

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA



FACULTAD DE ARQUITECTURA
COLEGIO DE DISEÑO GRÁFICO



IDENTIDAD GRÁFICA DEL CÍRCULO INFANTIL
“AMIGUITOS DE MARTÍ”

Desarrollo de imagotipo, sistema señalético y mural temático
para el círculo infantil del Reparto de Puerto Principe
en la ciudad de Camagüey, Cuba

TESIS

Que para obtener el título de

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

Presentan

Calderón Rivera Monserrat del Carmen
Hernández Vázquez Misael

Asesores

Mtra. Yolanda Quiróz Hernández

Mtra. Elda E. Lobo Vázquez

L.D.G. Eduardo Carlos Mendizabal Venegas

Puebla, México

Junio 2013

IDENTIDAD GRÁFICA DEL CÍRCULO INFANTIL
“AMIGUITOS DE MARTÍ”

IDENTIDAD GRÁFICA DEL CÍRCULO INFANTIL “AMIGUITOS DE MARTÍ”

Calderón Rivera Monserrat del Carmen
Hernández Vázquez Misael

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA



FACULTAD DE ARQUITECTURA
COLEGIO DE DISEÑO GRÁFICO



IDENTIDAD GRÁFICA DEL CÍRCULO INFANTIL
“AMIGUITOS DE MARTÍ”

Desarrollo de imagotipo, sistema señalético y mural temático
para el círculo infantil del Reparto de Puerto Principe
en la ciudad de Camagüey, Cuba

TESIS

Que para obtener el título de

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

Presentan

Calderón Rivera Monserrat del Carmen
Hernández Vázquez Misael

Asesores

Mtra. Yolanda Quiróz Hernández

Mtra. Elda E. Lobo Vázquez

L.D.G. Eduardo Carlos Mendizabal Venegas

Puebla, México

Junio 2013



Derechos Reservados

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Facultad de Arquitectura
Colegio de Diseño Gráfico

Impreso en México: Junio 2013
Printed in Mexico: June 0f 2013

Calderón Rivera Monserrat del Carmen
Hernández Vázquez Misael

Queda Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio incluyendo el fotocopiado, medios electrónicos o manuales, así como la realización de material basado en el argumento de esta obra sin el previo consentimiento de los autores o la institución propietaria de los derechos.

Dedicatorias

Dedico este trabajo de tesis, a Dios por ser la fuerza mayor de mi existencia. A mi papito Reynaldo Calderón Aguilar, por haber sido quién fomentó en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfar en la vida, siempre te llevo en mi mente y corazón; a mi mamita Soledad Rivera Sánchez por darme la vida y por ser mi mayor ejemplo a seguir; para Antonio Correa Reyes por apoyarme en mi carrera, por enseñarme a ver los pequeños detalles de la vida como cosas extraordinarias. Y mi futura familia que aún no conozco pero ya amo.

Calderón Rivera Monserrat del Carmen

Dedico esta tesis y todo el trabajo invertido en ella principalmente a mi mamá Ma. Lerina Vázquez Flores, quien con su amor me ha motivado a alcanzar mis metas, a mi papá Ignacio Hernández Hernández por su apoyo y oportunidades brindadas, a mis hermanas y hermanos; Nancy, Adan, Fanny e Ivan por sus consejos y apoyo moral que me han impulsado a superar esta etapa de vida, a mis sobrinos; Alexander, Gael, Matías y un bebé en camino a quienes día con día trato de darles un ejemplo positivo y en general a mi familia y amigos más cercanos que sin todos ellos todas las etapas de la vida serian muy difíciles.

Hernández Vázquez Misael

Agradecimientos

Agradezco a mis profesoras Yolanda Quiroz y Elda Lobo, por habernos apoyado en la culminación de este proyecto, por su dedicación y buena voluntad hacia nosotros. Al maestro muralista Miguel Ángel Enríquez, por su valioso apoyo como asesor en la realización del mural temático y a toda mi familia y amigos por su apoyo y compañía durante toda la carrera.

Calderón Rivera Monserrat del Carmen

Agradezco profundamente a mis asesoras; Yolanda Quiroz y Elda Lobo por habernos apoyado a lo largo de un año de trabajo, así como a los profesores de la facultad que de alguna forma contribuyeron en este proyecto, a todos las personas que conocí en esta etapa de vida, quienes por su amistad brindada la hicieron inolvidable. Gracias.

Hernández Vázquez Misael

Índice

Introducción	1
Protocolo de Investigación	3
Situación actual	5
Planteamiento del problema	7
Hipótesis	9
Justificación	11
Alcances y limitantes	13
Delimitación	15
Capítulo I Marco Teórico	17
I.1 Contexto del círculo infantil “Amiguitos de Martí”	19
I.1.1 Cuba	19
a) Geografía	19
b) Camagüey	20
c) Posición geográfica	20
d) Reparto de Puerto príncipe	21
I.1.2 José Julián Martí Pérez	21
a) Biografía	21
b) Revista la Edad de oro	22
c) Cuentos de la Edad de Oro	22
I.1.3 Círculos infantiles	24
a) Historia	24
b) Programa Educativo	25
I.1.4 Círculo Infantil “Amiguitos de Martí”	27
I.2 Imagotipo	29
I.2.1 Orígenes	29
I.2.2 El signo	30
I.2.3 Símbolo	31
I.2.4 Imagen	32
I.2.5 Imagen Corporativa	32
a) Definición	33
I.2.6 Principios de identidad	34
I.2.7 Importancia de la imagen corporativa	34
I.2.8 La imagen como valor estratégico	34
I.2.9 Identidad corporativa	35
a) Importancia	35
I.3 Señalética	37
I.3.1 Orígenes	37

1.3.2 Definición	38
1.3.3 Características de la señalética	39
a) Pictograma	40
b) Tipografía	41
c) Color	42
1.4 Muralismo cubano	43
1.4.1 Muralistas cubanos	44
a) René Portocarrero (1912-1985).	44
b) Amelia Peláez (1897-1968)	45
c) Mariano Rodríguez (1912-1990)	46
d) Wilfredo Lam (1902-1982)	48
e) Luis Martínez Pedro (1910-1989)	49
f) Raúl Martínez (1927-1995)	50
g) Alfredo Sosabravo (1939-)	51
1.4.2 TÉCNICAS PICTÓRICAS MURALISTAS	52
a) El fresco	53
b) Pintura a el temple acrílico	54
c) La pintura al silicato	55
d) Pinturas plásticas	56
e) Pinturas en aerosol (graffiti)	57

Capítulo II Análisis Iconográficos 59

2.1 Colegio ADA	61
2.2 Preescolar Aprendo	62
2.3 Retoños	64
2.4 Biblioteca Central Universitaria	65
2.5 Complejo Cultural Universitario	67
2.6 Museo Universitario de la BUAP	69
2.7 Mural en escuela primaria “defensores de la República” Puebla, México	71
2.8 Mural de la Unidad Educativa Jupapina, La Paz, Bolivia	72
2.9 Mural en la escuela rural zapatista en Chiapas	72

Capítulo III Desarrollo Gráfico 75

3.1 Imagotipo	77
3.2 Sistema señalético	83
3.3 Mural temático	89

Capítulo IV Propuesta Gráfica 103

4.1 Resultado imagotipo	105
4.2 Resultado señalética	106
4.3 Resultado mural temático	107

Conclusión 109

Referencias	111
Bibliografía	113
Referencias electrónicas	115
Referencias imágenes	117
<i>Anexo Manual de Identidad Gráfica</i>	123
Glosario	155

Introducción

Los círculos infantiles son importantes instituciones que existen en Cuba con la misión de cuidar y educar a cientos de niños, brindándoles los servicios y atención requeridos para alcanzar su máximo desarrollo integral, y a su vez permitir que las madres de estos niños puedan realizar sus actividades laborales con la seguridad de que sus hijos se encuentran en lugares donde se les protege e instruye de manera responsable y profesional.

La tesis que a continuación se presenta, es una recopilación de la investigación realizada acerca de Imagen de identidad, señalética, y muralismo, con el fin de dar solución a la carencia de identidad gráfica del círculo infantil "Amiguitos de Martí", ubicado en el Reparto de Puerto Príncipe en la ciudad de Camagüey, Cuba. Los círculos infantiles se caracterizan por que dependiendo del nombre que lleve cada plantel, se proyecta y embellece el lugar. En este caso, toda la fundamentación conceptual fue en base a la obra escrita por José Martí "La edad de oro".

Después de haber estudiado la información necesaria del contexto, imagotipo, señalética y muralismo, se realizó un proceso de bocetaje, selección, pruebas de color, tipografía, y propuestas finales para la creación de un imagotipo que denotara los conceptos de protección, amor, cuidado, círculo infantil, y la rosa blanca símbolo de José Martí. El programa señalético cumple con la función de identificar cada uno de los espacios del lugar; al mismo tiempo es una ayuda para poder reafirmar el conocimiento de los cuentos del libro "La edad de oro", y el mural temático realizado contiene la representación de los símbolos y personajes del mismo libro, con la finalidad de que al momento en que los niños vean estas imágenes puedan identificar y reafirmar las habilidades y conocimiento que se imparte en el lugar; con todo este material, se pretende crear una conciencia de identidad que prevalezca durante su tiempo de formación dentro del círculo.

Protocolo de Investigación



Situación actual

Cuba es un país que ha priorizado la atención al aprendizaje de sus ciudadanos desde la temprana edad, promoviendo la escuela como el centro cultural más importante de la comunidad, reforzándolo con el apoyo de la institución familiar. Así se busca obtener los mejores resultados en la preparación académica y la superación personal de sus habitantes.

El sistema nacional de educación contempla al nivel preescolar como parte primordial en el desarrollo físico y psicopedagógico de niños y niñas, además de constituir la base de la educación en general. Es de carácter no obligatorio y atiende a la población infantil a partir del primer año de vida y finaliza a la edad de los seis años.

El país tiene una cobertura de atención de educación básica del 99.5% mediante sistemas escolarizados y no escolarizados, supervisados por el Ministerio de Educación a través de la Dirección de Educación Preescolar. Los círculos infantiles cubren un 15.5%, el grado preescolar un 15% y el programa educa a tu hijo un 69%, datos registrados en el 2005 por la United Nations Educa-

tional, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (World Data on Education, 2006:4 [en línea]).

Dentro del sistema no escolarizado se encuentra el programa educa a tu hijo, creado para todos los niños y niñas hasta los 6 años de edad, que no asisten a instituciones infantiles. El programa se implementa con ayuda de promotores que supervisan a ejecutores (educadores) que son los encargados de instruir directamente a las familias y velar por que se apliquen las actividades educativas en el hogar (CubaEduca, 2010: parr.1 [en línea]).

En el sistema escolarizado se encuentran el grado preescolar que es accesible para toda la población infantil, y no posee un carácter obligatorio. El alumno de preescolar es ubicado en determinado grado de acuerdo a su edad, en grupos de hasta 30 niños (World Data on Education, 2007:8 [en línea]).

Los círculos infantiles son instituciones de educación que durante más de cuatro décadas han fortalecido la integración plena de la mujer a la sociedad, al mismo

tiempo desempeñando un papel importante en la formación de los niños y niñas desde edades tempranas.

El 10 de abril de 1961 fueron inaugurados oficialmente los tres primeros círculos infantiles en Cuba, el “Camilo Cienfuegos”, el “Ciro Frías” y el “Fulgencio Oros”, todos fundados en la Habana aledaños a barrios pobres e insalubres. Vilma Espín, fundadora de la FMC (Federación de Mujeres Cubanas) fue iniciadora e impulsora de esta idea. (Ecured, 2012, parr:2 [en línea]). Hasta inicios de la década de los 80’s estos planteles fueron dirigidos por el “Instituto de la Infancia”, posteriormente la dirigencia fue asumida por el ministerio de educación”, para lo cual fue creado el subsistema de educación preescolar que abarcó la educación de estos niños.

Comenzaron con un personal compuesto esencialmente de amas de casa y jóvenes campesinas que iban a estudiar a la Habana, en las que prevalecía el amor por los niños. Al principio solamente los cuidaban, pero la meta era educarlos, por ello el estado cubano dio los pasos para implementar estas instituciones.

Actualmente en Cuba existen 1130 círculos infantiles atendidos por más de nueve mil educadoras, y aunque no cubren la demanda, satisfacen las necesidades de más de 154 mil niños. Los pequeños reciben atención pedagógica, médica, de alimentación y vestuario, entre otros beneficios (Ecured, 2012, parr:9 [en línea]).

La provincia de Camagüey está ubicada en el sur oeste del país, y es una de las provincias más importantes de esta nación con un importante desarrollo cultural y turístico después de la Habana. El círculo infantil “Amiguitos de Martí” se encuentra en el reparto de Puerto Príncipe de esta provincia y fue inaugurado el de 9 de septiembre de 1989 con la presencia del entonces Ministro de Educación José Ramón Fernández, y de Pastora González directora del centro, contando con un personal de 37 trabajadores.

En su fundación la directora planteo lo siguiente: “... Los niños y las niñas que tengamos aprenderán todo lo que necesitan saber sobre la vida del hombre en la

obra la edad de oro escrita por José Martí, aprenderán a quienes quiso, amó, y dedicó su pluma con tanta ternura y pasión. Se trabaja por formar personas preparadas, con vista a lograr un desarrollo integral desde su niñez, con un alto sentido de honestidad, honradez, responsabilidad y amor hacia todo lo que les rodea”. Los niños atendidos en círculo infantil “Amiguitos de Martí” son hijos de madres trabajadoras de organismos educativos y del sector salud, en beneficio a su valiosa labor dentro del gobierno.

Los círculos infantiles basan su enseñanza conforme al nombre que se les ha asignado, en este caso el círculo infantil “Amiguitos de Martí” centra sus enseñanzas alrededor de la filosofía de este personaje, esencialmente en su obra literaria “La Edad de Oro”. Mediante algunos de los cuentos mencionados en este libro como “La Muñequita Negra”, “Meñique”, “Bebé y el señor Don Pomposo”, entre otros “...Los niños aprenden a lo largo de su vida los conocimientos y la cultura que él ansiaba para todos los hijos de su patria...” (Martí, 2006:2), ejerciendo el respeto y amor por los además aplicando todas estas enseñanzas aprendidas de manera metafórica en su vida, como base fundamental del desarrollo íntegro de los ciudadanos.

Planteamiento del problema

Desde su creación el círculo infantil "Amiguitos de Martí" ha carecido de una identidad gráfica que lo identifique dentro de la ciudad, lo que genera su falta de identificación en su entorno inmediato, así como la falta de pertenencia de la comunidad que lo conforma. Con un diseño inexistente se ha mantenido desapercibido y sin representación en los actos y actividades que se organizan a ese nivel de enseñanza dentro la comunidad del reparto de Puerto Príncipe en la ciudad de Camagüey,

La identidad gráfica, es la base que manifiesta los valores, esencia y personalidad de una entidad, es la raíz que rige los lineamientos a seguir para no perder el sentido de identidad y la pertenencia. Sin embargo esto solo será el principio de la búsqueda de una personalidad para la institución. Por consecuencia, si la identidad gráfica es capaz de proyectar coherencia y unidad, surgirá

una expresión de personalidad que permita establecer lazos de comunicación.

Así mismo se pretende proyectar a la institución con una identidad que refleje calidad y compromiso con la educación. Para lograrlo se plantea lo siguiente:

Objetivo general: Realizar un imagotipo, sistema señalético y mural temático para el círculo infantil "Amiguitos de Martí", para fortalecer los lazos de pertenencia entre los niños y la institución destacar su presencia en el Reparto de Puerto Príncipe en la Ciudad de Camagüey.

Hipótesis

Mediante la creación y aplicación de la Identidad Gráfica del Círculo Infantil "Amiguitos de Martí", se fortalecerán los lazos de pertenencia de los niños a la institución, creando una conciencia de identidad que prevalezca en su formación, y así mismo se logrará su posicionamiento en el Reparto de Puerto Príncipe en la Ciudad de Camagüey.

Justificación

El proyecto fue elegido por su potencial de aplicar una solución real al problema, teniendo la posibilidad de comprobar y medir la efectividad del diseño realizado. Para realizar esto se considerará los elementos conceptuales que definen a la institución, como lo son su filosofía, sistema de enseñanza y principalmente los cuentos mencionados en el libro "La edad de Oro" de José Martí.

Alcances y Limitantes

Mediante la elaboración de este proyecto se desarrollará un análisis conceptual de distintas ramas de diseño gráfico, para proponer la identidad gráfica del círculo infantil "Amiguitos de Martí", desglosando su aplicación en imagotipo, sistema señalético y mural temático.

Se elaborará el proyecto tesis en un tiempo contemplado de 12 meses a partir de junio de 2012 terminando en junio de 2013, usando la información recabada de investigación bibliográfica, fuentes electrónicas y la información que se brindaron en el círculo infantil.

Se entregará un manual donde se especifique el uso del imagotipo con sus aplicaciones, dummies del sistema señalético y el mural pintado en loneta.

El en país donde se aplicará el proyecto no cuenta con los medios tecnológicos ni recursos económicos para reproducir la totalidad de las propuestas de aplicación del imagotipo.

Delimitación

El objeto de estudio de este proyecto es para dar una respuesta a la carencia de identidad gráfica del círculo infantil "Amiguitos de Martí". La investigación y realización del proyecto se basará en métodos históricos, deductivos, especulativos y de síntesis, en un contexto de diseño gráfico usando la pragmática y retórica aplicada a conceptos de color, forma, tipografía, estilo de ilustración, y niveles de abstracción. Se estima un tiempo aproximado de 12 meses a partir de la fecha del 23 de mayo de 2012 concluyendo en el mes de junio de 2013 para la presentación del examen profesional en la Universidad de Camagüey, Cuba.

Capítulo I

Marco Teórico



“...La fuerza está en el saber mucho...”

Meñique, La Edad de Oro

I.1 Contexto del círculo infantil "Amiguitos de Martí"

I.1.1 Cuba

Es un archipiélago del Mar de las Antillas, comúnmente conocido como Mar Caribe. Debido a la posición geográfica a la entrada del Golfo de México se le conoce como "La Llave del Golfo", desde la época colonial. Es la isla más grande de las Antillas Mayores. Los países más cercanos son Haití, Bahamas, Estados Unidos, Jamaica y México (Ecured 2005:parr.1 [en línea]).

a) Geografía

Cuba es un archipiélago con un área de 109 886,19 km², de los cuales 107 466,92 km² pertenecen a la isla de Cuba, 2 419,27 km² a la Isla de la Juventud y el resto a los cayos adyacentes.

La isla de Cuba es una franja larga y estrecha, cuya parte más ancha (Playa Tararaco Ganado - Punta Camarón Grande) mide 191 km y la más estrecha (Mariel - Majana) apenas 31 km, con una longitud de costas de 3 209 km al Norte y 2 537 km al Sur.

Se extiende entre los 74 grados, 7 minutos, 52 segundos y 84 grados de longitud occidental en relación con el Meridiano de Greenwich, y entre los 19 grados, 46 minutos, 36 segundos y los 23 grados, 17 minutos y 9 segundos de latitud norte. Los límites del archipiélago cubano son: al Norte, el estrecho de la Florida, que lo separa de Estados Unidos de América por 180 km, y los canales de San Nicolás y Viejo de Bahama, que lo separa de la Comunidad de las Bahamas por 21 km; al

Este, el paso de los Vientos entre Cuba y la República de Haití por 77 km; al Sur, el Mar Caribe y el Estrecho de Colón, este último lo separa de Jamaica por 140 km; y al Oeste, el estrecho de Yucatán, hacia los Estados Unidos por 210 km. Cuba cuenta con un total de quince provincias y 169 municipios, incluyendo al municipio especial Isla de la Juventud. (Imagen 1) (Ecured, 2005: parr. 71 [en línea]).



Imagen 1. Cuba, organización político-administrativa

b) Camagüey

Es la provincia de mayor área, la más llana y la más oriental del centro de Cuba. Llamada también la Ciudad de los Tinajones por la proliferación de estos enormes recipientes de barro cocido, Camagüey (nombrada así desde 1903) tiene una trama urbana singular formada por calles estrechas y tortuosas que invariablemente desembocan en plazas y plazuelas, donde aún se conservan edificaciones de sobresalientes valores histórico-culturales y arquitectónicos (Ecured,2005: parr. 1 [en línea]).

c) Posición geográfica

La provincia se sitúa entre los 20 grados 31' 01" —Faro Cabeza del Este— y los 22 grados 29' 00" —Faro Paredón Grande— de latitud norte y los 76 grados 57' 00" de longitud oeste del Meridiano de Greenwich, limita al norte con el Canal viejo de Bahamas, y al sur con el Mar Caribe, al este con la provincia de Las Tunas y al oeste con la provincia de Ciego de Ávila. Es la mayor

provincia de Cuba y la más llana, con una superficie total de 15 615 km² de los cuales 14 133,8 corresponden al territorio de la Isla de Cuba y 1 481,1 a los cayos adyacentes.

En la parte norte se encuentra el archipiélago de Camagüey: Cayo Romano —el mayor del país—, Cayo Guajaba y Cayo Sabinal.

En la parte sur se localizan los cayos, Jardines de la Reina. La principal Bahía está situada en el municipio de Nuevitas. Posee el 25% de todas las playas del país con aproximadamente 120 km. y cuenta además con la segunda mayor barrera coralina en el mundo. Camagüey se divide en los siguientes municipios: Carlos Manuel de Céspedes, Esmeralda, Sierra de Cubitas, Minas, Nuevitas, Guáimaro, Sibanicú, Municipio Camagüey, Florida, Vertientes, Jimaguayú, Najasa, Santa Cruz del Sur. (Imagen 2) (Ecured, 2005: parr. 1 [en línea]).



Imagen 2. Provincia de Camagüey, Cuba

d) Reparto de Puerto Príncipe

Reparto ubicado al noreste del centro de la ciudad Camagüey, a 21 grados 23'51.40" latitud norte y 77 grados 53'39.02" de longitud oeste, mayoritariamente ocupado por viviendas familiares. Cuenta con el círculo infantil "Amiguitos de Martí" y colinda con la "Universidad de Camagüey". (Google Earth, 2005 [en línea]).

1.1.2 José Julián Martí Pérez



Imagen 3. José Martí (1853-1895)
Héroe Nacional de Cuba

a) Biografía

Patriota revolucionario y escritor cubano. Nació en la Habana en 1853, héroe Nacional de Cuba, fue un hombre de elevados principios, vocación latinoamericana e internacionalista; intachable conducta personal, tanto pública como privada y con cualidades humanas que en ocasiones parecen insuperables. Un cubano de proyección universal que rebasó las fronteras de la época en

que vivió para convertirse en el más grande pensador político hispanoamericano del siglo XIX. (Imagen 3)

Autor de una obra imprescindible de gran contenido que es fuente muy recurrida de conocimiento y consulta para la sociedad cubana. Escribió poemas con singular estilo y belleza, epistolario, artículos periodísticos, discursos, además de otros escritos que lo situaron como un intelectual de vasta cultura.

José Julián Martí Pérez nació el 28 de enero de 1853, en la Habana Cuba. Al comenzar en este país la guerra de los 10 años (1868-1878) no ocultó sus simpatías por los revolucionarios, y las manifestó a través de diferentes escritos por esta razón, fue encarcelado y más tarde deportado a España. Regresó a Cuba en 1877 pero fue nuevamente deportado por sus ideas políticas. En enero de 1892 fundó el Partido Revolucionario Cubano y sacó a la luz la revista Patria, órgano del separatismo; desde este momento fue el dirigente y más grande inspiración de la emancipación de Cuba.

Multiplica sus actividades, logra unir a los viejos caudillos revolucionarios y junto con el general Máximo Gómez prepara una expedición para invadir Cuba, pero fracasa al ser apresados los barcos por el gobierno norteamericano. A pesar del contratiempo, en enero de 1895 autoriza el levantamiento de la isla y embarca para Santo Domingo. El 11 de abril, ya comenzada la guerra, logra llegar a Cuba junto con el General Gómez y otros. El 19 de mayo de 1895 muere Martí en Dos Ríos, en un encuentro con las tropas enemigas (Eured, 2012:1 [en línea]).

b) Revista “La Edad de Oro”

Esta revista apareció en la ciudad de Nueva York, donde José Martí se encontraba realizando labores diplomáticas y fomentando con sus palabras el nacimiento de la lucha por la revolución Cubana. Los meses de julio, agosto, septiembre y octubre de 1889 fueron testigos de la circulación limitada de una revista única en su género, La Edad de Oro, una publicación mensual de recreo e instrucción dedicada a los niños de América. ¿Qué se proponía Martí con la edad de oro? Según el mismo lo dijo, al dirigirse a los destinatarios de la publicación, “para que los niños americanos sepan cómo se vivía y como se vive hoy en América, y en las demás tierras, y como se hacen tantas cosas de cristal y de hierro, y las máquinas de vapor y los puentes colgantes, y la luz eléctrica; para que cuando un niño vea una piedra de color sepa por qué tiene colores la piedra. Les hablaremos de todo lo que se hace en los talleres, donde suceden más cosas raras e interesantes que en los cuentos de magia y son magia de verdad, más linda que la otra [...] Para los niños trabajamos por que son los que saben querer; porque los niños son la esperanza del mundo” (Martí, 2006: 2).

Llena de ternura y amor por los niños y de gran valor formativo para las nuevas generaciones latinoamericanas, una revista diseñada creada para “conversar una vez al mes, como buenos amigos, con los caballeros de mañana, y con las madres de mañana; para contarles a las niñas cuentos lindos con que entretener a sus visitas y jugar con sus muñecas; y para decirles a los niños lo que deben saber para ser de veras hombres” (Martí, 2006:2).

Dentro de esta obra se encuentran los populares cuentos conocidos en Cuba, como “La muñeca negra”, “Nené y el señor don Pomposo”, “Meñique”, “Los dos ruiseñores”, “El camarón encantado”, entre otros. Hasta nuestros días, esta obra es imprescindible en la educación de la niñez cubana, fomentando así, valores necesarios para la formación integral de los individuos. En el círculo infantil “Amiguitos de Martí” se trabaja la lectura de este libro y se basa casi todo su progra-

ma didáctico con los personajes de estas historias, así se busca fomentar valores como la responsabilidad, el respeto al trabajo de los demás, el ser honestos, verídicos y cultos, para el sano desarrollo social de los niños (Ecured 2006: 2)

c) Cuentos de la Edad de Oro

La edad de oro, como ya se había mencionado, fue una revista de circulación mensual, que sólo pudo tener cuatro números. Sin embargo se realizó compendio de estas revistas, en un libro contienen los siguientes temas:

- Primer número
 - A los niños que lean la Edad de Oro
 - Tres héroes
 - Dos milagros
 - Meñique
 - Cada uno a su oficio
 - La Iliada, de Homero
 - Un juego nuevo y otros viejos
 - Bebé y el señor don Pomposo.
 - La última página.
- Segundo número
 - La historia del hombre contada por las casas
 - Los dos príncipes
 - Nené traviesa
 - La perla de la mora
 - Las ruinas indias
 - Músicos, poetas y pintores
 - La última página.
- Tercer número
 - La exposición de París
 - El camarón encantado
 - El padre de las Casas
 - Los zapaticos de rosas
 - La última página.
- Cuarto número
 - Un paseo por la tierra de los anamitas
 - Historia de la cuchara y el tenedor

- La muñeca negra
- Cuentos de elefantes
- Los dos ruiseñores
- La galería de las máquinas
- La última página (Martí 2006).

Los cuentos que son más reconocidos por los niños dentro del círculo infantil "Amiguitos de Martí" son los siguientes: Meñique, Bebé y el señor don Pomposo, Nené traviesa, El camarón encantado, Los zapaticos de rosa y La muñeca negra, de donde sus personajes forman parte de la etapa de su aprendizaje sabiendo identificar los personajes de los cuentos a través de ilustraciones que se les muestran. A continuación se da una breve reseña de estas narraciones. (Cristina Balbis, comunicación personal, 10 de Septiembre de 2012).

MEÑIQUE

Es un cuento de magia, donde se relata la historia del sabichoso Meñique y se aprende que el saber vale más que la fuerza. Este personaje es el tercer hijo de un campesino el cuál era lindo como mujer, más ligero que un resorte, pero tan chiquitín que se podía esconder en una de las botas de su padre, su nombre era Juan pero nadie le llamaba así sino Meñique. La historia narra como este pequeño personaje con astucia logra vencer los obstáculos que se le presentaban en el camino, por ser tan curioso encontró objetos mágicos que más tarde le permitieron pasar las pruebas difíciles que le dio el rey, quien le concedería a cambio la mano de su hija, estas pruebas fueron cortar un gran árbol, hacer brotar agua de un pozo seco y derrotar un gigante que atemorizaba en la zona, luego de vencer estas pruebas tuvo que con perspicacia ganar la mano de la hija del rey quien probó la inteligencia del joven mediante acertijos, quedando vencida por el astuto Meñique. Lo representan dentro de una bota con sombrero (estilo Peter Pan) con una adarga al hombro (Martí 2006: 18).

BEBÉ Y EL SEÑOR DON POMPOSO

Bebé es un niño de cinco años, de pelo muy rubio, con risos que le cae sobre los hombros, lo visten como

un duquecito, y no sentía vergüenza por que lo vieran conversando en la calle con los niños pobres, usa pantalones cortos ceñidos a la rodilla, blusa con cuello de marinero de dril blanco, medias de seda coloradas y zapatos bajos. Le gustan los animales, tiene un caballo y un gato y le encanta jugar con su primo Raúl que es pobre. Un día el señor Don Pomposo que pretendía a su mamá le regaló una espada muy linda y a su primo ni lo miró en la noche cuando todos dormían Bebé le dio a su primo la espada de regalo demostrando que valen más los sentimientos que las cosas materiales (Martí 2006: 67).

NENÉ TRAVIESA

Nené es una niña como cualquier otra, de cabellos rubios y risos que le caen sobre los hombros, vestido con cuello marinero. No tenía mamá y su padre la complacía en todo. Su padre restauraba libros y al morir su mujer comenzó a trabajar en casa para no estar lejos de Nené, él le dejaba ver los libros con ilustraciones por que a ella le gustaban. Un día le trajeron un libro viejo a reparar, su padre le pidió no tocarlo pues era un libro de más de cien años, en la noche ella no podía dormir pensando como sería un libro de más de cien años así que muy sutilmente se deslizó de la cama y fue hasta el estudio de su padre tomo el libro y al ver las ilustraciones le pareció tan feo que comenzó a sacar la hojas que no le gustaba hasta que su papá la descubrió, su padre la reprendió por su travesura pues las cosas que no son de uno no se deben tocar. La representan parada frente un libro sobre caballete con las manos en la espalda o sentada en el piso con un libro abierto (Martí 2006: 103).

EL CAMARÓN ENCANTADO

Es la historia de un leñador muy pobre que vivía en un pueblo del mar Báltico, al lado de Rusia, este vivía con su esposa que era una mujer muy fastidiosa de nombre Masicas (lo que significa fresa agria), cierto día fue a pescar y cual fue su sorpresa al levantar las redes tenía un camarón, el cual estaba encantado y prometió al leñador concederle sus deseos, este así lo hizo, cuando

su esposa lo supo comenzó a pedir cada día más y más hasta que el camarón encantado para demostrarle el verdadero valor de las cosas le retiró todo lo que les había ofrecido dejándolos nuevamente en la pobreza (Martí 2006: 181).

LOS ZAPATICOS DE ROSA

Es la historia de una niña rica que su madre la lleva al mar donde conoce a una niña enferma y le regala sus zapatos, al enterarse la madre de este gesto tan noble busca a la niña enferma y a su madre para apoyarlas. Pilar que es el nombre de la niña es de pelo riso y rubio con sombrero y vestido de época lleno de lazos y encajes y calza unos zapatos de rosas, se representa con aro, balde de playa y paleta para recopilar arena, ya que es la historia que narran los versos (Martí 2006: 206).

LA MUÑECA NEGRA

Es la historia de una niña de clase media rica, que sus padres la complacían en todo, le compraban juguetes caros, vestidos y la llevaban a donde quería, la niña tenía una muñeca negra llamada Leonor, la cual ya estaba viejita y deteriorada pues era su muñeca preferida. Para su cumpleaños sus padres la llevaron de paseo y le regalaron una muñeca nueva, rubia (güera), con un lindo vestido, y la niña aunque se alegró, dejó a la nueva muñeca botada en el parque pues como no le hablaba ni sonreía con ella no le gustaba, así regreso a su casa donde estaba Leonor su muñequita del alma esperándola como siempre. Se refleja en el cuento el amor sin importar razas ni clases. (Martí 2006:246).

1.1.3 Círculos infantiles

a) Historia

Una de las obras más nobles y justas de la revolución, es sin dudas la fundación de los círculos infantiles. Estas instituciones a todo lo largo y ancho de la isla durante cincuenta años, no sólo se han encargado de educar a los niños cubanos desde tempranas edades hasta su inserción en la enseñanza primaria; también le han

provisto a éstos, elementos vitales para su formación axiológica (valores morales) como seres sociales.

Los juegos de roles, la participación en actividades culturales que desarrollan habilidades como el canto, la danza y el baile; el deporte para garantizar salud y bienestar; forman parte de la rutina diaria de los pequeños de 1 a 6 años de edad.

En dichos centros, perfeccionan su vocabulario en interacción con otros niños, aprenden a relacionarse, a interactuar con el medio. Reciben a su vez, una atención esmerada y profesional por parte del personal de trabajo. Las “seños”, como llaman a las asistentes que los atienden, constituyen unas segundas madres para ellos; cuidan de sus horarios de alimentación y sueño junto al personal médico atento a la salud de cada uno.

En estas instituciones de educación preescolar, niños con necesidades educativas especiales (sordos, retardo escolar, problemas del habla, etc.) reciben enseñanzas de acuerdo a sus particularidades. Madres y padres asumen con tranquilidad sus labores diarias al sentirse seguros de la educación de calidad que se le otorga gratuitamente a sus hijos: aprenden a dibujar, decir nuevas palabras, memorizar cuentos y jugar en armonía, a la par que crecen como individuos.

En Cuba existen hoy más de 1,100 círculos infantiles atendidos por más de nueve mil educadoras. Creados el 10 de abril de 1961- por iniciativa del Comandante Fidel y de Vilma Espín, Heroína de la Sierra Maestra y fundadora de la Federación de Mujeres Cubanas (FMC) “éstos cambiaron en buena medida la realidad de la niñez y de la familia cubana que hasta 1959 fue tan dura. La actualidad es muy distinta. Gestos alegres al andar y espontáneas sonrisas dicen mucho. Rostros saludables asoman a la vista en espacios higiénicos con sana educación; no como derecho de unos privilegiados y sí como derecho del pueblo, de los humildes y para los humildes como diría Martí, el apóstol” (Discurso:2012)

“Felizmente la soberanía llegó Cuba en manos de hombres valerosos, nacidos en esta propia tierra. Con el de-

recho a la autodeterminación, hemos construido como nación libre, una patria más justa, donde el nacimiento de un niño es sagrado y su educación se asume como valiosa piedra donde se cimenta el futuro" (Balbis: 2012).

En 1961, ese año pródigo en sucesos históricos de colosal magnitud, Cuba vivió en permanente ebullición. Casi sin dar tiempo al descanso, se sucedían una tras otras las ocupaciones. Al desarrollarse el caudal humano de la FMC, creció también el deber revolucionario, el entusiasmo y el deseo de trabajar:

Infinitas faenas de amor y ternura se fueron realizando al calor de la obra nueva. Ese año nacieron los Círculos Infantiles, considerado la obra más bella de la Revolución. La idea fue perfilada por Fidel desde el mismo acto constitutivo de la Organización. No se pretendía reeditar las antiguas guarderías o instituciones de ese tipo. El concepto era otro y como tal mereció nombre nuevo.

La FMC, se encargó de su organización, cuidados y también de hacer que surgieran decenas y decenas más. Los tres primeros aparecieron el 10 de abril de 1961 en edificaciones ya construidas. Posteriormente, a medida que la mujer se iba incorporando al trabajo y a otras tareas sociales, la demanda de círculos fue aumentando, y a ritmo creciente se expandieron por todos los rincones del país hasta completar 57 en ese mismo año.

"La tarea no podía ser más hermosa y a ella se entregaron llenas de entusiasmo miles de compañeras que se multiplicaban en la atención a los hijos de las trabajadoras. Y en medio de ese quehacer permanente Vilma, con su talento y certera dirección, la eterna Presidenta de la FMC se entregó en cuerpo y alma a la nueva responsabilidad, atenta a cada detalle, desde el tamaño de las tazas sanitarias que tendrían los baños hasta la elección del mobiliario" (Balbis 2012).

En sólo un año se prepararon más de 4,000 compañeras para trabajar en los círculos infantiles. Ya antes, en enero, se había inaugurado la Escuela de Directoras

con una matrícula de 300 alumnas y en julio la Escuela de Asistentes.

Para crear los círculos se movilizaron las federadas de todo al país, se organizaron tómbolas e innumerables actividades económicas para recaudar fondos y sufragarlos, entre ellos festivales como la Tacita de Café, exposiciones y cooperaciones voluntarias que proporcionaron un monto económico. El entusiasmo de las mujeres por la tarea se manifestó en su participación en las obras constructivas de esas instituciones, como albañiles, carpinteras, maestras de obra y hasta inversionistas. No faltaron manos tampoco para marcar toallas y pañales, coser los catres, preparar el ropero infantil y hasta confeccionar juguetes.

Con el tiempo surgieron las Escuelas de Educadoras y hoy se cuenta con una Licenciatura en Educación Preescolar. En la actualidad, los niños y las niñas de esas instituciones crecen en medio de las mejores atenciones, según sus edades y con un programa de desarrollo educativo que desde sus inicios lo hizo con enfoque de género, como diríamos ahora, pues reciben una educación no sexista, además de elevar las potencialidades de cada infante y propiciar el colectivismo.

Insuficientes aún sus capacidades, la demanda de círculos se mantiene como una necesidad de las madres trabajadoras que tienen una alternativa en el programa Educa a tu Hijo, dirigido a elevar el papel de la familia en el desarrollo integral de infante de edad temprana. (Balbis: 2012)

b) Programa de educación

La atención educativa que se imparte en los círculos infantiles actualmente tiene como fin lograr el máximo desarrollo integral de cada niño y niña, para ello el programa de educación preescolar se estructura de la siguiente manera:

Áreas de aprendizaje y métodos de enseñanza-aprendizaje

a) Desarrollo socio-moral

- Emociones y sentimientos
- Cualidades morales y desarrollo de la independencia y autonomía
- Relaciones interpersonales y normas de comportamiento social.
- Hábitos culturales

b) Motricidad

- Gimnasia
- Educación física

c) Conocimiento del mundo

- Conocimiento del mundo social, natural y de los objetivos, sus propiedades y relaciones: incluye conocimiento de las cualidades de los objetos (forma, color, tamaño, textura y las relaciones entre ellos) relaciones especiales, temporales, cuantitativas (nociones elementales de la matemática) relaciones mecánicas y elementales causa efecto.
- Construcción (con diversos materiales cubos, cajas, papel)

d) Lengua materna

- Vocabulario
- Construcción gramatical
- Expresión oral
- Análisis fónico
- Pre-escritura
- Literatura infantil

e) Expresión plástica

- dibujo
- modelado
- trabajo manual

f) Música y expresión corporal

g) Juego.

(OEI, 2006: párr.14 [en línea])

Este programa se refuerza con varios tipos de actividades en que se organiza el proceso educativo en la institución:

Actividades programadas

Diseñadas para estimular diversas áreas del desarrollo infantil. Su estructura y organización corresponden a las características particulares de cada grupo de niños.

Actividades independientes

Este tipo de actividades tienen la característica de reforzar la toma de decisión de los niños, dependiendo del gusto y necesidades de cada cual, fomentando la reflexión de qué, cuándo y cómo hacer. Como alternativas el niño puede escoger entre juego de roles, didácticos, de movimiento, dramatizaciones, juegos musicales y paseos.

Actividades complementarias

Como se indica complementan cualquier programa, ya sea el general u otra actividad. Tiene como fin el enriquecimiento, reafirmación y ejercitación de los conocimientos adquiridos. También estas actividades se organizan para el tratamiento de determinados contenidos programáticos y no cuentan con un horario docente establecido, por ello no es de estricto cumplimiento.

Procesos (alimentación, sueño, aseo y baño)

Consiste en la organización del proceso de satisfacción de las necesidades básicas de los niños. Se adapta según las necesidades individuales de cada uno.

Horario de actividades en los círculos infantiles

Estas instituciones tienen un horario de 6:00 am hasta las 7:00 pm, con un horario escalonado para la entrada de los docentes y trabajadores del lugar.

La entrada de los niños es hasta las 8:00 a.m. y la salida hasta las 7:00 pm en correspondencia con el horario de trabajo de sus padres. Los procesos educativos se rigen por el horario de vida de los niños y las actividades educativas tienen diferentes tiempos de duración que corresponden con la edad, características y necesidades de los niños (UNESCO (OIE) 2006, párr. 16 [en línea]).

c) Círculo Infantil "Amiguitos de Martí"

El círculo infantil "Amiguitos de Martí" fue inaugurado el 9 de septiembre de 1989 con la presencia del entonces Ministro de Educación José Ramón Fernández. Como directora del centro Pastora González contando con una fuerza laboral de 37 trabajadores. En el acto inaugural la directora planteó lo siguiente en su discurso:

"Los niños y las niñas que tengamos, aprenderán todo lo que necesitan saber de la vida del hombre de La Edad de Oro, aprenderán a quien quiso y amó, a quienes dedicó su pluma con tanta ternura y tesón. Trabajaremos por hacer de cada niño, hombres capaces, preparados, con vista a lograr un desarrollo integral desde su niñez, con un alto sentido de la honestidad, la honradez, la responsabilidad, la amistad, el amor y el respeto hacia todo lo que les rodea. Los educadores de hoy deben sentirse discípulos de las doctrinas del maestro, enseñando a los niños a ser fuertes, a ser hermosos, haciéndolos vivir la fantasía como Meñique y el señor Don Pomposo" (Balbis: 2012).

Actualmente este centro educativo cuenta con una fuerza laboral de 42 trabajadores. La capacidad de atención depende del grado escolar de los niños, los grupos de primer año 35 niños, segundo año 30, y hasta sexto grado con 35 niños. Los grupos de primero hasta tercer año son atendidos por 6 mujeres y los grupos de cuarto, quinto y sexto año de vida, son atendidos por una maestra principal y dos de refuerzo.

En el círculo infantil es importante desarrollar en los niños el conocimiento acerca de su entorno y la historia de su nación. Lo primero que conocen es que su país se llama Cuba, que viven en la provincia llamada

Camagüey y a partir de conocer lo más importante de Martí, los niños saben por qué amar a su lugar de origen. Para crear el sentido de pertenencia de los niños a la institución se compuso el himno que se menciona a continuación:

Himno del círculo infantil "Amiguitos de Martí"

Amigos, hermanos somos todos

Lo bueno aprendemos aquí,

De la mano vamos con la seño

Siguiendo el ejemplo de Martí

Luchó por que fuéramos felices

Y juntos poder vivir,

Por eso gritamos unidos

"Amiguitos de Martí" (Balbis: 2012).

1.2 Imagotipo

Según Joan Costa en su libro "identidad corporativa", define al concepto de identidad como:

"El conjunto coordinado de signos visuales por medio de los cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o grupo como institución" (Costa, 1992:209).

Es decir, la imagen gráfica es la expresión de la personalidad de una entidad; es lo que la define visualmente y la diferencia de los demás, a través de esta se puede transmitir al público su carácter, su esencia y sus valores fundamentales como pueden ser la innovación, tradición, prestigio, elegancia, sencillez, calidad, servicio, entre otras.

La imagen gráfica es un factor fundamental en el funcionamiento de la identidad corporativa, si es capaz de atraer la atención, es fácil de comprender y expresa credibilidad y confianza, entonces será fácil de recordar y en consecuencia el posicionamiento de la identidad será sólido y duradero.

La identidad corporativa implica un juego entre lo que la entidad fue, es y pretende ser. Este es un concepto ligado a los conceptos fundacionales, la historia y las aspiraciones de una empresa, ya que la identidad corporativa se conforma por todos aquellos rasgos que hacen que una entidad sea diferente y singular. Una empresa necesita invertir en su identidad corporativa cuando se fusiona con otra corporación, ha diversificado su gama de productos o servicios, o toma conciencia que debe de modernizarse, dando paso a un nuevo orden que traerá consigo: aumento en el reconocimiento de la empresa u organización, mayor confianza de los empleados, ahorro por costos y el incremento del conocimiento del público. (Costa, 1992:210).

Por lo tanto, la construcción de la identidad gráfica es el principio del reconocimiento de una entidad que, en sí misma, es una conjunción de la historia de la organi-

zación, su ética, su personalidad. Es de igual manera una forma complementaria y un recurso estratégico capaz de conseguir que la imagen que los demás perciben se ajuste a la que la institución desea proyectar. De este modo la imagen visual será el medio de consolidación para transmitir y manifestar la identidad de la institución mediante un manejo adecuado y ordenado de los elementos que conforman la conforman, brindando a la institución de una unidad armónica y coherente.

Es así como se establece que la principal ocupación de la identidad gráfica dentro de una institución será la de dirigir y establecer vínculos de relación y comunicación con el público mediante los cuales se influirá en la imagen que percibirán de la institución.

1.2.1 Orígenes

La identidad gráfica y su tratamiento comunicativo no son un fenómeno reciente, sus orígenes más remotos se remontan a la heráldica. Los escudos o emblemas heráldicos tienen su origen en los adornos de los escudos de armas medievales y han pasado al uso civil como representación de los nombres de las familias. A lo largo de la historia de la humanidad ha sido un elemento esencial y significativo, desde la gente de linaje como las antiguas marcas personales de reyes hasta el más común de los individuos. En sentido amplio, la heráldica es la ciencia que estudia la representación gráfica de los apellidos y los linajes, modernamente se entiende como el arte del estudio de todas las representaciones simbólicas. (Suoto, 2002:8)

Los primeros precursores del uso de la marca son los gremios de artesanos y mercaderes que, cerca del siglo V a.c. se vieron en la necesidad de identificar, controlar y garantizar la calidad en los productos de alfarería. La revolución industrial trajo consigo los primeros acercamientos de la marca comercial y de su asociación con un producto, puesto que la aceleración de los medios industriales de producción trajo consigo la necesidad de crear un sistema identificador de productos y marcas.

Durante este periodo, la fabricación de bienes genero excedentes de producción que debían ser consumidos. En este proceso se creaba el mercado, y durante el proceso la generación de puestos de trabajo generaba la capacidad de consumo de los trabajadores. Es por eso que nace la necesidad de comunicar, para mediar entre el proceso de consumir y producir y acelerarlo. Es allí donde la comunicación pasa a ser una de las ramas de las ciencias sociales y a mediados del siglo XX comienza a mostrar su importancia dentro del mundo empresarial. (Lencinas, 2003:6)

Es a partir de los años 50 que las empresas e instituciones empiezan a preocuparse por su entrada como conjunto en el mercado de la información. Inicialmente fue a través de la publicidad institucional, y fue precisamente este camino el que abrió paso a la comunicación efectiva de la empresa como unidad y no solo como producto en el mercado.

Posteriormente en los años 80's comienza a plantearse la necesidad de abordar y construir una identidad corporativa separándola de la imagen, que es lo que el público percibe de la empresa, en esencia, sobre lo que trabaja la publicidad institucional. Caso contrario al de la identidad, que es lo que institución expresa de si, mediante el conjunto de características específicas, que la diferencian de los demás. (Sotelo, 2001:34).

1.2.2 El signo

Es cualquier cosa perceptible (palabra, síntoma, señal, letra, frase, etc.) que representa a algo, a su objeto o referente (Peirce, 1985). Ese signo o símbolo crea otro signo en la mente del individuo que lo interpreta: el interpretante, que se corresponde con el pensamiento subjetivo que interpreta a un significado. El proceso de significación de Peirce difiere del tradicional modelo lingüístico significante/significado, aportado por la escuela estructuralista de Saussure, incluyendo un tercer elemento, el interpretante, que deja espacio a la interpretación individual del significado. Para Peirce, la relación entre un signo y un objeto tiene un sentido preciso

para un individuo, vinculándose a afectos, recuerdos y experiencias, gracias al elemento interpretante.

El signo para Saussure posee dos aspectos, el significado que es la representación, la imagen conceptual, y el significante, es decir, la imagen acústica. Es un sistema cerrado compuesto por sus unidades, que unen conceptos con imágenes acústicas (significado y significante). Esa relación adquiere un valor sólo dentro del sistema. (Lencinas, 2003:10)

Para Emile Benveniste, el signo cobra valor a partir de un sistema que lo integra, especifica que solo puede ser leído dentro de su propio sistema y sólo tiene valor dentro de él, lo que no implica que estén en algún punto relacionados. Pero todos estos sistemas son interpretados por el sistema de lengua. Este sistema posee un doble significado: la semiótica y la semántica, es decir, por un lado la significación particular del signo y por el otro la significación de las relaciones entre signos del sistema. De ahí que la lengua posea estos dos modos de significación, todos los demás sistemas compuestos de signos son semióticos o semánticos.

En el ámbito de la organización, el interpretante se correspondería con la noción de imagen corporativa (Christensen y Askegaard, 2001). En el contexto organizacional, el signo puede ser un gesto, un logotipo, un anuncio, un eslogan, un producto, un texto escrito, etc. por lo tanto, el signo es la identidad corporativa, es decir, "la suma de señales que ayudan a sus diferentes audiencias a interpretar la organización". Estas señales pueden ser controlables (comunicación corporativa), suponiendo el perfil formal de la organización (cómo desearía ser interpretada), y no controlables, incluyendo elementos no planificados como las conductas negativas o los rumores (Christensen y Askegaard, 2001).

Para Joan Costa la identidad corporativa es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir y facilitar el reconocimiento de una empresa u organización de las demás. Su misión es, diferenciar y asociar ciertos signos con determinada organización y significar, es decir, transmitir elementos de sentido, connotaciones positivas;

en otras palabras, aumentar la notoriedad de la empresa. Los signos que integran el sistema de identidad corporativa tiene la misma función, pero cada uno posee características comunicaciones diferentes. Estos signos se complementan entre sí, con lo que provocan una acción sinérgica que aumenta su eficiencia en conjunto. Los signos de la identidad corporativa son de diversa naturaleza:

Lingüística: El nombre de la empresa es un elemento de designación verbal, un modo de escritura exclusiva llamada logotipo.

Ícónica: Se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo de la empresa. La marca cristaliza un símbolo (un signo convencional portador de significado), que cada vez responde más a las exigencias técnicas de los medios. **Cromática:** Consiste en el color o colores que la empresa adopta como distintivo emblemático.

1.2.3 Símbolo

“Las imágenes representan y los símbolos sustituyen a las nociones complejas o las realidades que solo son representables gracias a su naturaleza convencional, en tanto el símbolo visual de identidad pone el acento en determinados aspectos que pertenecen a la personalidad de la empresa, actividad o valores que a veces corresponde sobre todo al imperativo de diferenciación.” (Costa, 1992, p.220).

Es decir que el símbolo es una figura altamente sintetizada y abstracta de una idea convencional en la que no hay una equivalencia ni directa ni indirecta, sino una asociación impuestas o convencida. De esta forma el símbolo pasa a convertirse en una forma de abstracción, pues no puede contener demasiada información y mucho menos puede ser detallada. Sin embargo, puede tener cualidades reales del objeto al que representa, y ser una combinación de lo abstracto y lo representacional. El símbolo es un signo convencional, debe ser aceptado socialmente, pero cuanto más abstracto es, mayor educación requiere el receptor respecto a su significado. Es semejante al signo lingüístico sobre todo cuando se

vuelve totalmente abstracto y pasa a formar parte de un sistema codificado, en ello no hay equivalencia más o menos directa ni indirecta, hay una asociación forzada, impuesta o convencida.

Por lo tanto la identidad visual es un medio por el cual, el símbolo traduce visualmente la identidad corporativa, y es en esta traducción que se identificaran los atributos más característicos de la institución. En esta búsqueda existen dos posibilidades: seleccionar aquellos atributos permanentes de la institución o seleccionar aquellos rasgos que son más dominantes en el proyecto institucional. (RRPPnet 2012: parr. 5 [en línea]).

La selección posterior de formas, colores y demás criterios gráficos no pueden ser arbitrarios, la traducción simbólica implica siempre la existencia de códigos visuales que, para satisfacer su función deben expresar el criterio de pertenencia al que corresponden. Los códigos visuales en los que se basa la traducción simbólica siempre tienen algo de convencionales, y el carácter arbitrario ira disminuyendo a medida que crezca el consenso en su descodificación.

Al contemplar cuadros, esculturas, edificios, sea de la época que fueren surge la cuestión ¿Qué se pretende con ello? ¿Qué hay detrás? Lo pictórico o los adornos no suelen ser unívocamente legibles. El observador le otorga un sentido implícito y trata de dar con él. Esta, a veces, se define como la posibilidad expresiva de una representación, a la cual se le denomina como principio simbólico. El cual no pertenece a la realidad material de los atributos psicológicos, no puede ser representado global ni directamente y ha de ser evocado por medios simbólicos.

El vocablo símbolo tiene una doble acepción, un sentido psicológico profundo en el campo del psicoanálisis, y un sentido funcional que le da la lingüística, para la cual las palabras, elementos convencionales de designación se convierten en símbolos, este principio está constituido por: símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos. El símbolo es por definición un elemento material que está en el lugar de otra cosa ausente con la que no existe una

relación causal y a la cual representa por convención y en la que trata de representar cosas que no son directamente perceptibles. (RRPPnet 2012: parr. 6 [en línea]).

En su acepción icónica como en su acepción lingüística, los símbolos visuales poseen un potencial expresivo concentrado, o sea que representan “el todo por la parte”, y operan con un procedimiento de retórica. Es por esto que el elemento simbólico es capaz de representar la totalidad compleja y heterogénea de la una empresa, por medio de una pequeña parte visual, en la cual incluso es posible construir sobre los símbolos de su identidad, y así forjar una imagen de marca o de empresa. En pocas palabras, el símbolo es el medio por el cual se debe traducir simbólicamente la identidad de la organización, mediante un proceso de naturalización y convención gráfica. (Frutiger, 2004: 122)

1.2.4 Imagen corporativa

En la actualidad, la palabra imagen está siendo utilizada para definir gran cantidad de cosas o fenómenos. Esto es debido, principalmente, a la polisemia del término, y se puede comprobar en los espacios dedicados a imagen en las enciclopedias o diccionarios, en los que podemos encontrar diversas definiciones. La variedad de significados ha hecho que su uso en la comunicación de empresa también sea confusa y prueba de ello es la gran cantidad de expresiones en ese campo y que queda reflejada en la literatura sobre el tema.

Una de las concepciones actuales de la imagen, es que es una representación visual de un objeto, el cual no se encuentra presente a los sentidos. Así, la imagen es una representación, una puesta en escena actual, vivencial, de un objeto o persona. Es una actualización del objeto real, tal como una fotografía o una pintura son imágenes de sus respectivos originales. Esta es la concepción de la imagen como representación visual de la realidad, es decir, el icono. (Capriotti, 2006:23)

Esta representación visual puede tener diversos grados de iconicidad (semejanza con el objeto real). Cuanto mayor sea el grado de iconicidad, mayor será su se-

mejanza con el objeto real. Por ejemplo: una fotografía tiene un grado de iconicidad superior que una pintura abstracta.

La popularización de esta noción dio origen a la idea de que la imagen es lo que se ve de una persona u organización. De esta manera, para una persona, tener una buena imagen es ir bien vestida, peinada y expresarse con buenos modales, y para una organización, es tener las oficinas bien decoradas, pintadas y con el personal de etiqueta.

Una última concepción es la de la imagen como representación mental, concepto o idea acerca de un objeto o persona. Es la noción psicológica del término, esa representación mental que se hace de un objeto no es el objeto como tal, sino una evaluación que se hace de él, un enjuiciamiento del objeto, fruto de la percepción, por la cual se otorgan ciertas características con las que se define y se definirán los demás objetos. (Capriotti, 2006:24).

1.2.5 Imagen Corporativa

La imagen corporativa es la imagen que tienen todos los públicos de la organización en cuanto entidad. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta. Es lo que Sartori define como la imagen comprensiva de un sujeto socioeconómico público. En éste sentido, la imagen corporativa es la imagen de una nueva mentalidad de la empresa, que busca presentarse no ya como un sujeto puramente económico, sino más bien, como un sujeto integrante de la sociedad.

Por lo cual, el objetivo fundamental de toda entidad es el de lograr que se produzca una coherencia total entre la identidad expresada e imagen percibida. Sin embargo además de la imagen corporativa, que es cómo la gente ve al conjunto a la organización, en función de los factores controlables por ella, existe otro tipo de imágenes:

Imagen de producto. Modo en el cual las personas ven a una categoría específica de producto

Imagen de marca. Cómo los individuos ven a una marca determinada en competencia con otras en el mercado.

Imagen de mercado. Modo en que la gente percibe la calidad de la compañía en comparación con las restantes.

Sin embargo ninguna de estas tres divisiones se escapa de la visión global de la imagen corporativa, que se vería afectada, por ejemplo, si el producto que se fabrica en la entidad a la que representa es considerado de mala calidad o si ocupa un posicionamiento débil en su sector: (Ubigo, 2002, parr:5 [en línea])

a) Definición

Partiendo del hecho de que una organización subsiste en la medida en que se relaciona con el entorno y en-tabla relaciones de intercambio, se entiende que busque incrementar el interés por alcanzar una imagen positiva, puesto que ésta alcanza la condición de requisito básico para iniciar una transacción comercial.

De esta forma, las personas se interesan por el producto o servicio que reciben; se preocupan por identificar quién ofrece ese bien; y, cada vez con mayor intensidad, se centran en la posición social, la actuación, de aquél al que adquieren sus artículos. Esto hace que toda entidad se haya tenido que adaptar a estas exigencias informativas por parte del mercado para satisfacer las necesidades del mismo. (Ubigo, 2002, parr:10 [en línea]).

Es por ello que se desarrolla el concepto imagen corporativa, entendido como el conjunto de representaciones, tanto afectivas como racionales, que un individuo o grupo de individuos asocian a una empresa y que es el resultado de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e informaciones del grupo asociado a la empresa en cuestión.

Dicha representación goza de cierto grado de estabilidad necesario para su supervivencia y para su concreción; sin embargo la imagen no es un concepto estático, sino que se caracteriza por basarse en una estructura

dinámica sensible a los cambios experimentados en el ambiente donde se desenvuelve, así como a los que se producen en su propia estrategia empresarial y en las de la competencia.

El entorno, pues, se convierte en una de las fuentes de creación de la imagen de una organización, ya que ésta se inserta en una situación social y de mercado muy concretas. Por tanto, delimitar el espacio donde se ubica la institución resulta fundamental para comprender su lectura.

Además del contexto que se percibe cómo de una empresa, es imprescindible analizar los propios componentes de la institución, como los productos o servicios que ofrece; la cantidad y calidad de puntos de venta donde se distribuyen; o las distintas manifestaciones que lleva a cabo a través de diversos vehículos (personal, instalaciones, papelería, patrocinios. (Ubigo, 2002, parr:12 [en línea]).

Por lo tanto, se puede afirmar que una imagen corporativa completa deberá constar de tres componentes fundamentales:

Notoriedad: Referida al grado de conocimiento que los individuos poseen de la institución. No es necesaria una notoriedad alta para tener una imagen positiva, ya que una empresa puede ser conocida por pocas personas (notoriedad baja) y, sin embargo, disfrutar de una buena imagen.

Fuerza: Alude a la rapidez y espontaneidad con que la entidad se asocia a un estímulo relacionada con ella.

Contenido: Consiste en el conjunto de notas características y atributos con los que se relaciona la organización, esto es, los diferentes aspectos bajo los cuales es conocida en un campo de actividad determinado.

Delimitar una imagen coherente que encaje con la institución a la que representa frente a sus competidores, contribuye a conservar el control global de la organización, situándola por encima del valor de sus productos y

consiguiendo expresar, a través de mensajes corporativos, una sensación de calidad en forma y fondo. Además de que la imagen constituye un modo de comunicación universal, que transmite información con gran rapidez y capacidad de atracción y que resulta más fácilmente memorizable que un texto, proporcionando a quien la recibe un medio para simplificar la realidad. (Ubigo, 2002, parr:15 [en línea]).

1.2.6 Principios de identidad

Existen dos principios genéricos en todo programa de Identidad: la normatividad, de la que derivan las normas que regulan la aplicación de la identidad visual a todo tipo de soportes y el carácter integrador, el cual asegura la multiplicidad de elementos que forman la Identidad en una diversidad homogénea. (rrppnet, 2001, parr:59 [en línea])

De estos dos principios derivan otros cuatro muy importantes para Identidad Corporativa. El principio simbólico por el cual la identidad visual debe traducir la identidad de la organización, mediante un proceso de convención gráfica. El principio estructural por el que una identidad visual busca ser más eficaz cuanto más simple sea su estructura.

El principio sinérgico donde la propia estructura signica es fecundada en una serie de interacciones dinámicas que constituyen un discurso, y el principio de universalidad: el cual debe asegurar la universalidad espacial, temporal, argumental y cultural de los elementos. La Identidad Corporativa, junto a la comunicación, son las herramientas para transmitir la personalidad de la organización. Debe cumplir con 4 funciones: (rrppnet, 2001, parr:59 [en línea]).

Diferenciación: individualizar la identidad visual y diferenciarla de las demás organizaciones. Memoria: la Identidad debe recordarse y permanecer en el mayor tiempo posible en la memoria. Factores decisivos en este punto son: la simplicidad estructural del imago-tipo; el equilibrio entre originalidad y redundancia; y el carácter simbólico que implique elementos emoti-

vos. Asociación: asegurar el vínculo entre la identidad visual y la organización. Esta función puede lograrse de diferentes formas: analógicamente, el logo símbolo tiene un parecido intrínseco con el producto. Alegóricamente, se usaran elementos conocidos pero utilizados de una forma novedosa y original

Lógica: Será asociación basada en una correspondencia unívoca entre la imagen simbólica y su referente de sentido (la identidad de la empresa), mientras que de manera emblemática la marca se asocia a determinados valores emblemáticos.

Simbólicamente: cuando la asociación incorpora algún elemento de contenido emotivo y convencionalmente: cuando exista una asociación arbitraria o fruto de una convención que no posee traducción visual. También son conocidos como abstractos.

1.2.7 Importancia de la imagen corporativa

El principal propósito de una correcta imagen corporativa consiste en que ésta prevalezca en la mente del público de forma que no varíe de la identidad de la que la institución desea reflejar. Esto se logra haciendo que la empresa haga lo que doga, reflejando la mayor unicidad posible.

Por ello, la expresión de una entidad es tan importante para la fuente de la imagen, puesto que para la organización, la transmisión de un mensaje integral positivo se convertirá en el primer paso del establecimiento de una relación comercial con el público y facilitará el conocimiento de la realidad empresarial en la que se mueven.

1.2.8 La imagen como valor estratégico

La imagen no puede ser radicalmente distinta en varios contextos, lo que significaría una total falta de personalidad por parte de la institución. Tampoco resultaría apropiado para todos los públicos que la perciben, puesto que las variables que componen cada mercado son

particulares, y, por ello, las exigencias y percepciones de los consumidores cambian. La entidad debe de asumir esta realidad de manera que no repercuta negativamente en su progreso.

Esta deriva, principalmente, de tres aspectos: el análisis particular del entorno y de los intereses de sus públicos, en especial en aquello que afecta de manera más concreta a la organización; la demostración de la importancia atribuida a la comunicación institucional; y la mejor coordinación entre los medios empleados para la difusión de la empresa. (Ubigo, 2002, parr:22 [en línea]).

1.2.9 Identidad corporativa

La búsqueda de identidad es un proceso compartido: requerimos se requiere del otro para definirse a sí mismo. La Identidad es un co-relato que se construye entre el yo y el otro: lo que yo soy, lo que yo digo de mí, lo que el otro ve y dice de mí. Es pues, un diálogo entre lo permanente y lo externo cambiante....por lo cual, no se puede establecer barrera entre lo expresado y lo percibido: ambos se constituyen mutuamente. (Sotelo, 2001:61)

A la hora de describir las formas de comunicación de una institución generalmente se usan los términos de "imagen" e "identidad" corporativos. Pese a que en ocasiones los significados de ambos conceptos se confunden entre sí, la idea comúnmente aceptada se resume en que la imagen es un retrato de una organización según es percibida por el público y la de identidad como "la forma en que una empresa se presenta al público objetivo" (Ubigo, 2002, parr:29 [en línea]).

Sin embargo, la evolución del término identidad y la manera en la que se ha ido asociando ha dado paso a que se engloben cuatro aspectos que se recogerán en cualquier acción de la institución:

Comportamiento: Es el Medio más importante y eficaz en el que se desenvuelve la identidad corporativa de una empresa. Aunque es el público el que juzgara a la organización por sus actos, mediante el cual se le dará

mayor o menor importancia a ciertas cuestiones a través de la comunicación.

Comunicación: En su sentido más restringido, será envío de mensajes verbales o visuales. Es el instrumento de identidad más flexible y rápida en su empleo táctico.

Simbolismo: Será la indicación implícita de lo que representa una entidad.

Personalidad: Es la manifestación de la auto presentación de la institución, lo que conlleva a que ésta debe conocerse bien a sí misma para poder presentarse claramente mediante su comportamiento, comunicación y simbolismo.

En definitiva, se considera a la identidad corporativa como el conjunto de características con las que una empresa ha decidido identificarse y proyectarse ante el público, para lo cual debe llevar a cabo una programación de estructuras signícas organizadas que satisfagan sus necesidades y que respondan a una traducción visual de su personalidad corporativa.

De este modo, se debe prestar atención a todas las señales de comunicación tanto concretas (por ejemplo, el logotipo), como abstractas (una donación benéfica) que emanan de la empresa consciente e inconscientemente, puesto que de ellas surgirán valores que se arraigarán profundamente a la identidad de la institución.

Por tanto, la identidad corporativa es una de las piezas claves de la comunicación en empresas e instituciones y sólo una identidad corporativa, fuerte, coherente y consistente permitirá a estas organizaciones adaptarse a los cambios (Ubigo, 2002, parr:33 [en línea]) que llevarán a que sus responsables en materia comunicativa a realizar continuos estudios de imagen ideal.

a) Importancia

La consolidación del concepto de identidad corporativa y su aplicación en comunicación institucional, desde sus primeras manifestaciones, indica no sólo su relevancia

dentro del mundo de las organizaciones, sino también su posterior reconocimiento como valor estratégico.

La preocupación por parte de las entidades de terminar con la visión ambigua de los integrantes del mercado donde se desenvuelve, confirma que la aplicación de un proyecto de identidad supondrá una mejora de la imagen pública, apoyando al prestigio de los productos y de las acciones de publicidad. La aceptación de esta realidad permite afirmar rotundamente que una empresa con una identidad corporativa fuerte y convincente puede lograr mucho más a diferentes niveles:

Aumenta la motivación entre los empleados, creando un sentimiento de identificación y de compromiso con la entidad. Esta influencia en el comportamiento del personal desemboca, sin duda, en una mejor optimización de los recursos humanos.

Inspira mayor confianza entre los públicos externos de la institución, puesto que una identidad corporativa positiva permite que se forjen una imagen clara de ella, además de jugar un papel decisivo ante sus clientes reales y los grupos financieros relevantes, asegurando la permanencia de la organización en el mercado. (Ubigo, 2002, parr:33 [en línea])

Por lo tanto, cualquier organización que emita comunicación deberá cuidar la emisión de una misma conducta global y un estilo diferencial de la organización, que obliga a toda institución, sea cual sea su tamaño, a ofrecer al observador interno y externo un conjunto de señales y códigos constitutivos de su identidad. De esa manera, se obliga a toda organización a proceder de forma que estas señales sean comprendidas por todos y, sobre todo, que sean coherentes con la imagen que desea transmitir de sí misma. (Ubigo, 2002, parr:33 [en línea]).

I.3 Señalética

Se entiende que la señalética se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio o un lugar determinado, para mejor accesibilidad a los servicios requeridos y una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones. (Costa, 1989:9)

I.3.1 Orígenes

Desde la antigüedad el hombre tuvo la necesidad de referenciar su entorno, su espacio, su hábitat, y recurrió a la utilización de marcas o señales. Así la señalización comenzó de forma intuitiva en respuesta a dicha necesidad, desde el hecho de la orientación, al dejar objetos o marcas en el camino.

En antiguas civilizaciones, como la griega y la romana, debido a su vasta extensión territorial y distribución de sus ciudades, se vieron en la necesidad de utilizar un estilo de señalización para la distribución y ubicación de los distintos lugares en las ciudades, o en su caso para el marcaje de territorios.

Dicha señalización fue basada en la utilización de piedra, que conforme el tiempo fue evolucionando de ser simples piedras a la realización de grabados en estas piedras, principalmente basados en normativas de sus leyes y religión, así conforme cambiaron los tiempos y evoluciono el hombre, fueron cambiando los grabados en piedra con mucho enriquecimiento de figuras y formas de representación. (Imagen 4)

De esta manera comienzan las primeras tentativas de normalización de una forma de comunicación espacial, que debería ser general, sistemática e inmediata, es decir universal. (UNNOBA, 2008:1 [en línea]).

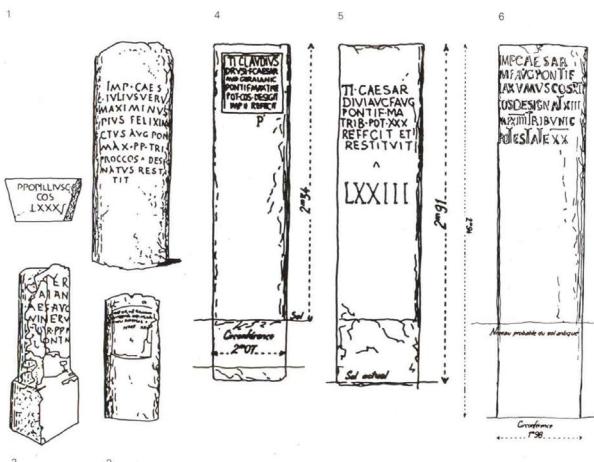


Imagen 4. Primeras señales, Costa.

1.3.2 Definición

¿Qué es la señalética?, ¿de dónde nace?, ¿para qué sirve?, son las preguntas que surgen al escuchar esta palabra.

“Señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre signos

de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones” (Costa, 1989:9).

Bajo la creciente movilidad social y desarrollo urbano encontramos con la necesidad de ubicación, ya que se contemplan las diversas procedencias geográficas y distintos factores socioculturales que los individuos representan. Por tanto, esto genera situaciones nuevas, desconocimiento morfológico y organizacional de diversos lugares a causa de dicho desarrollo. Sin embargo este problema debe ser descifrado, comprendido y utilizado por un gran número de individuos. Muchas veces la señalética responde a las preguntas: ¿cómo ubicarse y encontrar las áreas necesitadas al entrar a un aeropuerto?, ¿cómo trasladarse de un lugar a otro cuando estas en una ciudad desconocida?, además de otros problemas adyacentes.

La señalética nace como la disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, el acondicionamiento del espacio, la arquitectura y la ergonomía bajo el análisis del diseño gráfico, pero específicamente a partir de la ciencia de la comunicación visual y la semiótica. Responde a la necesidad de la orientación o información que está provocada y multiplicada al mismo tiempo, por el fenómeno contemporáneo del cambio social. (Imagen 5)



Imagen 5 Señalética de orientación

El sistema de un mensaje señalético no pretende persuadir, convencer, inducir, o influir en las decisiones y/o acciones de los individuos. Sirve a estos como orientación en base a sus motivaciones, intereses o necesidades particulares. Es importante mencionarlo, ya que nos ayuda a comprender mejor a la señalética.

La señalética tampoco pretende dejar una huella en la memoria de los individuos, como es el caso de la publicidad, la señalética es discreta debido a que sus mensajes representan optativamente al interés particular del individuo, después de cumplir su objetivo orientativo, se borran de la conciencia inmediata, esa es su misión general. (Costa, 1989:10-11).

1.3.3 Características de la señalética

·Finalidad. Funcional-Organizativa.

Se entiende por la información que proporciona, la cual debe ser funcional y organizativa para la necesidad individual de los usuarios.

·Orientación. Informativo-Didáctico.

La función principal de la señalética es la de informar de una manera didáctica y entendible para la variedad de culturas de entre los individuos.

·Procedimiento. Visual.

Es pura y esencialmente visual, para su fácil comprensión

·Código. Signos simbólicos.

Utilización de signos, legibles y no complejos.

·Lenguaje icónico. Universal.

Desarrollo de signos universales y comprensibles a nivel multicultural.

·Percepción. Selectiva.

Percepción de acuerdo a las necesidades particulares de cada individuo.

·Funcionamiento. Automático - Instantáneo.

Representación del mensaje de una forma comprensible para una percepción inmediata de dicho mensaje.

Espacialidad. Secuencial, discontinua.

De acuerdo a la distribución espacial del lugar donde aplique o requiera la señalética.

·Persistencia memorial. Extinción instantánea.

No pretende dejar huella en la memoria de los usuarios. (Costa, 1989:10-11) (Imagen 6) (Imagen 7)

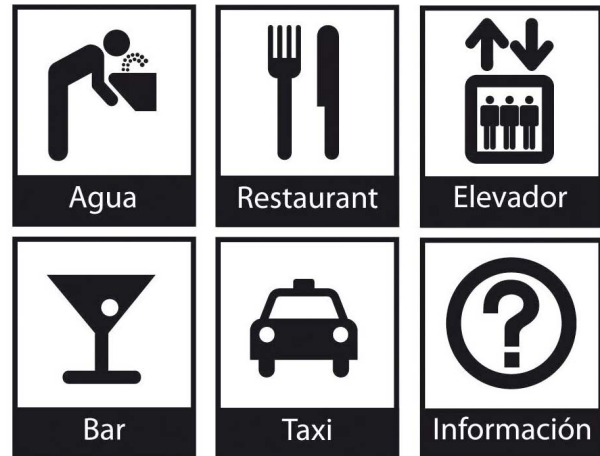


Imagen 6. Características, ejemplo 1



Imagen 7. Características, ejemplo 2

En la señalética el lenguaje se expresa generalmente por medio de signos, ya que es solo un medio de orientación y/o información que se observa, es decir, un programa señalético se conforma por: Pictogramas que son la abstracción máxima de lo que se quiere informar por este medio, la tipografía, que es el apoyo icónico por medio de un lenguaje de signos y el color, el cual regula y diferencia las variables de distribución del lugar donde es aplicable y el interés para cada individuo.

a) Pictograma

Tomando como punto de partida el repertorio de pictogramas utilizables, se procederá a la selección de los más pertinentes desde el punto de vista semántico (significación unívoca), sintáctico (unidad formal y estilística), y pragmático (visibilidad, resistencia a la distancia).

Los pictogramas seleccionados pueden ser rediseñados en función de establecer un estilo particular. El lenguaje pictogramático se basa en la abstracción. Esta es un proceso mental que pretende ignorar lo individual de aquello que se observa, para apoyarse más en la categoría a la que lo observado pertenece. Se centra no en caracteres particulares, sino en los que son genéricos y esenciales. Esta es la forma básica de la abstracción, que separa lo que no es esencial de lo que es esencial de un campo visual o de pensamiento.

Por ejemplo, en un sistema de señales para un zoológico, un cuadrúpedo de cuello exageradamente largo define a una jirafa, incluso si se suprimen detalles como las orejas, los ojos y las manchas de la piel. De este modo el diseñador elabora una pre digestión intelectual, que sería un procedimiento análogo al que realiza el conocimiento: percibir es esquematizar. En la medida que el diseñador esquematiza la figura del animal, poniendo de manifiesto lo que es particular y característico, contribuye a esta síntesis mental que es propia de la memoria visual del espectador. (Imagen 8) (UNNOBA, 2008:15-27 [en línea]).



Imagen 8. Nivel de adstracción, Costa

b) Tipografía

Conforme a la morfología del espacio, condiciones de iluminación, distancias de visión, imagen de marca y, eventualmente, programa de identidad corporativa, se seleccionarán los caracteres tipográficos. Esta selección obedecerá, por tanto, a los criterios de connotaciones atribuidas a los diferentes caracteres tipográficos y de legibilidad. Asimismo serán definidos el contraste necesario, el tamaño de la letra y su grosor.

Si procediéramos por exclusión en la selección de caracteres tipográficos señaléticos, rechazaríamos en primer lugar los que imitan la escritura manual, en segundo lugar, los de fantasía, en tercer lugar, los ornamentales y ornamentados; en cuarto lugar, los que poseen poca o demasiada mancha; en quinto lugar, los excesivamente abiertos y los cerrados o compactos, y también los que sólo poseen letras mayúsculas. De esta manera llegamos a los caracteres lineales de trazo prácticamente uniforme. (Imagen 9).

Univers
Antigua Oliva
Frutiger
Optima
Univers
Antigua Oliva
Frutiger
Optima

Imagen 9. Tipografías recomendadas por Costa

Esta selección responde al equilibrio de las relaciones entre el grosor del trazo, el diseño limpio y proporcionado, y la abertura del ojo tipográfico. Debe evitarse el uso de abreviaturas, sobre todo cuando pueden inducir a error; por ejemplo la letra P seguida de un punto y situada antes de un nombre propio (P. del Carmen) puede significar Paseo, Plaza, Puente, Paso o Puerto. Tampoco deben utilizarse abreviaturas cuando es irrelevante el espacio que con ello se ganaría. Por ejemplo: Pza. = 4 espacios y Plaza = 5 espacios.

En cuanto al uso de las mayúsculas y minúsculas, está demostrado que una palabra formada por letras minúsculas se asimila con mayor rapidez. Las minúsculas se agrupan mejor formando conjuntos diferenciados y esto facilita una percepción más inmediata. Cuando la mayúscula aparece como inicial de una palabra, facilita la introducción al texto. Los nombres de ciudades, empresas, y nombres propios se leen mejor de este modo. (UNNOBA, 2008:15-27 [en línea])

Tampoco deben cortarse palabras cuando falta espacio. Una palabra fragmentada es más difícil de captar que una palabra íntegra. Precisamente para evitar cortar palabras predomina en señalética la composición tipográfica a la izquierda. Debe buscarse la expresión verbal más corta. Frases cortas y palabras cortas es la regla. Cuando una información puede transmitirse con una sola palabra, se optará por esta situación. Y cuando para ello se disponga de 2 o más palabras sinónimas, se elegirá siempre la más corta. Sin embargo el principio de selección de las palabras es el de mayor uso para el público.

Las tipografías más aptas para el uso señalético son aquellas que ofrecen, en primer lugar, un índice más alto de legibilidad, y por tanto, una mayor concreción formal y rapidez de lectura, gracias al equilibrio adecuado entre las proporciones de sus trazos y la abertura del "ojo" tipográfico. En segundo lugar, y con las mínimas connotaciones estilísticas y expresionistas (Costa, 1989:10-11).

c) Color

La selección de los colores puede reducirse al mínimo número y combinaciones o bien constituir un código más desarrollado. En este caso, la codificación por colores permite diferenciar e identificar diferentes recorridos, zonas, servicios, departamentos, plantas de edificio, etc. Incluso pueden no alcanzar solamente los paneles señaléticos, sino que como una extensión de estos, pueden crear un ambiente cromático general. En este caso el color es un factor de integración entre señalética y medio ambiente. Se realizarán pruebas de contraste y siempre convendrá tener en cuenta las connotaciones o la psicología de los colores, tanto en función de su capacidad informacional como de la imagen de marca.

Los colores señaléticos constituyen un medio privilegiado de identificación. En los transportes públicos, por ejemplo, los colores funcionan generalmente junto con los textos para distinguir cada línea de tráfico. El factor determinante de las combinaciones de colores es el contraste, el cual se obtiene de 2 modos: por la alta saturación del color y por contraste de colores. En todos los casos es imprescindible un claro contraste entre las figuras (caracteres, pictogramas, flechas) y el fondo del soporte informativo.

Ya se ha visto que el color señalético en su función informacional no está determinado, sin embargo, por un solo criterio. La saturación del color sería el criterio señalético propiamente dicho, fundado en el razonamiento óptico. El razonamiento psicológico considera a los colores, no por su impacto visual, sino por sus connotaciones. Así el color ambiente de la señalética de un hospital será distinto al de un supermercado o de un zoológico. El razonamiento de la imagen de marca o de la identidad corporativa considera los colores por su asociación a la marca o a la identidad visual, en este caso, una señalización para Kodak, por ejemplo, exigiría la inclusión del color amarillo de la marca. (Imagen 10).

Deben tenerse en cuenta ciertos aspectos que de una u otra manera irán delineando el resultado final. Estos son, visibilidad, contraste, tamaño, distancias, etc.; es decir, todo lo concerniente a ergonomía, también las limitaciones tecnológicas y económicas. En cuanto a la tecnología, existen ciertos aspectos de primordial importancia que deben ser considerados desde el comienzo de la actividad proyectual. Ellos son el formato, el tamaño, los materiales de base, los métodos de impresión, los tratamientos que puede llegar a necesitarse, como pinturas visibles de noche o antioxidantes, etc. (UNNOBA, 2008:15-27 [en línea]).



Imagen 10. Clasificación de elementos de una señal, Costa

I.4 Muralismo cubano

“La pintura mural es el arte de unir la pintura y la arquitectura” (UNLP 2008: parr. 1 [en línea]). Esta expresión de arte se desarrolló conjugando los factores históricos sociales, de cada una de las etapas por las cuales este país ha tenido que transitar:

“Teniendo en cuenta que esta manifestación artística era considerada patrimonio de los obreros y artesanos, su desarrollo se enmarcó en obras de indios, esclavos y pobres, cargada de desdibujo, desproporcionalidad, colores estridentes, pero con los matices del trópico cubano. Dado el auge impetuoso de la industria tabacalera y azucarera, se desarrolló la experiencia del trabajo del paisaje cubano (negros, ingenios, valles, palmeras) y los retratos de la mujer cubana” (Galería Cubarte, 2011, parr. 19 [en línea]).

1.4.1 Muralistas cubanos

El primer proyecto oficial de pintura mural en Cuba surgió como reacción a la inconformidad de la sociedad contra la situación política de aquella época.

“Durante la década del treinta en el contexto socio-político cubano existe un efervescente movimiento social de sentido nacionalista como reacción ante las insatisfacciones y frustraciones de las masas con respecto a los gobiernos neocoloniales. Este movimiento, encabezado por la intelectualidad cubana y que va haciéndose más fuerte cada vez, supone una agudización de las confrontaciones y contradicciones entre las clases. Evidentemente estos procesos repercuten en la creación artística: un grupo de creadores se lanza a la búsqueda de nuevas formas de expresión, plasmando en sus obras un profundo carácter nacionalista que se opone al gusto burgués y a los intentos de penetración de patrones culturales norteamericanos. Es así como se crean propuestas novedosas que se basan esencialmente en las vanguardias europeas y en la pintura mural mexicana, cuyo sentido autóctono y de proyección social se adecuaba a las necesidades expresivas de estos artistas cubanos, conocidos como los modernos” (Barreto, Sedano [en línea]).

Los muralistas tocaron temas sociales que reflejaron la realidad cubana que se vivía en aquel entonces. En su lenguaje visual, predominó el uso de la representación figurativa, solo en el caso de Amelia Peláez se observa un estilo más relacionado con la abstracción. A continuación se hace una breve referencia de los principales pintores cubanos.

a) René Portocarrero (1912-1985).

“Una de las figuras importantes de las artes plásticas de Cuba. Su universo pictórico comprende la creación de cuadros, ilustración de libros y revistas, diseños gráficos y murales. Su obra presenta prolongadas series de flores, de grueso empaste y rico colorido, que pasarán, como elemento integrado a composiciones más complejas como son las cabezas ornamentadas, a las floras y al

mural de mosaicos del palacio de la revolución, donde flores, cabezas y caracoles se funden en una visión panorámica y poética de la isla” (Ecured, 2010, párr.11 [en línea]). Influencias artísticas: expresionismo y surrealismo. (Imágenes 11-14).

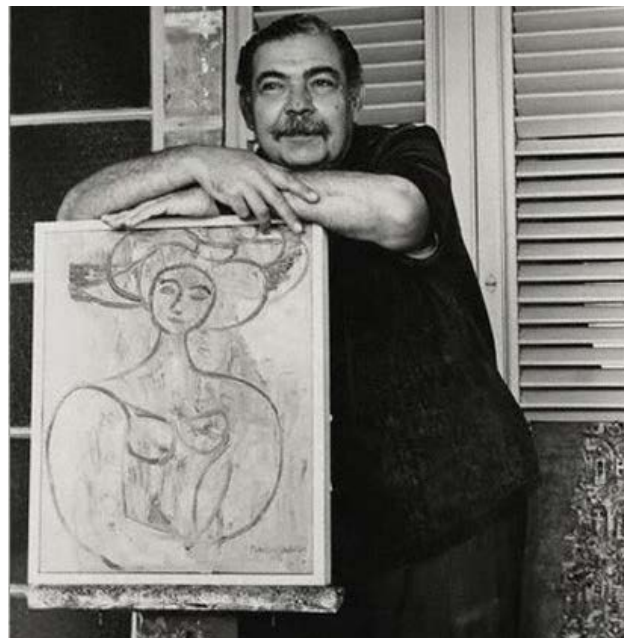


Imagen 11. René portocarrero (1912-1985)



Imagen 12. "Cuba", René



Imagen 13. "Ángel". René



Imagen 14. "mujer", René

b) Amelia Peláez (1897-1968)

Fue artista plástica y pintora "su estilo único y personal de Amelia no solo está presente en su labor pictórica, sino también en sus trabajos en cerámica. Se dedicó a la realización de murales, algunos de excepcional relevancia entre los que se destaca el mural de la fachada del majestuoso Hotel Habana Libre. Trasladó el color local a cuadros de enorme belleza y obras maestras en plástica" (Ecured, 2010, párr:8 [en línea]). Influencias artísticas: modernismo e impresionismo. (Imágenes 15-18).



Imagen 15. Amelia Peláez (1897-1968)



Imagen 16. "Mujeres", Amelia

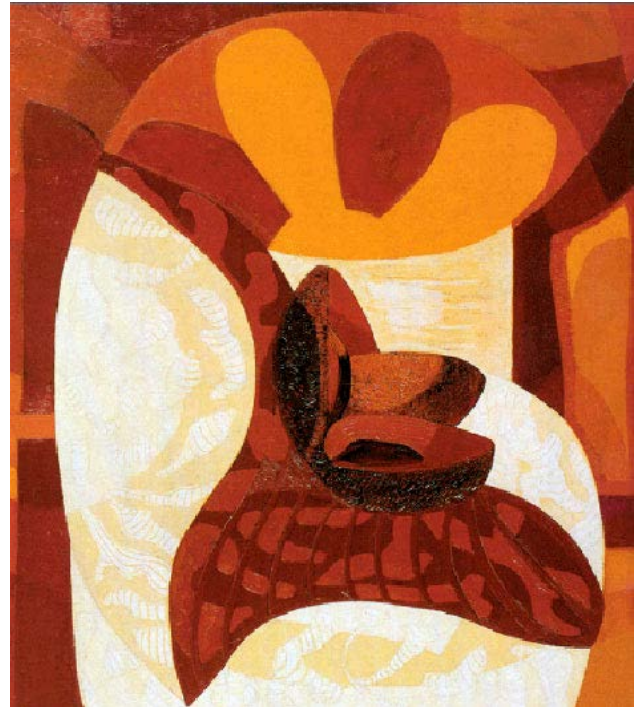


Imagen 18. "peces", Amelia



Imagen 17. Fachada del hotel "Habana Libre" Ciudad de la Habana, Cuba

c) *Mariano Rodríguez (1912-1990)*

"Artista comprometido con la lucha antimperialista, se dice que su pintura es exuberante, alegre, dinámica, esencial por algo el gallo le acompañó de alba en alba (nunca se despide del sol; siempre lo anuncia). El pintor de la luz, la sensualidad y la alegría que se desbordaban en sus lienzos, una de las grandes personalidades de la plástica cubana" (Ecured, 2010, parr.3 [en línea]). Influencias artísticas: surrealismo y futurismo. (Imágenes 19-22).



Imagen 19. Mariano Rodríguez (1912-1990)



Imagen 20. "El beso", Mariano

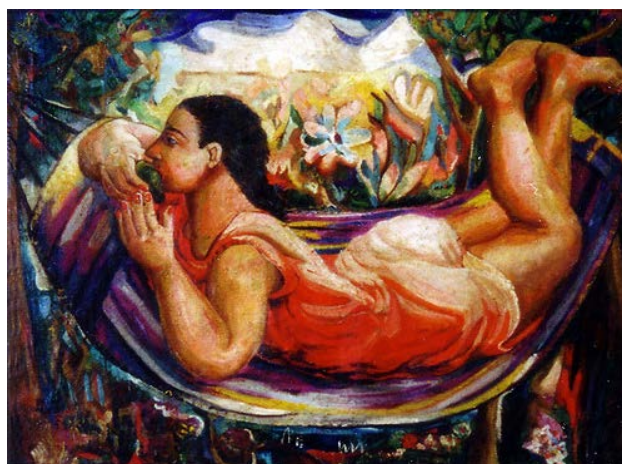


Imagen 21. "La amaca", Mariano

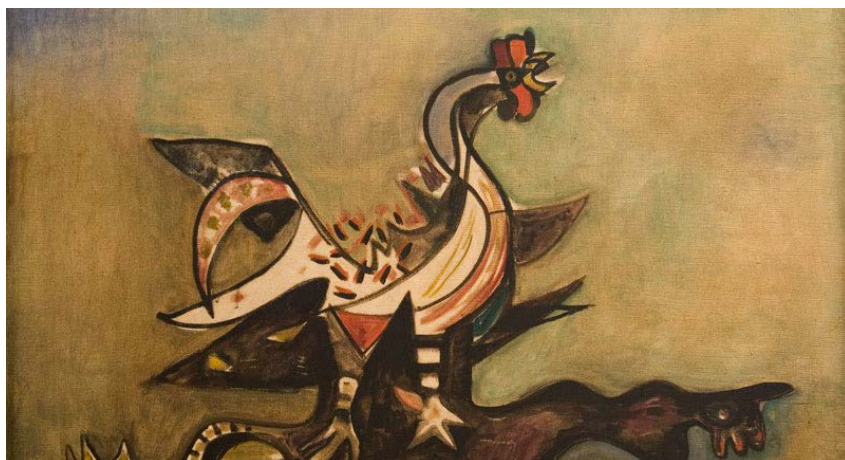


Imagen 22. "Gallo japonés", Mariano

d) Wilfredo Lam (1902-1982)

“El más universal de los pintores cubanos. Introdujo la cultura negra en la pintura cubana y desarrolló una renovadora obra íntegra de elementos de origen africano y chino presentes en Cuba. Las vivencias y visiones de su infancia, el mítico paisaje insular, la incorporación de contenidos e iconografías procedentes de los sistemas mágico-religiosos de origen africano extendidos en el Caribe y en Cuba, invirtieron en la definición de su arte” (Ecured, 2010, párr. I [en línea]). Influencias artísticas: vanguardismo, surrealismo y cubismo. (Imágenes 23-26).



Imagen 23. “El aquerrale”, Wilfredo

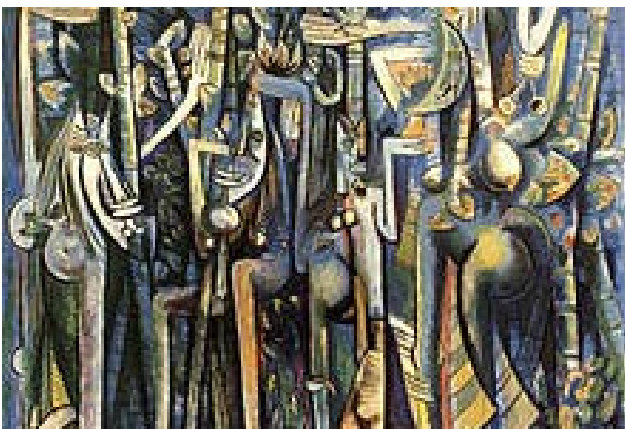


Imagen 24. “La jungla”, Wilfredo



Imagen 25. Wilfredo Lam (1902-1982)



Imagen 26. “Zambieza, zambieza”, Wilfredo



Imagen 27. Luis Martíne Pedro (1910-1989)

e) Luis Martínez Pedro (1910-1989)

“Fecundo pintor y dibujante habanero, profesor de las escuelas de arte. Sus trabajos son de carácter social, sobre tauromaquia, mitología y actos religiosos de origen africano. (Imágenes 28-31). En su obra se ven reflejados temas clásicos, leyendas indias y ritos negros de Cuba” (Ecured, 2010, parr:7 [en línea]). Influencias artísticas: concretismo, expresionismo y surrealismo. (Imágenes 27-30).



Imagen 29. Hombre atrapando pájaros”, Luis



Imagen 28. “Mujer con pájaro rojo”, Luis



Imagen 30. “Sin título”, Luis

f) Raúl Martínez (1927-1995)

“Pintor, diseñador y fotógrafo cubano. Uno de los exponentes más importantes del expresionismo abstracto de mediados de siglo XX, y paradigma del pop art en Cuba. Imágenes (32- 35). Su obra y su vida estuvieron relacionados con todos los momentos claves de la cultura cubana después de 1959” (Ecured, 2010, parr.14 [en línea]). Influencias artísticas: expresionismo abstracto y pop art. (Imágenes 31-34).



Imagen 31. “Patria”, Raúl

Imagen 34. “yo he visto”, Raúl

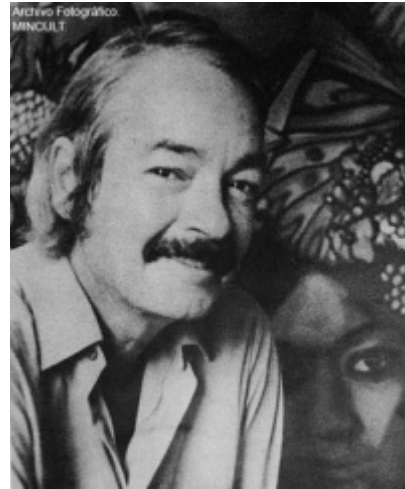


Imagen 32. Raúl Martínez (1927-1995)



Imagen 33. “Sin título”, Raúl



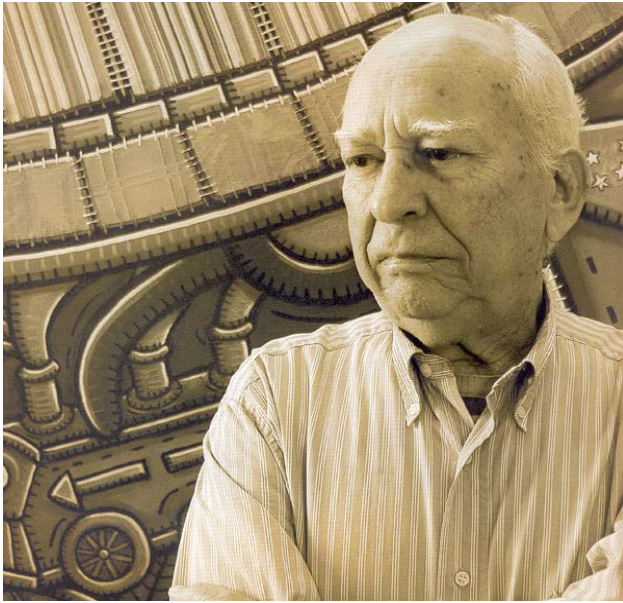


Imagen 35. Alfredo Sosabravo (1939-)



Imagen 36. "Rescate", Alfredo

g) Alfredo Sosabravo (1939-)

"Pintor, dibujante, grabador y ceramista, es uno de los artistas cubanos más importantes de las Artes Visuales y diseño. La síntesis de elementos tomados del pop, de la llamada nueva figuración y del arte popular, humor, espontaneidad y frescura se ven representadas en sus obras. Imágenes (36- 39) Presencia de una dialéctica de lo bello y lo monstruoso, fusión de formas orgánicas con otros tomado de los mecanismos construidos por el hombre, alto oficio e inversión inagotable, la manera como dentro de estos mismo recursos y con entera naturalidad, consigue expresar un mensaje político convincente" (Eured, 2010, parr:2 [en línea]). Influencias artísticas: pop art y expresionismo. (Imágenes 35-38).



Imagen 37. "Carnaval de los animales", Alfredo



Imagen 38. "Personaje con pájaros", Alfredo

1.4.2 Técnicas pictóricas muralistas

A través de los tiempos, los grandes artistas del muralismo han desarrollado técnicas de pintura con las que han realizado sus trabajos, y en algunos casos se han preservado los colores originales aun después del paso los siglos y de las condiciones climatológicas que se encuentran en cada lugar; esto gracias a la preparación estudiada de los pigmentos y de las superficies pintadas.

Se sabe que los murales prehistóricos que datan de los años 30,000 a. de C. fueron pintados con carbón vegetal, pigmentos a base de hierro (rojo) y manganeso (negro) y también, esporádicamente, sangre y caseína, todos ellos mezclados con grasa animal que cumplía la función de aglutinante. "Los materiales que fueron utilizados eran machacados en morteros de cuarcita con ayuda de un machacador; y después extendidos sobre paletas de piedra (planas o redondas), o en oquedades óseas de los grandes mamíferos o en simples conchas marinas". (Junquera y otros; 2001:5).

Las culturas siguieron desarrollándose con los años, y la forma de pintar también cambió. Las civilizaciones del

antiguo mundo como Egipto, Mesopotamia, Grecia y Roma, mostraron gran diversidad de técnicas para elaboración de pinturas, aunque seguían siendo de origen vegetal y animal. En nuestro continente, "los artistas prehispánicos elaboraban sus pinturas a base de caracoles marinos machacados con los que obtenían el color púrpura. También se utilizaron pigmentos minerales como carbón, zinc entre otros, para obtener los colores que hasta nuestros días aún pueden ser apreciados en sus murales" (UNAM, IIE 2004: parr:3 [en línea]).

Con el paso de los años, las técnicas pictóricas muralísticas fueron evolucionando y hoy en día los temas son tan variados como las técnicas y los soportes sobre los que se pinta. A continuación se mencionan algunas de las técnicas más utilizadas, desde el renacimiento, pasando por los muralistas mexicanos, así como algunas otras técnicas que actualmente podemos encontrar en todo el mundo derivado de estas técnicas básicas del muralismo.

a) El fresco

“La técnica pictórica más empleada en las civilizaciones antiguas. Consiste en la aplicación de la pintura sobre el soporte de una capa de elucido de yeso una vez pulido y cuando todavía mantiene un cierto grado de humedad. De este modo, la conservación de los colores se garantiza por un proceso de absorción que llega hasta las capas más profundas de la pared. Los colores que más se utilizaron fueron siempre planos, y su gama cromática brillante y reducida: blanco, azul, amarillo, negro y púrpura y verde”. (Imagen 39) (Junquera; 2001:39).



Imagen 39. Pablo O'Higgins, Tenochtitlan-Libre (Martín Garatuza)
1960, mural al fresco (detalle).
Teatro José Rubén Romero,
Universidad Michoacana, Morelia, Michoacán

b) Pintura a el temple acrílico

“Conocida también como pinturas a la cola, pertenecen al grupo de las pinturas al agua y se las considera como uno de los tipos más elementales y primarios de la pintura para revestimiento. Puede obtenerse de la forma industrial o pueden prepararse a mano con materiales de construcción, según el grado de experiencia del pintor. Se trata de una pintura idónea para aplicar sobre superficies enlucidas en yeso, sobre el que se adhieren perfectamente”. (Imagen 40) (Asensio; 2007:22).



Imagen 40. Ernesto Ríos Rocha "Una Universidad de talla mundial"
2012. Mural al temple (detalle).
Biblioteca César Pérez García
Universidad Cooperativa de Colombia Sede Neiva

c) La pintura al silicato

“Es una técnica en la cual se utilizan pinturas duras, porosas, absorbentes y de aspecto rústico. Su porosidad hace que sean impermeables a los vapores de agua en el interior, y a la humedad ambiental en el exterior. La sustancia ligante de estas pinturas es una disolución acuosa de silicato de potasa, que en algunos casos se sustituye por sosa. El pigmento blanco a su vez es el bióxido de titanio, y los pigmentos de color empleados suelen ser óxidos de hierro y otros pigmentos minerales naturales”. (Imagen 41) (Asensio; 2007:33).



Imagen 41. José Clemente Orozco "Alegoría Nacional"
Mural al silicato de etilo, 1948.
Teatro al aire libre de la Escuela Nacional de Maestros,
Ciudad de México

d) Pinturas plásticas

“Una solución mucho más definitiva para mantener el aspecto artesanal de algunos soportes rústicos es la de recurrir a las pinturas plásticas. En las paredes revestidas de cemento, o en superficies irregulares que no interese pulir, se puede pintar con resinas sintéticas diluidas en agua”. (Imagen 42) (Asensio; 2007:31).



Imagen 42. Alberto Florit, “Hábitat y política social”.
Mural en pintura plástica (1962)
Universidad Nacional de La Plata, Argentina

e) Pinturas en aerosol (graffiti)

Tiene su antecedente en el muralismo, y es una de las técnicas más utilizadas en la actualidad, aunque existen diversos tipos de graffiti. Consiste en la aplicación de pintura en aerosol que por sus características, facilita su aplicación y adhesión sobre diversas superficies. (Imagen 43).



Imagen 43. Entes y Pésimo, Perú "Murales ambientales"
Técnica graffiti.
Boulevard 5 de mayo, Puebla, Puebla, México, 2012

La pintura mural fue de tanta influencia como movimiento artístico, que hoy en día existe una gran diversidad de soportes y técnicas surgidas de esta forma de expresión. Esto ha hecho que el arte público monumental no solo se limite al uso de pinturas sobre paredes preparadas para su fin, sino que se use todo tipo de material y tipos de pintura, con el mismo fin inicial, de narrar historias y comunicar ideas a las personas que lo miran e interpretan.

Capítulo II

Análisis Iconográficos



“...Las respuestas no tienen fin, ellas esperan siempre por un niño...”

José Martí

2.1 Colegio ADA



Imagen 44. Imagotipo de Colegio ADA

El colegio ADA, ubicado en la prolongación de la II sur No. 4336 en la ciudad de Puebla, su símbolo está conformado por dos elementos sobrepuestos basados en la pedagogía constructivista: los iconos de un niño y un cubo. (Imagen 44).

Cualidad formal

a) Estructura

1. Espacio

El imagotipo del colegio esta desarrollado en un formato vertical, conformando un aspecto rectangular, consta de un isotipo y un logotipo dando así la integración visual de un imagotipo.

2. Valores Expresivos

-Código morfológico

Plantea la utilización de tres colores base, así como la conceptualización de dos ideas, el cubo y los niños, también cuenta con el apoyo de la tipografía con dos variantes, la light y la bold.

-Código tipográfico

La tipografía destaca por la característica de que tiene terminaciones palo seco y a su vez es muy fuerte visualmente debido a los trazos rectos que la constituyen, a su vez la utilización de sus variantes en light y bold hacen que constituya parte importante del imagotipo en general.

-Código cromático

Utilizando colores básicos de la gama cromática, el isotipo demuestra ser visualmente fuerte y penetrante en la memoria, ya que en esencia son el rojo, amarillo y azul lo que hace concreta la finalidad visual referente a una institución educativa.

-Imagen

Integrado al isotipo, que es la parte visual gráfica, se encuentra la figura representativa a una persona haciendo referencia a los alumnos de la institución, formada por figuras simples como semi cuadros y un círculo que a su vez también forman un cubo.

3. Composición

El imagotipo en concreto esta establecido mediante un isotipo desarrollado conceptualmente y el logotipo, que es la tipografía, que da fuerza informativa, los dos elementos colocados de manera horizontal conformando un contorno rectangular.

4. Principios estéticos

-Armonía

Se refleja dentro de la utilización de los colores básicos azul, rojo y amarillo, que conforme a la tipografía con el color azul haciendo, haciendo este predominante en el imagotipo, pero sin dejar de lado el amarillo y el rojo que por su brillo hacen un buen contraste.

-Verdad

Conforme a la integración de elementos, colores y tipografía del imagotipo del colegio, se demuestra un buen

cumplimiento de visibilidad y penetrancia memorial hacia el usuario.

-Claridad

Principalmente los colores utilizados y la tipografía en su variante bold hacen de este imagotipo un elemento con la claridad necesario para ser percibida en su utilización.

Constantes semánticas

a) Significante

Se clasifican los elementos generales del imagotipo como los significantes, tipografía, color, isotipo.

b) Significado

Se desglosa esencialmente de la parte del símbolo ya que conlleva todo el concepto visual.

c) Función

Su función es puramente la de cumplir con la identidad gráfica del colegio.

Variantes semánticas

a) Motivación analógica

Se demuestra concretamente una identidad con ayuda de los elementos que conforman al imagotipo.

Tipos de significantes

a) Icónico

El isotipo, en este caso es la parte irónica del imagotipo ya que está desarrollado conceptualmente a partir de los ideales pedagógicos constructivos del lugar.

Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño

Estas posibilidades de diseño dependen esencialmente de la visión a la que se enfoque el imagotipo para su producción por medio de aplicaciones.

Significado semántico

a) Aspecto inteligible

El imagotipo logra ser concretamente legible y visible para los usuarios generales con los que la institución cuenta.

2.2 Preescolar Aprendo



Imagen 45. Imagotipo del preescolar aprendo

Cualidad formal

a) Estructura

I. Espacio

La identidad del preescolar “aprendo” está constituido en un formato visualmente horizontal, consta de un imagotipo conceptual y un logotipo, el cual destaca dentro de la composición debido a su tamaño de representación.

2. Valores Expresivos

-Código morfológico

Consta de cuatro colores, de los cuales tres se plantean en los colores base, rojo, amarillo y azul, el negro en el nombre de la institución jerarquizando la seriedad del lugar; el imagotipo es conceptualmente constituido por tres niños entrelazados por los brazos.

-Código tipográfico

El logotipo esta conformado por una tipografía a base de círculos con terminaciones palo seco y en una presentación bold, también cuenta con una tipografía secundaria la cual representa el nombre genérico de la institución educativa.

-Código cromático

Los colores se presentan en los básicos, rojo, amarillo y azul, que debido a la finalidad del plantel encaja hacia la enseñanza preescolar; también cuenta con el color negro específicamente en el nombre para resaltar su importancia.

-Imagen

El símbolo esta desarrollado bajo la conceptualización de los niños entrelazados por sus brazos, dando a entender la relevancia del usuario principal de la institución y la importancia de la unión dentro de ella, así se destaca un símbolo funcional y penetrante hacia la parte visual.

3. Composición

El imagotipo se establece en la utilización del símbolo conceptual y la composición tipográfica en presentación de una fuente principal y una secundaria, cuyas son diferentes y se distingue su importancia entre ellas debido al cambio de puntaje e intensidad de tipografía.

4. Principios estéticos

-Armonía

Mediante la utilización de los tres colores básicos destacando al símbolo en sus elementos hace que se denote una buena composición en general, a su vez apoyado de la presentación de dos tipografías mostrando el nombre del lugar y el genérico que se le asigna, se logra una integración de elementos.

-Verdad

La composición general del imagotipo es notablemente bien lograda, ya que se eligieron de manera adecuada las tipografías y el símbolo refuerza de manera visual los conceptos que pretende denotar.

-Claridad

Es de bastante atracción visual, la fuerza del logotipo junto con los bien definidos trazos del símbolo se logra bastante claridad.

Constantes semánticas

a) Significante

Los elementos que constituyen al imagotipo en general se clasifican como los significantes, ya que son los elementos que logran su composición.

b) Significado

La parte del símbolo en este imagotipo cuenta con la mayor carga del significante debido a que representa la parte conceptual.

c) Función

La función del imagotipo es la de generar una identidad única al preescolar.

Variantes semánticas

a) Motivación analógica

Se destaca de manera visual una composición conceptual y simbólica en la generalidad del imagotipo.

Tipos de significantes

a) Icónico

Este tipo de signifiante recae en la parte del símbolo de la identidad, ya que carga con el peso de dejar huella en la memoria de los usuarios, de esta manera se vuelve icónico.

Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño

Dependen esencialmente de la visión de la institución hacia el potencial que pueden lograr con esta identidad.

Significado semántico

a) Aspecto inteligible

La institución logra tener una buena aceptación visual en cuanto a identidad gráfica se trata, debido a q el imagotipo logra ser llamativo y legible.

2.3 Retoños



Imagen 46. Imagotipo retoños

“Acompañanos a estimular a nuestros pequeños genios, apoyados en un programa de estimulación que parte del desarrollo neurológico funcional, insertándolo en la propuesta pedagógica de las inteligencias múltiples, del Pro-

yecto Zero de la Universidad de Harvard. Esta institución ubicada en la ciudad de Santo Domingo en República Dominicana, atiende a niños desde los 3 meses hasta los 6 años. (Imagen 46) (retoños [en línea]).”

Cualidad formal

Estructura

-Espacio

Esta imagen utiliza un formato horizontal dado por el tamaño de la tipografía, y el uso de las hojas en el extremo izquierdo. La frase que acompaña el logo es muy larga, por lo que se usó un puntaje muy pequeño, llegando a pasar desapercibido.

-Código morfológico

La imagen toma muchos trazos gruesos y delgados, que equilibran de cierta manera la composición.

-Código tipográfico

Las formas orgánicas y redondeadas de los remates de la tipografía suavizan y dan la idea de identidad para niños. La tipografía usada para la frase, se encuentra en un tamaño menor, y en itálicas, que choca con la idea de infantil.

-Código cromático

El código cromático utilizado para esta imagen retoma colores básicos que están constantemente presentes en este nivel de formación educativa. Al mismo tiempo hace referencia a los colores del arcoíris, que representan conceptos de inocencia y alegría. Los tonos verdes claros de las hojas resaltan el colorido y la alegría del mismo. El slogan de la institución utilizado en color gris, rompe con el colorido, y llega a pasar desapercibido.

-Composición

La composición de las hojas que brotan del nombre, hacen que esta imagen llame la atención. La tipografía redonda utilizada en minúsculas, representa el concepto de niñez. La tipografía usada para el slogan, no se percibe integrado a la imagen total, dado por la longitud de la frase y por el color y tamaño de la tipografía.

b) Principios estéticos

La armonía se ve reflejada en el juego de figuras orgánicas que se complementan y forman parte del logo, haciéndolo atractivo a la vista, cargado de color, que reflejan una idea de diversión.}

El concepto de florecimiento o brote, es presente dentro del logo, por lo cual puede ser tomado como concepto prevaleciente y verdadero.

La claridad de la imagen refleja el concepto de niñez, en conjunto con el de ecología, por lo cual no existe duda de que es una institución creada para el cuidado del desarrollo mental infantil sano.

2.4 Biblioteca Central Universitaria

Cualidad formal

a) Estructura

1. Espacio

El diseño en este programa señalético esta constituido en diversos formatos, en vertical, en horizontal, compuestas por pictogramas, tipografía, color y distribuidas en diversos sectores, ya que depende esencialmente de la finalidad de cada señal. (Imagen 47)

2. Valores Expresivos

-Código morfológico



Imagen 47. Señalética general de la BCU

Llama la atención la utilización de diversos colores, también demuestra la utilización de tipografía y el desarrollo de pictogramas.

-Código tipográfico

Se utiliza tipografía palo seco con característica de black y extra black para algunas señales, así como de algunas con calidad de itálica, dependiendo de la finalidad de cada señal.

-Código cromático

Es notable la variante de color por lo menos en los dos estilos que se muestran en la imagen 5, colores que son de una tonalidad seria y no resaltante para llevar una coherencia con la idea de la biblioteca.

-Imagen

Utiliza completamente pictogramas y la simplicidad de formas universales, como lo son flechas. (Imagen 48) (Imagen 49).

3. Composición

La composición general de las señales establecidas esta compuesta de pictogramas dentro de un recuadro con el tono cromático correspondiente, con la utilización de la tipografía como refuerzo en la parte inferior o a la derecha del pictograma o forma simple utilizada.

4. Principios estéticos

-Armonía

Existe una armonía dentro de la combinación de los colores y el contraste que se genera por medio de los pictogramas, formas simples y tipografía utilizados.

-Verdad

Las señales tienen la funcionalidad de orientar y ubicar al usuario dentro de la biblioteca, mediante la combinación de todos sus elementos.

-Claridad

La utilización de tipografías robustas y en total contraste de el fondo y el pictograma crea la sensación de una buena utilización y claridad de las señales, así ayuda al usuario a no tener problemas con la comprensión de estas. (Imagen 50)

Constantes semánticas

a) Significante

Se clasifican los elementos generales de las señales como los significantes, tipografía, color, pictogramas.

b) Significado

El significado que enfocan las señales son objetivos de información y orientación.

c) Función



Imagen 48. Pictograma



Imagen 49. Formas simples



Imagen 50. Contraste cromático

Tiene como finalidad orientar y ubicar a los usuarios en general dentro de la biblioteca.

Variantes semánticas

a) Motivación analógica

Se demuestra íntegramente la información de que pretenden demostrar las señales, con ayuda de todos los elementos utilizados.

Tipos de significantes

a) Icónico

Los pictogramas tienen la funcionalidad de ser legibles y utilizables para el usuario, al igual de las formas universales como lo son las flechas de orientación.

Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño

Las nuevas posibilidades son bastantes ya que pudieran ir cambiando mediante evolucione la biblioteca como lugar académico.

Significado semántico

a) Aspecto inteligible

Las distintas señales logran su objetivo ya que son legibles y comprensibles para los usuarios diarios.

2.5 Complejo Cultural Universitario

Cualidad formal

a) Estructura

I. Espacio

Las señales dentro del complejo se encuentran de diversos formatos en cuanto a tamaño color y ubicación.

2. Valores Expresivos

-Código morfológico

es una agrupación de diversos elementos, como lo son la tipografía, el color, los pictogramas y en algunos casos la fotografía.

-Código tipográfico

La tipografía se encuentra en formato de palo seco con total contraste de los diversos elementos que se muestran en las señales.

-Código cromático

Los colores son variados dependiendo de la finalidad de cada señal, al igual de que hay total contraste de acuerdo a la diferenciación de cada señal.

-Imagen

La utilización de sus imágenes de basan en pictogramas, formas decorativas muy orgánicas y en algunos casos fotografía con un nivel de transparencia que contrasta. (Imagen 51).

3. Composición

La tipografía se encuentra por lo general en la parte media de las señales, con fondos de los colores correspondientes y envueltas de las formas orgánicas y en su caso el pictograma en el centro de la señal.

4. Principios estéticos

-Armonía

Tienen una armonía conforme a la composición de cada señal, ya que hay una buena combinación de los elementos que la conforman.

-Verdad

Las señales están compuestas con pictogramas de fácil entendimiento y funcionales así como su tipografía.

-Claridad

El contraste que se genera entre tipografía y pictogramas crea una legibilidad de buena calidad. (Imagen 52).

Constantes semánticas

a) Significante

Se engloban los elementos que las componen, tipografía, pictograma, color, fotografía.

b) Significado

Estos elementos elaboran un significado de información y ubicación.

c) Función

Ayudan a la comprensión de información para la ubicación y orientación dentro del complejo.

Variantes semánticas

a) Motivación analógica

Es el nivel de claridad que cada señal posee para su utilización, esto por medio de sus elementos, principalmente los pictogramas y la fotografía.

Tipos de significantes

a) Icónico

Los pictogramas denotan de manera directa u sencilla el mensaje de información que se quiere dar de acuerdo a cada señal.



Imagen 51. Señal tipográfica



Imagen 52. Clasificación cromática

Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño

Se puede llegar a una mayor realización de pictogramas, a manera de sustituir las fotografías utilizadas en algunas señales.

Significado semántico

b) Aspecto inteligible

En general logra ser eficiente, ya que transmite los mensajes de manera clara. (Imagen 53).



Imagen 53. Mapa de flujo

2.6 Museo Universitario de la BUAP

Cualidad formal

a) Estructura

1. Espacio

La distribución de las señales dentro del museo universitario se muestran en representación de envoltentes y pictogramas y en distintos formatos tanto horizontales como verticales. (Imagen 54).



Imagen 54. Estructura de señal

2. Valores Expresivos

-Código morfológico

Están desarrolladas por elementos como la tipografía, el envoltente y pictogramas representados de manera líneas.

-Código tipográfico

La tipografía es de terminaciones palo seco, y trazos redondeados, en general de características simples y de compresión.

-Código cromático

Solo se basa en el color azul para los envoltentes, dentro de ellos se encuentran los pictogramas en color blanco.

-Imagen

Los pictogramas se presentan con trazos naturales, curvados y con la característica de que son lineales, no son plastas de color. (Imagen 55).



Imagen 55. Pictogramas

3. Composición

Las señales se presentan con la característica de que el envolvente es un rombo y dentro se encuentran los pictogramas lineales justificados al centro.

4. Principios estéticos

-Armonía

La armonía es simple, debido a que sin mayor requerimiento de elementos se muestra la finalidad de cada señal.

-Verdad

Son señales que solo cuentan con el pictograma, en cuyas ocasiones no es totalmente claro lo que se requiere informar y es necesario el elemento textual.

-Claridad

Son bastante claras las señales por la misma razón de que su simplicidad es notable. (imagen 56).



Imagen 56. Código cromático

Constantes semánticas

a) Significante

Los elementos que componen las señales están agrupados visualmente claros.

b) Significado

Transmiten mensajes obvios con respecto a sus respectivos pictogramas.

c) Función

Demuestran rápida información hacía el usuario para la comprensión del flujo dentro del museo.

Variantes semánticas

a) Motivación analógica

Con respecto a que los pictogramas hacen que la información que proporcionan sean claras hacía el usuario.

Tipos de significantes

a) Icónico

Se demuestran en el nivel de abstracción que tienen los pictogramas, los cuales son claros y comprensibles.

Diseño de significantes

a) Nuevas posibilidades de diseño

Se pueden tener estas posibilidades principalmente en la utilización y actualización de materiales y un retoque de modernidad para el diseño.

Significado semántico

b) Aspecto inteligible

El sistema señalético del museo, logra ser eficiente y claro para el requerimiento de los usuarios.

2.7 Mural en escuela primaria "defensores de la República" Puebla, México

La obra pintada en las paredes exteriores de la escuela "Defensores de la República" en la ciudad de Puebla realizados por jóvenes originarios del lugar, se plasma una visión de la manera en que los niños pueden de-

fender a su país, cuidando las riquezas naturales que en el tenemos. (Imagen 57).



Imagen 57. Alumnos y su mural

Cualidad formal

a) Estructura

-Espacio

Este mural esta realizado en un espacio de 40 metros lineales por 2.20 de, en las paredes exteriores de la escuela primaria "Defensores de la República", dando la bienvenida a todos los niños que estudian en este plantel.

-Código morfológico

Lo primero que llama la atención al observar este mural es la dimensión del trabajo, la composición y el concepto de pintar animales a manera de alebrijes y la variedad cromática..

-Código cromático

Es muy recurrido el uso de colores primarios en tonalidades brillantes, variedades de verdes y azules predominan para dar referencia a los ecosistemas del país.

-Composición

Se representa este mural con escenas de animales fusionados, conviviendo en su medio ambiente natural, y

frases de refuerzo, que inspiren a crear conciencia de lo que se observa.

a) Principios estéticos

-La armonía se ve reflejada en el juego de figuras orgánicas que se complementan y forman parte de la obra haciéndolo atractivo a la vista, cargado de gran simbolismo al ser un trabajo metafórico.

2.8 Mural de la Unidad Educativa Jupapina, La Paz, Bolivia

El mural pintado en la Unidad Educativa Jupapina, La Paz, en Bolivia es obra del maestro pintor José Nacho Vargas con la ayuda de niños de las escuelas rurales. Los niños primero diseñaron y colorearon lo que más les gustaba de su entorno, luego trazaron las ideas en la pared, para después rellenarlas de color. (Imagen 58) (Imagen 59).



Imagen 58. Las cholitas en el choquellapu



Imagen 59. Alumno de primer año

Cualidad formal

Espacio

Este mural está pintado en las paredes exteriores de la escuela rural y abarca una longitud de 12 metros lineales por 2 de alto.

Código morfológico

Lo que llama la atención a primera vista es el tipo de ilustración estilo minimalista y la tipografía que complementa la composición y denota una determinada época.

Código cromático

Los colores que maneja son brillantes, usando gran cantidad de amarillos y rojos, que crean un contraste agradable con los tonos verdes y azules presentes en cielo y el campo.

Composición

La imagen es compuesta por formas orgánicas que se complementan con figuras geométricas. Son de un nivel de abstracción medio, el cual permite distinguir la forma de los objetos y personajes pero no los detalles que llevaría si fueran más realistas.

2.9 Mural en la escuela rural zapatista en Chiapas

El mural ubicado en la sierra del estado de Chiapas, México es un mural realizado por el maestro muralista Miguel Ángel Enriquez. Refleja la admiración por el personaje revolucionario Emiliano Zapata. Con un nivel de abstracción medio, pretende reflejar el ideal de este personaje. (Imagen 60).



Imagen 60. "Zapata", Miguel Ángel Enriquez Ávila

Cualidad formal

a) Estructura

-Espacio

Este mural está pintado en las paredes exteriores de la escuela rural y abarca una longitud de 12 metros lineales por 2 de alto.

-Código morfológico

Lo que llama la atención a primera vista es el tipo de ilustración estilo minimalista y la tipografía que complementa la composición y denota una determinada época.

-Código cromático

Los colores que maneja son brillantes, usando gran cantidad de amarillos y rojos, que crean un contraste agradable con los tonos verdes y azules presentes en cielo y el campo.

-Composición

La imagen es compuesta por formas orgánicas que se complementan con figuras geométricas. Son de un nivel de abstracción medio, el cual permite distinguir la forma de los objetos y personajes pero no los detalles que llevaría si fueran más realistas.

A partir del análisis de estos proyectos, se concluye, que la representación idónea para la comunidad infantil, es la de representación media.

Las características del medio ambiente que rodea el espacio donde se coloca el mural, así como el entorno donde habitan los receptores de este, tienen que estar siempre presentes, ya sea figurativamente o con elementos que denoten su idea.

Todos los demás elementos de composición, giran entorno a una figura principal que sobresale de toda la composición, colocándose siempre en primer plano, y con monumentalidad sobre los demás elementos.

Los colores que son constantes son los verdes, amarillos y azules, rojos, siendo estos de un nivel primario. Es de igual manera usados los derivados de las combinaciones de estos.

No es necesario que la representación lleve gran cantidad de detalle, las formas orgánicas, e incluso geométricas, son bien recibidas por ese público, el cual está más relacionado con este modo de lenguaje sencillo.

Capítulo III

Desarrollo Gráfico



“...Para los niños trabajamos, porque los niños son los que saben querer por que los niños son la esperanza del mundo..”

José Martí

3.1 Imagotipo

Desde su creación el círculo infantil "Amiguitos de Martí" ha carecido de una identidad gráfica que lo identifique dentro de la ciudad, lo que genera su falta de pertenencia de la comunidad que lo conforma. Con un diseño inexistente se ha mantenido desapercibido y con poca representación en los actos y actividades que se organizan a ese nivel de enseñanza.

Esto ha hecho necesario proponer un diseño de imagen de la institución, para así dar una solución a su problema de comunicación gráfica. De esta manera se creará una conciencia de identidad que prevalezca en la formación

de los niños, proyectando una imagen pública adecuada a los fines y actividades que se realizan en este lugar:

Este proyecto ha desarrollado la propuesta de un imagotipo, que a través de un símbolo identifique a la institución y sea correspondiente a la filosofía del maestro José Martí dado a que los programas de enseñanza de esta institución son basados en la vida y obra de este ilustre personaje.

Es así que se inició el proceso de creación gráfica, basando su fundamentación teórica principalmente en los siguientes conceptos: José Martí, niñez, amistad, círculo infantil, educación preescolar, institución, protección y cuidado a la infancia, entre otros. (Imagen 61).

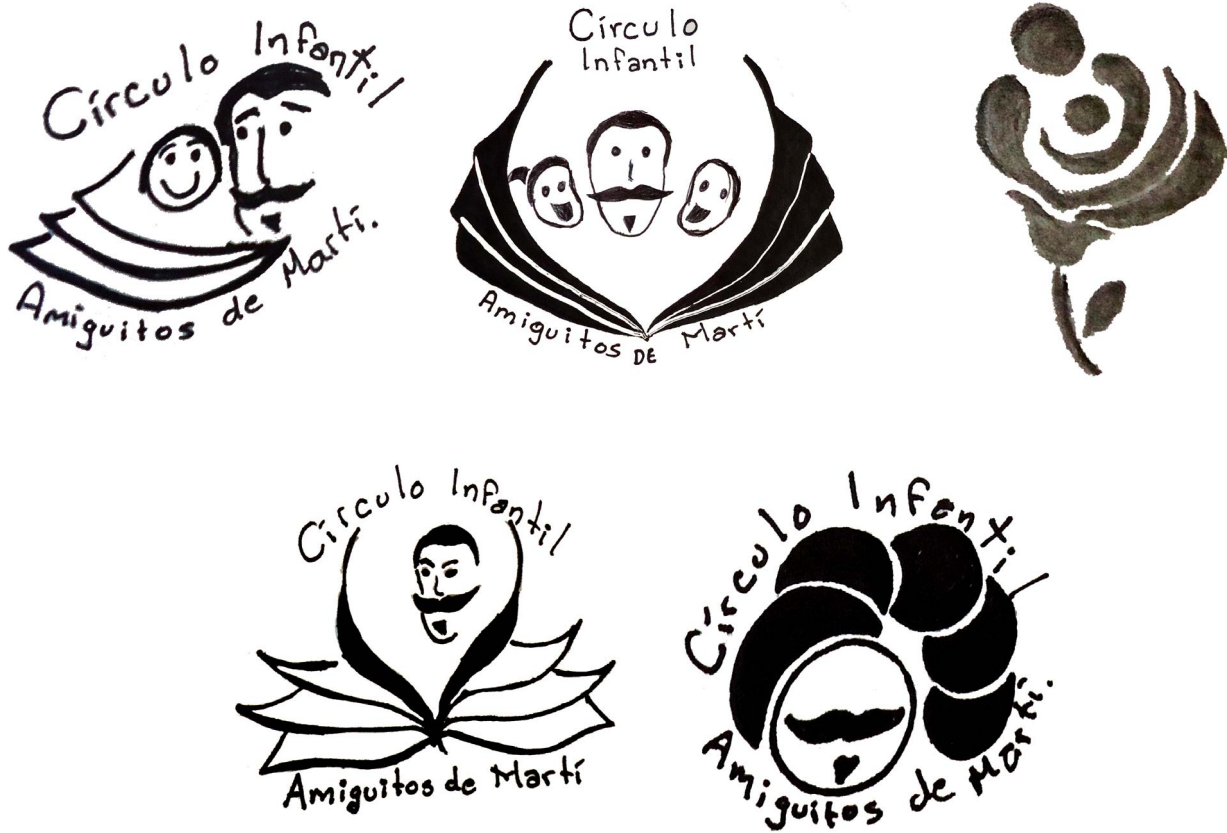


Imagen 61. Bocetos burdos

Analizando las imágenes obtenidas del proceso creativo, se seleccionó la imagen que tuvieran mayor coherencia con los conceptos que pretende reflejar la institución para trabajar en su mejoramiento, fue así como se llegó a la siguiente solución gráfica. (Imagen 62-64).

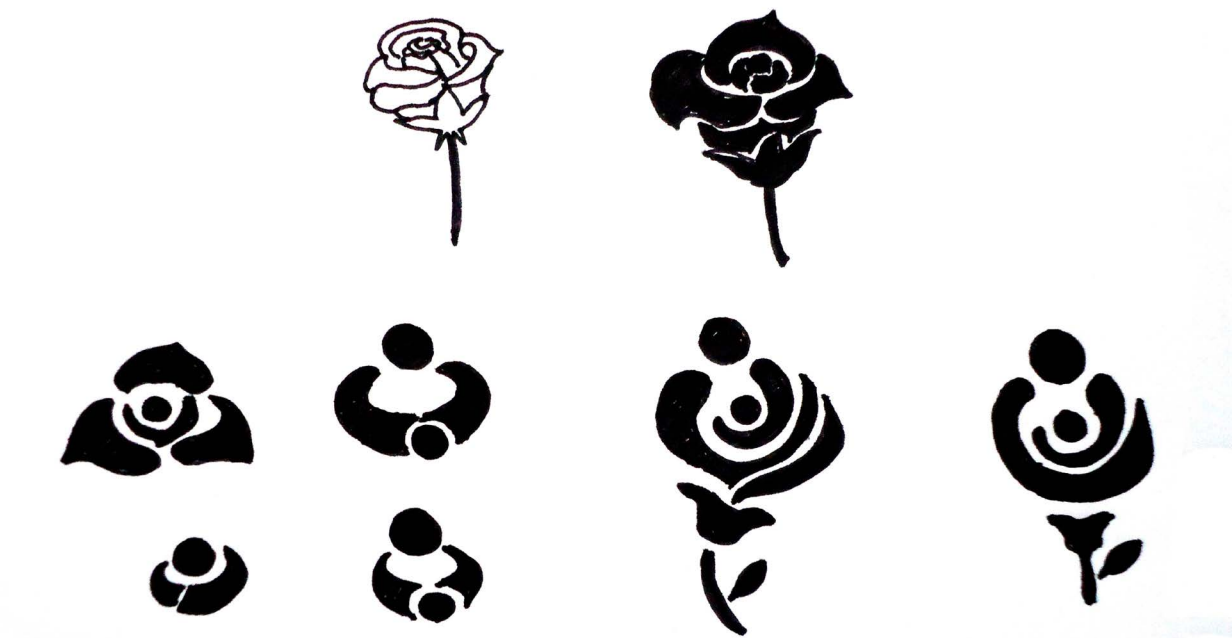


Imagen 62. Desarrollo conceptual



Imagen 63. Pruebas de color y envolvente



Imagen 64. Bceto final a color

La rosa blanca es un símbolo relacionado con José Martí surgido de las palabras de los siguientes versos:

*“Cultivo una rosa blanca
en junio como enero
para el amigo sincero
que me da su mano franca.
Y para el cruel que me arranca
el corazón con que vivo,
cardo ni ortiga cultivo;
cultivo la rosa blanca”* (Martí [en línea])

Tomando este elemento como concepto principal, se integro al símbolo de la rosa blanca la abstracción de la figura de una persona adulta con un niño unidos en un abrazo, representando el amor, protección y cuidado hacia la infancia que es parte fundamental en el trabajo de la institución y que a su vez se relaciona con el concepto de amistad entre los niños y José Martí. Todo esto se presenta contenido dentro de un círculo debido a el: “círculo infantil”, integrando así todos los elementos para crear una sola imagen.

Se eligieron los colores azul, amarillo, verde y naranja, buscando con ellos enfatizar la información visual de que se trata de una institución educativa a nivel pre-escolar.

El color azul es usado en una tonalidad oscura, que simboliza el concepto de institución y educación. También es usado para hacer referencia a un detalle sobre vida de José Martí, de que el solía vestir solo trajes en color negro o colores oscuros, pero dado a que estos son muy serios para los fines que se pretende, se optó por retomar el tono del traje con el cual está representado en el mural temático de este mismo proyecto.

Los colores: amarillo, anaranjado y verde, son usados en tonos vibrantes y encendidos, que representan la vitalidad, energía y alegría que caracteriza a los seres humanos en esta etapa de la vida, también son colores muy recurrentes en el ambiente y materiales utilizados en la institución.

El espacio en blanco generado por el uso del símbolo en versión negativa, hace referencia al concepto de la rosa blanca. Esta significación no podría ser perceptible en su versión positiva, por lo cual perdería el significado y coherencia que se pretende proyectar. (Imagen 65).



Imagen 65. Colores definidos

Se estableció una tipografía que refuerza al imagotipo al estar relacionada con los conceptos que se busca denotar; la tipografía Gill Sans da al nombre de la institución una gran legibilidad y leibilidad, gracias a sus trazos claros y sin remates, a su vez estos trazos sencillos se asemejan a las líneas básicas que reproducen los niños como base para su aprendizaje de la escritura. (Imagen 66).

Gill Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;.-_!?!' }\$%&/()<>ç[]

Imagen 66. Tipografía Gill Sans

Se crearon propuestas del uso del nombre de la institución en algunos tamaños y colores que pudieran apoyar a jerarquizar el contenido del nombre. (Imagen 67).

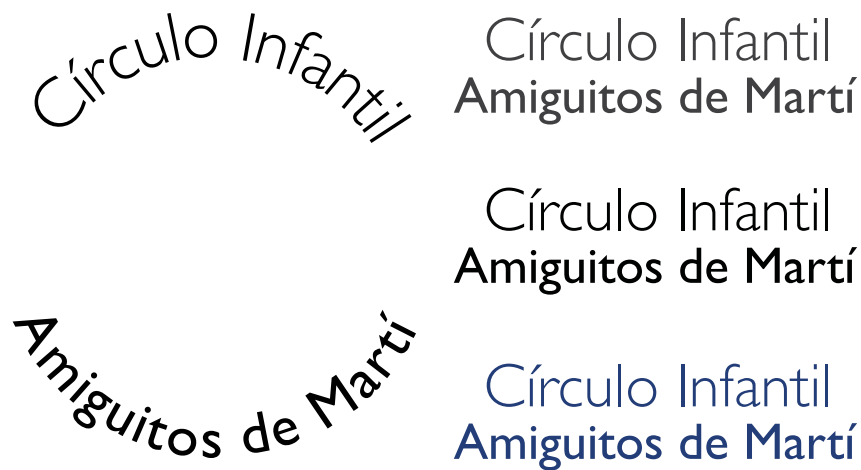


Imagen 67. Pruebas tipográficas

Es así como se obtuvo el siguiente resultado, usando el mismo color del envoltente del símbolo, para poder crear una unidad entre estos dos elementos y facilitar en algún momento su aplicación y reproducción del imagotipo. (Imagen 68).



Círculo Infantil Amiguitos de Martí

Imagen 68. Imagotipo definido

En conclusión, proponemos este símbolo como la solución gráfica obtenida a través del proceso de análisis y conceptualización gráfica, que refleja la esencia de la personalidad y del gran trabajo que la institución realiza para lograr el máximo desarrollo integral de los niños que son el futuro de este país

3.2 Sistema señalético

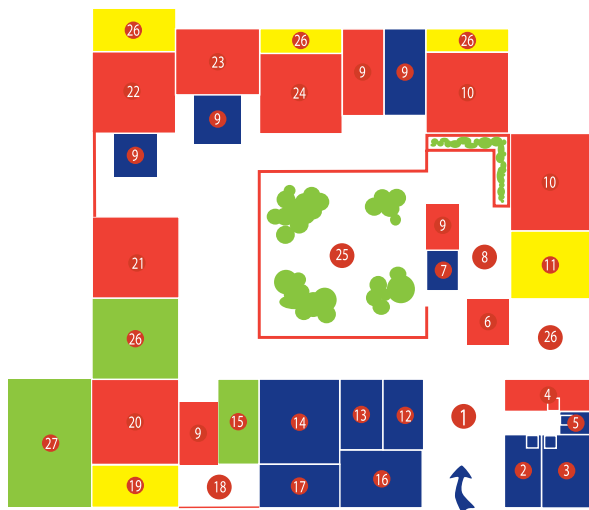
En el círculo infantil "Amiguitos de Martí" existe la necesidad de identificar los espacios por medio de elementos visuales, y que a su vez cumplan la función de orientar e informar dentro del lugar. Se pretende también, que este sistema de señales pueda ser usado como recurso de enseñanza por lo que parte de estas señales son basadas en elementos conceptuales de los cuentos de José Martí.

Los principales usuarios son los niños que diariamente se educan en el plantel, sus trabajadores y en determinados lugares los padres de familia.

Es así como se propone este sistema señalético, que es el resultado de un proceso de investigación y análisis de la información del lugar, esto para definir los elementos visuales, que en conjunto con tipografía y el color pudieran comunicar objetivamente la información y el mensaje que buscan transmitir.

Analizando la ubicación de las áreas del plantel, así como el flujo de usuarios de la institución dentro del mapa, se clasificaron los sitios que requieren señales con pictogramas; que son las que van dirigidas a los niños principalmente porque son pensadas para ser usadas como un recurso visual de refuerzo en su aprendizaje y las señales que solo cuentan con presencia tipográfica son eficientes, debido a que van dirigidas principalmente a los usuarios adultos. (Imagen 69).

Mapa circulo infantil "Amiguitos de Martí"



- | | | | |
|----|-----------------------------|----|-----------------------------|
| 1 | Vestíbulo | 14 | Cocina para trabajadores |
| 2 | Dirección | 15 | Lavandería |
| 3 | Gabinete Metodológico | 16 | Almacén de insumos |
| 4 | Enfermería | 17 | ☐☐ ☐☐ |
| 5 | Almacén | 18 | Patio de servicio |
| 6 | Computación | 19 | Area de sol 2do año de vida |
| 7 | Administración | 20 | Salón 2do año de vida |
| 8 | Comedor | 21 | Salón de música |
| 9 | Baño | 22 | Salón 6to año de vida |
| 10 | Salón 5to Año de Vida | 23 | Salón 4to año de vida |
| 11 | Area de sol 5to Año de Vida | 24 | Salón 3ro año de vida |
| 12 | Baño de trabajadores | 25 | Patio interior |
| 13 | Comedor de trabajadores | 26 | Area de juego |
| | | 27 | Huerto |

Señales de Texto

- Dirección
- Administración
- Baños trabajadores
- Comedor trabajadores
- Cocina trabajadores
- Patio de servicio
- Almacén
- Almacén de insumos

Señales Iconos

- Enfermería
- Computación
- Comedor
- Baños niños
- Baños niñas
- Salones
- 2° Los Zapaticos de Rosa (un balde y una pala)
- 3° La Muñeca Negra (la muñeca)
- 4° Meñique (acha, el pico,)
- 5° El camaron encantado (el camarón)
- 6° Nene Traviesa (un libro abierto con hoja rota)
- Área de sol
- 2°
- 5°
- Lavandería
- Salon de música
- Área de juegos
- Huerto

Imagen 69. Plano del plantel y clasificación

Las señales guardan ciertas características relacionadas con el imagotipo, esto para crear una familiaridad de las mismas y ser así identificadas como de propiedad del lugar. Las formas de los pictogramas, así como de los envoltentes, guardan trazos delgados y gruesos con terminaciones suaves para dar referencia a los conceptos de dinamismo y desarrollo. Estos elementos guardan características simplificadas que ayudan a ser de fácil reconocimiento para evitar confundir a sus interpretantes, así como para facilitar su reproducción y aplicación.

Al terminar ese análisis se presentaron los primeros bocetos, que muestran la variación de trazos que definen las formas simples en los pictogramas. (Imagen 70) (Imagen 71).

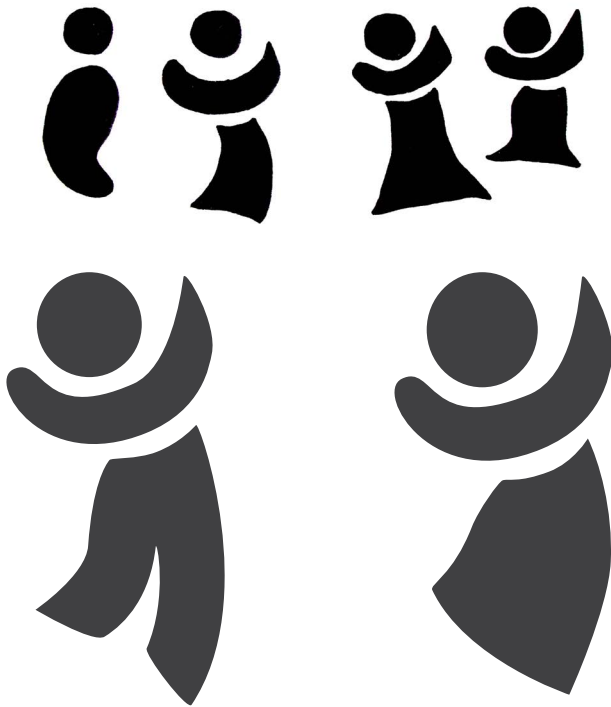


Imagen 70. Bocetos de Pictogramas.



Imagen 71. Bocetos digitales

La tipografía usada es Gill Sans en su variación bold, que por ser de trazos gruesos facilita la lectura de las palabras a largas distancias. (Imagen 72).



Imagen 72. Muestras de señales

Las señales que identifican a los salones de clase, fundamentan su conceptualización en los cuentos del libro “La edad de oro”. Este grupo de señales contienen un ícono de los objetos que guardan relación con cada cuento del libro. Por ejemplo, el salón del cuento de meñique tiene un pictograma de un hacha y un pico, estos elementos son de gran relevancia dentro de la historia, por lo cual pueden ser identificados rápidamente con la misma. (Imagen 73).



Imagen 73. Señales para cada salón de clase

La clasificación de las señales se definió de la siguiente manera.



Se generó un manual donde se especifican los parámetros que deben tomarse en cuenta en el momento de producir las señales, indicaciones y recomendaciones para su correcta aplicación, para permitir que este sistema señalético tenga la posibilidad de transmitir su información contenida con la eficiencia requerida. Dentro del mismo manual se sugiere el uso de ciertos materiales como tintas y soportes, que son de fácil adquisición en el lugar y el tipo de adosamiento que puede usarse para colocarlas en su respectivo sitio.

En conclusión todo el sistema señalético quedó definido bajo una clasificación tipográfica, iconográfica y de color para ser un recurso visual de información, orientación, refuerzo educativo y personalidad de esta institución y que es parte fundamental de la identidad gráfica que se busca dar a este lugar.

3.3 Mural temático

Parte del trabajo de este proyecto de tesis se ha dedicado a la creación de un mural temático, donde se representen los personajes de los cuentos del libro "La Edad de Oro" del ilustre maestro cubano José Martí, con el objetivo de fortalecer los lazos de pertenencia entre los niños y esta institución que lleva su nombre, para que, al mismo tiempo sea un recurso visual que refuerce las enseñanzas que los niños reciben en su plan de estudios, logrando ser una expresión de personalidad del plantel.

Como parte de los grandes esfuerzos que la planta docente ha hecho para llevar a cabo su labor educativa en el Circulo Infantil "Amiguitos de Martí" han creado por si mismos el material didáctico con el cual refuerzan sus clases. Sin embargo dado a la carencia de recursos materiales y económicos, estos son insuficientes.



Imagen 74. Material didactico usado en la institución

En la investigación realizada analizó el tipo de ilustración al cual los niños en Cuba están familiarizados. Las representaciones de los personajes que se utilizan en el plantel son las mismas que aparecieron en la primera edición del libro. Estas ilustraciones estas realizadas con la técnica de grabado, teniendo alto grado de detalle. Las representaciones de aquel entonces buscaban ser coherentes con el nivel de vida y la vestimenta que se utilizaba en esa época, quedando rezagados en este aspecto para nuestra actualidad. (Imágenes 74-78).



Imagen 75. Cuento "Los zapaticos de Rosa"



Imagen 76. La muñeca negra

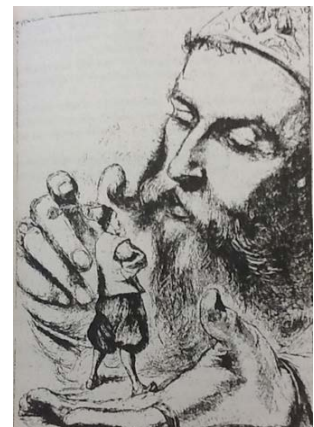


Imagen 77. Meñique



Imagen 78. Nené Traviesa

Otro factor analizado es el acervo visual al que los niños están familiarizados a ver fuera del plantel, esto refiriéndose al material visual creado para ellos. Las caricaturas o programas de televisión como y "Cicilín y Coti", "Elpidio Valdés", "Chuncha", "El negrito cimarrón" (ver imágenes 7-10) por mencionar algunos; buscan reforzar los valores que se les enseñan en las escuelas y dentro del núcleo familiar. Todas conservan un nivel de abstracción bajo careciendo así de proporcionalidad en las formas humanas y animales con poco detalle; los colores se mantienen sólidos y opacos. Son recurrentes el uso de figuras retóricas como la prosopopeya, con la que se atribuyen cualidades humanas a los animales como lo son las expresiones faciales humanas del estado de ánimo, la voz propia, el habla y pensamiento propio, e incluso manos. En el caso de la caricatura actual de "Meñique" se ha dado un gran paso hacia la ilustración digital, los personajes cuentan con un nivel más detallado en su representación, los colores que esta técnica de ilustración permiten son más vivos y con degradados. (Imágenes 79-83).



Imagen 80. "Cicilín y Coti"



Imagen 81. "Cabalgando con Epilio Valdés"



Imagen 79. "meñique: una aventura mágica"



Imagen 82. "Chuncha"



Imagen 83. "El negrito cimarrón"

Teniendo definido el nivel de abstracción ideal, se inició el proceso de bocetaje donde primero se buscó reflejar el concepto de círculo infantil, la representación de la figura de José Martí, la conceptualización de cada uno de los personajes principales de los cuentos de “La edad de oro”, y del paisaje cubano.

Para el primer aspecto, se basó en un acervo visual de la convivencia de los niños en el círculo infantil. Se observaron las características de sus rasgos físicos y de la variedad de razas que coexisten en este lugar. (Imágenes 84-85).



Imagen 84. Niños de 2 años en el Círculo



Imagen 85. Actividades recreativas

La figura de José Martí es un aspecto importante del proyecto, por lo cual se reunió un acervo visual de obras que fueran referencia de la percepción que los ciudadanos tienen de este importante personaje. (Imágenes 86-87).



Imagen 86. Estatua de José Martí en el centro de Camagüey

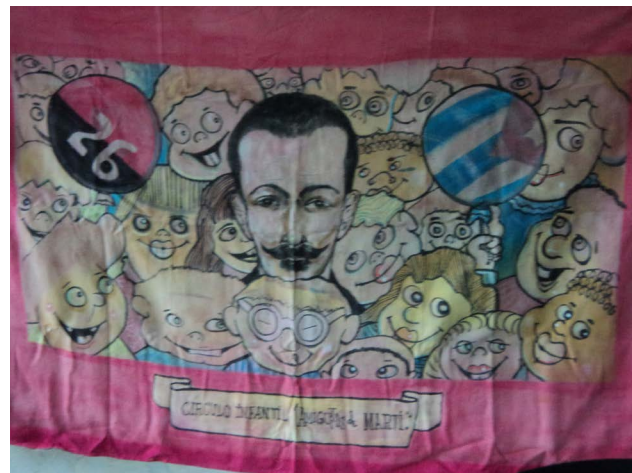


Imagen 87. Bandera actual del círculo infantil

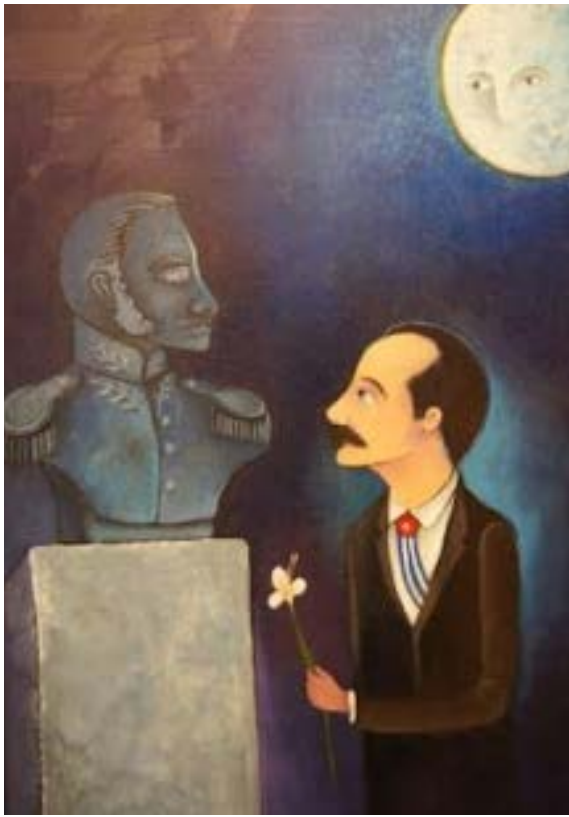


Imagen 88. "Martí, Vicente Rodríguez Banochea

Parte del acervo visual que se recolectó, se tomó de la exposición "Cubanos pintan a Martí" donde la admiración por su obra y vida inspiró la creación de estas obras. Dentro de toda esta colección se seleccionaron aquellas que pudieran acercarse más a la percepción de un público infantil. (Imágenes 88-90).

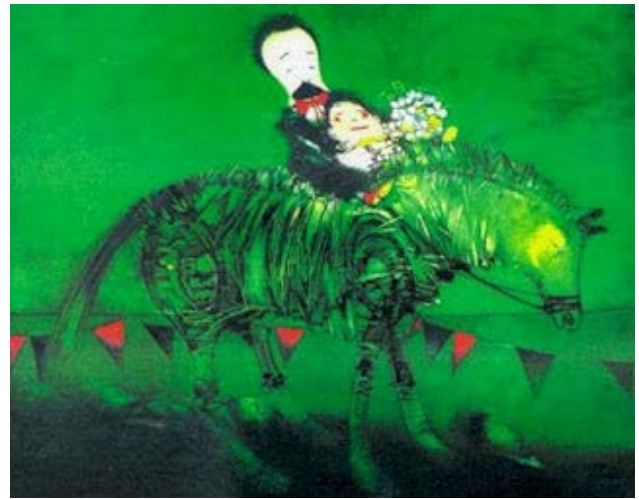


Imagen 89. "Martí", Pedro Pablo Oliva



Imagen 90. "Martí", Carlos Guzman

Analizando toda esta información, se realizaron propuestas de ilustración con tres diferentes niveles de abstracción y se determinó que el nivel medio de abstracción cumple mejor con los objetivos planteados ya que se adapta mejor a la percepción actual de los niños y logra así captar su atención, enriqueciendo su visión de estos cuentos. (Imágenes 91-92).

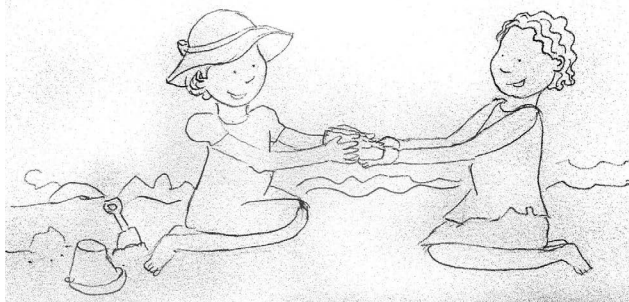


Imagen 91. Pruebas de abstracción alto y medio



Imagen 92. Primer boceto de círculo infantil y José Martí

A partir de este análisis, se pretendió reflejar una escena característica de cada cuento, que fuera diferente a las ya recurridas, pero que al mismo tiempo manifestar la enseñanza principal que se trata de instruir a los niños. (Imágenes 93-95).



Imagen 93. Boceto del cuento "La muñeca negra"



Imagen 94. Boceto del cuento "Nené traviesa"



Imagen 95. Boceto del cuento "Meñique"



Imagen 96. Primer boceto del mural completo

Se incluye la bandera cubana que es un símbolo que no puede faltar, representando el concepto del patriotismo y pertenencia que siempre está presente en la vida de los ciudadanos. Así mismo se representa la figura de José Martí en convivencia de los niños, cada uno de ellos representando su género y la diversidad de razas que existen en Cuba, esto para que los niños puedan identificarse y percibir a este importante personaje como alguien más cercano a ellos. Dentro del mural, se representa parte del paisaje cubano, para que las personas a las cuales está dirigida esta obra lo identifiquen con el lugar donde habitan. Con respecto a la representación de los personajes de los cuentos, se trata de plasmarlos

en diferentes posiciones a las que los niños están acostumbrados buscando así, dar una percepción diferente a lo que ellos ya identifican.

El mural está pintado en una manta de 4 por 1.50 metros, con pinturas acrílicas, para conservar la esencia de lo que el muralismo en sí mismo representa. Para su elaboración se contó con la participación de niños, que entran dentro del rango de edad de los que son atendidos en el círculo infantil, con el propósito de conseguir una visión más enfocada a este público. (Imágenes 96-100).



Imagen 97. Segundo boceto del mural



Imagen 98. Tercer boceto del mural

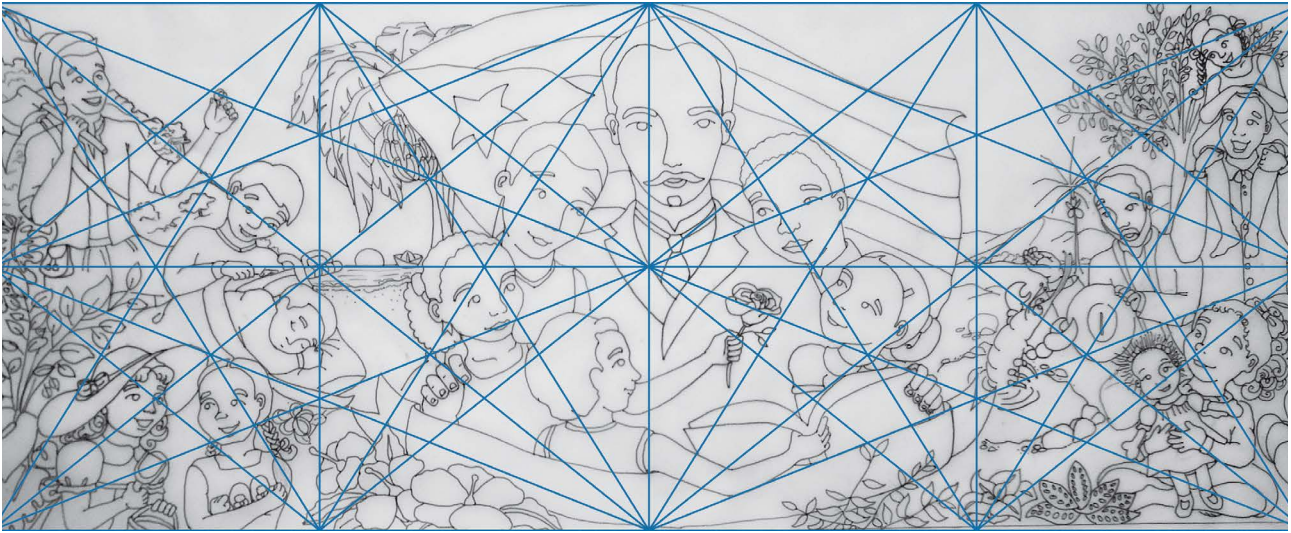


Imagen 99. Boceto final con retícula



Imagen 100. Boceto final del mural

Teniendo el boceto final, se empezó con el proceso de elaboración del mural. Se preparó la tela con una base de pintura vinílica blanca, por ambos lados. (Imagen 101).



Imagen 101. Preparación de la tela

Habiendo secado, se adosó a una pared, y se trazaron todas las líneas de la retícula, con ayuda de un tira líneas. (Imagen 102).



Imagen 102. Trazado de la retícula sobre el lienzo

El siguiente paso fue proyectar el boceto hacia la loneta, con el uso de un proyector de cuerpos sólidos. Haciendo coincidir las líneas del dibujo con las trazadas en el mural, y delineando cada dibujo del mural. (Imágenes 103-104).



Imagen 103. Proyección y copiado de la imagen



Imagen 104. Proyector de cuerpos sólidos

Teniendo el trazado del boceto en escala real, se pasó a pintar los terceros planos del proyecto, en este caso, se inició pintando el cielo, que pasó de ser en un inicio, de colores oscuros y rojizos, a un azul celeste que armonizó de mejor manera con el contexto infantil. (Imágenes 105-111).



Imagen 105. Pruebas de color para el cielo



Imagen 106. Segunda prueba para el cielo

Los siguientes elementos a ser pintados, fue la vegetación y parte del paisaje cubano, que hará que los niños identifiquen al lugar como su país.



Imagen 107. Imagen vegetación



Imagen 108. Pruebas de color en vegetación



Imagen 109. Pintura "Meique"



Imagen 110. Pintura "La muñeca negra"

Los personajes fueron pintándose de manera consecutiva, buscando que la gama de colores fuera armónica y de tonos brillantes.

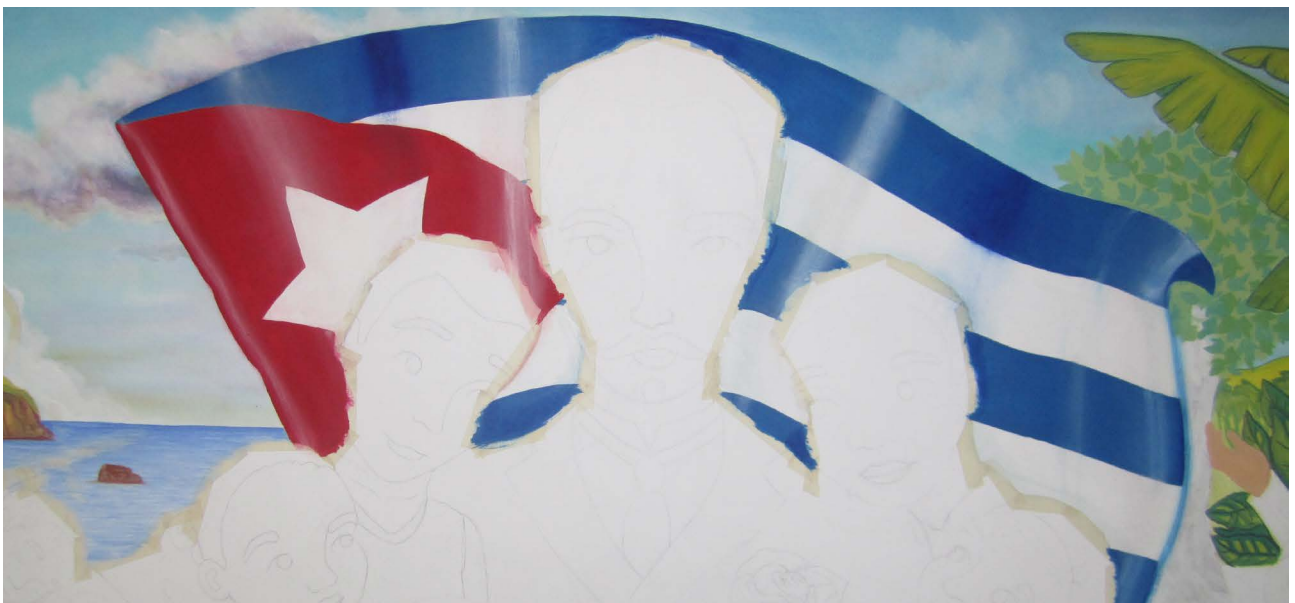


Imagen 111. Proceso de la bandera de Cuba

El último proceso culminó con la cinta que contiene el nombre de la institución. Se trazaron las letras a mano alzada, después de haber calculado su posición.

El resultado final, refleja un ambiente armónico de convivencia entre niños de diferentes edades y razas que representan cada uno a la diversidad que existe en este país. Al mismo tiempo se crea un círculo que rodea a José Martí, haciendo referencia a la institución, que basa sus enseñanzas en torno a su obra "La edad de oro" libro que está representado y sostenido de la mano del maestro y de uno de los niños más pequeño de la escena. La rosa blanca, símbolo del maestro, toca el corazón de manos de una niña del grupo.

Los personajes rodean la escena, cada uno mirando hacia el interior del mural:

Meñique: representado en el mural con su hacha y picos encantados, sostiene en su mano derecha la nuez encantada.

Bebé y el Señor don Pomposo: la escena donde bebé coloca el sable que le fue regalado junto a su primo que duerme, hace referencia a la enseñanza de que los niños tienen que aprender a compartir lo que tienen.

Los zapaticos de rosa: la misma lección aplicada en el cuento anterior; compartiendo sus zapatos con aquella niña que nunca había tenido unos.

Nené traviesa: Este cuento narra que cada vez que su padre llegaba a casa, ella salía a su encuentro y volvían cargada en sus hombros cantando el himno nacional. Fue elegida esta escena por también describir la enseñanza de amor y obediencia hacia los padres.

El camarón encantado: Se representa al personaje Loppi reclinado hacia un charco como diciendo su frase representativa: "camaroncito duro, sácame del apuro" con el fin de que el camarón encantado pueda darle todos los caprichos que su esposa Masicas le mandaba a pedir.

La muñeca negra: Se muestra a Piedad abrazando a su muñequita Leonor, que adora sobre todas las cosas, y que prefiere sobre cualquier otro juguete o muñeca. Representa el amor y la no preferencia de razas.


Se complementan los espacios entre los personajes con vegetación de origen tropical, creando a su vez una separación visual entre ellos. La bandera cubana ondeando tras la figura de Martí haciendo referencia al patriotismo que se fomenta en todo lugar del país. (Imagen 112.).



Imagen 112. Mural culminado

Capítulo IV

Propuesta Gráfica

An illustration featuring a central man with a mustache, wearing a dark suit and tie, looking forward. He is surrounded by several children of diverse ethnicities. To the left, a young girl with dark skin and curly hair looks up at him. In the center, a boy with light skin and blonde hair looks towards the man. To the right, a boy with dark skin looks towards the man. In the foreground, a girl with red hair and a pink shirt looks up at the man. They are all holding a large flag with horizontal stripes of blue, white, and red, and a white star on a red triangle. The background is a soft, light yellowish-green.

“... Y ahora nos juntaremos, el hombre de La Edad de oro y sus amiguitos, y todo en coro, cogidos de la mano, les daremos gracias de corazón, gracias como de hermano a las hermosas señoras y nobles caballeros que han tenido el cariño de decir que La Edad de Oro es buena...”

José Martí

4.1 Resultado imagotipo



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí



4.2 Resultado señalética



Conclusión

El proyecto realizado fue un reto que se cumplió, superando los obstáculos de la brecha tecnológica entre nuestros dos países. Se buscó que no solo quedara en una investigación y propuesta, sino que también se pudiera aplicar, al momento de brindar los materiales gráficos del sistema señalético, mural temático, bandera y letrero exterior para ser usados en la institución, asegurando su aplicación y teniendo la posibilidad de comprobar la hipótesis. La colaboración, interés y el apoyo de la asesora de Cuba, la profesora Cristina Balbis, nos ayudó a obtener la información necesaria para desarrollar este proyecto. Cabe destacar la participación del maestro muralista Miguel Ángel Enríquez Ávila y sus valiosas aportaciones en el proceso de planeación y asesoramiento para realización del mural temático.

Todo este material es donado a la institución con lo que pretendemos ayudar a que se cumplan los objetivos que tiene como misión y a su vez reconocer el gran esfuerzo que diariamente realizan las personas que laboran en el plantel.



Referencias

Bibliografía

- Asencio, F., (2007). La pintura al temple. Biblioteca atrium de la pintura, Pintura decorativa tomo 3.
- Asencio Cever Francisco, (2007). Pinturas plásticas.
- Asencio Cever Francisco, (2007). Pinturas al silicato.
- Capriotti, Paul. (2006) La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada., 1-30.
- Costa J. (1987) Señalética. Definición de la señalética.,
- Costa J. (1987) Señalética. Historia de la Señalética.
- Costa, J. (1992). Comunicación Corporativa y Ciencias Sociales.
- Costa, J. (1991). Identidad Corporativa y estrategia de empresa.
- Chaves, N. (1990.) Imagen Corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional.
- Christensen, L. y S. Askegaard (2001). "Corporate Identity and Corporate Image.
- Enriquez Ávila J. Miguel Ángel (2003). " El pensamiento vasconcelista y el temprano muralismo postrevolucionario: ¿ruptura o continuidad?.
- Gowing L. & Bordman J., Pickvance R., Steer J., Zamecki G., Evans M., Gray B. Lynton N., (1994). La pintura. Enciclopedia de las Bellas Artes Tomo I.
- Junquera J., Morales J. (2001). Los muralistas mexicanos. Historia Universal de la pintura.
- Junquera, Morales J. (2001). El arte rupestre. Historia Universal de la pintura.
- Junquera, Morales, J. (2001). La pintura en las civilizaciones prehelénicas. Historia Universal de la pintura.
- Revisited: a Semiotic Perspective. European Journal of Marketing.
- Fernández, Souto, AB., (2008). La imagen corporativa en los ecosistemas comunicativos locales.
- Frutiger; Adrian (2004). Signos, Simbolos, Marcas y Señales.
- Peirce, C. (1985). Logic as Semiotic; the Theory of Signs", en R. Innis. Semiotics.
- An Introductory Anthology. Bloomington.
- Schultz, A. (1974). El problema de la realidad social, Amorrortu.
- Sotelo Enriquez, C., (2001) Introducción a la comunicación institucional.
- Triadó J., Delgado, T, Acosta P., (1998). El muralismo mexicano. Historia del Arte.
- Vander Zarden, J. (1989) Manual de psicología social, Paidós.

Referencias electrónicas

- CubaEduca (n.d.) Antecedentes del programa educa a tu hijo. Extraído el 6 de Julio de 2012 desde http://preescolar.cubaeduca.cu/index.php?option=com_content&view=article&id=85%3A-isabes-como-soy-4-5&catid=80&Itemid=6
- EcuRed (2010, 1 de Abril) Creación de círculos infantiles. Extraído el 6 de Julio de 2012 desde http://www.ecured.cu/index.php/C%C3%ADrculo_infantil
- EcuRed (2010) René Portocarrero. Extraído el 13 de septiembre de 2012 desde <http://www.ecured.cu/index.php/René-Portocarrero>
- EcuRed (2010) Amelia Peláez. Extraído el 13 de septiembre de 2012 desde <http://www.ecured.cu/index.php/Amelia-Peláez>
- EcuRed (2010) Mariano Rodríguez. Extraído el 13 de septiembre de 2012 desde <http://www.ecured.cu/index.php/Mariano-Rod%C3%ADguez>
- EcuRed (2010) Wilfredo Lam. Extraído el 13 de septiembre de 2012 desde <http://www.ecured.cu/index.php/Wilfredo-Lam>
- EcuRed (2010) Luis Martínez Pedro. Extraído el 13 de septiembre de 2012 desde <http://www.ecured.cu/index.php/Martínez-Pedro>
- EcuRed (2010) Alfredo Sosabravo. Extraído el 13 de septiembre de 2012 desde <http://www.ecured.cu/index.php/Sosabravo>
- Galería Cubarte (2011) Muralismo cubano. Extraído el 17 de septiembre de 2012 desde <http://www.galeriacubarte.cult.cu/muralismo-cubano>
- IMGBiblio.Vaneduc (2003) Imagen Corporativa. Extraído el 17 de Septiembre de 2012 desde <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC048670.pdf>
- RRPPnet (2001.) Portal de Relaciones Públicas Argentinas. Extraído el 17 de Septiembre de 2012 desde <http://www.rppnet.com.ar/imagencorporativa2.htm>
- Taller5a (2010) Imagen Corporativa por Joan Costa. Extraído el 17 de Septiembre de 2012 desde <http://taller5a.files.wordpress.com/2010/02/imagen-corporativa-por-joan-costa.pdf>
- UJI.ES (2008) De la identidad corporativa a la identidad visual corporativa, un camino necesario. Extraído el 17 de Septiembre de 2012 desde <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi9/publ/5.pdf>
- UNNOBA (2008) Diseño de comunicación gráfica y tecnológica. Extraído el 2 de octubre de 2012 desde <http://www.diseño.unnoba.edu.ar/wp-content/uploads/senaletica.pdf>
- UNLP (2008) Muralismo. Extraído el 12 de septiembre de 2012 desde http://www.fba.unlp.edu.ar/muralismo/lacatedra_presentacion.html
- UNAM, IIE (2004) Pintura mural prehispánica. Extraído el 19 de septiembre de 2012 desde <http://www.pinturamural.esteticas.unam.mx>
- UNESCO (2006) Cuba programa de atención y educación de la primera infancia. Extraído el 6 de Julio de 2012 desde <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001480/148099s.pdf>
- UNESCO World Data on Education (2006) Principios y objetivos generales de la educación. Extraído el 6 de Julio de 2012 desde http://www.oei.es/pdfs/Cuba_datos2006.pdf

Uvigo.es (2002.) La imagen corporativa en los ecosistemas comunicativos locales. Extraído el 17 de Septiembre de 2012 desde

<http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCIQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwebs.uvigo.es%2Fabfsouto%2FIDENTIDAD%2F520CORPORATIVA.doc&ei=evdhUNjjA4iOrQHM-IGwBA&usg=AFQjCNFqpc9edW2WnpDun4Q3VZYQVnmlLA&sig2=3q-cZpEfugVEQSn8UVx3bQ>

Referencias imágenes

Imagen 1.- Organización político-administrativa, (En línea). Disponible en: http://www.ecured.cu/index.php/Archivo:Mapa_provincias_cubanas.jpg

Imagen 2.- Provincia de Camagüey, Cuba, (En línea). Disponible en: http://www.ecured.cu/index.php/Archivo:Ubicacion_Camaguey.gif

Imagen 3.- Retrato José Julian Martí Pérez, (En línea): Disponible en: <http://sergioskina.blogspot.mx/2010/09/jose-marti.html>

Imagen 4.- Señales rusticas, Costa J. (1987). Señalética.

Imagen 5.- Señalética de orientacion, (En línea). Disponible en: <http://ve-cibsenalctica.blogspot.mx/>

Imagen 6.- Tipos de señales, (En línea). Disponible en: <http://issalibelula.com/2008/05/vectores-de-senales/>

Imagen 7.- Colores en la señales, (En línea). Disponible en: <http://bitkarolinag.blogspot.mx/2011/04/ejemplos-lectura-expresividad-cromatica.html>

Imagen 8.- Pictogramas, Costa J. (1987), Señalética

Imagen 9.- Tipografía, Costa J. (1987). Señalética

Imagen 10.- Estructura de señales, Costa j. (1987). Señalética

Imagen 11.- Kar, Ida, La mirada bohemia, Ida Kar, (En línea). Disponible en: <http://delahabanalcielo.blogspot.mx/2011/09/la-mirada-bohemia-ida-kar.html> (2011, 19 de septiembre).

Imagen 12.- buenos días con poesía, (En línea). Disponible en: http://buenosdiasconpoesia.blogspot.mx/2009_03_01_archive.html (2009, 31 de marzo).

Imagen 13.- Taller de creación literaria, (En línea). Disponible en: http://tallerdecreacionliteraria.blogspot.mx/2007_07_01_archive.html (2007, 31 de julio).

Imagen 14.- Portocarrero, René, (1958) A.M.D.Y. Gallery, (En línea). Disponible en: <http://www.artnexus.com/ArtPiece.aspx?ArtPiecelid=8801> (2012, 3 de abril).

Imagen 15.- Berestein (1958) Una mirada en retrospectiva, (En línea). Disponible en: http://www.lajiribilla.cu/2011/n515_03/515_07.html (2011, 25 de marzo).

Imagen 16.- Rigor, Jorge: Amelia Peláez, exposición retrospectiva, Museo Nacional de Bellas Artes, La Habana, (1968, 14 de noviembre).

Imagen 17.- Pogolotti, Graziella, introducción del libro de María Elena Jubrías: Amelia Peláez. Cerámica, Ediciones Vanguardia Cubana, Escandón impresores, Sevilla, 2008, p. 11.

Imagen 18.- J.C, Irma (2009, 17 de abril), Mural frutas cubanas. (En línea). Disponible en: <http://www.ecured.cu/index.php/Archivo:MuralFrutasCubanas.jpg>, (2009, 17 de abril). (2011, 16 de junio).

Imagen 19.- Rodríguez, Mariano (1989), (En línea). Disponible en: http://www.ecured.cu/index.php/Mariano_Rodr%C3%ADguez (1998).

Imagen 20.- Consejo nacional artes plásticas (2011), (En línea). Disponible en: <http://www.cnap.cult.cu/aniversarios/mariano-rodriguez>.

Imagen 21.- Consejo nacional artes plásticas (2011), (En línea). Disponible en: <http://www.cnap.cult.cu/aniversarios/mariano-rodriguez>.

Imagen 22.- Dos contra una, (En línea) Disponible en: <http://blogs.20minutos.es/madreconadolescentes/> (2009, 24 de febrero)

Imagen 23.- Lam, Wilfredo. (En línea) Disponible en: <http://www.wifredolam.net/> (2004).

Imagen 24.- Art by Wilfredo Lam, (En línea) Disponible en: <http://www.matta-art.com/lam/lam.htm> (2003).

Imagen 25 - Museum of modern art, the jungle (2009), (En línea) Disponible en: http://The_Jungle'.gouacheonpaperpaintingbyWifredoLam,1943,MuseumofModernArt.jpg/

Imagen 26.- Private coll., Paris, (En línea) Disponible en: <http://www.matta-art.com/lam/lam.htm> (2013)

Imagen 27.- Martínez Pedro, Luis (1980), (En línea) Disponible en: www.Ecured.cu (2013)

Imagen 28.- (En línea) Disponible en: Cubarte (2006), Galería Luis Martínez Pedro (En línea) Disponible en: http://www.galeriacubarte.cult.cu/g_obras (2006).

Imagen 29.- (En línea) Disponible en: Cubarte (2006), Galería Luis Martínez Pedro (En línea) Disponible en: http://www.galeriacubarte.cult.cu/g_obras (2006).

Imagen 30.- Cubarte (2006), Galería Luis Martínez Pedro (En línea) Disponible en: http://www.galeriacubarte.cult.cu/g_obras (2006).

Imagen 31.- González Martínez, Raúl. Biografía (2009). (En línea) Disponible en: www.ecured.cu (2013)

Imagen 32.- Magnan Metz Gallery. (En línea) Disponible en: <http://guity-novin.blogspot.mx/2011/05/art-of-posters-in-cuba.html>. (2006).

Imagen 33.- Beltrán, César. Pop y revolución (2011), (En línea) Disponible en: <http://www.penultimosdias.com/2007/08/04/pop-y-revolucion-los-80-anos-de-raul-martinez/> (2011).

Imagen 34.- Martínez. Raúl, 1966. (En línea) Disponible en: www.elmensajero diario.ar (2005).

Imagen 35.- Sosabravo, Alfredo (1985), (En línea). Disponible en: http://www.ecured.cu/index.php/sosabravo_alfr%C3%ADedo (2012).

Imagen 36.- Sosabravo, Alfredo (En línea) Disponible en: <http://www.cernudaarte.com/artists/alfredo-sosabravo/> (2006)

Imagen 37.- Nórido, Yuris (2010) Micro-crónicas: Sosabravo (En línea) Disponible en: <http://yurisorido.blogspot.mx/2010/10/sosabravo-80.html> (2010, 24 de octubre)

Imagen 38.- Sosabravo, Alfredo. Vivencias plásticas (En línea) Disponible en: <http://goyo-vigil.blogspot.mx/2010/07/alfredo-sosabravo-1930-espiando-al.html> EL FRESCO

Imagen 39.- O'Higgins, Pablo (1960), Teatro José Rubén Romero, Universidad Michoacana, Morelia, Michoacán (2010). (En línea) Disponible en: <http://islamorientecom/node/16493> / (1999)

Imagen 40.- Ríos Rocha, Ernesto (2012) Una Universidad de talla mundial, Biblioteca César Pérez García Universidad Cooperativa de Colombia, Sede Neiva. (En línea). Disponible en: <http://www.mirartegaleria.com/2012/06/mural-universidad-cooperativa-de.html> (2004)

Imagen 41.- Clemente Orozco, José (1948), Alegoría Nacional, Teatro al aire libre de la Escuela Nacional de Maestros, Ciudad de México (En línea) Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2010/08/20/sociedad/040n1soc> (2013)

Imagen 42. Florit, Alberto (1962) Hábitat y política social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina. (En línea) Disponible en: <http://www.banoticias.com/nota.php?id=850> (2007)

Imagen 43.- Entes y Pésimo, (2012) Murales ambientales, Boulevard 5 de mayo, Puebla, Puebla, México. (En

línea) Disponible en: <http://subterranosmx.wordpress.com/2012/10/17/entes-pesimo/>, (2012).

Imagen 44.- Imagotipo, Colegio ADA, Hernández, Misael (2012)

Imagen 45.- Imagotipo, Preescolar aprendo. (En línea). Disponible en: <https://twitter.com/AprendoGuate>

Imagen 46.- Imagotipo, Preescolar retoños. (En línea). Disponible en: <http://retonospreescolar.blogspot.mx/>

Imagen 47.- Hernández, Misael (2012). "Señales BCU, BUAP"

Imagen 48.- Hernández, Misael (2012). "Señales BCU, BUAP"

Imagen 49.- Hernández, Misael (2012). "Señales BCU, BUAP"

Imagen 49.- Hernández, Misael (2012). "Señales BCU, BUAP"

Imagen 50.- Hernández, Misael (2012). "Señales BCU, BUAP"

Imagen 51.- Hernández, Misael (2012). "Señales CCU, BUAP"

Imagen 52.- Hernández, Misael (2012). "Señales CCU, BUAP"

Imagen 53.- Hernández, Misael (2012). "Señales CCU, BUAP"

Imagen 54.- Hernández, Misael (2012). "Señales Museo Universitario de la BUAP"

Imagen 55.- Hernández, Misael (2012). "Señales Museo Universitario de la BUAP"

Imagen 56.- Hernández, Misael (2012). "Señales Museo Universitario de la BUAP"

Imagen 57.- Calderón, Monserrat (2012). "Mural Defensores de la República"

Imagen 58.- Mural de la unidad Educativa Japapina, La Paz, Bolivia. (En línea). Disponible en: <http://josenachovargas.jimdo.com/murales/>

Imagen 59.- Niños pintando. (En línea). Disponible en: <http://josenachovargas.jimdo.com/murales/>

Imagen 60.- Mural en la escuela ruralzapatiata, Chiapas, México, Enríquez, Miguel Ángel. (2005).

Imagen 61.- Calderón, Monserrat (2013).

Imagen 62.- Hernández, Misael (2013).

Imagen 63.- Calderón, Monserrat (2013).

Imagen 64.- Calderón, Monserrat (2013).

Imagen 65.- Calderón, Monserrat (2013).

Imagen 66.- Hernández, Misael (2013).

Imagen 67.- Hernández, Misael (2013).

Imagen 68.- Calderón, Monserrat (2013).

Imagen 69.- Hernández, Misael (2013).

Imagen 70.- Hernández, Misael (2013).

Imagen 71.- Hernández, Misael (2013).

Imagen 72.- Calderón, Monserrat (2013).

Imagen 73.- Hernández, Misael (2013).

JUSTIFICACIÓN DE MURALISMO

Imagen 74.- Calderón Monserrat. (2012). Material didáctico actual en la institución.

Imagen 75.- Los zapaticos der rosa. La edad de oro, cuarta reimpresión Editorial gente nueva (2005, Mayo)

Imagen 76.- La muñeca negra. La edad de oro, cuarta reimpresión Editorial gente nueva (2005, Mayo)

Imagen 77.- Meñique y el gigante. La edad de oro, cuarta reimpresión Editorial gente nueva (2005, Mayo)

Imagen 78.- Nené traviesa. La edad de oro, cuarta reimpresión Editorial gente nueva (2005, Mayo)

Imagen 79.- Cecilín y coti. Serie de Tv. (1980) (En línea) Disponible en: <http://www.filmaffinity.com/es/film852908.html>

Imagen 80.- Cabalgando con Elpidio Valdés. (En línea) Disponible en: http://www.lajiribilla.cu/2006/n277_08.html

Imagen 81.- Meñique, una aventura mágica. (En línea) Disponible en: http://www.lajiribilla.cu/2009/n415_04/415_06.html

Imagen 82.- Chuncha. (En línea) Disponible en: <http://www.cinematotecacubana.com/scripts/prodView.asp?idproduct=615>

Imagen 83.- El negrito cimarrón. Nuestra infancia en Cuba (En línea) Disponible en: <http://nuestrainfanciaencuba.jimdo.com/videos/munequitos-cubanos/el-negrito-cimarron/>

Imagen 84.- niños desayunando en el círculo infantil. (En línea) Disponible en:

Imagen 85.- niños en sus actividades educativas. (En línea) Disponible en:

Imagen 86.- Calderón, Monserrat. (2012). Estatua de José Martí en plaza pública de Camagüey.

Imagen 87.- Calderón, Monserrat. (2012). Bandera usada actualmente en el círculo infantil.

Imagen 88.- Rodríguez Banocheo, Vicente. Martí. Exposición cubanos pintan a Martí. (En línea) Disponible en:

Imagen 89.- Oliva, Pedro. Martí. Exposición cubanos pintan a Martí. (En línea) Disponible en:

Imagen 90.- Guzmán, Carlos. Martí. Exposición cubanos pintan a Martí. (En línea) Disponible en:

Imagen 91.- Calderón, Monserrat (2013). Pruebas de niveles de abstracción alto y medio.

Imagen 92.- Calderón, Monserrat (2013). Primer boceto Martí y los niños.

Imagen 93.- Calderón, Monserrat (2013). Boceto del cuento “la muñeca negra”.

Imagen 94.- Calderón, Monserrat (2013). Boceto del cuento “Meñique”.

Imagen 95.- Calderón, Monserrat (2013). Boceto del cuento “Nené traviesa”.

Imagen 96.- Calderón, Monserrat (2013). Primer boceto del mural.

Imagen 97.- Calderón, Monserrat (2013). Segundo boceto del mural.

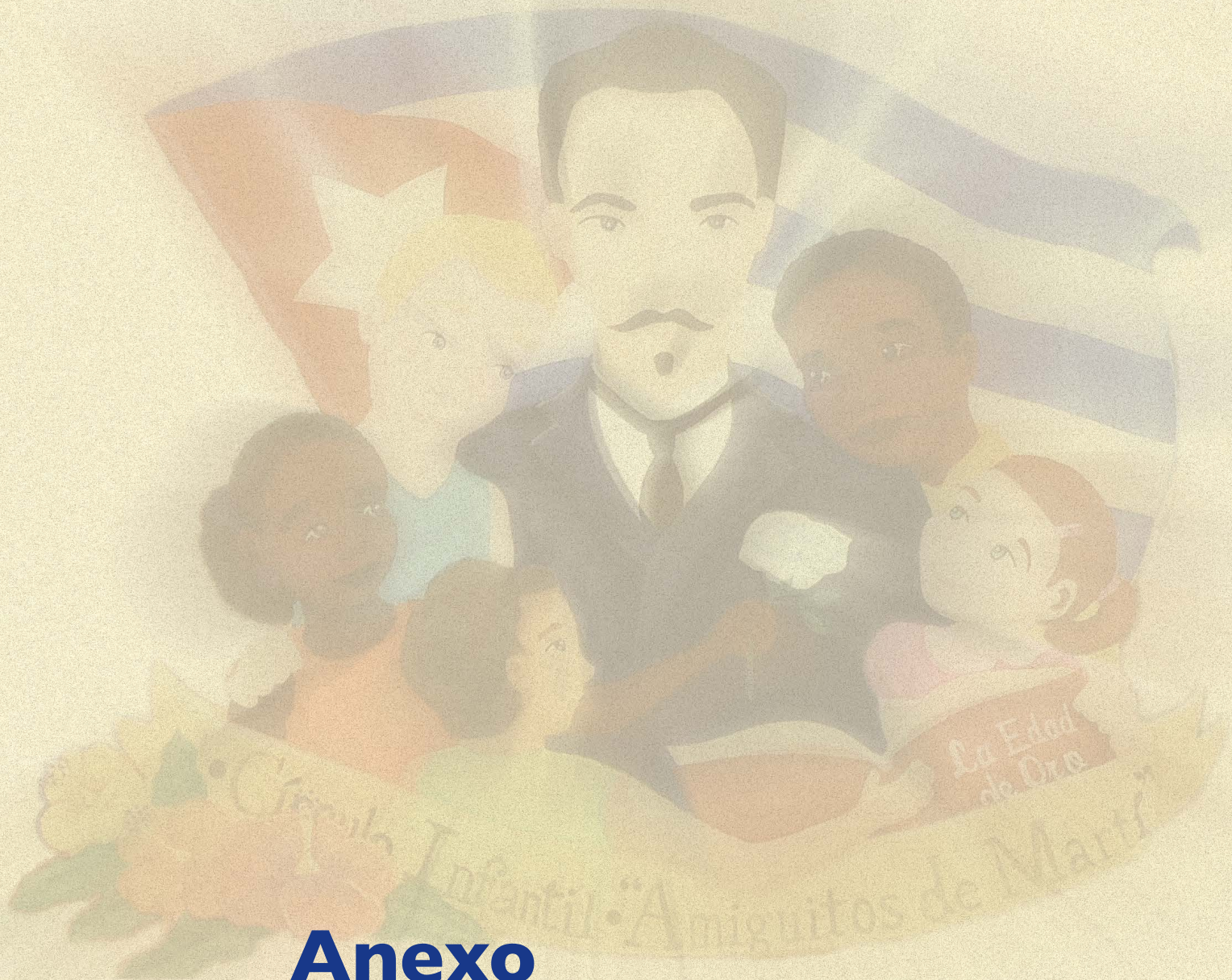
Imagen 98.- Calderón, Monserrat (2013). Tercer boceto del mural.

Imagen 99.- Calderón, Monserrat (2013). Boceto final del mural con retícula.

Imagen 100.- Calderón, Monserrat (2013). Boceto final del mural.

Imagen 101.- Calderón, Monserrat (2013). Preparación de la tela.

- Imagen 102.- Calderón, Monserrat (2013). Trazo de retícula sobre tela.
- Imagen 103.- Calderón, Monserrat (2013). Copiado de la imagen por proyección.
- Imagen 104.- Calderón, Monserrat (2013). Proyección de cuerpos sólidos.
- Imagen 105.- Calderón, Monserrat (2013). Primera prueba de color de cielo.
- Imagen 106.- Calderón, Monserrat (2013). Segunda prueba de color del cielo.
- Imagen 107.- Calderón, Monserrat (2013). Vegetación.
- Imagen 108.- Calderón, Monserrat (2013). Pruebas de color vegetación.
- Imagen 109.- Calderón, Monserrat (2013). Pintura "Meñique"
- Imagen 110.- Calderón, Monserrat (2013). "La muñeca negra"
- Imagen 111.- Calderón, Monserrat (2013). "Bandera Cubana".
- Imagen 112.- Calderón, Monserrat (2013). "Mural final".



Anexo

Manual de Identidad Gráfica



Círculo Infantil Amiguitos de Martí



Manual de Identidad Gráfica

Introducción

Este manual tiene como objeto el correcto uso del imago tipo diseñado para esta institución. Es importante seguir las instrucciones y recomendaciones que contiene, para que la funcionalidad del imago tipo y sus recursos gráficos sean óptimos y cumplan con su función por la que son creados.

No solo se expresan las reglas a seguir; sino el origen de la marca misma, desde un nivel conceptual, hasta su nivel gráfico, es así como a continuación se presenta el imago tipo en sus distintas variaciones, usos correctos y aplicaciones como en el sistema señalético derivado del mismo.

El símbolo

La rosa blanca es un símbolo relacionado con José Martí surgido de las palabras de los siguientes versos:

*“Cultivo una rosa blanca
en junio como enero
para el amigo sincero
que me da su mano franca.
Y para el cruel que me arranca
el corazón con que vivo,
cardo ni ortiga cultivo;
cultivo la rosa blanca”* (Martí [en línea])

Tomando este elemento como concepto principal, se integro al símbolo de la rosa blanca la abstracción de la figura de una persona adulta con un niño unidos en un abrazo, representando el amor, protección y cuidado hacia la infancia que es parte fundamental en el trabajo de la institución y que a su vez se relaciona con el concepto de amistad entre los niños y José Martí. Todo esto se presenta contenido dentro de un círculo que representa por sí mismo al “círculo infantil”, integrando así todos los elementos para crear una sola imagen.



Círculo Infantil Amiguitos de Martí

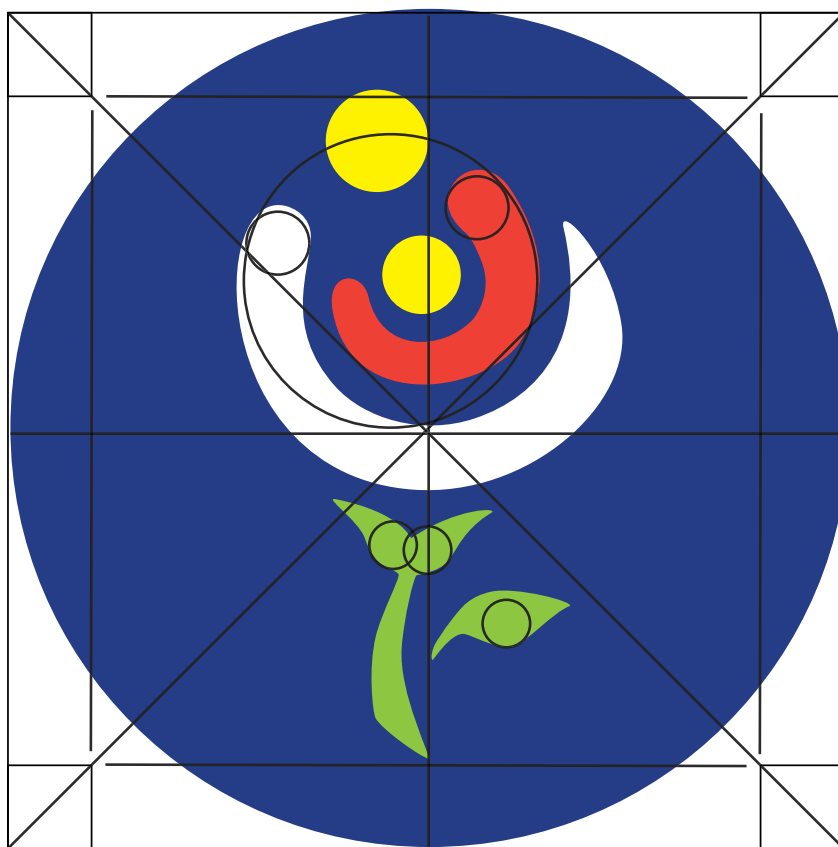
Logotipo

Una vez definido el símbolo, se desarrolla el logotipo tipográfico adecuado que se integre correctamente con el símbolo gráfico, el cual queda integrado con el nombre de la institución, y que además de integrarse a su complemento, conlleva legibilidad, trazos fluidos que acentúan el carácter educativo de la institución con el estilo contemporáneo.

El nombre de la institución está agrupado en combinación de altas y bajas que se adapta y se equilibran mejor a la estructura del imatipo.

Morfología del símbolo

Aquí se muestra como fue definida la estructura del símbolo de manera general en la composición de sus elementos conceptuales dentro del envoltorio, de igual manera como fueron definidos los trazos finales de los elementos que denotan el concepto de la rosa blanca.





Red de trazo

La red de trazo es una herramienta primordial en la marca, en ella se facilita la comprensión estructural de cómo está constituido el imatipo, la red es una cuadrícula que está diseñada para indicar límites, márgenes y texto, así mismo es una herramienta de manejo que auxilia en la reproducción del imatipo en aplicaciones principalmente de gran escala.

Área de protección

El área de protección o aislamiento establece un perímetro de seguridad en el imagotipo, este espacio no puede ser invadido por ningún elemento externo, ya que si eso sucede la marca puede ser agredida, modificada y hasta suplantada por el elemento invasor. Para definir esta área se toma como referencia el modulo "x" de la red de trazo y se proyecta por dos a lo largo y ancho respectivamente.



Gill Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890,.-_!?'{}\$%&/()<>ç□

light Amiguitos de Martí

Regular Amiguitos de Martí

Bold Amiguitos de Martí

Tipografía

La tipografía Gill Sans da al nombre de la institución una gran legibilidad y leibilidad, gracias a sus trazos claros y sin remates. Es de fácil lectura aun a grandes distancias por lo cual es ideal para su uso en exteriores y en la señalización interna. Al mismo tiempo sus trazos sencillos se asemejan a las líneas básicas que reproducen los niños al inicio de su aprendizaje de la escritura.

Color

Se eligieron los colores azul, amarillo, verde y naranja, buscando con ellos enfatizar la información visual de que se trata de una institución educativa a nivel pre-escolar.



PANTONE 2748C

Cuatricromía

CMYK

99, 87, 44, 10



PANTONE 376C

Cuatricromía

CMYK

52, 0, 100, 0

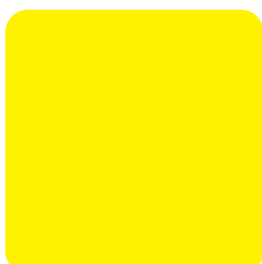


PANTONE Red 032C

Cuatricromía

CMYK

0, 99, 85, 0



PANTONE

Process Yellow C

Cuatricromía

CMYK

0, 0, 100, 0

El color azul es usado en una tonalidad oscura, que simboliza el concepto de institución y educación. También es usado para hacer referencia a un detalle sobre vida de José Martí, de que el únicamente vestía trajes en color negro o colores oscuros, pero dado a que estos son muy serios para los fines que se pretende, se optó por retomar el tono del traje con el cual está representado en el mural temático de este mismo proyecto.

Los colores: amarillo, anaranjado y verde, son usados en tonos vibrantes y encendidos, que representan la vitalidad, energía y alegría que caracteriza a los seres humanos en esta etapa de la vida, también son colores muy recurrentes en el ambiente y materiales utilizados en la institución, el blanco hace referencia al concepto de la rosa blanca.

Versión en positivo

Esta versión del imagotipo puede ser aplicada cuando solo se cuente con una sola tinta para su producción, de igual manera puede aplicarse con uno de los colores del símbolo sustituyendo el negro.



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí



Círculo Infantil Amiguitos de Martí

Versión en negativo

Los elementos del símbolo pasarían a ser negros, lo que denota un rosa negra, por lo cual perdería el significado y coherencia que se pretende proyectar con respecto a la conceptualización. Por lo que se recomienda "No" utilizar esta versión en ninguna aplicación.

Versiones monocromáticas

El imagotipo puede usarse en sus versiones monocromáticas, que darán a la institución una identidad personal. La selección de colores hace que las tintas o pinturas que se requieren sean de fácil adquisición y ayudará a que puedan ser usados en infinidad de aplicaciones futuras dependiendo de las necesidades que la institución vaya generando.





Círculo Infantil
Amiguitos de Martí



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí

Estas versiones pueden variar en la utilización del imagotipo: en su totalidad, símbolo y logotipo, y en la utilización única del símbolo, con ello se busca hacer una relación de identificación de la institución con solo los elementos visuales. También se recomienda "no" utilizar la versión monocromática en el color amarillo utilizando símbolo y logotipo, ya que la visualización de logotipo es de poca legibilidad y provoca que la finalidad del imagotipo no sea óptimo.

Reducciones

El imatipo puede tener reducciones proporcionales como las sugeridas a continuación, estas reducciones pueden ser utilizadas en la necesidad de ubicar la marca en espacios pequeños.



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí

10 cm



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí

5 cm



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí

3 cm

Usos incorrectos

Es importante "no modificar el imagotipo en cualquiera de los casos mencionados a continuación, ni en alguna similitud de modificación en acciones similares, ya que si llega a suceder puede tener como causa la pérdida de equilibrio gráfico del símbolo y logotipo, así como la modificación de los conceptos y hasta la suplementación de los mismos por otros ajenos a la marca.

- Agregar elementos extras y ajenos al imagotipo.



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí

- Cambiar la opacidad de los colores, no se permite transparencia en los colores originales.



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí



Círculo Infantil
Amiguitos de Martí

- Cambiar el color de un elemento individualmente, las versiones monocromáticas muestran como hacerlo adecuadamente.

Círculo Infantil
Amiguitos de Martí

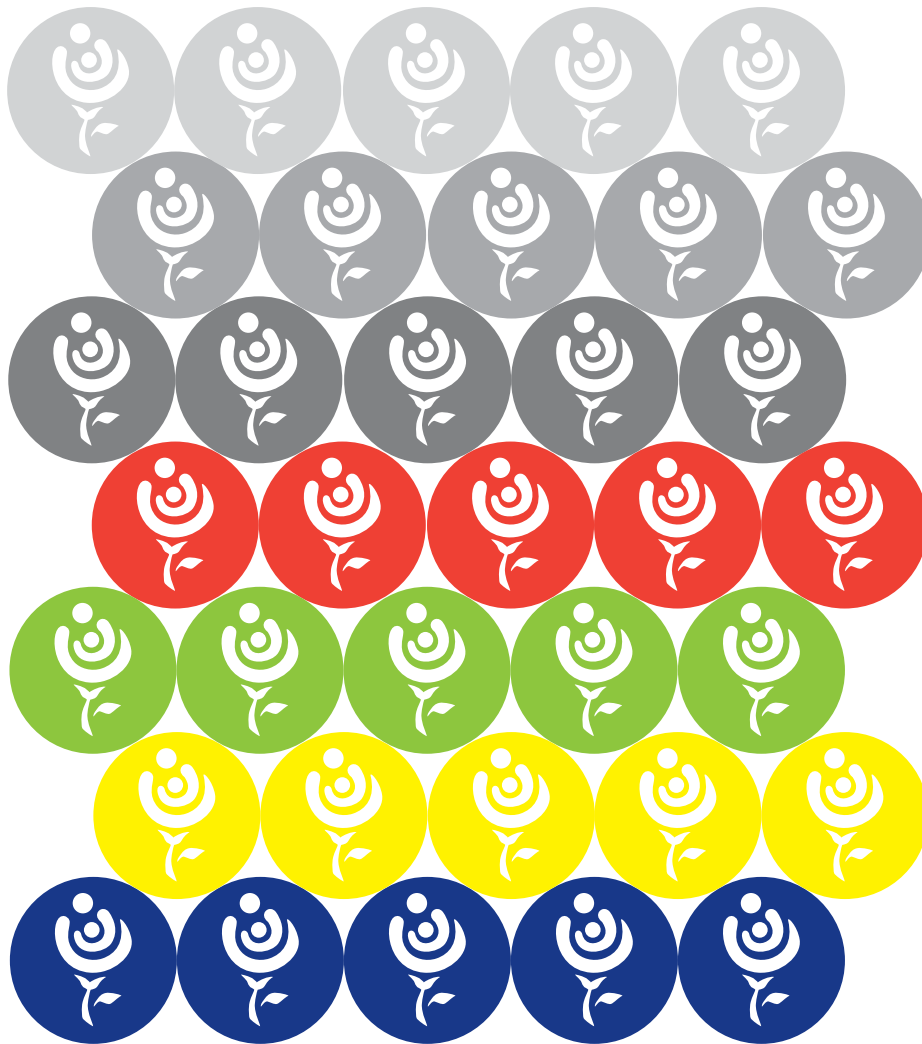


Círculo Infantil



Amiguitos de Martí

- La mas ligera modificación al logotipo, como su acomodo, o alteración de la tipografía.



El símbolo: textura corporativa

Esta sugerencia de aplicación puede ser utilizada en sus versiones en positivo y a su vez en escala de grises no menor a el 20%, como también en versiones monocromáticas utilizando los colores del símbolo, se utilizada principalmente para su reproducción en papelería.

Rotulo exterior



Bandera institucional



Bata escolar



Sistema señalético

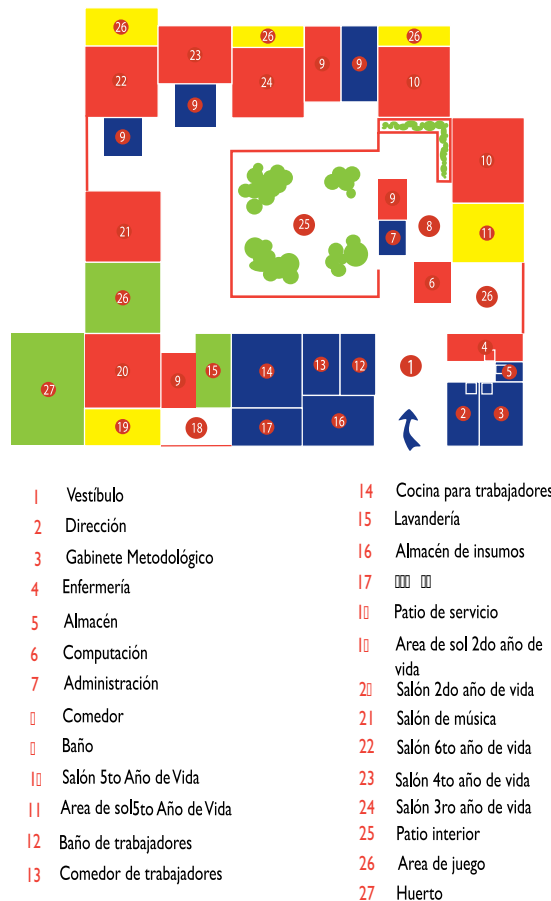
En el círculo infantil "Amiguitos de Martí" existe la necesidad de identificar los espacios por medio de elementos visuales, y que a su vez cumplan la función de orientar e informar dentro del lugar. Se pretende también, que este sistema de señales pueda ser usado como recurso de enseñanza por lo que parte de estas señales son basadas en elementos conceptuales de los cuentos de José Martí.

Es así como se propone este sistema señalético, que es el resultado de un proceso de investigación y análisis de la información del lugar, esto para definir los elemen-

tos visuales, que en conjunto con tipografía y el color pudieran comunicar objetivamente la información y el mensaje que buscan transmitir.

Analizando la ubicación de las áreas del plantel, así como el flujo de usuarios de la institución dentro del mapa, se clasificaron los sitios que requieren señales con pictogramas; que son las que van dirigidas a los niños principalmente porque son pensadas para ser usadas como un recurso visual de refuerzo en su aprendizaje y las señales que solo cuentan con presencia tipográfica son eficientes, debido a que van dirigidas principalmente a los usuarios adultos.

Mapa círculo infantil "Amiguitos de Martí"



Señales Iconos

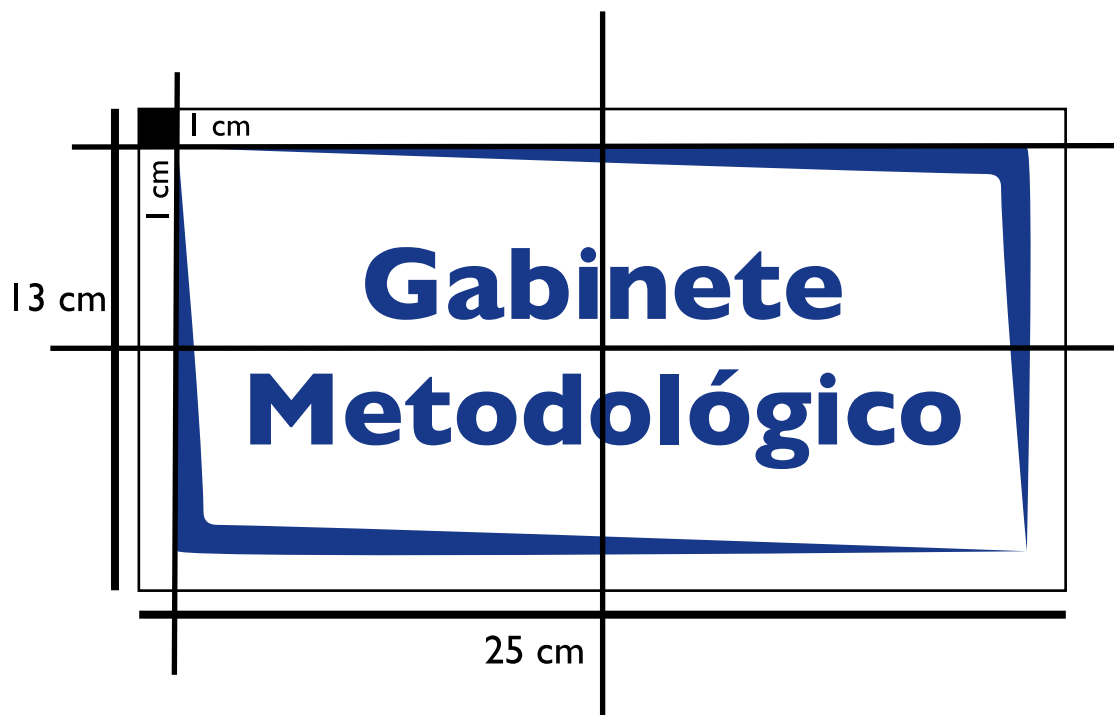
Enfermería
Computación
Comedor
Baños niños
Baños niñas
Salones
2°
3°
4°
5°
6°
Área de sol
2°
5°
Lavandería
Salón de música
Área de juegos
Huerto

Señales de Texto

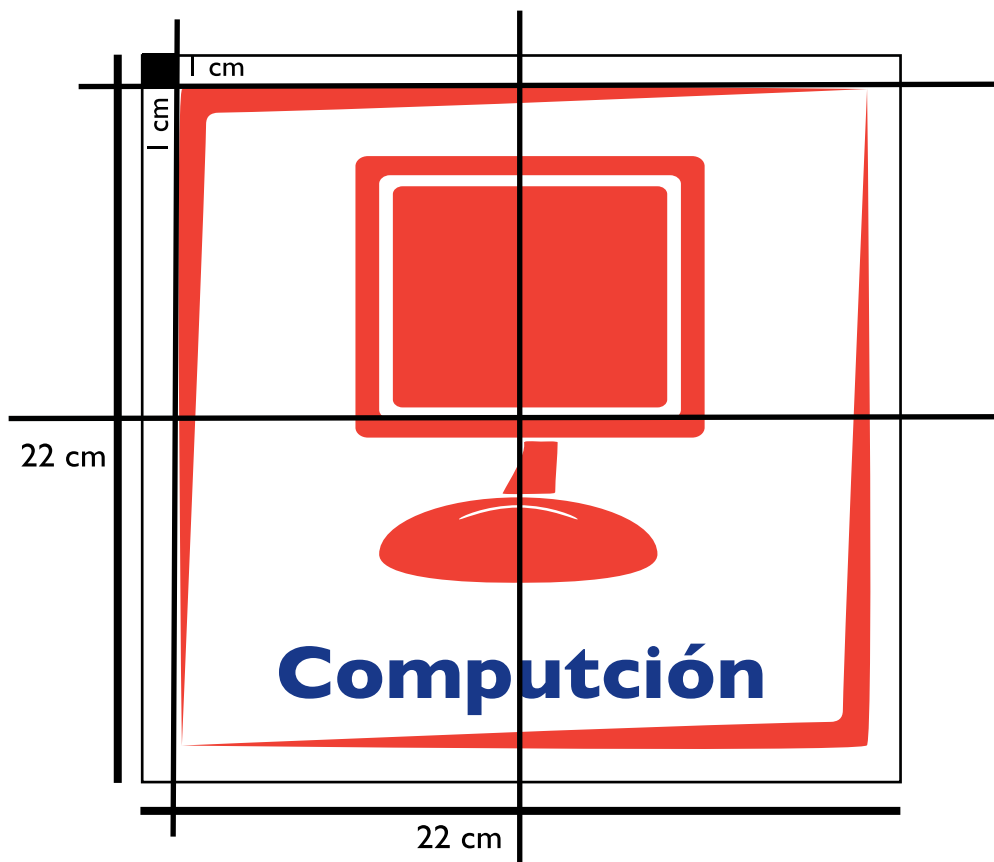
Dirección
Administración
Baños trabajadores
Comedor trabajadores
Cocina trabajadores
Patio de servicio
Almacén
Almacén de insumos

Las señales guardan ciertas características relacionadas con el imagotipo, esto para crear una familiaridad de las mismas y ser así identificadas como de propiedad del lugar. Las formas de los pictogramas, así como de los envoltentes, guardan trazos delgados y gruesos con terminaciones suaves para dar referencia a los conceptos de dinamismo y desarrollo. Estos elementos guardan características simplificadas que ayudan a ser de fácil reconocimiento para evitar confundir a sus interpretantes, así como para facilitar su reproducción y aplicación.

Estructura de las señales textuales



Estructura de las señales pictográficas



Lista de señales textuales

Dirección

**Almacén
de Insumos**

Administración

**Baños
Trabajadores**

Almacén

**Comedor
Trabajadores**

**Patio
de Servicio**

Vestíbulo

**Cocina
Trabajadores**

**Gabinete
Metodológico**

**Comedor
Trabajadores**

**Baños
Trabajadores**

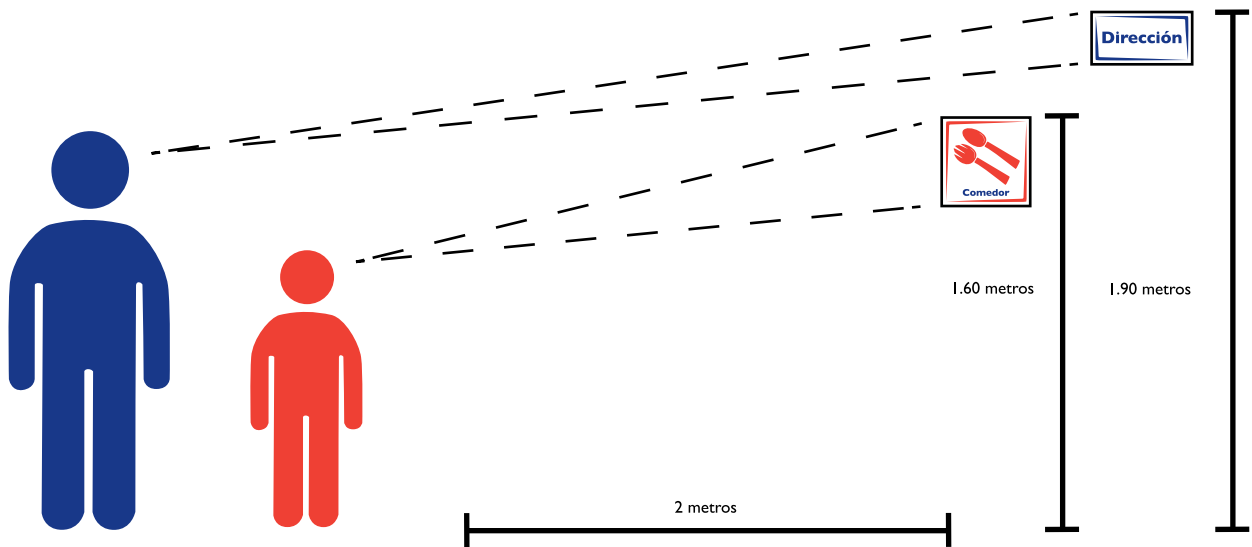
Lista de señales pictográficas





Instrucciones

La proporción y colocación de las señales se estableció tomando en cuenta la distancia promedio de visión entre el receptor y la señal garantizando su correcta legibilidad. Las señales se colocarán aproximadamente a una altura de 1.90 metros desde el nivel del suelo, y solo para señales con textos cortos que serán ubicados en los interiores y exteriores de las instalaciones. Para las señales con pictogramas, se recomienda colocar a una altura aproximada de 1.60 metros de altura, ya que estas son dirigidas principalmente a los niños.



Recomendaciones

De acuerdo a las necesidades del círculo infantil y los recursos materiales que se tienen al alcance, se proponen los siguientes materiales para la reproducción del material de señalética:

Cartón

Además de ser uno de los materiales de más fácil adquisición, puede colocado en diversos lugares sin mayor complejidad. Por su flexibilidad es idóneo para ser usado con este fin.

Madera

Se puede encontrar este material en diversas medidas y densidades. Por su rigidez y resistencia puede perdurar por mucho más tiempo. Se recomienda usar en lugares donde las señales estén expuestas a condiciones climáticas más agresivas.

Para su adosamiento, puede utilizarse, pegamento industrial, clavos o cinta adhesiva en el caso del cartón y solo si este material se encuentre disponible.

Se recomienda usar pinturas acrílicas para elaborar las señales, siguiendo las indicaciones de sus respectivas retículas. Si se tiene la posibilidad puede usarse corte de vinil, o impresión digital y luego adherir con pegamento en aerosol, o industrial.

Glosario

Adarga.- Escudo de cuero, ovalado o figura de corazón.

Adosó.- Poner una cosa contigua a otra en la que se apoya por alguno de sus lados

Aglutinante.- (Del ant. Part. Act. de aglutinar) M. sustancia en la que se diluyen los pigmentos para preparar barnices o pinturas.

Archipiélago.- Es una cadena o grupo de islas, ejemplo Cuba.

Balde.- m. Cubo que se emplea para sacar y transportar agua.

Caseína.- (Del latín, caseus, queso). f. Quím. Proteína de la leche, rica en fósforo, que junto con otros componentes de ella, forma la cuajada que se emplea para fabricar queso.

Cayos.- Islas adyacentes al archipiélago de Cuba, utilizadas como lugares turísticos y playas vírgenes.

Corpus.- Conjunto o recopilación de materiales, datos, etc., sobre una materia.

Cuarcita.- (De cuarzo). Roca formada por cuarzo, de color blanco lechoso, gris o rojiza si está teñida por el óxido de hierro, de estructura granulosa o compacta. Forma depósitos considerables y contiene accidentalmente muchos minerales, entre ellos oro.

Creta.- (Del lat. creta, greda) f. Carbonato de cal terroso

Dril.- m. Tela fuerte de hilo de algodón crudo

Eclosión.- (Del fr. Écllosion) f. acción de eclosionar. 2. Brote, manifestación, aparición súbita de un movimiento cultural o de otro fenómeno histórico, psicológico, etc.

Elucido.- (elucidación) (Del lat. Elucidaño, -oñis). f. Aclaración explicación.

Empaste.- Pint. Poner el color en bastante cantidad para que no deje ver la imprimación ni el primer dibujo.

Heráldica.- Estudio y explicación de los blasones y escudos de armas.

Interpretante.- Es lo que produce el representamen en la mente de la persona. Esto significa que el interpretante es la captación del significado en relación con su significante.

Oquedad.- (De hueco). f. espacio que en un cuerpo sólido queda vacío, natural o artificialmente.

Packaging.- Término o anglicismo empleado para decir embalaje o envases.

Provincias.- En Cuba es un la división política, equivalente a los estados en México.

Reparto.- Denominación que se le da en Cuba a las divisiones dentro de una ciudad, equivalente a colonias en México.

Representamen.- Es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter.

Sabichoso.- (adjetivo Cuba, P.Rico. Coloquial) persona que es pedante y quiere demostrar que sabe mucho sobre algo.

Semiosis.- Teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.

Signico.- Perteneiente o relativo al signo

Sinergia.- Es el resultado de la acción conjunta de dos o más causas, pero caracterizado por tener un efecto superior al que resulta de la simple suma de dichas causas.

Universalidad.- Hecho o idea que abarca o es para todos.



Derechos Reservados
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Facultad de Arquitectura
Colegio de Diseño Gráfico
Impreso en México: Junio 2013
Printed in Mexico: June Of 2013
Calderón Rivera Monserrat del Carmen
Hernández Vázquez Misael