul y ocre.

Prueba 3



Imagen 112 Pruebas cromáticas en gama de rojo y café.

5.5.3 Selección

Observando todas las variantes presentadas, se llegó a un resultado final, al hacer una fusión de dos propuestas cromáticas (Ver imagen 113) del boceto7 el tono de #510F14 de la tipografía principal y el #BB6C15 del boceto 2 del imago.



Imagen 113 Propuestas cromáticas donde se fusionan ambas para el resultado final.

5.5.4 Resultado final

La gama cromática en tonos ocre y vino, aporta contraste en el imago y la tipografía que se diseñó. El uso de los colores connotan elegancia y fuerza, utilizando los valores cromáticos en CMKY, RGB y pantones, el código de información para la primera tipografía en la leyenda “Vicentina de la Torre” es el #BF5F16 y en el caso del símbolo y la segunda tipografía se utilizó el código #BB6C15 logrando un contraste y armonía entre los elementos. Siendo así, la propuesta final de la imagen de identidad de la Academia quedó de la siguiente manera.



#BF5F16

R 191
G 95
B 22

C 20
M 69
Y 100
K 9



#BB6C15

R 80
G 15
B 24

C 40
M 94
Y 71
K 66

5.5.5 Aplicación en el imago tipo



Imagen 114 Resultado Final de color en propuesta 1



Imagen 115 Resultado Final de color en propuesta 2

5.6 Implementación de la Marca

*A
C
A
r*
*d
l
a
t*
*e
e
s
s*

5.6.1 Señalética

*Academia
de Artes*

5.6.1 Señalética

La señalética es un recurso para la comunicación donde la información se encuentra sintetizada mediante íconos llamados pictogramas apoyados por una tipografía, que tiene el objetivo de orientar o indicar dirección, advertencia o información. Este elemento visual será benéfico para la academia debido a que se logrará integrarse dentro de la arquitectura de la institución a través de infraestructura. Para ello se realizaron bocetos del proceso de la señalética y para su realización se tomaron en cuenta elementos culturales de la identidad, la información previa sobre cada uno de los espacios de la institución así como los recursos culturales de la zona para su reproducción, por lo que la señalética será realizada por uno de los elementos más representativos de Cuba que

es, el barro, este medio provocará que se exploren y mantenga la apreciación cultural de Cuba, además, los mismos estudiantes de la academia pueden apoyar en su realización dirigido al equipo de artes plásticas debido a que esta institución cuenta con las especialidades de escultura.

Para integrar la señalética a la identidad se retomó la fuente diseñada, para su aplicación en los textos de referencias de las señales y en el caso de los *pictogramas* fueron diseñados tomando partes del imago para así motivar su relación de pertenencia.

De manera continua en el apartado de anexos se puede observar un mapa de ubicación de la señalética del primer y segundo nivel para su pronta y más fácil ubicación (Ver imagen 134,135).

Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre

Señales informativas



Imagen 116 Señalética informativa

Señales restrictivas y seguridad

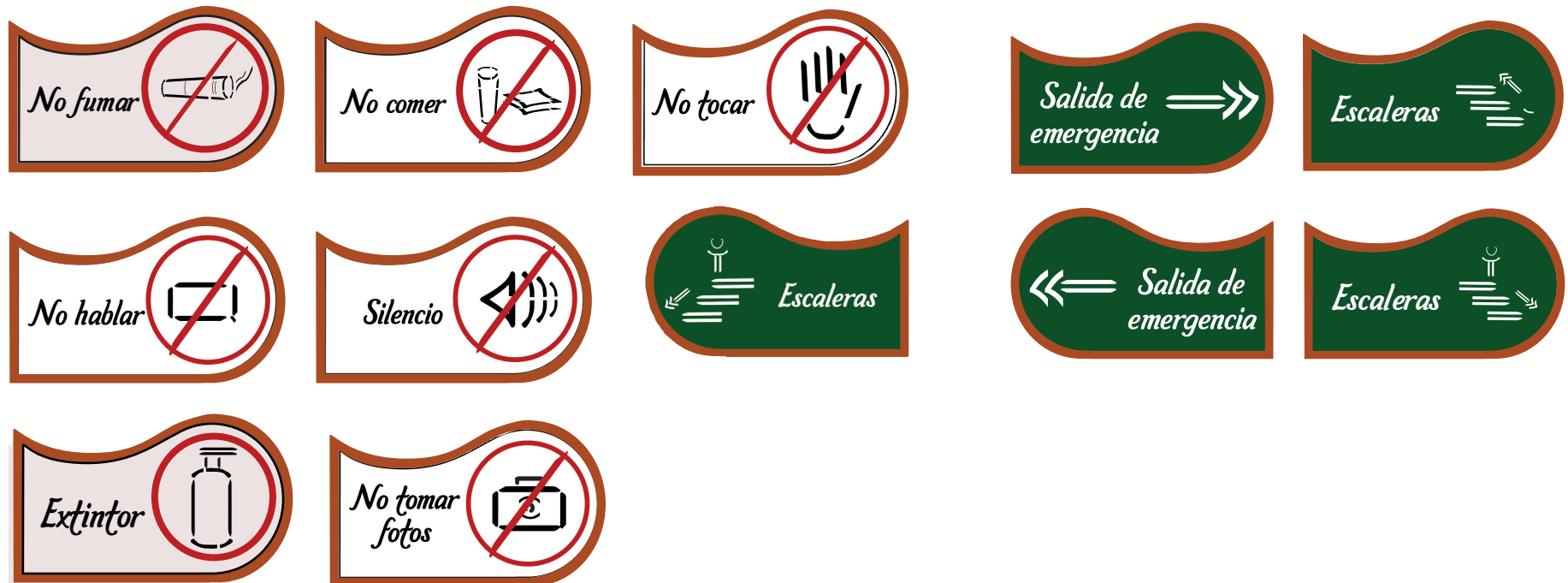


Imagen 117 Señalética Prohibitiva y seguridad

5.6.2 Papelería Básica

*Academia
de Artes*

Papelería básica

La papelería básica es un recurso que tiene como función representar a la institución dentro y fuera de ella. La papelería cuenta con: Tarjetas de presentación, hoja membretada, sobre bolsa, sobre americano, folders, sobre bolsa y diplomas. Cada uno se encuentra diseñado para reproducción en offset con papel bond y kraft, pensados en su fácil reproducción y economía a una y dos tintas.

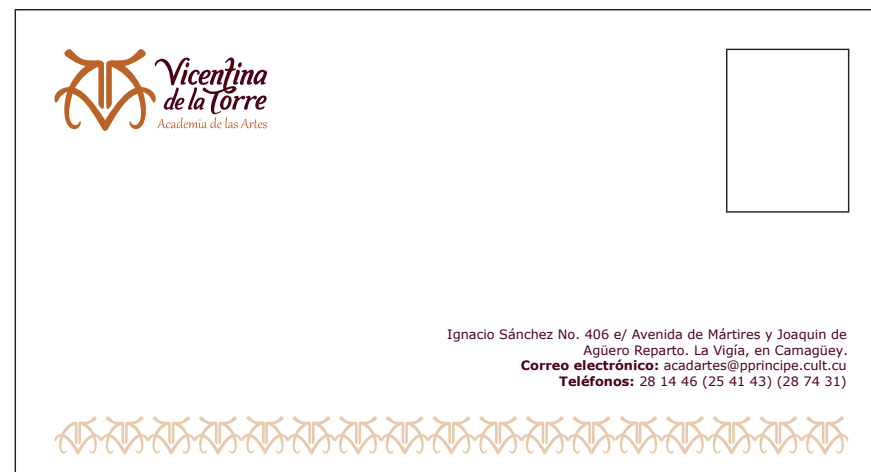


Imagen 118 Papelería básica, tarjeta de presentación, sobre americano.

Papelería básica

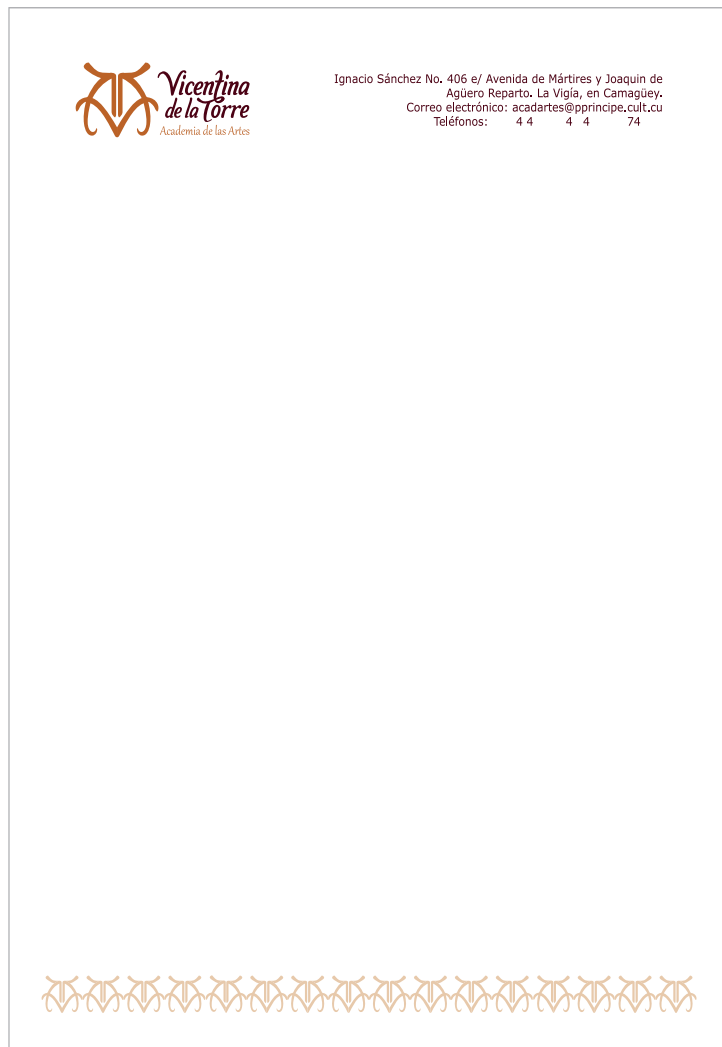


Imagen 119 Papelería básica, Hoja membretada, Folder.

Papelería básica

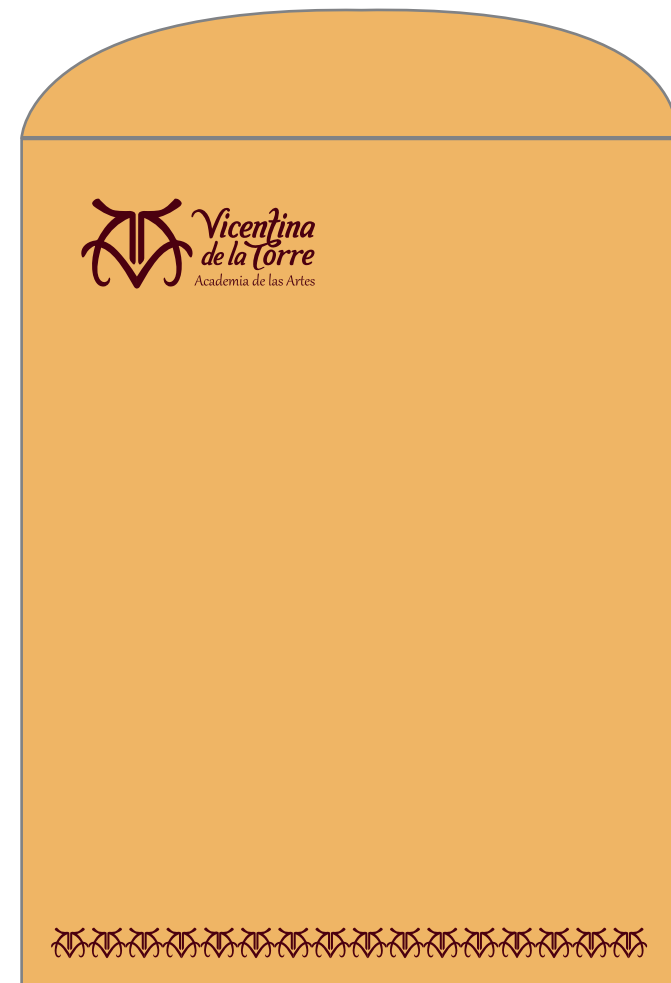
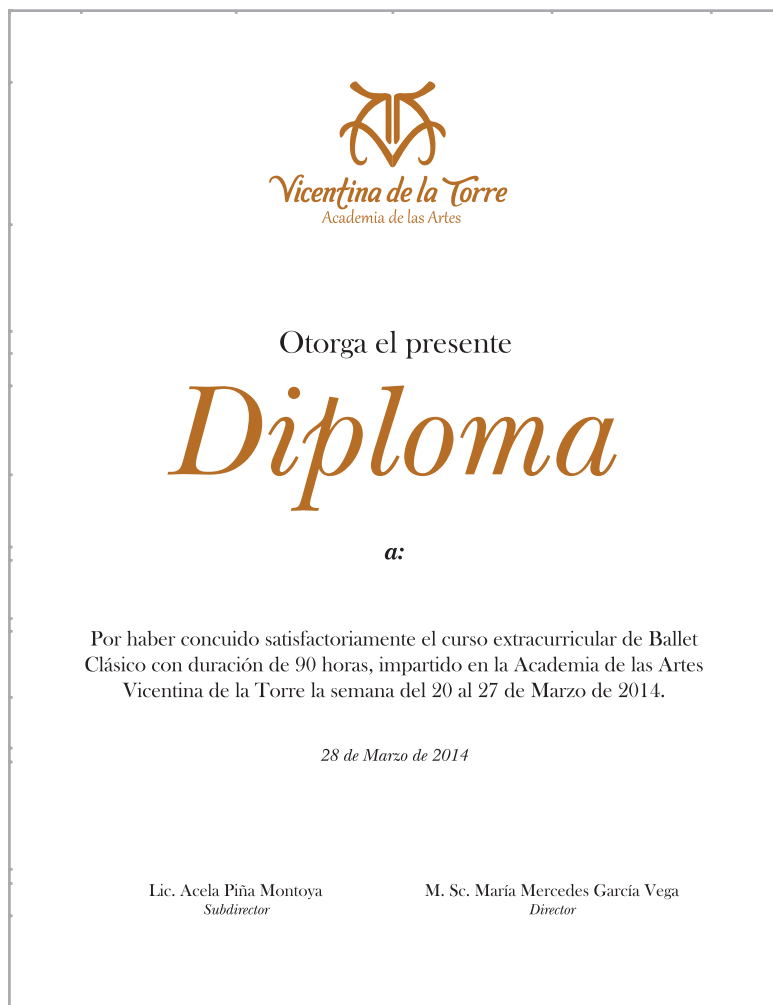


Imagen 120 Papelería básica, diploma y Sobre bolsa.

5.6.3 Diseño Textil

Academia
de Artes

Uniformes exterior



La realización de estos uniformes son para su uso externo a la institución, es decir cuándo las disciplinas participen en alguna demostración o presentación como en el caso de ballet. Se plantea el uso de estos uniformes como identificación entre los presentes y diferenciación entre las demás instituciones.

Imagen 121 Uniformes mujeres y hombres para cada disciplina.

Uniforme ballet mujer



Imagen 122 Uniforme para ballet mujeres.

Los uniformes que se muestran están pensados para que cada una de las disciplinas que conforman la academia tengan una imagen que los identifique, logrando una unión e identidad como objetivo de este proyecto.

En el caso de ballet se muestran leotardos, en artes plásticas mandiles y en arte dramático playeras, cada una de las aplicaciones tienen el imago tipo para crear esa unión entre las 3 disciplinas.

Uniforme ballet hombre



Imagen 123 Uniforme para ballet hombres.

Uniforme artes plásticas



Imagen 124 Uniforme para el área de artes plásticas

Uniforme arte dramático



Imagen 125 Uniforme para el área de arte dramático

5.6.4 Publicidad

*Academia
de Artes*

Publicidad

La Publicidad que se realizó cumplirá con el objetivo de ser un medio de contacto y difusión de las actividades y participaciones de la institución a nivel nacional e internacional.

El concepto de la publicidad, principalmente será mostrar la esencia de la academia, donde se presentan las tres disciplinas que desarrolla la academia, mostradas con elementos de referencia de cada una de las disciplinas. Se retomó la tipografía diseñada para la academia como punto de apoyo para la publicidad, ya que al hacer uso de este recurso tipográfico se traslada a la composición de la imagen y viceversa, es así que

cada uno de los carteles en la parte superior el origen de la campaña, de quien la promueve (La Academia de las Artes Vicentina de la Torre) y posteriormente alude a las actividades de las disciplinas de la misma y el contacto.

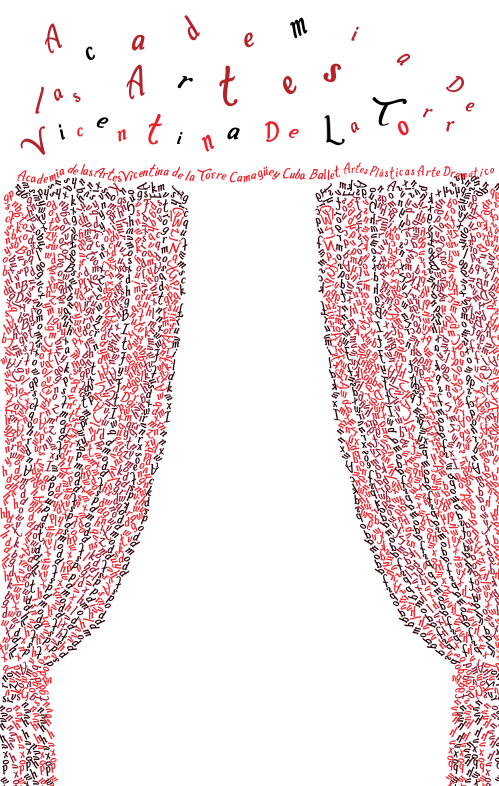
Para ello la publicidad se dividió en dos etapas: la primera que es de lanzamiento en donde se presentan únicamente los elementos ya mencionados con la imagen de identidad de la academia y de manera posterior la campaña de lanzamiento que muestra las actividades de las disciplinas que se imparten en la academia.


*Academia
de las Artes
Vicentina de
la Torre*


Etapa de lanzamiento




 Ignacio Sánchez No. 406 e/ Avenida de Mártires y Joaquín de Agüero Reparto. La Vigía, en Camagüey.
 Correo electrónico: acadartes@pprincipe.cult.cu
 Teléfonos: 28 14 46 (25 41 43) (28 74 31)




 Ignacio Sánchez No. 406 e/ Avenida de Mártires y Joaquín de Agüero Reparto. La Vigía, en Camagüey.
 Correo electrónico: acadartes@pprincipe.cult.cu
 Teléfonos: 28 14 46 (25 41 43) (28 74 31)

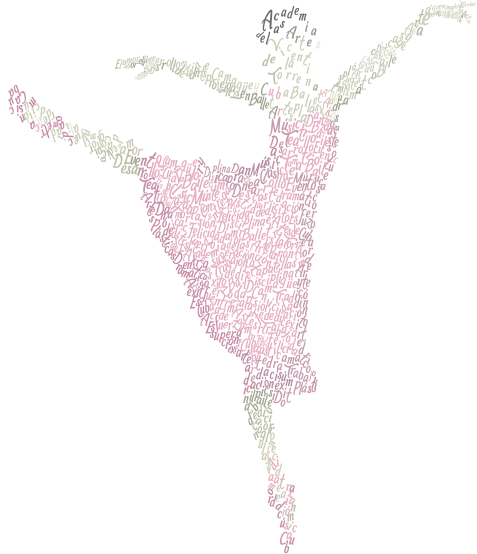



 Ignacio Sánchez No. 406 e/ Avenida de Mártires y Joaquín de Agüero Reparto. La Vigía, en Camagüey.
 Correo electrónico: acadartes@pprincipe.cult.cu
 Teléfonos: 28 14 46 (25 41 43) (28 74 31)


Imagen 126 Publicidad de lanzamiento.

Etapa de posicionamiento

El lago de los Cisnes



Teatro Principal de Camagüey
7 de Febrero 19hrs



Vicentina de la Torre
Academia de las Artes

Taller de Escultura




Inscribete Domingo
16 de Marzo
Duración de 6hrs




Informes
Ignacio Sánchez No. 406 e/ Avenida de Mártires y Joaquín de Agüero Reparto. La Vigía, en Camagüey.
Correo electrónico: acadartes@pprincipe.cult.cu
Teléfonos: 28 14 46 (25 41 43) (28 74 31)

¿Quieres formar parte de nuestra institución?

Arte Dramático
Artes Plásticas
Ballet



Contacto
Ignacio Sánchez No. 406 e/ Avenida de Mártires y Joaquín de Agüero Reparto. La Vigía, en Camagüey.
Correo electrónico: acadartes@pprincipe.cult.cu
Teléfonos: 28 14 46 (25 41 43) (28 74 31)



Vicentina de la Torre
Academia de las Artes

Imagen 127 Publicidad de posicionamiento.

5.6.5 Artículos promocionales

*Academia
Artes*

Artículos promocionales

La realización de los artículos promocionales o souvenirs, tiene como finalidad que los alumnos extranjeros, turistas puedan llevarse un recuerdo de la institución ya que cada uno representa a las tres disciplinas que conforman la “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” ya que se retoman siluetas de posturas de estas disciplinas, realizadas con la misma tipografía diseñada para crear unión entre la publicidad y todas las aplicaciones realizadas para el proyecto.

A continuación se presentan los artículos diseñados.



Playeras ballet



Imagen 128 Playeras que representan a la disciplina de ballet.

Playeras dramático



Imagen 129 Playeras que representan a la disciplina de arte dramático-

Playeras artes plásticas



Imagen 130 Playeras que representan a la disciplina de artes plásticas.

Souvenirs



Imagen 133 Libretas, plumas hechas en madera y gorra en tela.

Conclusiones

A d e
A c d e i
A l a s a
A r t e s

Conclusiones generales del proyecto

Para concluir este proyecto de investigación y desarrollo se enunciarán las conclusiones obtenidas a lo largo de este proyecto así como los beneficios que se podrían alcanzar si este proyecto se pone en marcha.

El objetivo de este proyecto es presentar la imagen de identidad para la Academia de las Artes Vicentina de la Torre en un manual normativo en el cual se presenta la forma correcta para el uso óptimo de dicha imagen así como de sus aplicaciones.

Durante la realización del proyecto se presentaron ciertos inconvenientes con respecto a la jerarquización del nombre de la institución debido a que su nombre como tal es “Academia de las Artes Vicentina de la Torre” y en la investigación realizada nos llevaba a que su reconocimiento era diferente al nombre, es decir que en primera instancia reconocían el nombre y de manera posterior el nombre de la área en la que se desarrollaba la institución, es por ello que en el pro-

ceso del proyecto se presentan dos propuestas con las variantes en la jerarquización del nombre.

La imagen que presentamos como la idónea debido a los resultados que lanzaron ciertas encuesta (ver anexo) y datos que logramos obtener es “Vicentina de la Torre Academia de las Artes” ya que con esta jerarquización se logra delimitar una diferencia entre todas las academias internacionales, además de retomar la importancia del personaje de Vicentina, que fue parte fundamental para la creación de la academia y de toda la comunidad de Camagüey en la cultura y en el ballet.

Otro punto a destacar en el proyecto fue que con una imagen de identidad se puede mejorar la proyección institucional, ya que al crear la imagen se puede lograr una identificación visual de la institución y la nación.

Realizar este proyecto ha logrado cumplir con nuestras expectativas de forma profesional, ya que por medio de este proyecto alcanzaremos el nivel de Licenciado en Diseño Gráfico, en el cual

de manera personal nos deja una gran satisfacción al poder colaborar y apoyar a una comunidad tan especial como lo es Camagüey, Cuba llena de amor por el arte y la cultura, apasionados por su trabajo como nosotras por el diseño gráfico. Compartimos el amor y la dedicación que imparten en cada una de sus actividades, es por ello que cada proceso realizado para llevar a cabo la imagen de identidad tiene un poco de nosotras, cada esfuerzo ha valido la pena, al saber que hemos logrado un objetivo más en nuestra vida, para concluir con este proyecto se espera que el proyecto se lleve a cabo en tiempo y forma real, a pesar de las complicaciones político, culturales y económicas de la República de Cuba para ello se recomienda apegarse a cualquiera de los elementos normativos que se dictan en el manual para evitar la deformación del diseño y en consecuencia la pérdida de la identidad. En caso de alguna modificación o duda se recomienda acudir a las diseñadoras.

Glosario

A
C
A
r
d
e
l
a
s
t
e
s
i
a
s

Glosario

Acromático Carece de color

Arquigrafía Integración de elementos de comunicación visual con la arquitectura

Banner Formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad online consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web.

Brief Documento en el que se detallan todos los datos que el cliente decide hacer útiles para el posterior desarrollo

Descriptivo Enunciación sinética de los atributos de identidad de la institución.

Facebook Red social que opera mundialmente, en la cual las personas, luego de crearse un perfil y completar los datos que deseen, pueden realizar diferentes actividades entre las cuales las más populares son buscar y encontrar numerosos contactos de la vida real.

Glifo Signo grabado o, por extensión, escrito o pintado

Grafema Unidad mínima de la escritura de una lengua.

Imagotipo Conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.

Isotipo parte simbólica o icónica de las marcas, reconocimiento de la marca sin necesidad de ser acompañada de texto “iso” significa “igual”, es decir, se intenta equiparar un icono a algún aspecto de la realidad.

Ligadura signo formado por la unión de dos o más grafemas que suelen o pueden escribirse también separados.

Logosímbolo Distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto”

Monograma Significa una letra. Es un símbolo formado generalmente por cifras y letras entrelazadas en conjunto, que como abreviatura se

emplea en sellos, marcas, monedas, logotipos de empresas, etc.

Patronímico Alusión a la institución mediante un nombre propio de una personalidad clave de la misma, dueño fundador etc.

Pictogramas Signos que a través de una figura o de un símbolo, permiten desarrollar la representación de algo.

Pop Art Movimiento artístico surgido en los años sesenta tanto en EE UU como en Inglaterra, caracterizado por el uso de objetos cotidianos y urbanos, carteles publicitarios, cómics, etc., como aprovechamiento de la cultura de masas:

Pregnancia cualidad que poseen las figuras que pueden captarse a través del sentido de la vista. Dicha cualidad está vinculada a la forma, el color, la textura y otras características que hacen que la persona que observa pueda captarla de manera más rápida y simple.

Quirografía tipografía realizada a mano

Señalética Sistema de comunicación visual sintetizado en un conjunto de símbolos que cumplen la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas en aquellos puntos del espacio que planteen dilemas de comportamiento

Signo Es una unidad capaz de transmitir contenidos representativos, es decir, es un objeto material, llamado significante, que se percibe gracias a los sentidos y que en el proceso comunicativo es portador de una información llamada significado.

Símbolo Cuando un signo no sólo informa de un significado, sino que además evoca valores y sentimientos, representando ideas abstractas de una manera metafórica o alegórica, se conoce como símbolo.

Solanáceo, a. (Del lat. sol num, hierba mora).
1. adj. Bot. Se dice de las hierbas, matas y arbustos angiospermos dicotiledóneos que tienen hojas simples y alternas, flores de corola acampañada, y baya o caja con muchas semillas provis-

tas de albumen carnoso; p. ej., la hierba mora, la tomatera, la patata, la berenjena, el pimiento y el tabaco. U. t. c. s. f.

Testaferro Persona que presta su nombre en un contrato, pretensión o negocio que en realidad es de otra persona.

Tipografía (del griego tipos, golpe o huella, y gráfo, escribir) es la forma gráfica de expresar el lenguaje. Se puede ver como el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión

Topónimico Alusión al lugar de origen o área de influencia de la institución

Twitter Nombre de una red de microblogging que permite escribir y leer mensajes en Internet que no superen los 140 caracteres. Estas entradas son conocidas como tweets.

Vitola. (De or. inc.).

3. f. Cada uno de los diferentes modelos de cigarro puro según su longitud, grosor y configuración.

4. f. Anilla de los cigarros puros.

Anexos

A d e i
A c d e i
A l a s a
A r t e s

Encuestas

Edad:_____ Sexo: F M Ocupación:_____

1.-¿Conoces alguna academia de artes en Cuba?

Sí No

Si contestaste “sí” menciona cuales: _____

2.-¿Por qué medio o medios tienes conocimiento de ella/s?

Internet Académicos Popularidad

Libros Noticias Otros: _____

3.-¿Por qué elementos reconoces a las academias de Cuba?

Recursos visuales

Sólo por el nombre

4.-Si contestaste Recursos visuales selecciona cuales?

Fotografías Logotipo

Publicidad Otro: _____

5.-Del 1 al 10 ¿Qué nivel consideras que tiene Cuba en las artes a nivel internacional? (1Baja, 10 buena) _____

6.-¿Qué tipo de disciplina artística consideras que sobresale en Cuba?

7- ¿Conoces algún personaje cubano importante en alguna disciplina artística? (Menciona cual o cuales y en qué área)

8- ¿Conoces a Vicentina de la Torre?

Sí No

Estas encuestas aplicadas a universitarios externos de las disciplinas impartidas en la Academia de las Artes Vicentina de la Torre y algunos académicos de la institución, aplicandose 50 encuestas, en que los los resultados fueron los siguientes.

En la primera pregunta ¿Conoces alguna academia de artes en Cuba? todos respondieron sí, las más mencionadas fueron Vicentina de la Torre, San Alejandro, Isa y José Way, aquellos que mencionaron a Vicentina un 80% respondieron por el nombre de Vicentina, “La Vicentina” el otro 20% la nombraron por su nombre inicial Academia de las Artes Vicentina de la Torre.

¿Por qué medio o medios tienes conocimiento de ella/s? Los encuestados contestaron por académicos, popularidad y en última instancia nombre.

Al pasar al cuarto apartado, sí contestaste Recursos visuales selecciona cuales la mitad fue por fotografías y publicidad. Continuando con la

quinta pregunta, Del 1 al 10 ¿Qué nivel consideras que tiene Cuba en las artes a nivel internacional? (1Baja, 10 buena) un 60% menciona que es buena, ¿Qué tipo de disciplina artística consideras que sobresale en Cuba? las disciplinas destacando que Música se encuentra en primer lugar posterior la Danza y el Ballet y por último las artes plásticas, los personajes más mencionados especificando áreas fueron Alicia Alonso, Carlos Acosta en Ballet, Pablo Milanes, Chucho Valdés en Música, René Portocarrero artes plásticas, sin embargo estudiantes no mencionan a Vicentina de la Torre a excepción de tres académicos que hacen referencia que fueron alumnos de ella, es así que esta encuesta revela ciertos aspectos a considerar para fundamentar la creación y jerarquización del nombre en el diseño.

Planta Arquitectónica de la Academia de las Artes Vicentina de la Torre



Imagen 134 Planta Arquitectónica de la Academia de las Artes Vicentina de la Torre. Plano trazado por Daniel Castañon Malpica.

Mapa de ubicación de la señalética

Primer nivel



Imagen 135 Planta arquitectónica primer nivel, en el se ubicaran las señales diseñadas para la academia así facilitara su pronta ubicación. Plano trazado por Daniel Castañón Malpica.

Mapa de ubicación de las señalética Segundo nivel

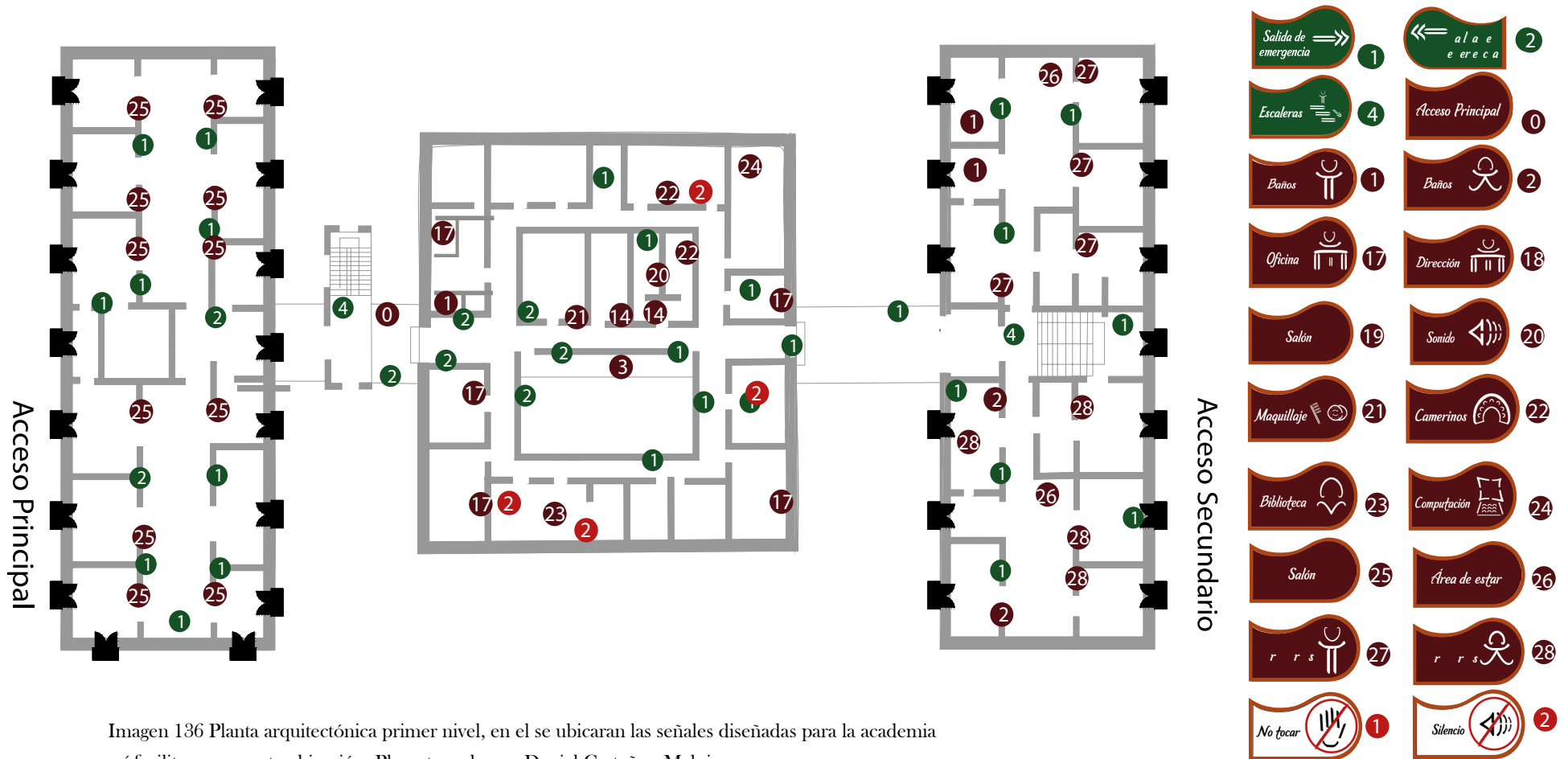


Imagen 136 Planta arquitectónica primer nivel, en el se ubicaran las señales diseñadas para la academia así facilitara su pronta ubicación. Plano trazado por Daniel Castañon.Malpica

Arquigrafía



La *arquigrafía* es la integración de elementos de comunicación visual con la arquitectura. en donde se busca que la información sea necesaria para el peatón o el automovilista, se integra en elementos tridimensionales acordes a la arquitectura del entorno.

Es así que para la academia presentamos una propuesta de arquigrafía el cual será con el mismo materia que se diseño la señalética es decir, será de barro y colocado en la fachada de la institución como imagen de identificación para los transeúntes y externos a la institución.

Imagen 135 Render con la fachada de la academia, en el se encuentra el imatipio en barro. Render realizado por Fernando Carlos

Bibliografía

A
C
A
r
d
l
a
r
d
e
s
e
i
a
s

Bibliografía

- March, Marion, *Tipografía Creativa Manuales del Diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 1994
- Frutiger, Adrián, *En torno a la Tipografía*, Barcelona, Gustavo Gili, 2002 - Baines, Phil; Haslam, Andrew, *Tipografía: función, forma y diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 2002
- Zappaterra, Yolanda, *Tipografía; Proyectos de tipografía reales: del briefing al resultado final*, México, Mc Graw Hill, 2000
- Carter, Rob; De Mao, John; Wheeler, Sandy, *Diseñando con tipografía exposiciones 5*, México, Mc Graw Hill, 2001.
- Buen, Jorge, *Manual de Diseño Editorial*; México, D.E, Santillana 2005
- National: Fire protection Association- Fire Protection Handbbbook-USA-1967
- Isos 6309 1987 “Fire protection – Safety Signs” Carballo, D & De la Riva, G. (2004). “*La investigación Antropológica como fuente de nuevos productos*”. En Segmento, revista del ITAM, No 25, año 5, febrero-abril.
- Echavarría, Juan F. (2003). El Ser de lo económico. Medellín: Lealón.
- Aaker, D. & Day, G. (1989). *Investigación de Mercados (3a edición)*. México: McGraw-Hill.
- American Marketing Association –AMA– (1985). “ApprovesNewDefinition”. MarketingNews (March), 19
- BONSIEPE, Gui y Fernández, Silvia (2008) Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Sao Paulo: Blücher
- Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, Vigésima segunda edición

• Referencias electrónicas

- Academia de las Artes Vicentina de la Torre Recuperado del sitio web http://www.ecured.cu/index.php/Academia_de_las_Artes_Vicentina_de_la_Torre
- Acea Yeney, El procedimiento de registro de marcas en Cuba, Una visión desde el derecho administrativo, Consulta 2013, del sitio web <http://www.ambito-juridico.com.br/>
- AFP, AP, Raúl Castro gana una nueva elección Recuperado 24 de febrero 2013, del sitio web <http://www.excelsior.com.mx/global/2013/02/24/885921>
- Alicia Alonso Recuperado del sitio web http://www.ecured.cu/index.php/Alicia_Alonso
- Avances de Cuba en las telecomunicaciones Consulta en sitio web <http://www.radiomoron.cu/index.php/es/>
- Brandemia El portal en castellano sobre la identidad corporativa consulta
- Convocan en Camagüey al XXIII Salón de la Ciudad Recuperado 27 noviembre 2012, del sitio web Radio Cadena Agramonte: <http://www.cadenagramonte.cu/articulos/ver/28093:convocan-en-camagueey-al-xxiii-salon-de-la-ciudad>
- Cordero José, Memorables willis del Ballet de Camagüey Recuperado 24 de marzo 2006, del sitio web <http://www.lajiribilla.co.cu/2006/>
- Cuba aprueba reglamento para nombres de dominio de Internet, Recuperado 12 de abril 2013, del sitio web <http://spanish.peopledaily.com.cn>

- Danza Ballet Recuperado en Enero 2013, de <http://www.danzaballet.com/>
- Diario Gramma contultado en Febrero 2013, <http://www.prensaescrita.com>
- Díaz Tenreiro, Carlos M.: Procesos civiles y administrativos en materia de propiedad industrial. Experiencia cubana, La Habana, Cuba, 2008.
- Eladio Rivadulla Martínez Recuperado 2006, del sitio web http://www.galeriacubarte.cult.cu/g_artista.
- El medio de la comunicación visual Mediosmedios consulta en Marzo 2013, de <http://www.mediosmedios.com.ar/>
- El Sueño de Vicentina de la Torre Recuperado 22 de diciembre 2012, del sitio web <http://old.cubahora.cu/>
- Estrategias de mercado, Recuperado abril 2005, del sitio web <http://www.liderempresarial.com/num124/16>.
- FindTheBest Consultado en Febrero 2013, de <http://summer-school-program.findthebest.com/>
- Fundation Rudolf Noureev Consultado en Febrero 20113, de <http://www.noureev.org/>
- h2e, La importancia de la identidad corporativa [sin fecha], del sitio web <http://www.h2e.es/>
- Juventud rebelde, Consulta Abril 2013, de <http://www.juventudrebelde.cu>
- La familia, La música en la vida de los adolescentes, Recuperado 23 de abril 2010, del sitio web <http://www.mujernueva.org/articulos/articulop.phtml>
- La importancia de la imagen corporativa en las empresas, Recuperado 12 de junio 2007, del sitio web <http://noticias.universia.edu.pe/>

- Ministerio de Cultura de República de Cuba Consultado en enero 2013, de <http://www.min.cult.cu/>
- Pino Carina Simposio Internacional de Cerámica de Arte Puerto Príncipe Recuperado 11 de abril 2012, del sitio web Portal de Cubarte: <http://www.cubarte.cult.cu/simposio-internacional-de-ceramica-de-arte-puerto-principe-2012/21819.html>
- Portal Cuba Arte Consultado en Enero 2013, de <http://www.cubarte.cult.cu/>
- Radios de Cuba consulta en Marzo 2013, de <http://www.radiosdecuba.com/>
- Revolucion Cubana Consulta en Febrero 2013 de, <http://revolucioncubana.cip.cu/logros/modelo-social-socialista/medios-de-comunicacion/>
- Serrano José M., Amores Juan B. El conde de Ricla y las reformas fiscales en Cuba (1763-1765): ¿Negociación o imposición? [Sin fecha]
- Solano Ronald, Teoría de sistemas, Recuperado <http://www.monografias.com/trabajos11/teosis/teosis.shtml>.
- Vicentina de la Torre Recio Recuperado del sitio web http://www.ecured.cu/index.php/Vicentina_de_la_Torre

- *Ministerio de Cultura de República de Cuba* Consultado en enero 2013, de <http://www.min.cult.cu/>
- *Foundation Rudolf Noureev* Consultado en Febrero 2013, de <http://www.noureev.org/>
- *FindTheBest* Consultado en Febrero 2013, de <http://summer-school-program.findthebest.com/>
- *Cuba aprueba reglamento para nombres de dominio de Internet*, Recuperado 12 de abril 2013, del sitio web <http://spanish.peopledaily.com.cn>
- *Diario Gramma* consultado en Febrero 2013, <http://www.prensaescrita.com>
- *Avances de Cuba en las telecomunicaciones* Consulta en sitio web <http://www.radiomoron.cu/index.php/es/>
- *Radios de Cuba* consulta en Marzo 2013, de <http://www.radiosdecuba.com/>
- *El medio de la comunicación visual Mediosmedios* consulta en Marzo 2013, de <http://www.mediosmedios.com.ar/>
- *Juventud rebelde*, Consulta Abril 2013, de <http://www.juventudrebelde.cu>
- Brandemia El portal en castellano sobre la identidad corporativa consulta marzo 2013, de <http://www.brandemia.or>

• **ENTREVISTA**

- CAMACHO, Teresa (2009) “Félix Beltrán en el diseño o el diseño en Félix Beltrán”. paperback no 6. ISSN 1885-8007. [fecha de consulta: dd/mm/aa] <http://www.artediez.es/articulos/camacho/beltran.pdf>

• **Decretos**

- Organización Mundial de la propiedad intelectual Cuba *Decreto-Ley N° 203 de Marcas y otros Signos Distintivos* del sitio web <http://www.wipo.int/wipolex/es/>
- Organización Mundial de la propiedad intelectual Cuba *Decreto-Ley N° 68 (14 de mayo de 1983) de invenciones, descubrimientos científicos, modelos industriales, marcas y denominaciones de origen* Consulta del sitio web <http://www.wipo.int/wipolex/es/>

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Facultad de Arquitectura Colegio de Diseño Gráfico
Primera Generación Minerva
Imagen de Identidad para la
Academia de las Artes Vicentina de la Torre

Impreso en Puebla, Puebla.
Febrero 2014

Elaborado por
Laura Angélica Contreras Porras
Rubí Vázquez Flores

HEY DISEÑO