

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA
FACULTAD DE ARQUITECTURA**



PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ARQUITECTURA Y URBANISMO

**Criterios de la identidad gráfica en el diseño de los escenarios de El Paseo del Ángel del
Centro Histórico de Culiacán Rosales.**

TESIS

Que como requisito para obtener el grado de Maestro en Arquitectura y Urbanismo

Presenta:

Alba Selene Balbuena Ramos

Directora de tesis:

Dra. Sylvia Cristina Rodríguez González

Culiacán Rosales, Sinaloa, julio de 2023

Comité tutorial:

Directora:

Dra. Sylvia Cristina Rodríguez González

Codirector:

Dr. Ricardo Mendoza Anguiano

Asesor:

Dr. Sergio Antonio Valenzuela Escalante



Dirección General de Bibliotecas
Ciudad Universitaria
Av. de las Américas y Blvd. Universitarios
C. P. 80010 Culiacán, Sinaloa, México
Tel. (667) 713 78 32 y 712 50 57
dgbuas@uas.edu.mx

UAS-Dirección General de Bibliotecas

Repositorio Institucional Buelna

Restricciones de uso

Todo el material contenido en la presente tesis está protegido por la Ley Federal de Derechos de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

Queda prohibido la reproducción parcial o total de esta tesis. El uso de imágenes, tablas, gráficas, texto y demás material que sea objeto de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente correctamente mencionando al o los autores del presente estudio empírico. Cualquier uso distinto, como el lucro, reproducción, edición o modificación sin autorización expresa de quienes gozan de la propiedad intelectual, será perseguido y sancionado por el Instituto Nacional de Derechos de Autor.

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial
Compartir Igual, 4.0 Internacional



Índice

Introducción	5
Análisis del objeto de estudio	7
Planteamiento del problema	7
Pregunta central de la investigación	10
Justificación	10
Objetivo General	11
Objetivos específicos	11
Hipótesis	11
Descripción de la hipótesis	11
Delimitación conceptual	11
Delimitación espacial	12
I La identidad gráfica en los escenarios	14
1.1 Conceptos básicos	15
1.1.1 Identidad gráfica	16
1.1.2 Diseño de escenarios	17
1.1.3 Autenticidad de escenarios	19
1.1.4 Contaminación visual	20
1.1.5 Elementos gráficos del paisaje urbano	22
1.1.6 El color en el Paisaje Urbano	23
1.2 Teoría de la identidad gráfica	24
II La intervención gráfica de los escenarios urbanos	24
2.1 Proyecto de El Paseo del Ángel	27
2.2 Estudios previos	29
2.2.1 Aniversario de La Habana	30
2.2.2 Identidad gráfica de El Cairo	33
2.3 La identidad gráfica mexicana contemporánea	35
III Criterios de identidad gráfica	35
3.1 La tipografía en el paisaje urbano	42
IV Métodos y procedimientos de investigación	43
4.1 Tipo de investigación	43

4.2	Aplicación metodológica	44
4.3	Análisis y síntesis de la identidad gráfica	71
4.4	Entrevista semiestructurada	71
4.5	Procedimiento para el análisis de datos	74
V	Análisis de los resultados	75
5.1	Interpretación del instrumento: mapas mentales	83
	Conclusiones	90
	Bibliografía	95
	Anexos	100

Introducción

Esta investigación tiene por objetivo contribuir a recaudar los patrones de diseño que conforman la identidad gráfica de los escenarios de El Paseo del Ángel como referentes del Centro Histórico de Culiacán Rosales; por lo tanto, se aborda desde la perspectiva de resaltar la importancia de generar una identidad gráfica de la ciudad que promueva sus cualidades y expresión cultural.

Se parte de reconocer que la identidad gráfica forma parte de una comunicación visual del paisaje urbano con lo que se establece una interacción con la simbología de la ciudad, que además de promover su valor patrimonial, persigue la finalidad de favorecer a las empresas privadas y gubernamentales que, a raíz de la globalización, buscan promover el turismo para dejar un antecedente que permita dejar su huella captando y expresando las singularidades de la ciudad.

El presente trabajo será de gran colaboración para identificar los elementos visuales que conforman los escenarios urbanos del Centro Histórico y particularmente de El Paseo del Ángel, así como para mostrar a la ciudad como el lugar idóneo tanto para el turismo como para sus habitantes y hacer crecer la economía.

Debido al modernismo tecnológico que estamos enfrentando, resulta necesario recurrir a la valoración de la identidad gráfica para comprobar el nivel de comunicación que existe, así como la adecuación y pertinencia del patrón de diseño que se visualiza en los escenarios urbanos del Centro Histórico, que es el lugar de concentración turística y, por ende, al avance tecnológico que promueve la esencia cultural en cada ciudad.

De esta manera, se pretende establecer patrones que identifiquen la esencia de la ciudad.

Para desarrollar la metodología se tomaron en cuenta las conceptualizaciones de identidad urbana que se han realizado en centros históricos. De acuerdo con Enric Pol y Sergio Valera (1994) este planteamiento implica la consideración de que los entornos urbanos pueden ser entendidos también como categorizaciones del *self* en un determinado nivel de abstracción grupal, así como los indicadores de identidad gráfica propuestos por Alba Herrero (2017) y que se basan en el reconocimiento, la interpretación, identificación de símbolos y el desarrollo de la identidad visual, por lo tanto, el programa de identidad consiste en un conjunto de normas y pautas que regulan y orientan a las ciudades comunicando homogeneidad y da coherencia a los mensajes que se emiten sobre una organización, un producto, un servicio, un territorio o una publicación de manera que sea identificable y pueda ser reconocida.

La presente investigación consta de cinco apartados y las conclusiones: como parte introductoria, se muestra el conjunto de aspectos protocolarios que rigen el desarrollo de este

trabajo de investigación para el análisis del objeto de estudio y resolver las problemáticas que se exponen:

En el primer apartado, se exponen los conceptos básicos para el mejor entendimiento de la forma en la que se aborda el eje constructor de la investigación; en el segundo apartado, se presenta un enfoque más profundo hacia la problemática del caso de estudio, y el estado de la práctica donde se tomará la ciudad de El Cairo como referente internacional, ya que se trata de la fusión de dos culturas, cabe destacar que esto se logró con la contribución de la diseñadora Laura Meral (2018), que tomo en cuenta a la participación social de turistas y de los habitantes del lugar, con la finalidad de encontrar los elementos de identidad entre las dos culturas y que podrían establecer un sentido de pertenencia mediante la comunicación visual. Ha sido muy enriquecedor consultar su trabajo, debido que la forma en que abordó la identidad gráfica de El Cairo me pareció muy enriquecedora y lo puse en práctica en este trabajo.

Para encontrar la tipografía que representará a la ciudad de El Cairo, se consideraron los rasgos de la caligrafía en la ciudad donde se recuerda la escritura árabe pero también al ojo de Horus; en cuanto al manejo del color, se realizó un estudio cromático basado en los colores del entorno tomando en cuenta la teoría del color y lo que representan adaptándose al mensaje que se quiere transmitir generando una comunicación con los habitantes y en la cuestión de la forma, se fusionó la cultura antigua y moderna, capturando elementos que complementan la esencia de la ciudad.

En el tercer apartado se mencionan los criterios que se utilizaron para crear la identidad gráfica de El Paseo del Ángel, por lo tanto se analiza la tipografía en el paisaje urbano, el color y los patrones de diseño de sus escenarios urbanos; en el cuarto apartado se desarrolla la metodología y los procedimientos que se siguieron para el análisis y la síntesis de la investigación mediante las técnicas de investigación que nos aportan información que nos puede sugerir en un futuro los aspectos identitarios que se recuperan en este documento para los rasgos o aspectos del logotipo o las tipografías que vayamos a utilizar, mismas que son cruciales para elementos visuales como el color, que puede cambiar totalmente la apariencia y lo que transmite la identidad. En el quinto apartado se presenta el análisis de los resultados y por último, las conclusiones.

Cabe señalar que esta investigación aborda una temática actual, aunque se reconocen algunos elementos gráficos que forman parte de la memoria colectiva histórica del centro de la ciudad y son referente para la construcción de la identidad gráfica que se observa en la actualidad.

Para mostrar estas características se abordará el escenario gastronómico de El Paseo del Ángel de Culiacán Rosales como objeto de estudio, y esto resulta interesante porque es una sección de calle que mide aproximadamente 500 metros donde las personas se deleitan de la gastronomía, de la cultura, de la arquitectura antigua, además de ser un espacio ideal para la recreación social, siendo la sección del Centro Histórico donde se concentra la riqueza de la identidad gráfica; sin embargo, debido a la situación actual de la pandemia se ha visto disminuida en gran medida la interacción social, cambiando el escenario urbano de El Paseo del Ángel, por lo tanto, ha sido necesario implementar una comunicación visual que brinde seguridad a los usuarios en cuanto a transitar los escenarios del paisaje urbano. En conclusión, esta investigación nos puede servir de inspiración para definir los rasgos de la simbología de la ciudad, tomando en cuenta la tipografía de acuerdo con el autor Madrigal Quiles (2017), sin dejar de lado elementos tan importantes como el color de acuerdo con la teoría del color de Rafael Barrios y los patrones de diseño que transmiten la identidad gráfica de El Paseo del Ángel.

La adecuación de la identidad gráfica en una ciudad no es nada fácil, ya que se requiere destacar lo más relevante de su historia y su cultura, mismas que la han llevado a la configuración actual de sus escenarios a través de la comunicación visual para consolidar la experiencia que te brinda la ciudad (*branding*), representada por una serie de características, rasgos e informaciones que singularizan o destacan el contexto visual de la ciudad, interpretando una evidencia de valores que se concentran en la identidad gráfica del paisaje urbano que enriquece sustancialmente a la ciudad.

Análisis del Objeto de Estudio

En este apartado se muestran los aspectos protocolarios que rigen el presente trabajo de investigación para resolver las problemáticas que se exponen, así como el proceso a seguir para alcanzar los objetivos que orientan el desarrollo de la investigación; por lo tanto, se intenta dar cohesión a las acciones a realizar para organizar el trabajo, proponiendo un conjunto de procesos o etapas múltiples y subsecuentes que conduzcan a la comprobación de la hipótesis.

Planteamiento del Problema

La identificación gráfica de una ciudad radica en la capacidad de comunicar las singularidades de la misma para posicionarse en el mundo competitivo de la economía a nivel mundial; en este sentido, los centros históricos en las ciudades son espacios donde se concentran actividades de recreación cultural y se desarrollan actividades comerciales y turísticas, por lo que los escenarios de su espacio público son parte esencial del contexto visual del paisaje urbano; cuando se adecúa la identidad gráfica sin tomar en cuenta la comunicación de la

ciudad, provoca abandono, inseguridad, pérdida de valor cultural, con lo que pierde la capacidad de generar el desplazamiento y el posicionamiento en la mente de las personas (Infante, 2018).

Camallonga (2013) considera a los centros históricos: "...encierran valores de convivencia para el conjunto de los ciudadanos. Sus calles y plazas son lugares de paseo y de encuentro, son espacios de diversidad y mezcla funcional que propician las relaciones sociales." (p.118).

Por eso es importante que el centro histórico de una ciudad cuente con elementos gráficos que lo identifiquen y se distinga por ser un espacio representativo de los valores culturales e históricos de una ciudad.

Al respecto, Camallonga (2013) señala:

De esta manera, el Centro Histórico representa la memoria colectiva de la ciudad, vestigios del urbanismo de diferentes épocas y arquitecturas de distintos estilos muestran la historia viva del pasado de la ciudad; por eso tienen un valor educativo y atraen el interés de viajeros y turistas, pero, además, la imagen colectiva de la ciudad se construye sobre esos elementos paisajísticos heredados (p.116).

Enunciado del Problema

En la ciudad de Culiacán se ha observado el deterioro del Centro Histórico provocado por la contaminación visual de sus escenarios y las constantes intervenciones urbanas; así también, por el cierre de los establecimientos comerciales debido a la contingencia sanitaria por Covid-19, como se muestra en la figura 1 donde se muestran los escenarios de inseguridad por abandono.

Figura 1

Escenarios de inseguridad por abandono en la calle General Ángel Flores del Centro Histórico de Culiacán.



Tomado de *captura propia*, 11 de mayo 2020.

En la fotografía se puede observar una sección de la calle Ángel Flores donde se evidencia la contaminación visual de los escenarios de Centro Histórico, donde se encuentran letreros publicitarios de diferentes dimensiones, colores y tipografías. Esto, debido a que no hay una identidad gráfica preestablecida, y se les da la facultad a los dueños de los establecimientos comerciales, de diseñar su propia publicidad, sin normatividad alguna que pueda regular la imagen del paisaje urbano.

Así también, ante las restricciones sanitarias por Covid- 19, un gran número de establecimientos comerciales se han visto obligados a cerrar sus puertas al público, lo que ha incrementado la inseguridad y el abandono del Centro histórico y que, hasta este año de 2022, no han podido reactivar su economía.

Figura 2

Escenarios de contaminación visual en el Centro Histórico.



Fuente: Captura propia, 11 de mayo 2020.

Obsérvese en la fotografía la colocación desordenada de rótulos y anuncios publicitarios, así como el contraste de alturas, proporciones y colorido que dominan el paisaje urbano con lo que se nos ha ido presentando un desorden visual en esta sección de calle localizada en el cruce del bulevard Francisco I. Madero y la avenida Álvaro Obregón. Esto puede generar alteraciones en el estado de ánimo de los transeúntes, debido a la contaminación visual y el exceso de información publicitaria en los escenarios del Centro Histórico.

Pregunta central de Investigación

¿Qué criterios de la identidad gráfica configuran el diseño de los escenarios en El Paseo del Ángel del Centro Histórico de Culiacán?

Justificación

El interés por abordar este tema de investigación surge de la necesidad de indagar en cuanto a los elementos gráficos de El Paseo del Ángel con la finalidad de crear un antecedente que contribuya a establecer un patrón de diseño en los escenarios de la ciudad.

La integración del acervo cultural del Centro Histórico depende en gran medida de su imagen urbana y el contexto social con el que se relaciona. Al descuidar la imagen visual del Centro Histórico se pierde, además, su identidad.

Esta investigación aportará información sobre la teorización y la conceptualización de la identidad gráfica, todo esto interpretado desde el ámbito de la delimitación urbana del Centro Histórico, su colorido, identificación tipográfica y catalogación de formas, analizados para cada situación que guarde el tema que se abordará en la investigación, contribuyendo a recaudar elementos de identidad gráfica y su contexto urbano como referente de la originalidad del Centro Histórico.

Objetivo general

Evaluar los criterios de la identidad gráfica que integran los escenarios de El Paseo del Ángel del Centro Histórico de Culiacán Rosales.

Objetivos específicos.

1. Identificar los elementos de diseño que configuran los escenarios de El Paseo del Ángel como parte esencial del diseño del paisaje urbano.
2. Clasificar los elementos de diseño a partir de la tipografía y los códigos de color mediante un registro fotográfico que muestre las características de la identidad gráfica en el Paseo del Ángel.
3. Distinguir los elementos que le aportan identidad a El Paseo del Ángel mediante la percepción de los transeúntes

Hipótesis

La identidad gráfica de El Paseo del Ángel del Centro Histórico de Culiacán ha sido intervenida sin un patrón de diseño que proporcione identidad a sus escenarios.

Descripción de la hipótesis

Los elementos visuales que han invadido los escenarios urbanos de El Paseo del Ángel han sido colocados en fachadas, comercios y mobiliarios urbanos, sin un orden preestablecido, sino que, al contrario, esta intervención ha sido a conveniencia de los residentes de la zona y de los dueños de los establecimientos comerciales, lo que ha provocado un desorden visual generalizado y por ende, la pérdida de su identidad gráfica que es lo que pudiera proporcionar valor patrimonial a esta sección de calle del Centro Histórico de Culiacán Rosales, Sinaloa.

Delimitación conceptual

Para este trabajo de investigación, el concepto de identidad gráfica se apoya en los autores Norberto Chávez (2007) y Laura Meral (2018), que la definen como un elemento de comunicación que permite la identificación visual con el entorno y lo que representa la ciudad adaptándose al mensaje que se quiere transmitir, generando una comunicación con los habitantes mediante la revitalización de los escenarios que son claves que facilitan el desplazamiento y el conocimiento del espacio.

Delimitación espacial

Figura 3

Delimitación espacial del Centro Histórico.



Consultado en: <https://implanculiacan.mx/>

El Paseo del Ángel del Centro Histórico de Culiacán, Rosales, tiene un tratamiento muy particular relacionado con la aplicación de la identidad gráfica en sus escenarios. Que abarca desde la avenida Dr. Ruperto paliza hasta la calle Aquiles Serdán, consta de 7 manzanas y mide 500 metros de longitud aproximadamente. A continuación, se muestra el mapa de localización urbana.

Figura 4

Mapa de autoría.



Apoyado en: <https://maps.google.mx/maps>

I La identidad gráfica en los escenarios

Resumen capitular

En este apartado se estudian los diferentes conceptos que contribuyen a una mejor comprensión de lo que implica la intervención de la identidad gráfica en los escenarios.

Ramos Sánchez y Terrazas Juárez (2016) definen a los centros históricos como espacios físicos que representan la historia, remontan a la época arquitectónica y social, son entendidos como el corazón de las ciudades.

Alomá (2008) señala: “Conceptualmente el centro histórico tiene un doble significado relacionado a lo espacial y a lo temporal. Tiene carácter de espacialidad con respecto a la ciudad, no siempre desde el punto de vista físico, pero si desde la óptica funcional, además de haber sido escenario de hechos históricos relevantes acumulados a lo largo del tiempo.” (p.53).

Fernando Carrión (2005) hace hincapié en la identidad del Centro Histórico se encuentra como espacio simbólico con identidades sociales colectivas que se dan de manera simultánea: “La carga simbólica proviene de la doble condición que tiene como centralidad y como acumulación histórica lo cual conduce a una carga identitaria que hace -en sentido figurado y real- que la ciudadanía se identifique y represente a partir de su cualidad funcional (centralidad) y de su sentido de pertenencia (historia).” (p.95). Y señala que: “El Centro Histórico es un espacio público ideal donde se generan lazos de convivencia entre las personas y el paisaje urbano, considerándolo como objeto de deseo y se concibe como un elemento articulador de las ciudades” (p.89).

Según Cortes (2014) concibe que: “Los Centros Históricos son el receptáculo del patrimonio, un referente de la identidad de una sociedad, pero a la vez, son espacios con distintos problemas sociales y funcionales de adaptación a las necesidades actuales que deben ser tratados de un modo integral, evitándose soluciones puntuales” (p. 27).

Entre las diversas acepciones del término centro, esta vez nos interesa quedarnos con su significado como un conjunto de construcciones que se desarrolla en un espacio geográfico determinado, por lo general de superficie reducida; histórico, por su parte, es aquello vinculado a la historia (González, 2020).

El Centro Histórico, este centro incluye a las primeras construcciones que marcaron el nacimiento de la localidad en cuestión; es por ello que es importante que tener una comunicación gráfica que se adecúe a las necesidades de la sociedad para considerar un bien patrimonial como auténtico.

Dicho lo anterior, hay que tener en cuenta aspectos como la originalidad de los materiales con los que fue construido, la historia del objeto de estudio, la manera en que ha envejecido y cambiado con el tiempo. Un monumento o un sitio histórico puede ser considerado obra de arte, al tener en cuenta: el proceso creativo, estético y poético que lo produjo como objeto genuino del contexto histórico, social o político de la época que incluiría además el paso genuino del tiempo, por esta razón, una réplica o un objeto idéntico carece de este valor de autenticidad (Monfort, 2009).

1.1 Conceptos básicos

La presencia de la identidad gráfica en centros históricos, de acuerdo con la diseñadora Luz Sánchez (2017) suelen ser lugares simbólicos los cuales dotan de características particulares a la ciudad, pues albergan monumentos históricos y conjuntos arquitectónicos de valor patrimonial, dichos elementos son apreciados por quienes habitan la ciudad porque permiten establecer una identidad, a continuación, se explica a mayor detalle la importancia de la identidad gráfica en las ciudades.

Para hablar de identidad comenzamos por entender que los fenómenos sociales y culturales contribuyen a generar los signos y símbolos (Donayre, 2013). Es por esto que, al proporcionar de identidad gráfica a un escenario urbano, es necesario reconocer en él, las caracterizaciones que representan sus valores identitarios, para establecer una comunicación del paisaje con la sociedad y se apropie del mismo.

En este sentido, el espacio está limitado por lo que exhibe y que termina siendo señales o signos que demarcan las formas del desplazamiento (Briceño Avila, 2018).

Al sentir y registrar visualmente los indicios de sus raíces culturales, las personas que transitan por el espacio urbano se sienten identificados y desarrollan un sentido de pertenencia, por lo que acuden con mayor frecuencia a estos espacios. El autor señala: “En un trayecto se perciben formas, colores, mucho o poco nivel de detalle, según el medio de transporte que se utilice; las vistas amplias y cortas van proporcionando información, de acuerdo con la ubicación de quien observa.” (Briseño Avila, 2018, p.12)

Las intervenciones en el paisaje son el deseo de todas las ciudades y han sido objeto su análisis de foros y congresos mundiales, tal es el caso de la Jornada de trabajo del paisaje organizada por el Grupo de Paisaje de la Asociación Española de Geografía, donde participaron la Universidad de Granada, la Universidad de Málaga, la Universidad de Sevilla, el Ayuntamiento de Ronda y la fundación Unicaja Ronda, celebrada en el municipio de Ronda que corresponde a la ciudad de Málaga, del 5 al 9 de junio de 2019.

En esta III Jornada del Paisaje, el presidente de la Comisión Permanente del Grupo de Paisaje la identidad del paisaje se reconoce por sus características especiales o particulares que se adquieren entre la actuación de sus personajes y el paisaje espontáneo (Alomar Garau, 2019).

Que si bien, se refiere al paisaje natural, el rescate de las particularidades, el sentido de pertenencia de un lugar determinado, se puede lograr mediante símbolos, formas y códigos de color significativos, que representen su esencia cultural y patrimonial y que pueden rescatarse al proporcionarle una identidad gráfica a un lugar determinado.

1.1.1 Identidad gráfica

La identidad gráfica es un conjunto de elementos que se destacan en el paisaje urbano y comunican los valores, la historia, la cultura de la ciudad, por lo que le dan un carácter de pertenencia que los posiciona y distingue de otros espacios públicos y por ende, de otras ciudades.

Donayre (2013) define a la identidad como: “Una serie de características, rasgos, informaciones, que singularizan o destacan a algo o alguien, ya sea, una persona, una sociedad, una organización, entre otros, y que además contribuyen a la confirmación de reiterar que es lo que se dice es.” (p. 7).

Esto significa que la identidad gráfica es un conjunto de características que integra historia, cultura y personalidad de una sociedad en un espacio, es resultado del tipo de planeación, de su respeto por el pasado y su integración con el futuro; es una forma presente de observar de manera agregada las calles, la imagen urbana, pero que se percibe en la apropiación de la ciudad y la defensa de su patrimonio.

1.1.2 Diseño de escenarios

Disponer de una adecuada identidad gráfica es primordial para toda empresa, pues la imagen gráfica es lo que se recuerda y se asocia con la empresa. Por otro lado, la revitalización urbana es el instrumento y el recurso potencial para revertir los efectos del deterioro – físico, social y económico – de los centros de ciudad y de otras partes importantes de la misma; es la oportunidad para recrear las condiciones urbanas que los centros tradicionales demandan para su sostenibilidad, con la definición de lineamientos y estrategias para la formulación de políticas públicas de revitalización urbana es posible orientar las actuaciones de planificación de un entorno urbano (Bucheli, 2020).

En su libro titulado *El Turista*, Dean MacCannell (2003) menciona lo siguiente:

“En los escenarios modernos, la sociedad se establece por medio de representaciones culturales de la realidad a un nivel por encima del de las relaciones interpersonales. Las relaciones de la vida real se están liberando de sus restricciones tradicionales, ya que la

integridad de la sociedad ya no depende de tales limitaciones, Nadie ha descrito el impacto de este cambio social estructural con más precisión que Erving Goffman. Él ha descubierto que ya no es suficiente con simplemente ser un hombre para ser percibido como tal. Ahora suele ser necesario actuar la realidad y la verdad.” (p. 79).

Lo que significa que los escenarios son todo aquel espacio destinado a la representación de las diversas artes escénicas o utilizado para eventos públicos (conferencias, mítines, etc.). Se llama caja del escenario al conjunto formado por el escenario en sí mismo, los fosos (debajo y ante el proscenio) y las alturas.

Herrera G. & Soriano M. (2004) presentan reflexiones sobre la teoría social de Goffman, haciendo alusión a la construcción de los roles del individuo, desde la perspectiva interactiva – funcionalista y exponen la siguiente afirmación de Erving Goffman (1956):

“Si contemplamos el comportamiento del individuo momento por momento, descubrimos que no permanece pasivo ante la producción de potenciales significados que lo controlan, sino que cuando lo logra, participa activamente en sostener una definición de la situación que sea estable o coherente con la imagen que tiene de sí mismo.” (p.104).

En este sentido, los símbolos que se encuentran en los escenarios urbanos interactúan con el individuo y se asocian a los roles que éste asume al conducirse en el espacio urbano. Así también, Erving Goffman (1956) realiza estudios en el campo de la etnografía de la comunicación y estudia la relación del contexto con el que interactúan las personas y asumen actitudes y gestos que tienen relación con el contexto sociocultural en el que los individuos actúan (p.64).

Por otro lado, Ridao Rodrigo (2019) desarrolla reflexiones acerca del legado de Erving Goffman en el ámbito de la pragmática y señala que el autor en mención, hace un estudio sobre las interacciones sociales, con una comparativa de una puesta en escena donde interactúan los actores de un teatro y asumen diferentes roles de participación del individuo con una interacción social. Estos roles están relacionados con apariencias o normas urbanas que cada individuo decide asumir y que pueden ser manipuladas por el escenario en el que se desarrollan.

El escenario teatral presenta hechos ficticios; la vida muestra, presumiblemente hechos reales, que a veces no están bien ensayados. Pero hay algo más importante: En el escenario el actor se presenta bajo la máscara de un personaje, ante los personajes proyectados por otros actores; en este ejemplo el público constituye el tercer partícipe de la interacción, que es fundamental. En la vida real estos tres participantes se condensan en dos: el papel que

desempeña un individuo se ajusta a los papeles representados por otros individuos que se encuentran en el espacio y pueden representar el público. (Ridao, 2019).

Asimismo, los escenarios urbanos pueden manipular las actitudes de los individuos que interactúan en él, independientemente del rol que decidan asumir, el conjunto de símbolos e imágenes, contribuyen a sus emociones y las forman en las que se desplazan en el ámbito urbano.

Como el patrimonio es un conjunto de bienes propios de la ciudad, susceptibles a la estimación económica, esto afecta de manera negativa a los servicios, Instalaciones y comercios porque obstaculiza la orientación y percepción del turista.

1.1.2 Autenticidad de escenarios

Los escenarios urbanos adquieren autenticidad cuando conservan características de las raíces culturales y sociales de un lugar determinado, por lo que establece una interacción sensorial del transeúnte con el espacio público. “Cuando el espacio público favorece la interacción con el usuario, adquiere una gran importancia la riqueza visual y espacial que propone, de modo que el usuario no lo utiliza como un mecanismo para su desplazamiento... El paisaje urbano debe verse, recordarse y producir satisfacción.” (Merino, p.38).

Para comprender el grado de autenticidad en los escenarios de los Centros Históricos hay que considerar cuatro aspectos fundamentales que determinan la autenticidad: la autenticidad del diseño, autenticidad de los materiales, autenticidad de la arquitectura y autenticidad del entorno. Sin embargo, a pesar de que el objeto de la evaluación contenga en sí mismo dichos valores, la evaluación también tiene en cuenta los valores sociales, culturales, políticos e históricos del lugar o de la población en la que se encuentra, así pues, hay valores que se encuentran externamente a bien y que determinan su relevancia (Monfort, 2009).

Las características que le aportan originalidad de los Centros Históricos, es lo que se resguarda en la memoria colectiva de quienes transitan sus calles y ven plasmados en su espacio público, símbolos identitarios representados en sus diseños, materiales, tipologías y contextos que dan razón de sus valores sociales y culturales que dictan la historia de la ciudad y por ende, de la sociedad.

Al respecto, Göbel Christof (2022) señala: “Al tomar como base la relación entre la forma, el uso y la significación, los espacios públicos urbanos, al incorporarlos como una multiexpresividad, se convierten en símbolos de identidad. La ciudad y su historia constituyen la cultura urbana de los ciudadanos, posibilitando en ellos un sentido de pertenencia. Por ello el espacio público, es una expresión de la ciudad.” (p.94).

Esto resulta relevante para una ciudad, lo que la convierte en única e inigualable, ya que cada ciudad tiene sus propias características geográficas, vegetativas, climáticas y valores sociales, culturales, económicos, por lo que, los Centros Históricos, que representan los indicios de los primeros asentamientos en cada ciudad, deben mostrar las características esenciales de la misma, mediante el rescate de los elementos que le dan identidad.

1.1.4 Contaminación visual

La contaminación visual es el fenómeno mediante el cual se ocasionan impactos agresivos importantes en la percepción visual por la distorsión o cualquier forma de alteración del entorno natural, histórico y urbano de la ciudad, que deteriore la calidad de vida de las personas (Gámez, 2013), haciendo referencia a este texto, resulta necesario encontrar un equilibrio entre la publicidad y la identidad de la imagen del Centro Histórico, procurando armonizar con la autenticidad arquitectónica y reducir el impacto negativo de los medios impresos.

Un espacio urbano carece de identidad debido a la falta de sensibilidad de la acción humana, sucede comúnmente cuando se cambia la arquitectura, se rehabilitan las calles y se moderniza la ciudad sin una reflexión de lo que ha pasado en el espacio y qué le ha dado valor patrimonial (Silva, 2000, p.8). Lo vemos cuando cambian los materiales de las calles, transforman las fincas por modernos edificios e incluso alteran los nombres que han dado cierto arraigo.

Actualmente se ha incrementado el interés por producir diseños con identidad, no solo funcionales y estéticos, sino que además plasmen y sirvan para transmitir nuestra cultura. Un diseño con identidad no se trata solamente de hacer una réplica del carácter gráfico de la producción visual de nuestro pasado, más bien se trata de detenernos, observar y reconocer las manifestaciones gráficas producidas a lo largo de nuestra historia y actualidad como fuente de inspiración.

En los escenarios urbanos existe una serie de signos identitarios que forman parte de un registro de la evolución de nuestra identidad cultural local y nacional. A lo largo de nuestra historia nacional y local estos signos se fusionaron, se transformaron y han ido evolucionando, transformándose en portadores de nuevos significados.

Se entiende que: "...paisaje es lo que llega a los sentidos, la dimensión del paisaje es la dimensión de la percepción. Por eso, el aparato cognitivo tiene crucial importancia en esa aprehensión, por el mero hecho de que toda nuestra educación, formal e informal, se ha llevado a cabo de forma selectiva, y por lo tanto, diferentes personas presentan distintas versiones del mismo hecho." (González, 2018, p.28).

En este sentido, la forma en que percibimos el paisaje, involucra la atención de los sentidos (la vista, oído, olfato, el gusto, el tacto) y con ello relaciona sus emociones y es la forma en que se percibe un escenario y su entorno. Es por ello, que la intervención gráfica de los escenarios urbanos, debe indagar en el "...conocimiento de sus diversidades y especificidades históricas y culturales son esenciales para el respeto y la salvaguarda de la identidad y para su enriquecimiento individual y social." (Ibid, p.28).

En cuanto al colorido del paisaje de un lugar pueden venir muy bien obtenerlos de su entorno, sin olvidarse de la teoría del color y lo que representa de modo que proyecte y se adapte a lo que queremos reflejar. Para esto debemos observar las combinaciones y contrastes con los diferentes fondos y soportes con los que probablemente tenga que interactuar.

Para el arte figurativo, o la representación de un objeto fiel a la realidad, donde no hay posibilidad a modificar lo observado, es importante la observación precisa de una realidad existente como ocurre en el dibujo técnico donde se trata de emplear el lenguaje gráfico, partiendo de una realidad que no permita interpretaciones ambiguas, sino que facilite visualizar lo que existe en el espacio.

En los procesos de educación artística se entiende como el plano o superficie de que dispone el estudiante para realizar una representación gráfica o reproducir un dibujo a partir de una imagen o un objeto que se utiliza como modelo.

El margen es una parte del espacio o plano que no se utiliza en el ejercicio del dibujo o representación gráfica. El espacio que no está disponible para realizar ningún trazo y que está determinado o limitado con líneas rectas, y establecido con una medida precisa de manera anticipada a la actividad a realizar.

La parte artística trata de manifestaciones gráficas o plásticas que permiten la expresión de valores estéticos, éticos, sentimentales, emocionales e ideales del ser humano y que pueden formarse en el individuo haciendo parte del conocimiento integral.

Por lo general, cuando utilizamos la palabra "representación" (Vásquez, 2006, p.36), nos referimos a dos aspectos mutuamente implorantes: por un lado, de una esencia representada y por otro a la representación de esa esencia. Desde un punto de vista epistemológico, por una parte, estaríamos hablando de un objeto del pensamiento y por otra de una cosa que es representada por ese objeto de pensamiento.

En la filosofía cartesiana el término representación será denominado idea. A partir de esta identificación, el autor propondrá una teoría en la que los contenidos mentales, considerados en general como representaciones, serán llamados ideas, un elemento básico o el principio de la expresión artística que tiene múltiples funciones y por sí misma es la línea

porque múltiples posibilidades. La línea permite dividir el espacio o limitar el área, define la forma y establece el contorno de los objetos que se van a representar y las relaciones entre los mismos; además, permite determinar el diseño y la composición.

Todo esto antes de hacer parte estructural del dibujo mismo. La línea da la posibilidad de representar desde un símbolo hasta un pensamiento y dirigir el ojo del espectador en una obra artística. Los patrones de diseño permiten visualizar anticipadamente la distribución de los espacios y el resultado final del ejercicio propuesto. La utilización de la línea con una intencionalidad en los procesos artísticos está determinada por el desarrollo de la motricidad fina y el ejercicio de la práctica.

Por otro lado, la identidad es una serie de características, rasgos e informaciones que singularizan o destacan a algo o alguien, ya sea, una persona, una sociedad, una organización, entre otros, y que además contribuyen a la confirmación de afirmar que es lo que se dice es (Donayre, 2013).

Apoyado en los argumentos de estos autores se puede decir que la identidad gráfica de una ciudad es una manifestación cultural de la identidad local, que implica una comunicación asociada al comercio que sirve para satisfacer necesidades de negocios o servicios y la promoción de eventos culturales. Integrando sus códigos visuales y estrategias de comunicación en las diferentes campañas para producir una publicidad inclusiva, continuando en ese proceso de sincretismo de los códigos y signos que van de lo popular a lo oficial y de lo local a lo global.

Por otro lado, el diseño gráfico es una actividad simbólica y creativa, un procedimiento cuyo producto debe justificarse ante el dueño de la empresa o cliente; es decir, es representacional, estratégica y argumentativa, más que una aplicación técnica, que es al parecer una práctica profesional.

El paisaje urbano surge de la combinación de fenómenos ambientales y humanos, que coexisten en una zona particular de la superficie terrestre. Es un espacio que se modifica de manera constante con el paso del tiempo, tanto por su crecimiento y desarrollo como por su deterioro, consiste en una zona urbanizada que se forma por las ventajas que ofrecen la geomorfología y las condiciones del lugar para fomentar el desarrollo humano: la cercanía y el fácil acceso a ríos u océanos, el tipo de suelo, la estratificación rocosa, el tipo de clima, etc.

1.1.5 Elementos gráficos del paisaje urbano

Al observar el paisaje urbano de una ciudad, se pueden rescatar elementos gráficos mediante los que se puede entender el objetivo para el qué fue creado cada escenario y como

ha ido evolucionando con el tiempo; podemos recrear su historia, las actividades que en él se realizan, inclusive la forma de ser de las personas que lo transitan e interactúan en él. De este recorrido visual se rescatan elementos gráficos de los valores de una ciudad, así como para realizar la identidad gráfica de una empresa también se consideran los valores de la misma.

La finalidad es proporcionarle al espacio los elementos que puedan comunicar el mensaje que la ciudad desea transmitir a los transeúntes. Así como se crea una identidad gráfica para una ciudad, de la misma manera se crea para una empresa a menor escala. Como menciona el autor Norberto Chaves (2005): "El diseño de un perfil de imagen institucional implica un planteamiento de la identidad institucional pues la imagen es el efecto público de un discurso de identidad." (p. 6), es decir que para lograr formular lineamientos que integren a los elementos de imagen de una institución se necesitan basar en ciertas características que identifiquen la integración y la forma en que operan la sociedad.

1.1.6 El color en el paisaje urbano

El color es uno de los principales elementos sensoriales que percibe el ser humano y que le puede transmitir sensaciones de armonía o desagrado, lo que conlleva a una identificación con el entorno y un elemento de integración del espacio público.

Es por ello que la selección del color en los escenarios urbanos del Centro Histórico, puede transmitir sensaciones de aceptación o de rechazo a un espacio determinado. Al referirnos al color como un elemento de la identidad gráfica, éste, debe establecer una comunicación visual acorde al mensaje que quiera transmitir el Centro Histórico de la ciudad y resaltar los monumentos históricos y escenarios urbanos que le proporcionen identidad. Barbero (2005) señala: La selección del color se plantea como un elemento sociocultural y sus preferencias varían con la edad, la formación y el entorno social. Los colores elegidos han variado histórica y geográficamente lo mismo que las costumbres, la estética y la moda. (p.113).

Al transitar por el espacio público de un Centro Histórico, es común observar e interpretar los símbolos que encontramos en sus escenarios urbanos, tratando de entender su historia, sus manifestaciones sociales y culturales, para reconstruir mediante sus imágenes, la recreación cotidiana que se daba en ese lugar.

El color es un elemento importante para rescatar los valores culturales e históricos en cada época, así como dar evidencia de su evolución, por lo que, la elección del color en los escenarios urbanos del Centro Histórico, debe atenderse con un estudio muy cuidadoso que

sea capaz de descubrir en cada uno de sus espacios, la esencia de su historia y aspectos socioculturales.

1.2 Teoría de la Identidad gráfica

Los especialistas en el diseño gráfico como Joan Costa, Norberto Chávez, Toulemonde y Olins, entre otros, han escrito desde 1970 en distintos países; teniendo en cuenta lo anterior, se escribió un artículo como resultado de investigación, cuyo objetivo era avanzar hacia una teoría e historia del tema en Colombia, desde el siglo XIX. La metodología consistió en compilar datos historiográficos de notas de campo y notas de textos de historiadores artistas y diseñadores (Bermúdez, 2014).

Con base en el estudio de los conceptos de "...imagen, marca, logotipo y *lettering*", Bermúdez (2014), analiza las técnicas que se utilizan en la creación de la imagen visual y las motivaciones: psicológicas, semiológicas y antropológicas. Asimismo, expone las reglas de comunicación verbal que determinan la creación de una marca, sus funciones y las características que esta debe presentar. Aborda aspectos de la gama cromática y de los elementos psicológicos e informativos, los cuales intervienen en el diseño de la identidad corporativa.

Existen varias definiciones de imagen e identidad gráfica, por ejemplo, cuando se nos viene a la mente una imagen corporativa de marca o una entidad, pero las identidades gráficas no son solo eso. El "grafismo" es la composición de gráficos, fotos y textos que soporte: imprimir, grabar, pintar, serigrafiar o troquelar con fines publicitarios, comerciales, educativos, corporativos e informativos (Ensayos, 2015).

La creatividad en el pensamiento espacial en los procesos de representación gráfica. Mendoza & León (2016) definen el pensamiento como un impulso de energía e información que ocurre exclusivamente dentro de nuestra cabeza, debido a que los experimentamos como pensamientos lingüísticamente estructurados; es decir, dentro de una exclusividad verbal. Consideran también al pensamiento como potencia o facultad de pensar; acción y efecto de pensar; idea inicial o capital de una obra cualquiera.

II. La intervención gráfica en los escenarios urbanos

El centro histórico es base fundamental del movimiento económico no solo de la ciudad sino también del movimiento del país, debido que existen zonas determinadas al comercio de diversas y variadas mercancías; en donde los pequeños comerciantes, tanto de la ciudad como del interior de la república, se abastecen de todo aquello que les es necesario para el desarrollo

de sus actividades, esto hace que en dichas zonas el movimiento de dinero se realice en cantidades verdaderamente importantes, pero no solo en cuanto a la economía,

Pues estos barrios se convierten en una atracción social y cultural, con comercios que distribuyen mercancía al por mayor, ubicados en estéticos y antiguos edificios, los cuales conservan los vínculos con la historia.

Los centros históricos por lo general concentran edificaciones antiguas y monumentos protegidos por Institutos de protección al patrimonio histórico, que regulan la manera en que se trabaja la publicidad. Debido a esto, hay cierta resistencia de los diseñadores en intervenir sus escenarios urbanos por las restricciones de sus reglamentos; sin embargo, es muy importante tener una comunicación gráfica que se adapte tanto a las necesidades de los turistas como a las de las personas que viven ahí y esto ayuda también a la conservación del valor patrimonial y reactivación turística.

Se muestran algunos ejemplos que han sido tomados como referencia para abordar la problemática del caso de estudio:

El Centro Histórico de Lima en Perú que cuenta con la Plaza Mayor, Catedral y Palacio Municipal desde 1988 es declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, se distingue por los distritos del Rímac y del Cercado.

El Centro Histórico de Zaragoza es uno de los más importantes en España y es conocido como la ciudad vieja, se configura por los barrios: La Magdalena, Tenerías, San Miguel y San Pablo. Sus principales atractivos son: la Catedral del Salvador, la Lonja y la Real Maestranza de Caballería.

Es uno de los conjuntos históricos de tipo urbano completos de tipo medieval y renacentista en el mundo. Algunos de los monumentos más significativos son: Catedral de Santa María, el Arco de la Estrella, el Palacio de las Veletas, la Torres de Bujaco y los Palacios de los Golfines.

Toledo es otra de las ciudades españolas que tiene un Centro Histórico declarado Patrimonio de la Humanidad. En el año 1986 fue cuando obtuvo esa declaración gracias a construcciones, tales como el gótico isabelino y el monasterio de San Juan de los Reyes pidiendo que los edificios sean demolidos o reestructurados.

Por otro lado, la Catedral de Santa María, la mudéjar Puerta del Sol, la Puerta Vieja de Bisagra, la Iglesia de San Román o la sinagoga de Santa María la Blanca. Córdoba es, de la misma manera, otra de las urbes de España que cuenta con un Centro Histórico declarado Patrimonio de la Humanidad.

Cuenta con el segundo Centro Histórico más grande de Europa con declaración por la UNESCO. Sus edificaciones y monumentos más especiales como sería el caso de la Mezquita-Catedral, su barrio de la judería, el Puente Romano, el Alcázar de los Reyes Cristianos y la Casa de Sefarad.

En Culiacán, es común observar el exceso de información publicitaria, tipografías y colores contrastantes en su paisaje urbano, así como anuncios desproporcionados algunos en elevación, otros a nivel de calle o en la parte superior de las fachadas, con lo que se incrementa el desorden publicitario y la contaminación visual.

Ante este desorden publicitario, en el año de 1995, se elaboró por parte del IMPLAN Culiacán, el Plan Parcial del Centro Histórico Culiacán, donde se planteaban los primeros indicios para hacer una reestructuración del Centro Histórico de Culiacán, sobre todo en cuanto al ordenamiento del uso del suelo, la reestructuración del sistema de transporte y el respeto a las fincas históricas de gran relevancia para la ciudad. Sin embargo, no se pudieron concretar acuerdos para llevar a cabo las estrategias planteadas.

En el año de 2007, se llevó a cabo el Foro de opinión ciudadana por el Centro de tu Ciudad, donde se evidenció una preocupación generalizada por la imagen urbana del Centro de la ciudad, y se procedió a formar el Comité Ciudadano por el Centro de tu ciudad, integrado por funcionarios, ciudadanos, empresarios que se mostraron interesados en contribuir a la mejora del paisaje del Centro Histórico. Entre sus objetivos se planteaba el rescate de la centralidad simbólica del Centro de la ciudad, la recuperación del patrimonio histórico, artístico y cultural, mediante la mejora de la imagen urbana.

En este plan se hace énfasis en la necesidad de formular lineamientos específicos con la finalidad de conservar, mantener y mejorar el patrimonio urbano, arquitectónico, ambiental y paisajístico. Entre las líneas de acción para el desarrollo urbano estratégico, se mencionan: 1) Mejorar la imagen urbana de la ciudad, 2) rehabilitar y/o rehabilitar espacios públicos, 6) promover la peatonalización en ciertos puntos de la ciudad.

El planteamiento para llevar a cabo estas estrategias, se plasmaron posteriormente en el Plan Parcial Culiacán, Zona Centro (2010), en el que se establecen 8 políticas urbanas, en su 8va. Política se orientan al Plan Parcial Culiacán Zona Centro entre las cuales, y para el interés del presente trabajo de investigación, se señala la de Recuperación del Centro Histórico.

En el análisis del suelo urbano y potencial paisajístico del centro histórico: "...se hace referencia a el Barrio de la A, Ángel Flores, como uno de los más bellos y rescatables por su permanencia de uso habitacional y su arquitectura monumental de finales del siglo XIX y

principios del siglo XX. Es una zona tranquila donde se mezcla el uso habitacional con algunos planteles educativos.” (p. 52). En esta calle se encuentra la sección de calle denominada El Paseo del Ángel.

“En cuanto al desarrollo económico se visualiza a la Zona Centro como un espacio central en la cual se han logrado regenerar importantes áreas de valor histórico, artístico, cultura y comercial con gran potencial de desarrollo, que por su continuidad física van creando o fortaleciendo ejes, articulado sitios y objetos urbano arquitectónicos que simbolizan el dinámico desarrollo de la ciudad.” (p.119).

En el apartado de imagen urbana, expresa: “La rehabilitación de la imagen urbana de la Zona Centro tiene efectos directos sobre la identidad y la capacidad de apropiación del medio, en la medida en que sea posible revertir su deterioro será posible rescatar la identidad social y cultural de sus habitantes.” (p.136).

En este programa se propone “la semipeatonalización de la sección de calle de El Paseo del Ángel, y esto se lograría mediante la ampliación de calles y reducción de carriles para el vehículo automotor, considerando también, el revestimiento de pavimentos con acabados que permitan la reducción de la velocidad, así como la ampliación de banquetas y cruces que den prioridad al peatón, mejorar la infraestructura y el equipamiento a como sea más conveniente para el área.” (p.145-146).

Aunque en el documento del Plan Parcial del Centro Histórico se hace referencia a la identidad, las acciones más bien se enfocan a la arquitectura y el urbanismo, mas no a la identidad gráfica, que es un factor descuidado en estos planes de mejora del centro histórico y fundamental para mejorar la imagen urbana y el tratamiento de los escenarios urbanos del centro histórico con la finalidad de mitigar los efectos negativos de la contaminación visual.

2.1 Proyecto de El Paseo del Ángel

El Paseo del Ángel es una propuesta ganadora del concurso de calles mexicanas organizado por la SEDATU en la categoría calles mixtas o de tránsito lento; se trata de un proyecto del IMPLAN ejecutado por el H. Ayuntamiento en el año 2011 dentro de las propuestas para potenciar el paisaje urbano implementado por el IMPLAN. Dicha competencia se realizó por parte del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU), el IMPLAN se destacó por ser el mejor proyecto, después de un proceso de selección entre 140 propuestas.

Se trata de una calle muy particular que cuenta con escenarios gastronómicos, escenarios culturales y escenarios comerciales. Esta zona del Centro histórico se percibía como violenta, vulnerable e insegura; por lo tanto, los comercios se habían movido hacia otras

zonas del Centro y, en consecuencia, se volvió más tranquilo, entonces el C. José Valenzuela García estaba trabajando en la Cámara de Comercio y se salió para crear el patronato del Centro Histórico. Donde se contrató una empresa para que precisara un estudio de mercadeo y otra empresa para que creara la identidad gráfica que existe hoy en día. Se eligió esta calle porque no transitaban camiones por ahí, no tenía ninguna tendencia y era una calle ancha.

Con la finalidad de observar modelos de intervención en los Centros históricos, se realizaron varios viajes al extranjero como Brasil y Europa, se acercaron a patronatos como el de la Plaza Machado en Mazatlán, obteniendo varios conocimientos en IMPLAN para echar andar la propuesta. Entonces decidieron buscar empresas sinaloenses que se adaptaran a las necesidades del proyecto priorizando el tránsito peatonal; con esto se incrementó la actividad de los primeros restaurantes y se invitó a otros negocios a diversificar la economía de El Paseo del Ángel; llamado así haciendo alusión a la calle General Ángel Flores y por el Ángel de Catedral o San Miguel Arcángel, llevando el logotipo los colores de los vitrales representativos de las iglesias en todo el mundo y la nube debajo del ángel, prefigura un pedacito del cielo de la ciudad.

Figura 5

Logotipo de El Paseo del Ángel



Fuente: Paseo del Ángel | Central Internacional de Autobuses de Culiacán Sinaloa. Consultado en: centraldeautobusesculiacan.com, el 6 de junio de 2022.

La idea principal del proyecto nació de la necesidad de rescatar a el Centro Histórico mediante la recreación de la vida cotidiana de nuestros antepasados; es decir, que la gente volviera a convivir sentándose en las banquetas para sociabilizar con sus vecinos en un lugar tranquilo, iluminado y seguro para generar un ambiente muy distinto al que se vive cuando hay

tránsito vehicular y así se fue conformando la calle: primeramente el H. Ayuntamiento de Culiacán arregló las calles quitando todo el alumbrado y cables para evitar la contaminación visual haciéndolo subterráneo, las banquetas se ampliaron para demostrar preferencia a la circulación peatonal, revistiendo sus calles con acabados de concreto estampado, se embelleció con mobiliario urbano, iluminación arquitectónica y en coordinación con el patronato se instaló sonido ambiental; en todas las fachadas se colocaron cámaras de vigilancia para monitorear la zona por 24 horas al día los 365 días del año.

En la versión electrónica de el periódico Río Doce publicado el 16 de noviembre de 2014, Melisa Moraila señala que el delegado del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) en Sinaloa, Arquitecto Francisco Ríos Avendaño mencionó que: la idea es crear un ambiente seguro y atractivo para que las personas transiten y conozcan la oferta comercial que hay en la ciudad.

2.2 Estudios previos

La investigación en cuanto a la identidad gráfica de una ciudad no solo nos aporta información que nos puede servir de inspiración para los rasgos o aspecto del logotipo o las tipografías que vayamos a utilizar, sino que es crucial para elementos como el color, que puede cambiar totalmente la apariencia y lo que transmite la identidad. Y estos colores en el caso de los lugares puede venir muy bien obtenerlos del entorno. Pero hay que tener también en cuenta la teoría del color, lo que representan y su adaptación a lo que se quiere proyectar. Hay que observar sus combinaciones y contrastes con los diferentes fondos y soportes con los que probablemente tenga que interactuar (Meral, 2018).

Cada vez es más accesible viajar y las ciudades que tienen mayor número de turistas en el año es debido a que se establece un vínculo afectivo y esto se hace posible mediante una adecuada identidad gráfica que genere una marca que la distinga reflejando la esencia de la ciudad, por lo tanto, es necesario observar lo que están haciendo otras ciudades como la ciudad de La Habana, México, La Habana, la ciudad de El Cairo, y la ciudad de México, que, aunque son intervenciones conmemorativas, aún permanece esta intervención gráfica en sus escenarios de manera permanente, como se muestra en el siguiente apartado.

2.2.1 Aniversario de La Habana

Con motivo del 500 aniversario de La Habana, los diseñadores gráficos Joan Mendoza y Biadice Quiñones (2019) crearon la marca para la ciudad de La Habana, enfrentándose a grandes desafíos como el hecho de que carecía de una identidad que la representara como capital tanto a nivel nacional como internacional entonces ellos tenían que darle una identidad visual que resaltara su atractivo turístico y el sentimiento de pertinencia de la población.

Con lo antes mencionado, el gobierno provincial de La Habana solicitó al instituto superior de diseño (ISDI) la creación de una marca para la ciudad que se entendería como la concepción de la campaña por el 500 aniversario de La Habana que permitiría divulgar y promover las actividades asociadas a la celebración por lo que entonces, Joan y Biadice enfatizaron la frase “que todo el mundo sienta que La Habana es suya” Eusebio Leal Spengler, Historiador de la Ciudad de La Habana. (Geográficas, 2019).

Mendoza y Quiñones formularon una campaña que comprendía 3 etapas que para poder articular y comprender el proceso idearon un plan de acciones que se iban a llevar a cabo, por lo tanto, la primera etapa era del primero de junio hasta el 16 de noviembre de 2018, durante el aniversario 499 de La Habana; en esa etapa tenían que demostrar que es una ciudad real y maravillosa, en la segunda etapa de desarrollo que comprendía un año a partir del 16 de noviembre de 2018; donde se celebraba el aniversario 500, en esta fase se utiliza el eslogan “lo más grande”, y la última etapa se comenzaría el 16 de noviembre de 2019 en el que se enfatizaría la labor por dinamizar La Habana que no concluyó en el 500 aniversario, sino hasta el aniversario 501 que comprende un periodo a partir del 16 de noviembre del 2020, y que, debido a la pandemia por COVID-19, aún no se ha concluido desde el 16 de noviembre de 2020 en adelante. Entonces necesitaban crear una marca versátil y universal en el cual la misión era reflejar características de intensa carga emocional con un gran potencial efectivo de identificación considerando elementos relevantes como la arquitectura, la historia, personajes, etcétera; al mismo tiempo, Mendoza y Quiñones tuvieron en cuenta la adaptabilidad a diferentes tonos y contextos y consideraron importante dotar a la marca de un carácter universal.

Quiñones y Mendoza se propusieron a representar gráficamente cuatro atributos principales de la ciudad que es auténtica, dinámica, alegre y contemporánea inspirándose en el concepto carpinteriano de la ciudad real y maravillosa para retratar una ciudad orgullosa de encontrarse entre las 7 ciudades maravillas del mundo llena de sorpresas y contradicciones (Geográficas, 2019).

Hablando visualmente del logotipo de La Habana los creativos eligieron recursos formales que recuerden la apariencia de la ciudad; en lo concerniente a la estructura arquitectónica, optaron por la horizontalidad ya que es un lugar de extenso litoral de la ciudad, también se inspiraron en la arquitectura tradicional con sus arcos de medio punto y vitrales y de ella destacaron la forma de arco con la continuidad de los trazos que describe el contorno superior del paisaje urbano, haciendo referencia a la estructura del panorama metropolitano

que se caracteriza por no representar diferencias extremas de altura entre las edificaciones que lo componen tal como se muestra en la figura

Figura 6

Guía para crear la identidad gráfica.



Imagen modificada de: <https://oncubanews.com>

Hablando de los colores notaron que predomina el azul que alude al cielo y el mar siempre vecinos; el rojo que recuerda los tejados habaneros, el ocre que representa los edificios de La Habana antigua y el verde de la vegetación que se esparce por los parques y paseos tal y como resumen Biadice y Joan y se describe en el artículo de Geográficas (2019).

En la descripción del proyecto, el nuevo logotipo de la ciudad debía reflejar en su estructura la mezcla de elementos que identifican a La Habana entonces aquí fusionaron dos conceptos y el logotipo final fue el resultado de la combinación de los dos bocetos iniciales de la primera alternativa; se formó con la asociación de las formas curvas y rectas de la segunda, continuidad de los trazos y la idea de crear una solución tipográfica original que no responde a

ningún alfabeto en particular. Así, la segunda alternativa constituye la base compositora mientras que la primera denota los rasgos representativos de la ciudad.

Figura 7

Logotipo final



Imagen modificada de <https://oncubanews.com>

Una marca no solo debe diferenciarse de los demás, también necesita despertar una emoción en el público para establecer un vínculo afectivo; para que una marca refleje presencia en la sociedad mediante objetos, hay mensajes, sobre todo, teniendo en cuenta que la marca debe funcionar en el marco de la campaña por el 500 aniversario de La Habana.

Por lo tanto, Mendoza y Quiñones (2019) establecieron un sistema de apoyo gráfico y un sin número de aplicaciones creando un universo lleno de color y dinamismo, permitiendo una atmósfera que complementa el logotipo y después su esencia, entonces se logró transmitir los rasgos distintivos de la ciudad exitosamente, la necesidad de contar con un sistema de comunicación que tuviera la capacidad de transferir los mensajes y hacer pública la nueva identidad de la ciudad a través de aplicaciones para diferentes medios y acciones de comunicación para llevar a cabo la campaña de lanzamiento del aniversario de 500 años de La Habana.

El sistema que se creó les proporcionará a los habitantes el objetivo que se tenía desde un principio, que es el sentido de pertenencia por su ciudad y la necesidad de apropiarse de la misma como imagen que los identifique tanto nacional como internacionalmente. El sentido de pertenencia es muy importante, porque si los habitantes se sienten identificados con la expresión visual, del mismo modo los turistas adoptarán la ciudad como suya.

2.2.2 Identidad gráfica de El Cairo

Es interesante hablar acerca de la ciudad de El Cairo como referente internacional porque se trata de la fusión de dos culturas: la árabe y la egipcia, esto fue posible gracias a la diseñadora Laura Meral (2018), de manera sintetizada, se presentan los elementos gráficos que se tomaron en cuenta para determinar la identidad gráfica de la ciudad de El Cairo:

En la caligrafía expuesta en la ciudad de El Cairo se advierten rasgos de la escritura árabe pero también del ojo de Horus (Es un amuleto emblemático de la cultura egipcia, que, según la leyenda, simboliza el ojo izquierdo de Horus, hijo del Dios Osiris), se realizó un proyecto de identidad gráfica para la ciudad de El Cairo creando un logotipo con la ayuda de la diseñadora Laura Meral, ella comentaba que cuando se realiza una identidad gráfica suele pensarse en una imagen corporativa de marca de una corporación o una entidad, esta identidad gráfica de la ciudad de El Cairo se realizó el 27 de junio del 2018.

El caso de crear la identidad de un lugar es más complejo, pero a la vez más interesante porque se requiere de una exhaustiva investigación sobre la ciudad, los monumentos, tradiciones, la vida de la ciudad en general, entonces se debe de tomar en cuenta que las personas deben sentirse identificados, pero al mismo tiempo el ser inclusivos puede resultar muy complejo, como es en el caso de la ciudad de El Cairo donde deben unirse la cultura egipcia antigua y la islámica logrando una conexión entre la cultura antigua y la moderna de esta ciudad porque se encuentra en un constante proceso de evolución capturando elementos que complementan la esencia de la ciudad; por lo tanto, en el logotipo final que se muestra a continuación se utilizaron líneas continuas para darle la actualización sin dejar de lado sus raíces egipcias con el perfil de la letra "A".

Figura 8

Logotipo de El Cairo



Imagen modificada de <https://www.behance.net>

La letra “I” representa con su llamativo color, a los minerales de la cultura islámica; otro elemento que tiene gran importancia en el diseño es la tipografía porque es un elemento delicado para su selección y justificación, por lo tanto, el eslogan utiliza una tipografía legible que se puede utilizar para otros textos que se relacionen con la identidad gráfica, pero no solamente se debe basar en los rasgos de su aspecto de logotipo o tipografías que se vayan a utilizar, también son importantes elementos como el estudio cromático que puede cambiar totalmente el significado de la identidad, cuando se hace una identidad gráfica de una ciudad se deben investigar los colores del entorno considerando la teoría del color y lo que representan adaptándose al mensaje que se quiere transmitir; por consiguiente, hay que tener cuidado con las combinaciones y contrastes, así como la variedad de fondos y soportes con los que tenga que interactuar.

Las configuraciones del logotipo son importantes por lo tanto debe respetarse la integridad del logo al crear un manual de identidad corporativa; a su vez, se debe dejar muy en claro las normas que hay que seguir para realizar con el logotipo, es decir lo que se permite y no se permite, el diseño de un logotipo debe ser versátil, sobre todo en el caso de una ciudad porque se requiere flexibilidad para poder adaptarlo a múltiples configuraciones sin dejar de lado la importancia de la escala porque, a cierto tamaño, el logotipo no se verá adecuado.

La escala es muy importante porque en ocasiones el logotipo de la ciudad de El Cairo podría perderse; por lo tanto, debe indicarse en el manual de identidad los cambios que se necesitan para que se vea lo más estético posible en algunos casos un cambio de configuración podría resultar pertinente en el momento de realizar una identidad gráfica, la mayoría de los puntos a considerar son técnicos con funciones eficientes; pero lo más importante para Laura Meral es el concepto o lo que se quiere transmitir.

2.3 La identidad gráfica mexicana contemporánea

La identidad gráfica mexicana es muy rica porque contiene rasgos importantes como la vestimenta de los españoles, criollos, mestizos, mulatos y zambos, así como los indios y los esclavos que trabajaban en minas y plantaciones, de las que se tomaron ciertos rasgos de la cultura mexicana como es el día de los muertos, el personaje de la catrina, las imágenes que aparecen en el juego de la lotería entre otros. Así también, en el Palacio de Bellas Artes, podemos encontrar a la pintura titulada “La nueva democracia” de David Alfaro Siqueiros realizada en 1944 y a la imagen de la Virgen de Guadalupe, como elementos que son y han sido parte de nuestras raíces mexicanas.

Propuesta gráfica: en la ciudad de México se creó una propuesta de identidad gráfica mexicana contemporánea con una transición entre los elementos identitarios del pueblo de Santiago Zapotitlán en la Universidad Nacional Autónoma de México en el año 2018; se trata de un documento tipo tesina para obtener el título de Lic. en Artes Visuales presentado por la alumna Dora Infante Santiago; aquí tomaron como concepto la identidad mexicana.

III Criterios de la identidad gráfica.

Al proporcionarle identidad gráfica a los escenarios urbanos de un lugar determinado, es necesario rescatar sus valores identitarios:

“Hablar de las intervenciones gráficas que se suceden en lo que caracterizamos como escenario urbano, es enunciar un amplio abanico de tipologías. Por un lado encontramos aquellas intervenciones emparentadas con el mundo comercial como la publicidad exterior; por el otro, percibimos expresiones que se salen de dicha lógica que en principio aglomeramos bajo el término *grafiti*, es decir esas escrituras de nombres propios que se presentaban en ciudades como la New York en los años 1970, y que luego fueron convirtiéndose en nuevas expresiones más depuradas tipográfica y visualmente, haciendo que su significado contemporáneo resultase insuficiente para todos los tipos de escritura y dibujo que pretendía abarcar.” (Gaviria Puerta, 2018, p.27).

Como ya se ha mencionado, El Paseo del Ángel, es el caso de estudio de este trabajo de investigación, donde el objetivo principal es el de hacer un estudio de caracterización del paisaje urbano y rescatar sus elementos identitarios como lo son; la tipografía, el color, tipología arquitectónica, paisaje natural, luminarias, entre otros.

Para realizar la categorización de familias tipográficas me basé en el manual de familias tipográficas de Santibáñez (2001), se hizo un levantamiento de familias tipográficas capturando imágenes de los letreros.

Para realizar el estudio cromático se capturan imágenes del entorno y se digitalizan en el software de la pantonera para que detecte la gama de color que corresponde, se realiza la entrevista en los escenarios con la finalidad de conocer acerca de la vida del Centro Histórico.

Aquí se muestra la importancia que tiene la identidad gráfica de una ciudad que ha cobrado gran relevancia en el contexto global, el desarrollo y aplicación de la ciudad, destacando sus singularidades en el contexto de la globalización.

Entonces nos basamos en las estrategias de un diseñador como Alba Herrero porque tiene experiencia en crear un vínculo entre la ciudad y las personas como plan patrón de perspectiva para llevar a cabo las pautas a seguir en conformidad con la propuesta del diseñador Joan Costa (2003) y sugiriendo tácticas para el desarrollo de cada uno de los pasos a seguir, adaptando la aplicación de la metodología a los procedimientos por emplear.

Para esto es necesario observar las combinaciones y contrastes de las tipografías y colores del entorno interactuando con los diferentes fondos; por lo tanto, resulta necesario detectar los grados de iconicidad que se representan en las fotografías analizando los elementos gráficos con su función simbólica identificadora y estética, al mismo tiempo que se realiza un estudio cromático.

Se han realizado diferentes propuestas de identidad gráfica en algunos centros históricos porque suelen ser lugares simbólicos que resaltan las características particulares a las ciudades. Ahí podemos encontrar monumentos históricos y conjuntos arquitectónicos de valor patrimonial, todos estos elementos permiten establecer una conexión identificadora entre los turistas y entre quienes la habitan.

Esto es con la intención de favorecer a las empresas privadas y gubernamentales, generando un antecedente que permita dejar su huella en el mundo, captando y expresando las singularidades de la ciudad, enfrentándose a grandes desafíos como el hecho de encontrar ¿Qué es lo que identifica a dicha ciudad que la representa como capital tanto a nivel nacional como internacional? y entonces resaltar sus atractivas cualidades para el turismo y el sentimiento de pertenencia de la población. Debido al modernismo tecnológico que estamos enfrentando, resulta necesario recurrir a la identidad gráfica en la gestión urbana para comprobar el nivel de adecuación y pertinencia del patrón de diseño.

La estructura metodológica abarca el método de observación sistemática para lo que se van a requerir apoyos de audio y gráficos como videos, fotografías, grabaciones de voz para las entrevistas y proceder con la identificación y la categorización de los patrones de diseño. Así también, se ha elaborado un estudio cromático concerniente los logotipos que se encuentran en El Paseo del Ángel, después se procederá a la categorización de las familias tipográficas.

Se aplica el método cualitativo donde se sintetiza y se reducen los datos obtenidos, identificando y categorizando los elementos de identidad gráfica, así como los escenarios ya sean culturales, gastronómicos o turísticos; por lo cual, también es importante observar el paisaje urbano.

Los colores que se manejan en El Paseo del Ángel reflejan el ambiente que brinda la calle, ya que son colores sobrios, formales, en vez de utilizar colores chillantes, fosforescentes, como se ve en la modernidad; más bien son apagados tipo vintage, en fin, son colores con tonalidades antiguas, colores quemados y algunos se encuentran en la gama de los ocre como se muestra:

Figura 9

Vista del colorido de los escenarios



Fuente: propia.

El paisaje ha sido entendido de dos maneras complementarias, por una parte, puede ser un fragmento de territorio observado y por la otra, de la manera en que ese territorio es representado; sin embargo: "...el paisaje no puede desligarse de la apreciación perceptiva, muy visual; la imagen o representación por su parte, no existe en ausencia de un referente real, y de un trabajo simbólico realizado socialmente (Booth, 2008, p.61). Un ejemplo de esto se puede observar en la figura 13.

Figura 10

Se muestra una vista del paisaje urbano



Nota: ubicado en El Paseo del Ángel fuente: elaboración propia

La comunicación visual en los escenarios urbanos, ha protagonizado en el contexto visual del espacio público. El corredor gastronómico de El Paseo del Ángel de Culiacán Rosales, es una sección de calle donde se combinan el gusto por la gastronomía, el paisaje urbano y las actividades de recreación cultural; sin embargo, a raíz de la contingencia por COVID 19, ha disminuido en gran medida la convivencia social, el tránsito en el lugar e incluso la apertura de los establecimientos comerciales; se requiere entonces, de una comunicación visual que brinde seguridad al transitar los escenarios del espacio público. Se hace un estudio comparativo en un contexto internacional y nacional, con lo que se llega a la conclusión de que, la comunicación visual en los escenarios urbanos, son una parte fundamental del espacio público.

Como menciona Calderón Varela:

“A través de la acción sobre el entorno, las personas, los grupos y las colectividades transforman el espacio, dejando en él su “huella”, es decir, señales y marcas cargadas simbólicamente. Mediante la acción, la persona incorpora el entorno en sus procesos

cognitivos y afectivos de manera activa y actualizada. Las acciones dotan al espacio de significado individual y social, a través de los procesos de interacción” (2020, p.82).

Dada la relevancia que los centros históricos tienen en las ciudades, sus espacios suelen ser lugares simbólicos, los cuales dotan de características particulares a la ciudad pues albergan monumentos históricos y conjuntos arquitectónicos de valor patrimonial, que son apreciados por quienes habitan la ciudad ya que permiten establecer una identidad y por consiguiente, las propuestas gráficas que se han realizado en centros históricos tratan de aportar identidad y valor cultural a los escenarios de su paisaje urbano. (Sánchez & Juárez, 2017).

El paisaje urbano por su parte se vincula con la naturaleza, en ese momento se convierte en un actor creativo al deducir el territorio, y, por lo tanto, el turista es parte fundamental del paisaje moderno; sin embargo, la representación gráfica es una comunicación visual que genera una interacción con las personas que transitan la calle hacia una idea precisa del paisaje en donde la belleza natural ha constituido uno de los principales activos en la construcción de la simbología de la ciudad.

Las consecuencias de una falta de identidad urbana son el abandono, la inseguridad, la pérdida de valor económico, la ausencia de elementos de la propuesta de valor de una ciudad o sitio sobre otro, lo que “hace” a una ciudad, e incluso la segregación o deterioro de la calidad de vida; de esta manera, se pierde el valor del patrimonio urbano (Santiago, 2018).

Los escenarios del paisaje que rescatan los hitos de la arquitectura del ocio son las imágenes que proyecta una ciudad y esto se determina mediante la observación y percepción que involucra a los habitantes y visitantes. El turista no es sólo un consumidor más, sino que además contempla con frecuencia el paisaje que se vincula con la naturaleza y en ese momento se convierte en un actor creativo al deducir el territorio, por lo tanto, el turista es parte fundamental del paisaje moderno. (Valle, 2000).

En otras palabras, todo aquello que fomente el desarrollo urbano psicosocial integrado como lo es la conformación de la personalidad; tiene como propósito evidenciar los valores y símbolos gráficos que orienten al discernimiento del valor histórico y del paisaje urbano, adquiriendo una amplia gama de actividades donde interactúen el placer, el goce, la creatividad y el conocimiento en una dinámica de aprendizaje significativo dentro de una sociedad que busca comunicarse mediante un manual de representación gráfica: obsérvese la siguiente figura.

Figura 11

Vista de mural ubicado en edificio de El Noroeste.



Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, las manifestaciones gráficas o plásticas permiten la expresión de valores estéticos, éticos, sentimentales, emocionales e ideales del ser humano y que pueden formarse en el individuo haciendo parte del conocimiento integral. La representación gráfica orientada a la identidad del paisaje urbano trata de evidenciar nuestra cultura, nuestros valores, conectarnos con nuestra historia por medio de elementos gráficos que representan a una ciudad, es la manera en la que percibimos el espacio.

En este sentido entendemos la publicidad como parte de este procedimiento de creación de relaciones donde el papel que juega el diseño es de alta relevancia, sobre todo en el ámbito de la organización y de la práctica profesional.

Aún existen muchas ciudades que carecen de un manual de identidad gráfica porque no se tiene esa sensibilidad para darle la debida importancia de la acción humana y esto sucede comúnmente cuando se cambia la arquitectura, se rehabilitan las calles y se moderniza la ciudad sin una reflexión de lo que ha pasado en el espacio y qué le ha dado valor patrimonial (Silva, 2000).

Esto se observa cuando cambian los materiales de las calles y transforman las fincas en modernos edificios e incluso alteran los nombres que le han dado cierto arraigo. El Paseo del

Ángel del Centro Histórico de la ciudad de Culiacán Rosales, constituye una sección de calle delimitada por edificaciones de valor histórico y también por edificaciones que corresponden a la arquitectura moderna, que de manera estratégica y en determinados horarios se destina al uso peatonal; en ella se encuentran lugares de recreación, diversidad de comercios y restaurantes; los colores que se manejan en dicha calle reflejan un ambiente de formalidad y sobriedad, ya que son colores sobrios, formales, con tonalidades antiguas, colores quemados y algunos se encuentran en la gama de los ocres.

Tal como lo menciona Booth (2008). La construcción del paisaje es un proceso de larga duración que involucra diversos agentes del sistema cultural. Las tecnologías de la movilidad y las experiencias turísticas constituyen un aspecto destacado en la producción de los paisajes del siglo XIX, y han sido prácticamente desestimados por la historiografía.

Figura 12

Vista de la calle en el anochecer de El Paseo del Ángel.



Fuente: Propia.

3.1 La tipografía en el paisaje urbano

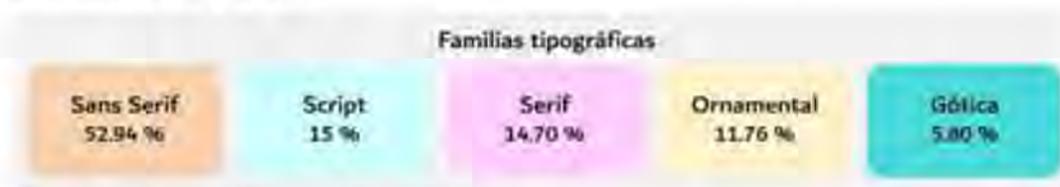
En la modernidad, muchos diseñadores de fuentes tipográficas están creando nuevas fuentes a partir de la familia Sans Serif, las características formales de esta tipografía son los trazos formales y verticales de trazo grueso, trazos oblicuos finos y tenues, ascendentes y descendentes, cortos con remates muy elaborados; en cuanto a sus aplicaciones, se utilizan en diseños con un toque histórico importante, es por eso que podemos encontrar estas fuentes en calles antiguas como lo es El Paseo del Ángel y en multitud de bebidas de tradición histórica como las cervecerías, entre las fuentes más clásicas podemos encontrar la Lucida Blackletter, Blackmoor y Fraktur; de esta manera, las familias Sans Serif nos enlazan con nuestros antepasados.

La construcción del paisaje es un proceso de larga duración que involucra diversos agentes del sistema cultural. Las tecnologías de la movilidad y las experiencias turísticas constituyen un aspecto destacado en la producción de los paisajes del siglo XIX, y han sido prácticamente desestimados por la historiografía.

Con la finalidad de Identificar los elementos de diseño que configuran los escenarios de El Paseo del Ángel como parte esencial del diseño del paisaje urbano y en atención al primer objetivo de este trabajo de investigación, se desarrolló la siguiente gráfica en Tabla 1:

Tabla 1

Se muestra la categorización tipográfica de los anuncios publicitarios encontrados en El Paseo del Ángel (Consúltense las Fichas de identificación de los elementos tipográficos y estudio cromático p.55 a la 84).



Fuente: elaboración propia

En cuanto a sus aplicaciones, se utilizan en diseños con un toque histórico importante, es por eso que podemos encontrar estas fuentes en calles antiguas como lo es El Paseo del Ángel y en multitud de bebidas de tradición histórica tal es el caso la publicidad de la cervecería Miller, que se encuentra al interior del estacionamiento de El Paseo del Ángel.

IV Métodos y procedimientos de investigación

Resumen capitular

La presente investigación será de gran ayuda para posicionar a Culiacán en el mundo competitivo de la globalización, mostrando algunos de los atractivos de la ciudad tanto para el turismo como para sus habitantes, no se trata solo de los rasgos o aspectos visuales, sino de la experiencia que se vive; en este apartado se analiza la metodología donde las estrategias serían utilizar las habilidades y conocimientos adquiridos para solucionar el problema de investigación

4.1 Tipo de investigación

La presente investigación es descriptiva de carácter mixto que se sustenta en la lectura crítica de varios autores en conjunto con experiencia personal académica y profesional en el campo del diseño gráfico; en este sentido, se realiza un análisis sobre los criterios de identidad gráfica para la ciudad; la selección de la muestra no es probabilística, es con base al objetivo de investigación, al determinar sólo los elementos de identidad gráfica de los escenarios de El paseo del Ángel del Centro Histórico de la ciudad de Culiacán Rosales.

Para Hernández Sampieri (2010) en las muestras no probabilísticas, la elección no depende de la probabilidad, sino de las características y objetivos de la investigación. El instrumento de entrevista informal, de acuerdo con el autor Sabino (1992), se desarrolló con un listado fijo de preguntas ordenadas y su composición permanece invariable; para aplicarse y posteriormente, analizarse para conocer las singularidades de El Paseo del Ángel.

Para desarrollar la metodología se retomaron algunos indicadores de identidad gráfica en conformidad con el diseñador Alba Herrero (2017) y se adaptó a esta investigación como se muestra a continuación:

1. Reconocer los aspectos que conforman el identificador visual en las creaciones gráficas.
2. Encontrar los patrones de diseño que conforman el discurso de identidad gráfica para El Paseo del Ángel.
3. Desarrollar la capacidad crítica respecto al papel social del diseño en los escenarios y los mecanismos de construcción de significados a través de la identidad visual. Los colores que se manejan en esta calle, reflejan el ambiente que brinda la calle, según la teoría del color de Rafael Barrios (2008) son colores que reflejan sobriedad y formalidad. Véase

Tabla 2

Estructura metodológica



Fuente: propia.

4.2 Aplicación metodológica

El objetivo de este trabajo se realiza con la finalidad de generar un antecedente que contribuya a atraer al turismo, categorizando los patrones de diseño que configuran la identidad gráfica de los escenarios en el Centro Histórico de Culiacán, Rosales y proyectando una imagen particular tanto al mundo como a sus mismos habitantes, buscando grandes beneficios.

Para esto se requiere analizar cómo es la configuración actual de los elementos relacionados con la identidad gráfica del Centro Histórico, así como identificar los patrones de diseño que configuran los escenarios de El Paseo del Ángel como parte esencial del paisaje urbano; por otro lado, la identidad gráfica de una ciudad radica en la capacidad de comunicar las singularidades de la misma para posicionarse en el mundo competitivo de la globalización. La identidad gráfica de una ciudad es una manifestación cultural de la identidad local que implica una comunicación asociada al comercio que sirve para satisfacer necesidades de negocios o servicios y la promoción de eventos culturales, integrando sus códigos visuales y estrategias de comunicación en las diferentes campañas para producir una publicidad inclusiva, continuando en ese proceso de sincretismo de los códigos y signos que van de lo popular a lo oficial y de lo local a lo global.

En otra instancia, la identidad gráfica en los escenarios genera una interacción con las personas que transitan los escenarios donde el paisaje urbano se ha constituido como uno de los principales activos en la construcción de la simbología de la ciudad; por otra parte, las

consecuencias de una falta de identidad gráfica son las siguientes: el abandono, la inseguridad, la pérdida de valor cultural y la ausencia de elementos de valor de una ciudad sobre otra.

Tabla 3

Esquema metodológico.

Variables	Categoría	Subcategoría	Indicador	Instrumento	
Independiente: Identidad gráfica	Criterios de identidad gráfica	Tipografía	Familias tipográficas	Ficha de identificación de los elementos tipográficos	
		Elementos del diseño	Identificación de patrones de color	Estudio cromático con apoyo de registro fotográfico	
Dependiente: Diseño de escenarios	Contexto visual	Contraste de objetos visuales	Patrones de color	Registro fotográfico La Pantonera	
		Saturación de objetos visuales	Valoración de las tonalidades		
	Escenarios del paisaje urbano	Elementos de identidad gráfica	Símbolos		Registro fotográfico
			Categorización de formas		Ficha de identificación
		Percepción		Entrevista semiestructurada Mapas mentales	

Fuente: Elaboración propia.

Figura 13

Anuncio de cervecería del estacionamiento de El Paseo del Ángel



Fuente: elaboración propia

Esto significa que existe una serie de signos identitarios que forman parte de un registro de la evolución de la identidad cultural local y nacional. A lo largo de nuestra historia, estos signos se fusionan, se transforman y han ido evolucionando para convertirse en portadores de nuevos significados de una sociedad.

Así también, el modo de vestir es parte de la cultura local; generalmente las personas que viven en Culiacán, visten ligero con blusas delgadas desmangadas, shorts, falda o pantalón en el caso de las mujeres y en el caso de los hombres, con jeans y playera. Sin embargo, desde el 21 de marzo del año 2020 a nivel nacional se enfrenta una contingencia mundial debido a la pandemia provocada por el virus COVID-19, lo que ha provocado una configuración total del paisaje debido a que se han tomado medidas muy drásticas para evitar la propagación del virus y siguiendo las recomendaciones de la OMS (Cruz, M. P., Santos, E., Cervantes, M. V., & Juárez, M. L. 2021, pág. 55-61.), entre las cuales, se mencionan las siguientes: que las personas no salgan con frecuencia de sus casas, y si lo hacen, solo sea para lo más indispensable siempre y cuando se protejan con etiqueta respiratoria y guarden distancia mínima de 1.5 metros, pero aun así deben salir a sus trabajos y a comprar alimentos; algunos establecimientos de comida reabrieron sus puertas en la semana del 12 al 19 de junio de 2020 pero sólo con el servicio de ordenar y recoger.

En atención a las recomendaciones señaladas para este fin, se cerraron las calles del Centro Histórico y la mayor parte de los negocios. Esto provocó una baja significativa en la

economía de la industria restaurantera y del turismo, por lo que las personas comenzaron a manifestarse, ya que esto impactó de manera negativa en el sustento de sus familias.

En consecuencia, se llegó a un acuerdo con las autoridades para darle apertura a sus establecimientos comerciales, implantando medidas de prevención sanitaria, modificando horarios, disminuyendo el número de asistentes y restringiendo el consumo en el interior, promoviendo el servicio de solo para llevar, lo que ha llevado a dar nuevas soluciones gráficas en respuesta a los aspectos de seguridad y tránsito en el espacio público.

No obstante, se puede percibir una gran nostalgia en el Centro Histórico ya que un gran número de negocios han permanecido cerrados, debido a que el hecho de reabrir sus puertas, representa una fuerte inversión para cumplir con las normas de contingencia sanitaria, sumado a las grandes pérdidas que conllevó el cierre forzoso en un período aproximado de 6 meses. Sin embargo, la actividad en el Centro Histórico ha disminuido a causa de que muchos establecimientos han sido abandonados y ha disminuido notablemente el número de personas que visitan el Centro Histórico.

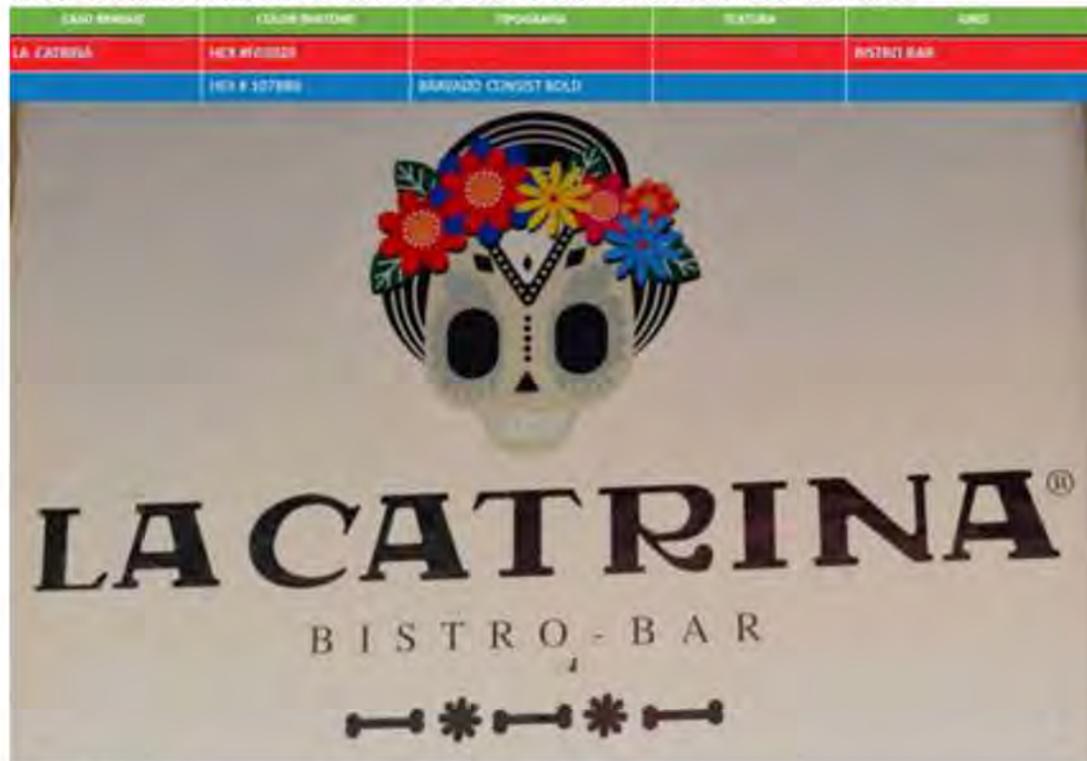
En el espacio público se observa que, a pesar del cálido clima, las personas visten con blusa ligera de manga larga, pantalón y se hacen sus propios cubrebocas en diferentes diseños, de modo que, las personas dejan muy poca piel descubierta para evitar el contagio. Así también, los establecimientos comerciales revisten sus fachadas con las características propias y de su elección, en su imagen corporativa, por lo que el contexto de El Paseo del Ángel, ofrece diversidad de símbolos, formas y colorido que conforman la imagen visual de sus escenarios urbanos.

Se realizó un registro fotográfico de las características de los logotipos que se ubican en la sección de calle de El Paseo del Ángel con la finalidad de clasificar los elementos de diseño a partir de la tipografía y los códigos de color que muestran las características de la identidad grafica en el Paseo del Ángel, y se sintetizan en las fichas de identificación que se muestran a continuación:

Fichas de identificación de los elementos tipográficos y estudio cromático

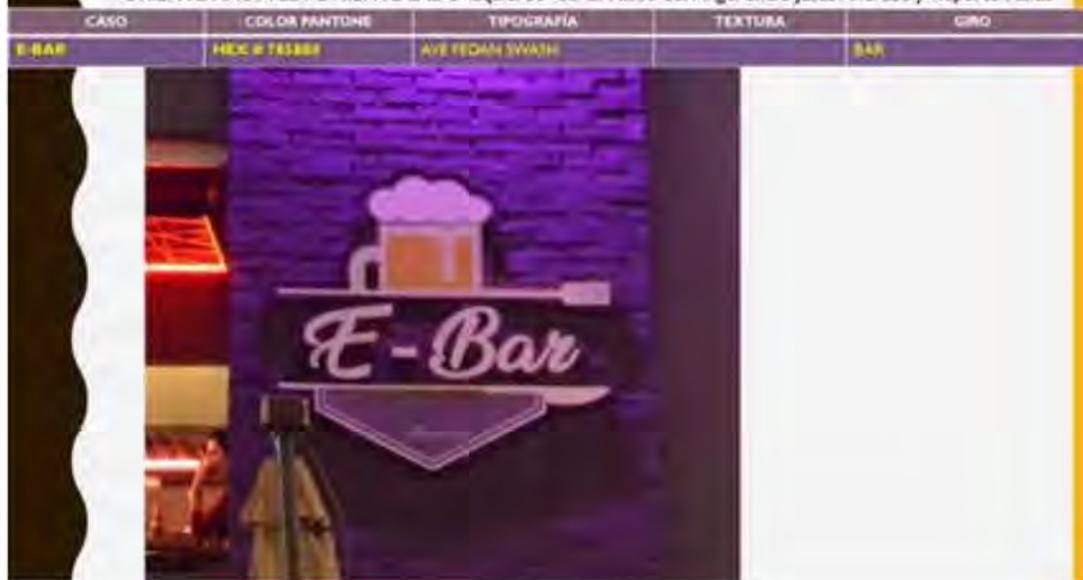
Figura 14

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO DERECHO PASEO DEL ANGEL ENTRE RAMON CORONA Y JESUS ANDRADE



Giro del negocio	Restaurante - Bar
Nombre del negocio	La catrina
Orientación	Horizontal
Ubicación	Centrado en la fachada
Justificación	Centrado
Material	Pintura vinílica sobre pared
Color del fondo	Beige
Tipografía	Serif romana, moderna, filiforme, de contraste alto
Apreciación	Escenarios gastronómicos principalmente; en esta sección se aprecian las tonalidades más cálidas, con una tipografía antigua y un ligero toque de azul con la calavera representativa de nuestro país, La Catrina.
Composición y contraste	Se contrasta el color rojo con el azul, y utiliza dos tipografías que, aunque son diferentes, pertenecen a la misma familia Serif
Técnicas de	Hace referencia al símbolo de la catrina, un ícono

comunicación y su estilo	emblemático de la celebración del día de muertos, una tradición muy mexicana, además de utilizar colores que nos llevan a la memoria colectiva del colorido de la artesanía mexicana
Imagen	Calavera con accesorios elegantes
Signos y símbolos	Calavera estilizada, sombrero elegante, acentuación a base de flores de colorido intenso, asteriscos, huesos.
Frase o slogan	No tiene
Relación signo - imagen	<p>Calavera elegante. Símbolo icónico utilizado en la decoración de altares en la celebración del día de muertos, reconocido en la memoria colectiva de niños, jóvenes y adultos, con lo que se identifica a la cultura mexicana a nivel internacional.</p> <p>Sombrero elegante. Accesorio que le da un toque elegante a la calavera, distintivo de la catrina, utilizando colores negros por la sobriedad que representa la imagen, y contrasta el color negro con puntos blancos haciendo alusión al bordado, también característico de la vestimenta tradicional mexicana.</p> <p>Flores de colorido intenso. Flores que se ubican en la parte superior de la cabeza y de colorido brillante, que hacen referencia a las flores que se bordan en la vestimenta típica de México y es replicada en el papel picado, en decoración de todo tipo de accesorios artesanales en el territorio nacional.</p> <p>Asteriscos. Símbolo gráfico con carácter de misticismo, intriga.</p>



Giro del negocio	Restaurante - Bar
Nombre del negocio	E – Bar
Orientación	Horizontal
Ubicación	Parte superior derecha de la fachada
Justificación	Centrado
Material	Letrero luminoso de acrílico
Color del fondo	Gris oscuro
Tipografía	Manuscrita
Apreciación	Pertenece a los escenarios gastronómicos principalmente se aprecian las tonalidades más contrastantes en amarillo y violeta con tipografía cursiva.
Composición y contraste	Se compone de figuras geométricas regulares; básicamente un rectángulo vertical coronado con una forma de nube que representa la espuma sobre un tarro de cerveza. Se asienta sobre un rectángulo horizontal que se extiende a todo lo largo del letrero luminoso y en su parte inferior se centra un triángulo un poco desfasado, como soporte del rectángulo horizontal. Los colores utilizados son el negro, blanco, amarillo, con lo que se intensifica un contraste de colores cálidos,

	predominando el color negro.
Técnicas de comunicación y su estilo	<p>Predomina en el logotipo la imagen de un tarro de cerveza, con lo que se promueve el consumo de bebidas alcohólicas en este lugar. El color del tarro de cerveza impacta visualmente por el dominio del color negro en la composición. El color negro se asocia, además, con el color de la vestimenta tipo dark, que predomina en los transeúntes que recorren el andador peatonal de El Paseo del Ángel.</p> <p>Se integran en la composición dos cubiertos; tenedor y cuchillo que invitan, además, al consumo de alimentos al interior del restaurante, lo que lo hace aún más atractivo para permanecer por un largo tiempo en este espacio</p>
Imagen	Tarro de cerveza
Signos y símbolos	Tarro de cerveza, espuma de cerveza, tenedor y cuchillo
Frase o slogan	No tiene
Relación signo - imagen	<p>Tarro de cerveza. La población de Culiacán se distingue por consumir cerveza, lo que, con esta imagen establece una comunicación directa con el individuo que gusta de ir a consumir bebidas alcohólicas en este lugar.</p> <p>Nube blanca. La nube blanca en la parte superior del tarro, representa la espuma de una cerveza, lo que transmite, además, la sensación de una bebida fría, espumosa.</p> <p>Cubiertos tenedor y cuchillo. Al integrar los cubiertos de mesa en este logotipo invita además al consumo de alimentos, la combinación perfecta para los visitantes a El Paseo del Ángel</p>



Giro del negocio	Restaurante - Bar
Nombre del negocio	Plaza Mariachi
Orientación	Horizontal
Ubicación	Parte superior del centro de la fachada
Justificación	Centrado
Material	Metálico
Color del fondo	Color ladrillo
Tipografía	Romana antigua concaviforme de contraste medio
Apreciación	Tipografía vaquera con textura de metal en tonalidades anaranjadas, típicas en los escenarios gastronómicos
Composición y contraste	Se extienden horizontalmente en la parte superior de la fachada grupos de imágenes que evocan la música del mariachi; En la parte central de la fachada, el logotipo se compone de un texto de trazo libre, donde las letras se presentan en diferentes tamaños y posiciones; sobre este, se ubica un sombrero de ala ancha muy similar a los que usan los mariachis. Al lado derecho se ubica un grupo de imágenes de notas

	<p>musicales asentadas en la figura de un pentagrama en movimiento ondulatorio, y enseguida de este último, se ubican letras tipo san serif que contrastan con la tipografía de la letra V en el slogan tipo serif con una frase de la canción mexicana Cielito Lindo</p>
Técnicas de comunicación y su estilo	<p>Es un slogan tipo gingle con una frase muy mexicana que es la canción que tradicionalmente toca un grupo de mariachi</p>
Imagen	<p>Sombrero sobre texto de trazo libre</p>
Signos y símbolos	<p>Forma orgánica</p>
Frase o slogan	<p>De la sierra morena cielito lindo vienen bajando...</p>
Relación signo - imagen	<p>Sombrero de ala ancha. Accesorio de la vestimenta de un charro mexicano que representa al típico traje del mariachi y desde luego, al nombre del establecimiento. Además, este accesorio se ubica sobre las letras del trazo libre en la parte central de la fachada, que se presentan en diferentes posiciones, representando la alegría de la música de este género musical que es el de mariachi.</p> <p>Pentagrama con notas musicales. Organizado en movimiento ondulatorio, que evoca a la música del mariachi, alegría, calidez, mismo sentimiento que transmite el interior de este establecimiento.</p> <p>Tipografías contrastantes. Es extraño observar dos tipografías diferentes en un mismo texto. Tal es el caso de las letras que se ubican a la derecha, donde se observa un grupo de letras del tipo san serif y una sola letra, la V, del tipo serif.</p>



Giro del negocio	Restaurante
Nombre del negocio	Siento & tantos
Orientación	Horizontal
Ubicación	Parte superior del lado izquierdo de la fachada bajo un arco de medio punto
Justificación	Centrado
Material	Impresión sobre lona
Color del fondo	Negro
Tipografía	La tipografía de la palabra "Siento" pertenece a la familia San serif geométrica y la palabra "& tantos", pertenece a la familia manuscrita
Apreciación	Restaurante para desayunar de manera elegante, conservando su historia con una fachada sencilla, utilizando la elegancia del contraste del color negro con tipografía blanca.
Composición y contraste	El logotipo se organiza en dos partes; en la parte superior el texto con la palabra "Siento", se organiza en una forma compuesta por un rectángulo que se delimita en la parte inferior por una línea curva; y el texto con la palabra "& tantos", se coloca en la parte inferior siguiendo la curva.

	<p>La tipografía es diferente en cada una de las partes sin perder su elegancia y se extiende sobre un toldo en forma de media luna que cubre el acceso principal del establecimiento.</p> <p>Se aprecia el contraste del color negro del toldo con el color blanco de las letras que conforman el logotipo.</p>
Técnicas de comunicación y su estilo	<p>La palabra “Siento” hace referencia a los sentimientos, y la palabra “& tantos” utiliza el carácter “&”, que es una conjunción de unión entre dos palabras que en conjunto, es una mezcla de sentimientos con una temporalidad; evoca a la añoranza histórica del pasado, además de que este establecimiento se habilita en una construcción antigua, que nos hace recordar la casa de los abuelos.</p>
Imagen	Textual
Signos y símbolos	<p>El carácter & que es una conjunción de origen antiguo y que tiene la función de relacionar dos sentimientos.</p> <p>El entrecomillado de la palabra “& tantos”, hace recordar dichos, frases célebres, historias que remontan a los antepasados</p>
Frase o slogan	Va implícito en el logotipo
Relación signo - imagen	<p>&. Carácter que tiene la función de unir, enlazar; En este sentido, enlaza dos sentimientos, el de sentir y el de recordar. Misma idea que se conceptualiza al interior de los establecimientos.</p> <p>“”. Entrecomillado que hace referencia a una doble puntuación, tiene la función de darle relevancia a un texto. En este sentido, la frase “& tantos”, atrae a los recuerdos de las historias, frases célebres, o bien, dichos que trascienden de generación en generación.</p>

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO IZQUIERDO PASEO DEL ANGEL ENTRE AQUILES SERDAN Y RAMON CORONA



Giro del negocio	Este edificio lo comparten un laboratorio clínico y un consultorio dental
Nombre del negocio	Laboratorio Ángel Flores y Ortodóntica
Orientación	Horizontal
Ubicación	Centrado en la fachada
Justificación	Centrado
Material	Aluminio
Color del fondo	Azul
Tipografía	San serif helvética
Imagen	Texto
Signos y símbolos	Texto
Frase o slogan	Sin
Relación signo – imagen	La tipografía tiene un carácter formal, que transmite seriedad, rectitud.
Logotipo 2	Ortodóntica
Giro del negocio	Clínica dental
Nombre del negocio	Ortodóntica
Orientación	Vertical

Ubicación	Al lado derecho de la fachada
Justificación	Centrado
Material	Metálico
Color del fondo	Azul
Tipografía	Serif
Imagen	Muela enmarcada en un círculo y en su centro una línea curva interceptada por dos líneas verticales pequeñas
Signos y símbolos	Muela, círculo.
Relación signo – imagen	Muela. La posición de la muela es sesgada lo que representa inestabilidad, dolor. Círculo. Encierra un mensaje gráfico que es la muela en movimiento interceptada con una línea curva. Línea curva interceptada por dos líneas verticales pequeñas hace referencia a los brackets que pueden modificar la posición de la muela
Composición y contraste	Se presentan dos logotipos que en su conjunto enmarcan los tres marcos rectos de la fachada. El texto de laboratorio es una tipografía formal, de color neutral. El logotipo de la clínica dental es circular con figuras en movimiento. Los dos establecimientos corresponden al equipamiento de salud, por lo que tienen unidad al usar el mismo material y color de sus imágenes y textos.
Técnicas de comunicación y su estilo	El mensaje que transmite es de formalidad, sobriedad.
Apreciación	Aquí se aprecia que predominan los colores fríos, sobre todo, las tonalidades azules y menta de un Laboratorio Dental, con una tipografía europea.

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO DERECHO PASEO DEL ANGEL ENTRE AQUILES SERDAN Y RAMON CORONA



Giro del negocio	Educación. Instituto de Cosmetología
Nombre del negocio	Romae
Orientación	Horizontal
Ubicación	Al lado izquierdo de la fachada, alineado con la altura de la ventana que se ubica al lado izquierdo de la entrada principal
Justificación	Centrado
Material	Placa de metal luminoso
Color del fondo	Azul
Tipografía	San serif y Serif
Apreciación	Aquí se aprecia que predominan los colores fríos, sobre todo, las tonalidades azules, se encuentra el instituto Romae que es una universidad de cosmetología que se pudiera catalogar dentro de los escenarios culturales, donde se aprecia una tipografía elegante y sencilla a la

	vez.
Composición y contraste	<p>Aunque la composición es centrada, al lado izquierdo se presenta la figura de una columna dórica con la tipología de la arquitectura romana, rodeada de una rama de árbol. Y al lado derecho se alinea el texto que presenta dos tipografías contrastantes: San serif y Serif.</p> <p>Los colores son sobrios, color plata y azul verde que dan un sentido de formalidad al mensaje publicitario, con un toque de verde en las hojas de la rama del árbol.</p>
Técnicas de comunicación y su estilo	<p>La columna dórica rodeada de una rama de árbol hace referencia a la arquitectura romana, que se asocia a la razón social de la institución: Romae.</p> <p>Los colores utilizados evocan a la formalidad, sobriedad ya que es una institución educativa donde se imparten clases de cosmetología.</p> <p>En conjunto, evocan a la ornamentación de la arquitectura romana.</p>
Imagen	Formal
Signos y símbolos	Columna romana, rama de árbol
Frase o slogan	Sin
Relación signo – imagen	<p>Columna romana. Se presenta en colores plata y azul, lo que la hace ver formal y recuerda a la estética de la arquitectura romana.</p> <p>Rama de árbol. Rodea a la columna dórica, tal como se usaba decorar las columnas en la arquitectura romana.</p>

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO IZQUIERDO PASEO DEL ANGEL ENTRE AQUILES SERDAN Y RAMON CORONA

CASO	COLOR PANTONE	TIPOGRAFIA	TEXTURA	USO
El presidio	Process black c	Calle poster benhard		RESTAURANTE

HEX #FBF7F2

Molduras de yeso



Giro del negocio	Restaurante
Nombre del negocio	El presidio
Orientación	Horizontal
Ubicación	Parte superior de la fachada bajo un arco de medio punto
Justificación	Centrado
Material	Impresión sobre acrílico luminoso
Color del fondo	beige
Tipografía	La Caffè poster benhard se trata de una fuente muy elegante con tonalidad blanca y beige que pertenece a la familia manuscrita.
Apreciación	es una tipografía que se utiliza en los restaurantes finos.
Composición y contraste	El logotipo se organiza en una forma circular, se aprecia el contraste del color negro de las letras con el color blanco del fondo que conforma el logotipo.
Técnicas de comunicación y su estilo	Este establecimiento se habilita en una construcción antigua, que nos hace recordar la casa de los abuelos.
Imagen	Textual
Signos y símbolos	Tipografía elegante y antigua enmarcada en un círculo.
Frase o slogan	Va implícito en el logotipo
Relación signo – imagen	El recordar, esa idea que se conceptualiza al interior del establecimiento. Atrae a los recuerdos de las historias, frases célebres, o bien, dichos que trascienden de generación en generación.

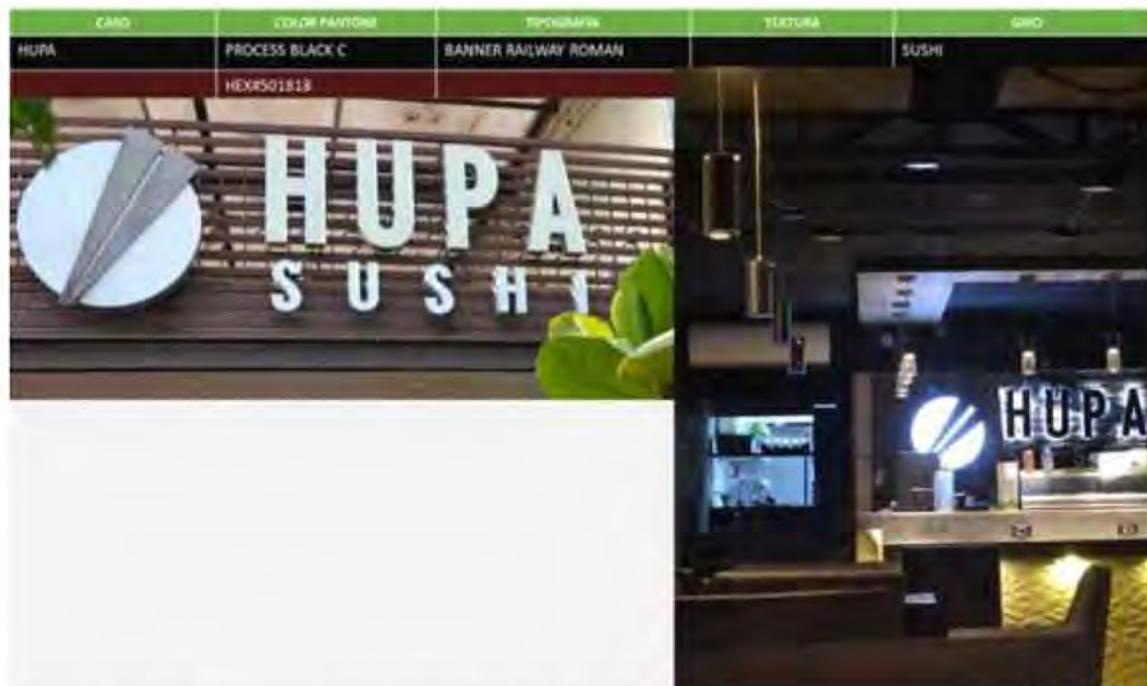
ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO IZQUIERDO PASEO DEL ANGEL ENTRE AQUILES SERDAN Y RAMON CORONA



Giro del negocio	Cocina fina
Nombre del negocio	Clan Taniyama
Orientación	Horizontal
Ubicación	Superior centrada en la fachada
Justificación	completa
Material	Letrero luminoso
Color del fondo	menta
Tipografía	Sans serif geométrica
Apreciación	Aquí se aprecia que predominan los colores fríos como en toda la calle, se trata de un negocio familiar.
Composición y contraste	El Clan Taniyama es un restaurante muy elegante que tiene una combinación de colores muy exquisita donde predominan los colores fríos y una tipografía fina y legible.
Técnicas de comunicación y su estilo	Un negocio de ambiente familiar, agradable, los colores que se manejan son frescos, con una fachada muy exquisita.
Imagen	Flor
Signos y símbolos	Flor, flor del desierto

Frase o slogan	Cocina de familia
Relación signo - imagen	Transmite calidez por la relación con la naturaleza y el cuidado en el tratamiento de su imagen.

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO IZQUIERDO PASEO DEL ANGEL ENTRE AQUILES SERDAN Y RAMON CORONA



Giro del negocio	Restaurante fino japonés
Nombre del negocio	Hupa Sushi
Orientación	Horizontal
Ubicación	Superior centrada en la fachada
Justificación	completa
Material	Letrero luminoso
Color del fondo	Café chocolate
Tipografía	Sans serif geométrica
Apreciación	Aquí se aprecia que predominan los colores cálidos y elegantes
Composición y contraste	Un sushi muy elegante que tiene una combinación de colores muy exquisita donde predominan los colores cálidos y una tipografía fina y legible.

Técnicas de comunicación y su estilo	El diseño interior de este restaurante tiene un ambiente familiar, acogedor con colores cálidos utilizando una tipografía sans serif
Imagen	Palillos con ruedita de arroz
Signos y símbolos	Palillos chinos con fondo circular.
Frase o slogan	Sin
Relación signo - imagen	Fachada mística, oriental.

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO IZQUIERDO PASEO DEL ANGEL ENTRE AQUILES SERDAN Y RAMON CORONA



Giro del negocio	Restaurante de comida rápida
Nombre del negocio	Magluna, alitas y más
Orientación	Horizontal
Ubicación	Superior centrado en la fachada
Justificación	centrada
Material	luminoso
Color del fondo	negro
Tipografía	Son 2 fuentes distintas pero que pertenecen a la misma familia Sans serif

Apreciación	Aquí se aprecia que predominan los colores cálidos.
Composición y contraste	Es una composición de colores cálidos como el tinto, mostaza y negro.
Técnicas de comunicación y su estilo	Es una alita quemándose, dando a entender que es un producto picante.
Imagen	Se utilizan aros de diferentes colores que apoyan la imagen del ala con fuego.
Signos y símbolos	Ala, aros, fuego
Frase o slogan	Alitas y más
Relación signo - imagen	Es una tipografía moderna sobre un fondo asiluetado en color blanco.

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO IZQUIERDO PASEO DEL ANGEL ENTRE AQUILES SERDAN Y RAMON CORONA



Giro del negocio	Preescolar, primaria y secundaria
Nombre del negocio	Colegio Niños Héroes
Orientación	Horizontal
Ubicación	Superior centrado en la fachada
Justificación	centrada
Material	Placa de metal iluminada

Color del fondo	blanco
Tipografía	La fuente pertenece a la familia Sans serif
Apreciación	Aquí se aprecia que predominan los colores fríos, predominando sobre todo la tonalidad azul fuerte que refleja paz y compromiso.
Composición y contraste	Se encuentra el colegio niños héroes que se pudiera catalogar dentro de la familia tipográfica sans serif, donde se aprecian los colores fríos, predominando sobre todo la tonalidad azul fuerte que refleja paz y compromiso.
Técnicas de comunicación y su estilo.	Fachada formal; es uno de los edificios mas icónicos de El Paseo del Ángel, que no ha sufrido intervenciones drásticas y ha conservado su color azul rey. Se instala en su interior una escuela con preescolar, primaria y secundaria. El color azul rey de su fachada, es el mismo color de su uniforme.
Imagen	Se ha destacado por su diseño de fachada limpio, manejando los mismos colores.
Signos y símbolos	Se utiliza la tipografía metálica así como en la mayoría de los letreros que se encuentran en la zona
Frase o slogan	Disciplina, trabajo y experiencia.
Relación signo - imagen	Representa formalidad.

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO DERECHO PASEO DEL ANGEL ENTRE AQUILES SERDAN Y RAMON CORONA



Giro del negocio	Bistro, bar
Nombre del negocio	Décadas
Orientación	Horizontal
Ubicación	Superior centrado en la parte superior de la fachada
Justificación	Centrada
Material	Letrero luminoso sobre herrería
Color del fondo	Rayas anaranjadas
tipografía	Geométrica San Serif.
Apreciación	Como se trata de un bar retro, se seleccionó una tipografía pesada sin trazos suaves ni curvos.
Composición y contraste	El color anaranjado es muy utilizado en los restaurantes porque da la sensación de hambre
Técnicas de comunicación y su estilo	En la fachada se muestra una imagen muy icónica de Los Beatles, que es uno de los grupos más grandes del rock en la historia.
Imagen	Michael Jackson y Los Beatles

Signos y símbolos	Aparece Michael Jackson, con uno de sus pasos mas icónicos.
Frase o slogan	No tiene.
Relación signo - imagen	Este es un bar retro que tiene una tipografía pesada, sin trazos suaves ni curvos es masculina con un toque anaranjado como en la mayoría de los restaurantes. Tiene la idea de que es un lugar para bailar, tomar alguna bebida y pasar un rato agradable.

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO DERECHO PASEO DEL ANGEL ENTRE AQUILES SERDAN Y RAMON CORONA



Giro del negocio	Estacionamiento público
Nombre del negocio	Estacionamiento Paseo del Ángel
Orientación	Horizontal
Ubicación	Pared lateral interna
Justificación	Abarca toda la pared
Material	Aplicación de pintura vinílica
Color del fondo	Beige
tipografía	Manuscrita y Serif

Apreciación	En este estacionamiento se aprecian las tonalidades mas cálidas con tipografías antiguas dentro de la familia gótica.
Composición y contraste	Colores predominantes dorado y tinto. Se trata de una bruja sentada sobre la luna y al otro lado del logotipo se muestra la presentación de la botella.
Técnicas de comunicación y su estilo	Este tipo de tipografías que se utilizan en este anuncio son tipografías clásicas que se utilizan en la mayoría de las cervecerías.
Imagen	Bruja, luna y estrellas
Signos y símbolos	Estrellas
Frase o slogan	High Life
Relación signo - imagen	Es una representación de carácter místico donde se encuentra una bruja centrada sobre una luna y las estrellas haciendo alusión a la magia de la noche, que es cuando se consume más alcohol.



Giro del negocio	Restaurante de Sushi
Nombre del negocio	Enji
Orientación	Horizontal

Ubicación	Superior centrada en fachada
Justificación	Alineado a la izquierda
Material	Letrero luminoso y metálico
Color del fondo	Blanco
tipografía	Script, manuscrita y San Serif
Apreciación	Es un logotipo tipográfico de trazo libre con dos tipografías completamente alternas que pertenecen a diferentes familias
Composición y contraste	Color blanco con letras anaranjadas de un color cálido como se utiliza en la mayoría de los restaurantes debido a la psicología del color.
Técnicas de comunicación y su estilo	Este es un restaurante de los favoritos para ir a comer sushi en Culiacán.
Imagen	Fachada donde se repite el patrón de diseño de las molduras de las puertas que se encuentran arriba y abajo.
Signos y símbolos	Los restaurantes de sushi por lo general, son modernos en la actualidad y en esta caso en particular, se ubica en una edificación antigua.
Frase o slogan	No tiene
Relación signo - imagen	Se trata de un restaurante de comida moderna con tonalidades anaranjadas haciendo alusión a los colores que predominan en los paisajes orientales. Se utiliza la tipografía manuscrita generando un logotipo luminoso y metálico.

Los escenarios del paisaje que rescatan los hitos de la arquitectura del ocio son las imágenes que proyecta una ciudad y esto se determina mediante la observación y percepción que involucra a los habitantes y visitantes.

Es necesario comprender que el turista no es solo un consumidor más, sino que además contempla con frecuencia el paisaje y en ese momento se convierte en un actor creativo al deducir el territorio, por lo tanto, el turista es parte fundamental del paisaje moderno (Doistua, 2000).

En otras palabras, todo aquello fomenta el desarrollo urbano psicosocial integrado y la conformación de la personalidad, evidenciando valores que se orientan al conocimiento, adquiriendo una amplia gama de actividades donde interactúan el placer, el goce, la creatividad

y el conocimiento en una dinámica de aprendizaje significativo dentro de una sociedad que lo que busca es comunicar la identidad gráfica.

Por otro lado, las manifestaciones gráficas o plásticas permiten la expresión de valores estéticos, éticos, sentimentales, emocionales e ideales del ser humano que pueden formarse en el individuo, siendo parte del conocimiento integral.

La representación gráfica orientada a la identidad del paisaje urbano trata de evidenciar nuestra cultura, nuestros valores, conectarnos con nuestra historia por medio de elementos gráficos que representan a una ciudad, es la manera en la que percibimos el espacio; ante esto, hay que prever que el lugar adoptado para hablar no es el de la publicidad, sino el del diseño.

Como se trata de un tipo de actividad surgida en plena época moderna, que es una etapa en la que nos encontramos, entendemos la publicidad como parte de este procedimiento de creación de relaciones donde el papel que juega el diseño es de alta relevancia, sobre todo en el ámbito de la organización y de la práctica profesional.

4.3 Análisis y síntesis de la identidad gráfica

Los proyectos de identidad corporativa se han ido transformando y evolucionando drásticamente de tal manera que se han reproducido sistemáticamente y ahora son muy diferentes a sus inicios limitándose a los lineamientos que se han establecido dentro de la rama del diseño gráfico lo que data un avance significativo en la construcción del paradigma de identidad gráfica, esto se debe al avance que ha existido en las ciudades.

Al referirse esta investigación a la identidad gráfica en los escenarios urbanos, que comprende un período del 2019 al 2021, resulta necesario revisar los aspectos que se han venido modificando en los escenarios del Centro Histórico durante la contingencia por COVID-19, ya que muchos establecimientos han cerrado y han tenido que modificar su modo de operación. Con la finalidad de determinar qué es lo que se requiere para su mejor funcionamiento, se realizaron 20 entrevistas semiestructuradas en las que se solicitaba también el apoyo para realizar mapas mentales.

4.4 Entrevista Semiestructurada

Para la selección de la muestra se tomó en cuenta que en la sección de calle llamada El Paseo del Ángel, alberga alrededor de unas 300 personas; por lo tanto, para tener un margen de error del 85%, se requiere realizar un total de 20 entrevistas.

Se seleccionó un tipo de muestra a conveniencia, en donde se seleccionan 10 personas que residen en este lugar y 10 transeúntes, realizando tres tipos de guiones diferentes. Según la muestra para para aplicar las entrevistas, pueden ser el gerente o el dueño, los transeúntes son personas que pasean por gusto, comensales que tienen estilo propio; pueden ser turistas o visitantes externos. Los habitantes deben tener tiempo disponible, pueden ser estudiantes, solteros o amas de casa.

Se requiere conocer cuestiones técnicas relacionadas con el diseño de los logotipos para saber si existen ciertas diferencias o similitudes entre los logotipos que se localizan en la sección de calle de El Paseo del Ángel. Así también, desarrollar una valoración de la percepción que tienen las personas de sus escenarios urbanos.

Para seleccionar una muestra apropiada para la investigación, según el autor Hernández, S. (2014), es necesario analizar los conceptos acerca de la muestra como la representatividad de la misma y su tipología, el cómo definir las unidades del muestreo, así como desarrollar la capacidad para determinar el tamaño adecuado de la muestra.

Tabla 4

Selección de la muestra



Fuente: elaboración propia.

Para el muestreo cualitativo es importante tener bien claros los objetivos de investigación que se va a llevar a cabo en la entrevista para así formular el proceso y determinar las etapas que se van a llevar a cabo para la realización de la entrevista mediante la integración de métodos.

Con los resultados de las entrevistas se persigue el objetivo de distinguir los elementos que le aportan identidad a El Paseo del Ángel mediante la percepción de los transeúntes.

Las preguntas que se hicieron a los entrevistados son las siguientes:

A los transeúntes:

- 1.- ¿Qué representa para usted El Paseo del Ángel?
- 2.- ¿Cómo describe físicamente El Paseo del Ángel?
- 3.- ¿En cuáles espacios de El Paseo del Ángel considera que se realizan las principales actividades culturales y que características tienen?
- 4.- ¿Qué medios de transporte utiliza para trasladarse a El Paseo del Ángel?
- 5.- ¿Qué es lo que más le agrada de El Paseo del Ángel?
- 6.- ¿Qué es lo que más le desagrada de El Paseo del Ángel?
- 7.- ¿Qué actividades realiza en El Paseo del Ángel?
- 8.- ¿Qué acontecimientos importantes recuerda de El Paseo del Ángel?
- 9.- Describa cuál fue su primera experiencia en visitar a El Paseo del Ángel
- 10.- ¿Cómo percibe El Paseo de El Ángel en el día y en la noche?
a) Alegre – Triste b) Silencioso – bullicioso c) cálido – hostil d) tranquilo – violento e) seguro – inseguro
- 11.- Considera usted que El Paseo del Ángel aporta identidad y cultura al Centro Histórico?
¿Porqué?
- 12.- ¿Le agrada la música que se escucha en El Paseo de El Ángel?
- 13.- ¿Con qué colores identifica a El Paseo de El Ángel? ¿Porqué?
- 14.- ¿Cuáles son los logotipos que más le agradan de El Paseo de El Ángel?

Entrevista a personas que habitan en El Paseo del Ángel:

- 1.- ¿Qué representa para usted vivir en El Centro Histórico?
- 2.- ¿Cómo describe físicamente El Paseo del Ángel?
- 3.- Describa cuál fue su primera experiencia al visitar a El Paseo de El Ángel
- 4.- ¿Qué acontecimientos importantes recuerda de El Paseo del Ángel?
- 5.- ¿Cómo percibe El Paseo de El Ángel en el día y en la noche?
a) Alegre – Triste b) Silencioso – bullicioso c) cálido – hostil d) tranquilo – violento e) seguro – inseguro
- 6.- ¿Por qué?
- 7.- ¿Cuál es su espacio favorito de El Paseo de El Ángel?
- 8.- ¿En cuáles espacios de El Paseo del Ángel considera que se realizan las principales actividades culturales y que características tienen?

- 9.- ¿Qué medios de transporte utiliza para trasladarse a su trabajo?
- 10.- Considera usted que El Paseo del Ángel aporta identidad y cultura al Centro Histórico?
¿Porqué?
- 11.- ¿Qué es lo que más le agrada de vivir en El Paseo de El Ángel?
- 12.- ¿Qué es lo que más le desagrada de vivir en El Paseo del Ángel?
- 13.- ¿Le agrada la música que se escucha en El Paseo de El Ángel?

De las entrevistas que se realizaron, cabe destacar que El Paseo del Ángel contiene escenarios gastronómicos y emblemáticos entre sus atractivos turísticos, con una originalidad arquitectónica que se intenta mantener; sin embargo, los entrevistados creen que se debe de trabajar más para atraer al turismo debido a que es un lugar que representa la esencia de la ciudad de Culiacán, Rosales y donde se concentran algunas construcciones coloniales, además de que cuenta con eventos importantes como música en vivo, bazares y riqueza gastronómica; a su vez, brinda espacios de recreación cultural.

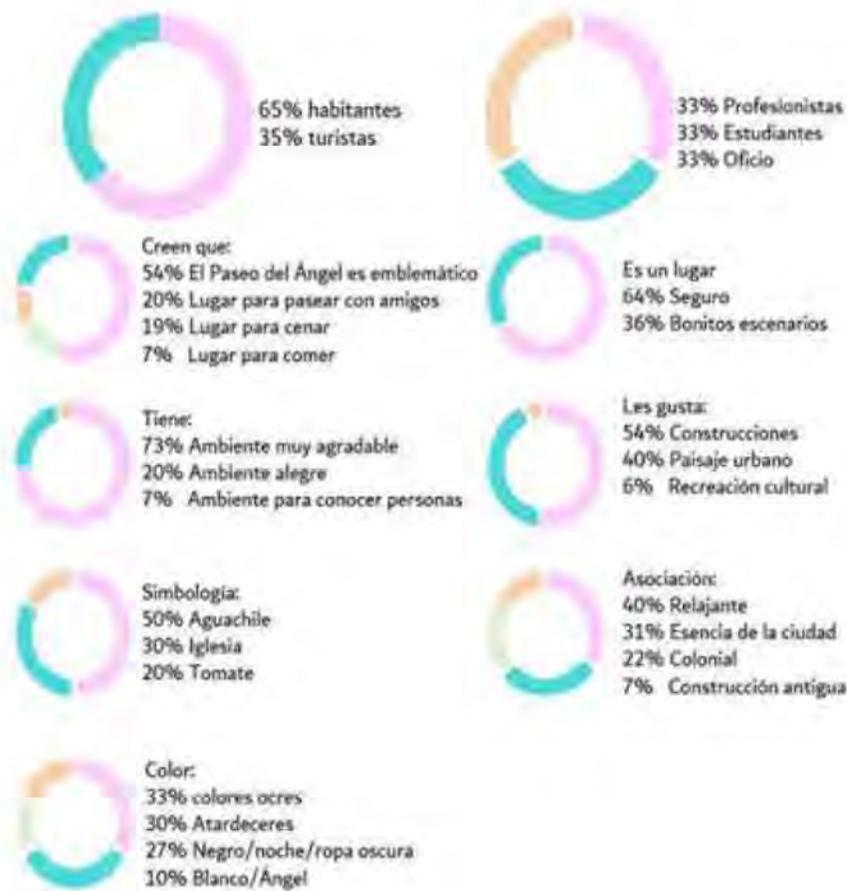
4.5 Procedimiento para el análisis de datos

Para elaborar una entrevista primero debemos enfocarnos en comprender la interconexión presente entre la selección de la muestra, la recolección y el análisis de los datos en el proceso cualitativo, así como entender el hecho de quién realiza la recaudación de los datos en la investigación cualitativa y tener cimientos de los métodos que han obtenido buenos resultados en la recolección de datos cualitativos para proceder al análisis de los mismos (Martínez, 2012).

Se aplicaron 20 entrevistas por estrategia metodológica de bola de nieve con las que se agruparon las respuestas similares y se suman y dividen entre 20. Se presentan los resultados en la siguiente gráfica:

Tabla 5

Gráfica donde se sintetizan las conclusiones de las 20 entrevistas



Fuente: elaboración propia.

V Análisis de los resultados

Resumen

En la investigación debemos identificar las implicaciones del problema, que es lo que enriquece la investigación y que permite cumplir con los lineamientos a seguir, según el diseño de la estructura metodológica.

En este sentido, facilitamos la comprensión de la delimitación, proyección e importancia del trabajo de grado, es importante formular un buen planteamiento del problema ya que consiste en explicar los motivos que conducen a demostrar por qué es importante y justificar por qué vale la pena el esfuerzo.

Debemos conocer la diferencia entre el enfoque cualitativo y cuantitativo para poder decidir el rumbo que se va a llevar a cabo en la entrevista para así formular el proceso y determinar las etapas que se van a llevar a cabo para la realización de la misma mediante la integración de métodos.

Las lecturas muestran una guía sobre los conceptos empíricos y teóricos/constructos, así como algunos ejemplos para diseñar muestreo y ejecutarlo con métodos y técnicas aludiendo al diseño de investigación y redactar entrevistas, siendo los instrumentos que se llevarán a cabo para explicar, sistematizar o predecir la información.

Se concentran las respuestas en la siguiente tabla:

Tabla 6

Famílias tipográficas	<p>Las personas no identificaron tipografías</p> <p>No les llama la atención los letreros</p> <p>No conocen el logotipo de El Paseo del Ángel.</p> <p>A una chica le interesó el logotipo de la plaza mariachi</p> <p>La mayoría de los entrevistados no identificaron logotipos.</p>
Identificar patrones de color	<p>Blanco por que se asocia con el Ángel, celestial</p> <p>Pavimento a base de concreto estampado color ladrillo</p> <p>Concreto aparente y color madera predomina en el interior de edificios históricos que han tenido alguna intervención de restauración</p> <p>En fachadas predominan los colores ocres, cantera, rosa.</p>
Patrones de color	Blanco Gris Ocres Cantera
Valoración de las tonalidades	<p>Las personas van con frecuencia a observar la composición de los colores de los atardeceres con vista hacia la catedral.</p>

Símbolos

El aguachile por los eventos

El elote

La calle de los Foquitos

Categorización de
formas

Que tiene construcciones antiguas, coloniales

Arcos, herrería, forma de los pisos cuadrados,
romboides, triangulares

Relieves, molduras, marquesinas

Es un lugar combinado de tipologías, formas y
actividades, como la misma ciudad

Tipología Vintage

Ambientaciones

P
e
r
c
e
p
c
i
ó
n

Música trova,

A veces sí, a veces no a veces ponen un tipo de música y otras veces otra, que es incluso molesta, pero es tolerable el sonido,

A la mayoría prefieren la música, de relajó, más bien alegre, pero no tanto como para ponerse a bailar, música clásica, en ocasiones música de los 80, como tipo bee gees, en la catrina han puesto caja, bombo y platillo, la caja es como un tambor, se sientan en la caja de madera con el bombo y el platillo

En la catrina hay música viva en ocasiones, con una guitarra española o a veces hay un muchacho con tambores trova- en el ciento y tantos también hay música viva los fines de semana

Seguridad

Día

Durante el día se siente tranquilo, relajante, ambiente agradable, cálido, inclusivo

Noche

Las entrecalles por la noche están oscuras, dan inseguridad

Identidad

Calle bonita que te da la esencia de Culiacán

Calle histórica

Calle que tiene construcciones antiguas

Calle de uso peatonal principalmente

Calle emblemática para pasear con amigos principalmente en la noche

Un corredor urbano que tiene como remate visual la catedral

Funge como un conector urbano que interrelaciona a el teatro MIA, el INAH

Uno de los lugares más bonitos de Culiacán

Calle tranquila para relajarse, donde te sientes seguro

Sección de calle a la que generalmente se asiste para cenar y para comer a medio día.

Muy poco para desayunar

Es como una extensión de la plazuela de la catedral

Es placentero observar desde lejos la catedral con luces encendidas

Sección de calle para asistir al restaurante de sushi Enji

Lugar para disfrutar la experiencia de consumir alimentos en una vivienda antigua,

Tipo de usuario

A El Paseo del Ángel asisten diversidad de usuarios. Es comúnmente observar transitar por su calle a estudiantes; ahí se ubica una escuela privada de educación básica primaria, secundaria y preparatoria, también el instituto Romae y las oficinas del Noroeste.

Las personas transitan por ahí, ya sea para trasladarse a sus hogares a pie, para dirigirse a tomar un autobús, o bien, ingresar a un restaurante a tomar un café, consumir alimentos e incluso a realizar tareas.

Al café del noroeste van los estudiantes al salir de la escuela, o se van a hacer la tarea, o van al sushi o los tomadores van a la catrina.

Por lo general, a este lugar los visitantes acuden a pie o en autobús. Son minoría los que se dirigen a él en automóvil, ya que no hay donde estacionarse y se debe pagar estacionamiento en todo caso

También es común ver personas que acuden a un centro de un partido político que se ubica en una calle perpendicular a éste.

Fuente: propia

Se hace una breve síntesis de lo que argumentaron las personas entrevistadas al dar su opinión acerca de su percepción sobre El Paseo del Ángel y se resume en los siguientes:

De manera general, las personas consideran que El Paseo del Ángel Es un lugar agradable, alegre, inclusivo, donde se puede encontrar y generar diversidad de ambientes. Lo asumen como un atractivo turístico, de hecho, se encontraron en este lugar a personas del extranjero; franceses, españoles y de otras partes del territorio nacional. Una persona comentó que llegó desde Francia a Culiacán, y que, desde que planeó su viaje, visitar El Paseo del Ángel estaba entre sus prioridades. Al conocer El Paseo del Ángel, comenta que se enamoró de este lugar y desde entonces, se quedó a vivir en unos departamentos que se ubican en el sitio.

Algunas personas comentaron que les gusta visitar este lugar por las tardes, ya que se escucha música viva, es un lugar para visitar los bares, disfrutar la experiencia de consumir alimentos en una vivienda antigua, histórica, te das tu tiempo para relajarte y te puedes ir vestida como quieras, un espacio inclusivo, el ambiente, la música, encuentros de gente muy agradable, viajeros, el concepto de relajación con música viva, como para pasártela tranquilo

con tus amigos, hay diversión para todos los bolsillos. Las personas que transitan por este lugar, por lo general se viste con ropa obscura, *dark*, cómoda.

Tres españoles que se entrevistaron en este lugar, residen en esta ciudad y comentaron que vienen al menos dos veces por semana a El Paseo del Ángel porque es el mejor lugar turístico de Culiacán, Sinaloa. Un español expresó que fue el primer lugar que visitó cuando llegó a Culiacán, y lo primero que sintió, fue una sensación de tranquilidad al apreciar su belleza; otro español comentó que lo primero que le gustó de El paseo del ángel es la música viva del bar La Catrina y que toda esta calle le recordaba las terrazas que se distribuyen en las avenidas europeas. Así también comentaron que una de sus mejores experiencias en este lugar, es que asistieron a la terraza del restaurante La Sazona y que observaron desde un tercer nivel a la ciudad de Culiacán de Rosales. Entonces se dieron cuenta de que estaban en una ciudad muy grande, cuando, desde su lugar de origen, tenían la idea de que Culiacán era una ciudad de pequeñas dimensiones.

Otros visitantes comentaron que les gusta este lugar porque Funciona como un conector urbano que interrelaciona a edificios culturales como son; el teatro Modular Inés Arredondo (MIA), el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) e incluso instituciones educativas como lo es el Colegio Niños Héroes, El Colegio de Bachilleres del Estado de Sinaloa (COBAES) y el Instituto de Cosmetología ROMA E. Así también, en una de sus calles contiguas se ubica un edificio destinado a un partido político, las oficinas del periódico El Noroeste y La Casa de la Cristiandad. Por lo mismo, es muy común observar el tránsito de personas para tomar un camión de pasajeros urbanos; es punto de reunión de los estudiantes para conocer personas, o bien, conectarse con el pasado al observar los edificios históricos. Los domingos se adapta en La Casa de la Cristiandad un lugar en su exterior para ofrecer comida a personas indigentes.

Por lo que se puede observar, es un espacio multifacético donde convergen muchos grupos de personas con diferentes actividades, como lo son, las exposiciones de emprendedores, bazares, de artesanos. Entre sus actividades conmemorativas, se puede mencionar El día del aguachile, que se celebra desde el año de 2013, en los primeros meses del año: En este evento se compran boletos, se colocan mesas en el corredor central de El Paseo del Ángel y se da a degustar entre todos los asistentes, aguachile. En el año de 2020 se suspendió debido a la pandemia por Covid-19 y se reanudó en el 2021. Asimismo, se celebran en esta sección de calle eventos conmemorativos del aniversario de la ciudad de Culiacán, Rosales y ha sido lugar de concentración al festejar triunfos del equipo de béisbol de Los Tomateros.

Los escenarios de su paisaje urbano han sido seleccionados además para hacer propuestas de matrimonio, tomarse fotos con las esculturas que existen en el lugar, o bien, tomar fotografías de los atardeceres teniendo como remate visual La Catedral de Culiacán, Nuestra Señora del Rosario. Otro de sus atractivos, es, que en él se concentran edificios históricos que distan desde finales del siglo XVIII que han sido habilitados para restaurantes y algunas de las construcciones han estado sujetas a intervenciones de restauración, por lo que en el paisaje urbano predomina la arquitectura antigua y sus interiores son tratados con la tendencia del estilo Vintage, tratando de mostrar los relieves, estructuras y pisos con formas cuadradas, diagonales, romboides del estilo antiguo, para armonizar con la arquitectura moderna.

Las personas entrevistadas comentan que relacionan este lugar con el color blanco por su relación con el nombre de Ángel y los colores del atardecer; otros dicen que, con el color negro de la noche, los foquitos de iluminación cálida que aparecen en la oscuridad, los colores grises, pardos, ocre, blancos, y otro grupo de personas asociaron a este lugar con los colores azules, amarillos, por el cielo y las luces.

La vida de El Paseo del Ángel ha sido cambiante en los últimos años. Al iniciar este trabajo de investigación, en el año de 2019, la actividad de El Paseo del Ángel era aún más dinámica. Las calles se ambientaban con música instrumental durante todo el día, y permanecían abiertos todos los bares y Karaoke, con lo que era muy atractivo asistir a la vida nocturna del lugar. Sin embargo, debido a la contingencia sanitaria por la pandemia Covid-19, los establecimientos comerciales y restauranteros del lugar, se vieron obligados a cerrar sus puertas al público, lo que impactó en gran medida a su economía.

Aunque algunos establecimientos abrieron sus puertas desde el mes de marzo de 2021, se siente una cierta nostalgia al transitar por sus calles al ver que aún muchos bares, restaurantes y comercios permanecen cerrados, como lo es la cervecería del Ángel, que era muy concurrida porque ahí tocaban la guitarra, cantaban aficionados a la música, y se acostumbraba bailar al son de la música e incluso a jugar juegos de mesa; pero cerró sus puertas al público debido a la contingencia sanitaria por Covid-19. Así también cerró sus puertas el restaurante El Presidio, donde se podía consumir alimentos con la experiencia de sentirte en el interior de un edificio antiguo que trataba de armonizar el estilo antiguo con el moderno.

Sin embargo, durante el período más crítico de contingencia de la pandemia (marzo de 2019 a marzo de 2021), cobró vida para los residentes del lugar en pandemia los residentes

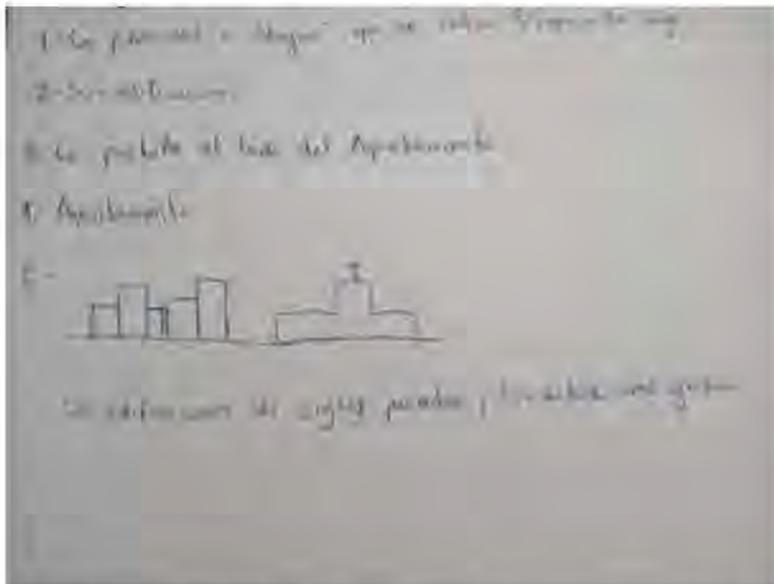
salían a patinar, a andar en bicicleta, a jugar en la pelota, parecía una extensión de su patio, ya que prácticamente esas viviendas en extensión vertical, no tienen patio.

5.1 Interpretación del instrumento: mapas mentales

Con la finalidad de valorar la percepción que las personas tienen de este lugar, algunas personas que no se encontraban en el lugar apoyaron a esta investigación realizando bocetos a distancia de este lugar, plasmando en ellos lo que más recordaban de este lugar, con lo que podemos valorar la identidad de los escenarios del paisaje urbano de El paseo del Ángel y se presentan a continuación:

Figura 15

Percepción de la forma



Nota: En este dibujo, se muestra una representación simbólica del grupo de edificios de la calle que conecta a El Paseo del Ángel con la plazuela de la Catedral de Nuestra Señora del Rosario; A la izquierda, con formas rectangulares, se muestra el contraste de alturas de edificios antiguos y edificios modernos que se desplazan por esta sección de calle; a la derecha, con formas rectangulares sobrepuestas, se representa a la Catedral de Nuestra Señora del Rosario, que se ubica en el remate visual de El Paseo del Ángel, La catedral representa un símbolo de carácter religioso y muy significativo para quien visita el Paseo del Ángel y le da identidad a la ciudad de Culiacán, además de que, por las tardes, es coronada por el colorido cambiante de los atardeceres, lo que constituye un escenario paisajístico relevante en la ciudad.

Es por ello que, para los visitantes de esta sección de calle, observarla en su remate visual, permanece en la memoria de los transeúntes. En síntesis, relacionan esta sección de calle con la percepción de la forma y proporción de los edificios antiguos y andadores peatonales, y con el remate visual de la Catedral de Nuestra Señora del Rosario

Figura 16

El Paseo del Ángel con sus calles contiguas



Nota: En esta imagen, relacionan a El Paseo del Ángel con sus calles contiguas, y la Catedral de Nuestra Señora del Rosario; A la izquierda, se representa a la sección de calles con una agrupación de cuadrados en trama lineal, que se comunican con el parque Las Riberas a través del puente bimodal, que, además, establece una conexión desde el parque Las Riberas, con el Centro Histórico de la ciudad y con el Malecón Tres Ríos de Culiacán de Rosales, Sinaloa. Al lado derecho de la imagen, se representa a la Catedral de Culiacán y su escalinata, rodeadas de árboles de gran altura, en una composición simétrica; En la parte central, el acceso principal a la Catedral, donde se representa su acceso principal enmarcado con grandes portones de madera y el emblemático reloj en la parte superior. La percepción del contraste de alturas y su relación con el paisaje natural, permanece en la memoria colectiva de los visitantes de El Paseo del Ángel.

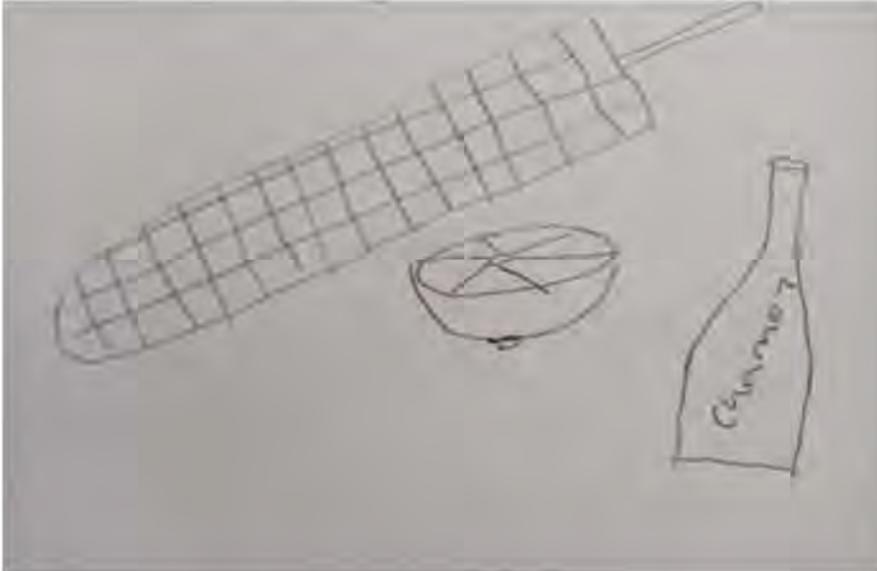
Figura 17

Edificios con calles



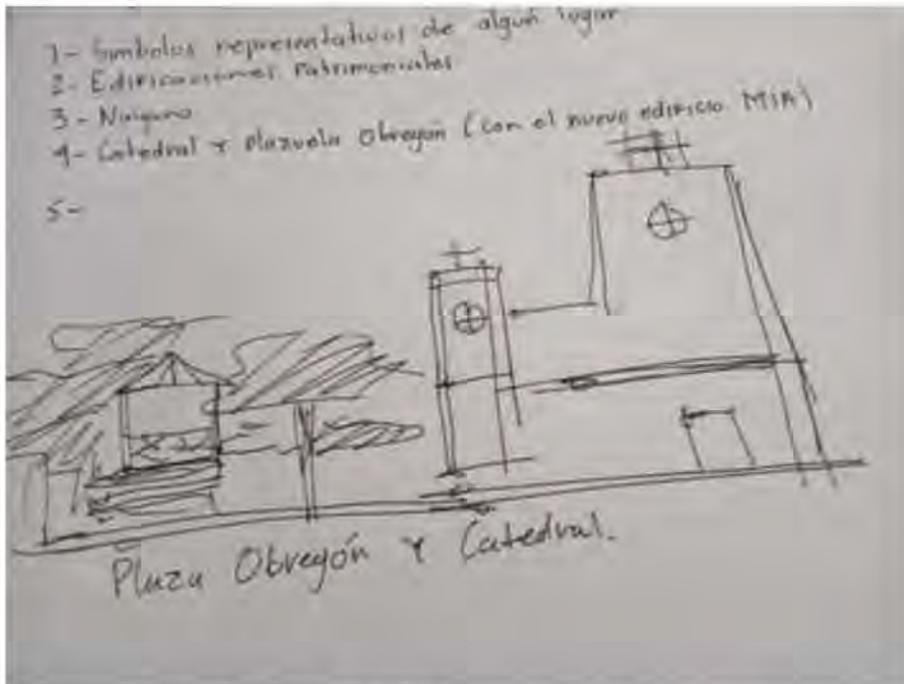
Nota: En este boceto se puede apreciar la representación de una sección de calle en forma de cruz, y su relación con edificios; En primer plano se presenta a La Catedral de Nuestra Señora de El Rosario y detrás de ésta, el Mercado Garmendía. En esta imagen se relaciona a El Paseo del Ángel, como un corredor de calle que sirve de conexión con estos edificios icónicos de la ciudad de Culiacán, y es, que, al transitar por estas calles, el contraste de alturas de los edificios, las marquesinas, el adoquinado de sus corredores urbanos y el paisaje natural, constituyen los escenarios urbanos del Centro Histórico de la ciudad.

Figura 18



Un grupo de personas lo relaciona con comida que venden los vendedores ambulantes, como el elote, el esquite, tosti esquites con chamoy. Y es, que estas personas acuden a El Paseo del Ángel, porque les gusta transitar por esta sección de calle, mientras consumen estos productos y observar los atardeceres, incluso algunas veces han coincidido con la presentación de exposiciones, productos gastronómicos y grupos musicales que se sitúan en esta sección de calle y ambientan el lugar.

Figura 19



En este dibujo se puede apreciar la monumentalidad de la Catedral de Nuestra Señora del Rosario, y su relación con la Plazuela Álvaro Obregón; Al lado derecho, se representa a la Catedral de gran altura y se rescatan sus elementos más representativos; En el remate de su fachada, se colocan dos cruces haciendo alusión al carácter religioso de este edificio; Los relieves en su fachada son representados por medio de líneas rectas y diagonales, que dan impresión de su perspectiva; Se representan dos círculos con una cruz al centro, que traen a la memoria los arcos de medio punto que se ubican en las dos torres de la Catedral y el reloj circular que se ubica en la parte superior central de su fachada.

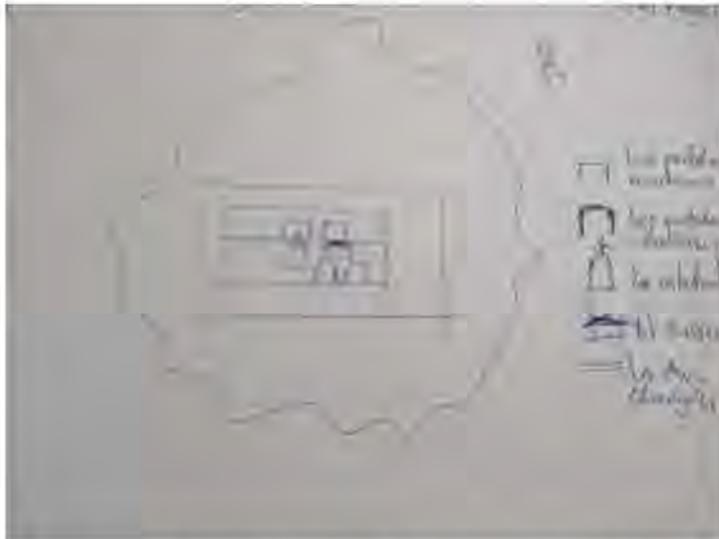
Así también, se representa al Kiosko de la Plazuela Álvaro Obregón y los árboles de gran altura; Esto nos muestra la relación de El Paseo del Ángel con los edificios patrimoniales y la Plazuela Álvaro Obregón.

Figura 20



En este dibujo se puede observar que relacionan a El Paseo del Ángel con edificios antiguos y monumentos cercanos al sitio. Al frente, se representa el boceto de un monumento, que si bien, no se ubica en El Paseo del Ángel, se encuentra en la Plazuela Álvaro Obregón, que los visitantes la relacionan como una extensión de la sección de calle de El Paseo del Ángel. Al fondo, se puede observar la representación de edificios antiguos, con el remate de marquesinas en sus fachadas y enmarcadas sus accesos y ventanas, representando a la tipología arquitectónica que predomina en el lugar. Es interesante observar que la percepción visual de esta sección de calle permanece el contraste de altura de los edificios y su conexión con la Plazuela Álvaro Obregón.

Figura 21



En este dibujo se puede apreciar con los portales modernos, los portales coloniales, la Catedral de Culiacán, el Kiosko, la Avenida Álvaro Obregón.

Aquí se encontró que la identidad, la cultura y la imagen actúan en conjunto como pilares que destacan las características particulares mediante generación de vínculos con las personas captados en la memoria como imágenes mentales para construir una imagen cargada de aspectos identitarios.

En cuanto al medio socio-cultural, involucra todos aquellos aspectos socio-demográficos y aquellos culturales, que expresan el modo de cómo la sociedad crea significados y símbolos que dan identidad a determinado lugar y objetos. La materialización de esa identidad se apoya en un proceso selectivo, y aunque son múltiples las manifestaciones que se producen en un lugar, en gran parte los edificios y su distribución urbana son los que más aportan a esa identidad, porque expresan el proceso de ocupación del territorio, resultante de la sumatoria de relaciones sociales, económicas y culturales de una sociedad. Por lo tanto, si no estuvieron articulados a la red de relaciones sociales y simbólicas de ese lugar se constituirían en un conjunto de objetos desprovistos de significado y, por lo tanto, no constituirían un patrimonio cultural para mantener y valorizar (Biffis, 2018, p.35).

A través de estos mapas mentales, podemos deducir que los elementos que permanecen en la memoria colectiva son los edificios antiguos, la proporción de las tipologías arquitectónicas, el remate visual de la Plazuela Álvaro Obregón, el contexto del paisaje natural y el disfrute de transitar por esta sección de calle y de su gastronomía.

La sociedad selecciona visualmente los elementos que caracterizan este lugar y crea sus propios significados. El rescate de estos simbolismos que representan a la sociedad y la cultura de la ciudad, es lo que nos puede proporcionar elementos para crear la identidad gráfica de El Paseo del Ángel.

Conclusiones

El espacio arquitectónico no puede desprenderse del reconocimiento de sus ambientaciones representadas por símbolos gráficos y códigos de color, ya que son parte de su apreciación y percepción visual.

Es importante resaltar que este binomio arquitectónico-gráfico, no puede desprenderse de la valoración arquitectónica en un espacio urbano, ya que los elementos del diseño gráfico, están presentes en las obras arquitectónicas y aportan originalidad al espacio, por ser representativas de una ciudad y una sociedad.

Desde todos los tiempos, el centro histórico de cada ciudad, han representado la esencia de sus tradiciones y convivencias sociales, que se ven representados por elementos gráficos, valores cromáticos, y tipologías arquitectónicas, que le dan un valor distintivo y representativo a cada lugar.

Cuando no se tiene la sensibilidad de preservar estos valores identitarios, los centros históricos carecen de identidad. Esto sucede comúnmente cuando se cambia la arquitectura, se rehabilitan las calles y se moderniza la ciudad sin una reflexión de lo que ha pasado en el espacio y lo que le ha dado valor patrimonial. Esto se observa cuando cambian los materiales de las calles y transforman las fincas en modernos edificios e incluso alteran los nombres que le han dado cierto arraigo.

Esto significa también que existe una serie de signos identitarios que forman parte de un registro de la evolución de la identidad cultural, local y nacional. A lo largo de nuestra historia, estos signos se fusionan, se transforman y han ido evolucionando para convertirse en portadores de nuevos significados dentro de una sociedad.

Cuando no se toman en cuenta los elementos del diseño el centro histórico pierde su esencia cultural y valor patrimonial, como ha sucedido en El Paseo del Ángel, que es el objeto de estudio de este tema de investigación.

En el desarrollo de esta investigación encontré que en las intervenciones que se han realizado en El Paseo del Ángel, no se le ha dado la debida importancia al hecho de crear una identidad gráfica que se adecúe tanto a las necesidades de los habitantes como de los turistas y resaltar sus símbolos identitarios.

Sin embargo, la esencia de la ciudad ha quedado en la memoria colectiva al observar los elementos arquitectónicos que han permanecido en los edificios, las molduras que enmarcan los techos de los edificios, los dobles portales, los pisos de los edificios, las texturas de las molduras en las fa que se repiten en las ventanas, como remates visuales, las tonalidades de los colores de sus escenarios urbanos y estos son los criterios de la identidad gráfica que configuran el diseño de los escenarios en El Paseo del Ángel que sirven para remontarse a diversas épocas y sucesos en la historia, como caminar y propiciar más convivencia social, sentarse en las banquetas donde se perciba un ambiente incluyente con un sentido de pertenencia y que los turistas se sientan como en casa independientemente del tiempo de su estancia.

La metodología desarrollada en esta investigación es de enfoque cualitativo, descriptivo, con lo que se intenta representar una proximidad más sensible de la vida real mediante la recolección y análisis de los datos que se presentan en las Fichas de identificación de los elementos tipográficos y estudio cromático, con lo que se ha demostrado que la hipótesis planteada desde un principio que *la identidad gráfica de El Paseo del Ángel ha sido intervenida sin un patrón de diseño establecido que proporcione identidad a sus escenarios*, es acertada.

Así también, se demostró que sí existe identidad gráfica, ya que existe una tendencia en cuanto a los patrones de diseño, sobresaliendo las familias tipográficas Serif y San Serif; también la mayoría de los letreros son metálicos y las formas de las molduras son muy parecidas en casi todos los edificios, pero es muy vaga la identidad gráfica, sin embargo, es posible revitalizar los escenarios con medios impresos que no implican un gran gasto y que puede ser de gran utilidad y eficiente sin dañar los edificios, antes bien protegiéndolos, y que representan algunos de los criterios de la identidad gráfica que se encuentran en El Paseo del Ángel, y, que es el objetivo general de este trabajo de investigación. Obsérvese el diseño de la herrería en la siguiente imagen.



Después se realizó una publicidad en las ventanas donde se repite el mismo patrón de diseño y se observa una réplica muy fiel hacia la realidad como se muestra a continuación:



No obstante, una de las razones por las que se rehabilitó El Paseo del Ángel y que había tenido éxito fue la ampliación de las banquetas y esto es importante por la forma en cómo se convive con la sociedad en ciertos espacios porque se cuenta con banquetas amplias

lo que genera un mayor flujo de personas que se sientan invitadas a caminar y disfrutar de la vista de la riqueza arquitectónica con el propósito de no entorpecer el tránsito y conservar la imagen y diseño de la zona de El Paseo del Ángel.

Se cumplieron con los objetivos que se plantearon en un principio donde se identificaron los elementos que configuran los escenarios que se evidencia tanto en las entrevistas como en las fotografías expuestas;

Objetivo 1: Identificar los elementos de diseño que configuran los escenarios de El Paseo del Ángel como parte esencial del diseño del paisaje urbano.

Para el desarrollo de este objetivo, por medio de la observación sistemática, se detectaron elementos arquitectónicos, colores y símbolos gráficos que den indicios de su identidad y esencia histórica, que aún se conservan en El Paseo del Ángel, y que representan los patrones de diseño del paisaje urbano de esta sección del Centro Histórico.

Objetivo 2: Clasificar los elementos de diseño a partir de la tipografía y los códigos de color mediante un registro fotográfico que muestre las características de la identidad grafica en el Paseo del Ángel.

Para el cumplimiento de este objetivo, se clasificaron los logotipos en 4 familias tipográficas que son la gótica, palo seco, la rotulada y la ornamental y se concentraron en las Fichas de identificación de los elementos tipográficos y estudio cromático, en las que se concentra el registro de los elementos de diseño que se encuentran en El Paseo del Ángel con lo que pude evidenciar que la mayoría de las tipografías provienen de la familia gótica y no es de extrañarse ya que este tipo de fuentes representan nuestra historia y debido a esto, se puede implementar en todo El Paseo del Ángel categorizando los patrones de diseño que han permanecido vigentes a pesar de tantas intervenciones que se han realizado.

Así también, se realizó una tabla de categorización de estudio cromático, en la que se registran los colores que predominan en el paisaje urbano de El Paseo del Ángel.

Objetivo 3: Distinguir los elementos que le aportan identidad a El Paseo del Ángel mediante la percepción de los transeúntes.

Para el cumplimiento de este objetivo se realizaron encuestas y mapas mentales, con la finalidad de valorar la incidencia de elementos que representan la memoria colectiva y social de El Paseo del Ángel, con lo que se llegó a la conclusión de que las personas que transitan por el lugar, consideran a los edificios antiguos, la gastronomía del lugar, los árboles de gran altura y el remate visual de la Plazuela Álvaro Obregón y la Catedral de Nuestra Señora de El Rosario de Culiacán, Sinaloa, como los elementos más representativos del lugar y que permanecen en la memoria colectiva de sus visitantes.

En otra instancia, los transeúntes comentan que asocian a El paseo del Ángel como un lugar en el que se pueden desplazar de manera peatonal y al aire libre, entonces los empresarios piensan que sería mejor que se cerraran las calles diariamente a partir de las 8 de la noche, ya que los dos días en los que se cierra la calle son muy productivos y se piensa que esto es factible por ser una calle de tráfico lento y además las personas que viven en esta zona, tienen acceso a sus cocheras por otras calles; los empresarios han hecho peticiones para el cierre de la calle en ciertos días cuando se requieren generar dinámicas con el propósito de incrementar sus ventas.

En consecuencia, encontré que los empresarios han sido excluidos de la elaboración de la propuesta de reglamento de El Paseo del Ángel cuando son ellos quienes interactúan de manera directa con este recurso de uso común y podrían modificar las reglas a lo largo del tiempo con el fin de adaptarlos mejor a sus necesidades que son muy específicas.

Aunado a lo anterior, existen eventos que se llevan a cabo en El Paseo del Ángel y que se han institucionalizado de tal manera que es reconocida esta sección de calle a nivel internacional.

Por lo que, mediante la realización de una adecuación de identidad gráfica se puede generar un ambiente más amigable, inclusivo, que pueda concentrar elementos de diseño que le proporcionen identidad gráfica, con lo que se pueda distinguir de otros centros históricos y posicionarse en la mente de quienes lo visiten y recorran sus calles.

Futuras líneas de estudio

La tesis que se titula: Criterios de la identidad gráfica en el diseño de los escenarios de El Paseo del Ángel del Centro Histórico de Culiacán Rosales, es un tema bastante amplio que se pudiera extender a un estudio de índole doctoral porque aún quedan bastantes líneas abiertas como el análisis más profundizado en cuanto a las tipologías arquitectónicas, la conservación patrimonial de los edificios arquitectónicos, la revitalización de los edificios y la identidad cultural, cómo impacta el COVID-19 tanto en la parte de los negocios como a los clientes así como la implementación de nuevas estrategias de la pospandemia así como generar una serie de lineamientos que aporten identidad gráfica en los escenarios de los centros históricos.

Bibliografía

- Alomar Garau, G., Gómez Sotano J., Fernández Salinas V., Mérida Rodríguez, M., Silva Pérez, R., Castillo Rodríguez, J., Martínez Murillo, J., Melgar Aguilar, A., Perujo, M. (2019). Memoria de la III Jornadas del Paisaje: Paisaje e identidad. https://www.age-geografia.es/site/wp-content/uploads/2020/12/Memoria_IIIJP_2019_Ronda.pdf
- Barrios, R. J. B., Montero, J. A. R., & Ayala, L. M. S. (2008). Diseño de instrumentos didácticos para aprendizaje activo basado en teoría de colores. *Revista Educación en Ingeniería*, 3(5), 11-18. <https://doi.org/10.26507/rei.v3n5.148>
- Batista, H., & Ángel, M. (2010). Investigación y diseño: reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación actual en diseño.
Recuperado el 19 de 12 de 2019
- Bermúdez Castillo, J. (2014). Identidad corporativa. Historia, teoría y un antecedente creado en Colombia durante el siglo XIX. *Revista Arte&Diseño, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla*. 12(1), 23-32.
- Biffis, A. (2018). El centro histórico como paisaje urbano histórico: el desafío de intervenir. [Tesis Doctoral. La Plata, Argentina].
<http://bdzalba.fau.unlp.edu.ar/greenstone/download/tesis/publico/doctorado/2018/TE86/GonzalezBiffisAlejandra.pdf>
- Booth, R. (2008). Turismo y la representación del paisaje. La intervención del sur de Chile en la mirada de la Guía del veraneante (1932-1962). *Nuevo mundo. Open Edition Journals* 16 febrero de 2008. <https://doi.org/10.4000/nuevomundo.25052>
- Briceno Ávila, M. (2018). Paisaje urbano y espacio público como expresión de la vida cotidiana. *Revista de Arquitectura (Bogotá)*, 20(2), 10-19.
<https://revistadearquitectura.ucatolica.edu.co/article/view/1562>
- Bucheli, A. (2012). Lineamientos para la formulación de políticas públicas de revitalización urbana. Una oportunidad para repensar y proyectar los centros urbanos en el contexto posmetropolitano. La revitalización urbana del centro de Bogotá entorno urbano parque tercer milenio [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana].
<http://hdl.handle.net/10554/11497>
- Calderón Varela, L. Y(2020). Arquitectura y fotografía: herramienta de percepción para coadyuvar en la lectura y construcción del diagnóstico urbano [Tesis de licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés. La Paz, Bolivia].
<https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/28027>

- Camallonga, J. S. (2013). Centros históricos: Análisis y perspectivas desde la Geografía. *GeoGraphos: Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales*, 4(37), 115-137
- Carrión, Fernando (2005). El centro histórico como proyecto y objeto de deseo. *Revista EURE* 31(93) 89-100. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19609306>
- Club ensayos (2015). El grafismo. Ensayos (1-6) <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/El-grafismo/2769229.html>
- Costa, J. (2003). Imagen corporativa. Influencia en la gestión. Madrid, España: Fundesco.
- Cruz, M. P., Santos, E., Cervantes, M. V., & Juárez, M. L. (2021). COVID-19, una emergencia de salud pública mundial. *Revista Clínica Española*, 221(1), 55-61.
- Chaves, N. (2005). La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional. España: Gustavo Gili.
- Del Olmo Barbero, J. (2006). El color como elemento comunicacional. *Comunicar*, (26), 112-116. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15802617.pdf>
- Donayre, M. (2013). Signos de identidad: De la gráfica popular limeña a la identidad gráfica peruana. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/1710>
- Franquesa, A., & Fontanillis, D. (2007). Identidad gráfica. Editorial Universitat Oberta de Catalunya. Cataluña España. <https://ftp.isdi.co.cu/Biblioteca/BIBLIOTECA%20UNIVERSITARIA%20DEL%20ISDI/COLLECCION%20DE%20LIBROS%20ELECTRONICOS/LE-1061/LE-1061.pdf>
- Gamez, E. M. (2013). La contaminación visual actual de los avisos publicitarios en la ciudad de Bogotá. (Silva, 2000).
- García, J. S. (2011). Marketing para ciudades: las ciudades también se venden, las ciudades también son productos. *Pensar la publicidad. Revista internacional de investigaciones publicitarias*, 4(1), 211-226.
- Gaviria Puerta, N.A. (2018). Arte urbano como dinamizador social. Apropiaciones gráficas del espacio público y posibilidades en la formación de comunidad. *Papeles de Coyuntura* 44, 14-47. Recuperado de: www.papelesdecoyuntura.com
- Geográficas (19 de marzo de 2019). La Habana 500 años/Diseño de identidad visual. <https://almacendedisenio.wordpress.com/2019/03/19/la-habana-500-anos-diseno-de-identidad-visual/>

- Göbel Christof (2022). Evolución del espacio público y su papel como articulador de la ciudad. En La interdisciplina en el estudio de la forma urbana. Espinoza D, Christof G. y González A. Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco (pp. 93-107). <https://doi.org/10.24275/uama.9205.9212>.
- González Biffis, A. (2018). El centro histórico como paisaje urbano histórico. El desafío de intervenir.[Tesis doctoral, Universidad Nacional de la Plata]. <http://bdzalba.fau.unlp.edu.ar/greenstone/download/tesis/publico/doctorado/2018/TE86/GonzalezBiffisAlejandra.pdf>
- Grupo de Paisaje de la Asociación Española de Geografía (AGE). https://www.age-geografia.es/site/wp-content/uploads/2020/12/Memoria_IIIJP_2019_Ronda.pdf
- H. Ayuntamiento de Culiacán (2008-2010).IMPLAN Culiacán. Plan Parcial Culiacán Zona Centro (2010). <https://implanculiacan.mx/proyecto/plan-parcial-culiacan-zona-centro/>
- Hernández, M. Á., Cantú, M. C., & Díaz, R. C. (2006). Argumentando para enseñar aplicaciones: el diseño de etiqueta y envase en diseño gráfico.
- Herrera Batista, M. Á. (2010). Investigación y diseño: reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación actual en diseño. No Solo Usabilidad.(9).[https://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseno.htm?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+nosolousabilidad%2FNwpd+\(No+Solo+Usabilidad+journal\)](https://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseno.htm?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+nosolousabilidad%2FNwpd+(No+Solo+Usabilidad+journal))
- MacCannell, D. (2003). El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa. Barcelona: Melusina.
- Madrigal Quiles, M. Á. (2017). La evolución de los procesos creativos y técnicos del diseño gráfico. Casos prácticos de Andalucía en la última década.
- Melisa, M. (16 de noviembre 2014). Paseo del Ángel inyectó vida a la economía local. Río Doce. <https://riodoce.mx/2014/11/16/paseo-del-angel-inyecta-vida-a-la-economia-local/>
- Mendoza Jiménez, A. (2015). El pensamiento espacial en los procesos de representación gráfica en el área de educación artística desde una perspectiva lúdica en estudiantes del grado 7° 1 de la institución educativa Kennedy-Medellín [Trabajo de investigación – especialidad, Fundación Universitaria los libertadores, Medellín]. <https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/461/Jim%C3%A9nezMendoza%C3%81lvaroLe%C3%B3n.pdf?sequence=2>
- Meral, L. (27 de junio de 2018). La identidad gráfica de una ciudad. Obtenido de [www.laurameral.com:https://laurameral.com/la-identidad-grafica-de-una-ciudad](https://laurameral.com/la-identidad-grafica-de-una-ciudad).
- Merino Sanjuán, L. (2021). El rol de los elementos urbanos en el uso y el diseño del espacio público.[Tesis de maestría, Universidad Politécnica de Valencia].

<https://riunet.upv.es/handle/10251/158951>

- Monfort, C. C. (2009). Evaluación TIC en el patrimonio cultural: metodologías y estudio de casos (Vol. 5). Editorial UOC.
- Quiles, M. Á. M. (2017). La evolución de los procesos creativos y técnicos del diseño gráfico. Casos prácticos de Andalucía en la última década [Doctoral dissertation, Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/handle/11441/76156>
- Pérez Porto, J., Merino, M. (8 de agosto de 2016). Casco histórico - Qué es, definición y concepto. Definicion.de. Última actualización el 25 de julio de 2018. Recuperado el 10 de junio de 2023 de <https://definicion.de/casco-historico/>
- Ramos Sánchez P. y Terrazas Juárez A. (2016). Los centros históricos como espacios para el desarrollo territorial: nuevas propuestas desde un enfoque integral. Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas 5(9).
<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n9/e6>
- Ridao Rodríguez, S. (2019). El legado de Ervin Goffman en el ámbito de la pragmática. Aposta. Revista de Ciencias Sociales 86(73-90).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495963605004>
- Romero C., González, L. 2021. Aproximaciones al Centro Histórico desde la Centralidad y la Multiplicidad. Revista Legado de Arquitectura y Diseño, vol.16, núm.30,2021. En: redalyc.org.
- Rugel Briones, L. J., & Romero Alverca, R. X. (2020). Las percepciones de los trabajadores frente al teletrabajo durante la pandemia Covid-19, caso de estudio realizado a los residentes de una urbanización del cantón Daule.
- Sampieri, Hernández (2014). Metodología de la investigación. Mc. Graw Hill.
- Sánchez, L. C. R. (2017). El espacio público como patrimonio: la gráfica urbana como una expresión cultural en el centro histórico de la Ciudad de Oaxaca de Juárez. Revista Eltopo junio-Julio, 95.
- Sánchez, P. A. R., & Juárez, A. R. T. (2017). Los centros históricos como espacios para el desarrollo territorial: nuevas propuestas desde un enfoque integral. Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA, 5(9).
- Sabino, C. (1992). El proceso de investigación. Ed. Lumen, Buenos Aires.
http://paginas.ufm.edu/sabino/word/proceso_investigacion.pdf
- San Salvador del Valle Doistua, R. (2000). Políticas de ocio: cultura, turismo, deporte y recreación.
<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/363>

- Santiago, D. I. (2018). Tensiones entre sabidurías, conocimientos nahuas y contenidos escolares de patrimonio cultural en educación primaria indígena, huasteca veracruzana. [Tesis doctoral. Universidad Nacional Autónoma de México]
https://ru.dgb.unam.mx/handle/DGB_UNAM/TES01000783411
- Silva, A. (2000). Imaginarios urbanos. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Valera, S., & Pol, E. (1994). El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental. *Anuario de psicología/The UB Journal of psychology*, 5-24.
- Valle Doistua, R. (2000). Políticas de ocio: cultura, turismo, deporte y recreación. Universidad de Guadalajara.
<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/363>
- Vásquez, M. (2006). Representación, ideas y conocimiento sensible en:
<https://miguelev.com/representacion-ideas-y-conocimiento-sensible-en-r-descartes/>

Anexos

Se realizó un levantamiento para elaborar una categorización del estudio cromático de la calle Ángel Flores, se muestra la siguiente tabla:

Anexo 1

Códigos de color

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO IZQUIERDO PASEO DEL ANGEL ENTRE AQUILES SERDAN Y RAMON CORONA

CASO	COLORES PANTONE	TIPOGRAFIA	TEXTURA	USO
CASA 383	18 -1235 TCX Russet	Ambule Bt Std Roman	Molduras de yeso	VIVERDA
P 1-1 C white				
El presidio	Process black c	Caffe poster benhard		RESTAURANTE
HEX #F8772			Molduras de yeso	
CLAN TANIYAMA	HEX #C9E0E0			COCINA DE FAMILIA
	HEX #78B0C0	DOLCE CAFFE CHALK		
	HEX #E0E8E8			
HUPA	PROCESS BLACK C	BANNER RAILWAY ROMAN		SUSHI
	HEX#501818			
MAGLUNA	P 56-8 C			ALITAS Y MÁS
	HEX #D0A040	STROKE WEIGHT TERRY		
LABORATORIO ANGEL FLORES	HEX #78B0C0			LABORATORIO DENTAL
	METALIC 10102 C	ITE AVANT GARDE GOTHIC PANEUROPEAN (BEM)		
COLEGIO NIÑOS HEROES	HEX #184070		MOLDURA DE CEMENTO	PREESCOLAR PRIMARIA SECUNDARIA
	METALIC # C3C5C4	FALSA HEAVY GOTHIC		

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO DERECHO PASEO DEL ANGEL ENTRE AQUILES SERDAN Y RAMON CORONA

CASO	COLORES PANTONE	TIPOGRAFIA	TEXTURA	USO
TACOS SONORA	HEX #2C2A29	PLAY BILL STD REGULAR		restaurante
P 1-1 C white				
DÉCADAS	SOLID #D45D00	MR ROBOT HEAVY		RETRO BAR
BUENAVISTA	HEX #D05850			OPTICA
	HEX #68B0B8	CLANDESTINA ANODYNE		
INSTITUTO ROMA E	METALIC #C3C5C4		LETRERO METALICO	ESCUELA DE COSMETOLOGIA
	HEX #78B0C0	LUCCA NOVEAU		
ESTACIONAMIENTO	HEX #D0A040	DRAFT BEER CLASSIC	MOLDURA METALICA (BEM)	ESTACIONAMIENTO
	HEX #501818	BECKER GOTHICS CONCAVE		

CASO	COLOR PANTONE	TIPOGRAFÍA	TEXTURA	GIRO
NORDESTE	HEX #0E5722			OFICINAS IMPRENTA
	METALIC 10102 C	GRITFIDDLER NF	LETRAS METALICAS	
BUFETE JURIDICO ESTUDIANTIL	METALIC #C3C5C4			ASESORIA JURIDICA
	HEX #E0B890	FESTIVO LETTERS	LETRERO DE METAL	
JALDI CAFÉ	HEX# 8B734A	SINFONIA SWASH		CAFETERÍA
		BOOKMAN OLD STYLE		
CASA DE LA CRISTIANDAD	HEX #FCDC00	MARIO DEMI BOLD		SERVICIO COMUNITARIO
LIBRERÍA SAN IGNACIO	HEX # 88101B			
	METALIC 10102C	DEVA IDEAL MEDIUM ITALIC		LIBRERÍA

ORIENTE HACIA EL PONIENTE LADO derecho del paseo del ángel entre Andrade y paliza

CASO	COLOR PANTONE	TIPOGRAFÍA	TEXTURA	GIRO
La bodega	Hex #B9A09F			Wigs & beer
	Hex #9EA080	Nouveau romance	madera	
ALERDIE	HEX #B09052	SCRATCHED BRUSH SCRIPT		RESTAURANTE ESCUELA
E-BAR	HEX # 785888	AVE FEDAN SWASH		BAR
EN VENTA	N/A	N/A	N/A	ESCUELA DE ARTES PLASTICAS
MIA	METALIC 10102C	CHANGA SHADOW	METAL/CRISTAL	MUSEO INTERACTIVO SOBRE ADICCIONES

Oriente hacia el poniente, lado derecho Paseo del Ángel, entre Ramón Corona y Jesús Andrade.

CASO BRAVADO	COLOR PANTONE	TIPOGRAFÍA	TEXTURA	GIRO
DEPARTAMENTOS 287	HEX #501818	MONOPOLA PUBLISHING SCRIPT	FACHADA CON PIEDRAS	VIVIENDA VERTICAL
LA CATRINA	HEX #F02028			BISTRO BAR
	HEX # 107888	BRAVADO CONSIST BOLD		
Diagnostico Medico Especializado	Hex #D8CBA0			Laboratorio
	Metalic 10102 C	Scratched church Ward shibuya	Letra metálica	
La estación	Hex #d0a040			Restaurante bar
	Hex # fcba5e	Resonant gretchen		
Se renta Librería católica	n/a	n/a	n/a	n/a
Partido revolución democrática	Hex #8f1b9			
	Metalic 10102c	Embarcadero mvb cond black		oficinas
estacionamiento	n/a	n/a	n/a	n/a

Oriente hacia el poniente, lado izquierdo de El Paseo del Ángel, entre Jesús Andrade y Ruperto L. Paliza.

CASO	COLOR PANTONE	TIPOGRAFIA	TEXTURA	GRUPO
EN RENTA	N/A	N/A	N/A	CERVECERIA DEL ANGEL
CRUZADO PARA DAMA 7' LB	P 136-8 C	ARIAL ARABIC BOLD		ZAPATERIA
SIGLO XXI	HEX #DDAADD	ALGERIAN D		PREPA ABIERTA
SIENTO & tantos	Hex #f8f7f2			restaurante
	Process black c	Atrament medium		
emo	Hex #E9E2??	ROSABELIA JEYRAN		
INAH	#98A080	NEUE HELVETICA STD 53 EXTENDED		Instituto nacional de antropología e historia
LONDON SPORT	ORANGE 023C	TABAC BID SCAB BOLD		BAR
PLAZA MARIACHI	P 804 C	COWBOY HUBBARD		ANTRO BAR
	METALIC 10102C	PROFESSOR MOTHER		
AISPURO POLLOS	P4-8C	PUBLICITY GOTHIC		RESTAURANTE
	HEX # B01018			

Anexo 2

Instrumento: Entrevista semiestructurada

Entrevista semiestructurada

Identidad gráfica en el diseño de los escenarios del Centro Histórico de Culiacán Rosales

Objetivo:

Evaluar la experiencia que brinda la calle de El Paseo del Ángel mediante la configuración de sus escenarios

Pregunta central de la investigación

¿qué patrones de diseño contribuyen a la Identidad gráfica de los escenarios de El paseo del Ángel?

Cuestionamiento guía de la entrevista

¿Qué importancia tiene la configuración de los escenarios de el Paseo del Ángel? ¿Cuál es el objetivo y el valor simbólico del diseño del paisaje urbano?

Datos

Número:

Entrevista realizada por:

Fecha de aplicación:

Lugar de aplicación:

Hora:



Perfil

Nombre o seudónimo: Edad:

Escolaridad máxima: Ocupación:

Lugar de residencia:

- 1 ¿Qué representa para usted El Paseo del Ángel?
- 2 ¿Cómo describe físicamente El Paseo del Ángel?
- 3 ¿En cuáles espacios de El paseo del Ángel considera que se realizan las principales actividades culturales y qué características tienen?
- 4 ¿Qué medios de transporte utiliza para trasladarse a El Paseo del Ángel?
- 5 ¿Qué es lo que más le agrada de El Paseo del Ángel?
- 6 ¿Qué es lo que más le desagrada de El Paseo del Ángel?
- 7 ¿Qué actividades realiza en El paseo del Ángel?
- 8 ¿Qué acontecimientos importantes recuerda de El paseo del Ángel?
- 9 ¿Describa cuál fue su primer experiencia al visitar El paseo del Ángel?
- 10 ¿Cómo percibe el Paseo del Ángel en el día y en la noche?
 - a) Alegre-triste b) Silencioso-bullicioso c) cálido-hostil
 - d) tranquilo-violento E) seguro-inseguro¿porqué?
- 11 ¿Considera usted que El paseo del Ángel aporte Identidad y cultura al centro histórico ¿porqué?
- 12 ¿Le agrada la música que se escucha en El Paseo del Ángel?
- 13 ¿con que colores identifica El Paseo del Ángel? ¿porqué?
- 14 ¿Cuáles son los logotipos que más le agradan de El Paseo del Ángel?



1 ¿Qué representa para usted vivir en el Centro Histórico?

2 ¿Cómo describe físicamente El Paseo del Ángel?

3 ¿Describa cuál fue su primer experiencia al visitar El Paseo del Ángel?

4 ¿Qué acontecimientos importantes recuerda del paseo del Ángel?

5 ¿Qué acontecimientos importantes recuerda de El Paseo del Ángel?

6 ¿Cómo percibe El Paseo del Ángel en el día y en la noche?

a) Alegre-triste b) Silencioso-bullcioso c) Cálido-hostil

d) Tranquilo-violento E) Seguro-inseguro

¿Porque?

7 ¿cuál es su espacio favorito de El Paseo del Ángel?



8 ¿En cuáles espacios considera que se realizan las principales actividades culturales y qué características tienen?

9 ¿Qué medios de transporte utiliza para trasladarse a su trabajo?

10 ¿Considera usted que el Paseo del Ángel aporte identidad y cultura al centro histórico ¿porque?

11 ¿Qué es lo que más le agrada de vivir en El Paseo del Ángel?

12 ¿Qué es lo que más le desagrada de vivir en El Paseo del Ángel?

13 ¿Le agrada la música que se escucha en El Paseo del Ángel?

Formato habitantes

Anexo 3

Entrevista semiestructurada

Entrevista semiestructurada

Identidad gráfica en el diseño de los escenarios del Centro Histórico de Culiacán Rosales

Objetivo:

Evaluar la experiencia que brinda la calle de El Paseo del Ángel mediante la configuración de sus escenarios

Pregunta central de la investigación

¿qué patrones de diseño contribuyen a la identidad gráfica de los escenarios de El paseo del Ángel?

Cuestionamiento guía de la entrevista

¿Qué importancia tiene la configuración de los escenarios de el Paseo del Ángel? ¿Cuál es el objetivo y el valor simbólico del diseño del paisaje urbano?

Datos

Número:

Entrevista realizada por:

Fecha de aplicación:

Lugar de aplicación:

Hora:



Perfil

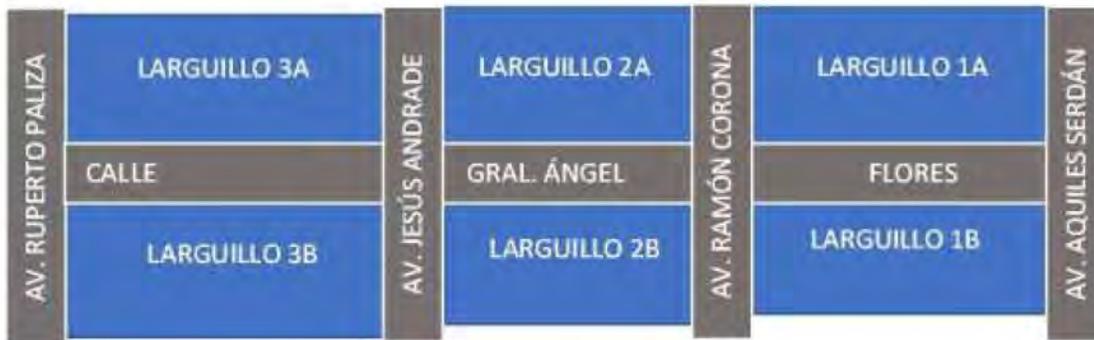
Nombre o seudónimo: Edad:

Escolaridad máxima: Ocupación:

Lugar de residencia:

Anexo 4

Clasificación de patrones de diseño



Nota: Para mejor visualización de los larguillos fotográficos, se describen en las páginas siguientes:

Anexo 4

Escenarios de El Paseo del Ángel

Larguillo 1A

Aquí se aprecia que predominan los colores fríos, sobre todo, las tonalidades azules, a pesar de ser un tramo pequeño de calle, se encuentra un Laboratorio Dental, el Colegio Niños Héroes que es preescolar, primaria y secundaria podría denominarse escenarios culturales además, aquí encontramos el Clan Taniyama, Hupa sushi y Magluna como escenarios



Larguillo 1B

En el larguillo 1B se encuentra el instituto Romae que es una universidad de cosmetología que se pudieran catalogar dentro de los escenarios culturales, donde se aprecian los colores fríos, predominando sobre todo las tonalidades azules



Larguillo 2A

Escenarios turísticos; en este larguillo se pueden apreciar las tonalidades más cálidas y las texturas de las molduras que se repiten en las ventanas, como remates visuales las molduras que enmarcan los techos de los edificios, los dobles portales, aquí se encuentra un centro médico especializado y un conjunto de viviendas entre otros.



Larguillo 2B

Escenarios gastronómicos principalmente; en esta sección se aprecian las tonalidades más cálidas, con texturas de yeso como las molduras que se repiten en las ventanas y en los techos de los edificios, los dobles portales, además se encuentra un bufete jurídico, y las oficinas del Noroeste.



Languillo 3A

Aquí se aprecia el museo MIA donde se realizan todo tipo de actividades y por lo tanto a estos escenarios se les puede clasificar como escenarios culturales.



Languillo 3B

En este languillo está otro museo que es el INAH por lo tanto aquí encontramos escenarios culturales y gastronómicos donde predominan los colores cálidos



