

DESARROLLO DE LOGOTIPO, BASADO EN LA SIMBOLOGIA GRAFICA,
IDENTIDAD CROMATICA Y CULTURAL DE MEXICO, DENTRO DEL
RESTAURANTE SAN ALEJO DE LA CIUDAD DE PASTO

MARIA ALEJANDRA PACHECO ZAMBRANO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DISEÑO
PROGRAMA DE DISEÑO GRAFICO Y MULTIMEDIAL
SAN JUAN DE PASTO
MARZO 2014

DESARROLLO DE LOGOTIPO, BASADO EN LA SIMBOLOGIA GRAFICA,
IDENTIDAD CROMATICA Y CULTURAL DE MEXICO, DENTRO DEL
RESTAURANTE SAN ALEJO DE LA CIUDAD DE PASTO

MARIA ALEJANDRA PACHECO ZAMBRANO

Trabajo de investigación presentado como requisito para optar al título de
Diseñadora Gráfica

Asesor
ADRIANA BASTIDAS
Diseñadora Industrial

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DISEÑO
PROGRAMA DE DISEÑO GRAFICO Y MULTIMEDIAL
SAN JUAN DE PASTO
MARZO 2014

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en este trabajo de grado, son responsabilidad exclusiva de la autora”

Artículo 1 del acuerdo No 324 de Octubre de 1966, emitido del consejo directivo de la Universidad de Nariño.

NOTA DE ACEPTACIÓN:

D. I. Adriana Bastidas
(Asesora)

Jurado: Hugo Plazas

Jurado: Javier Arteaga

Jurado: Omar Franco

San Juan de Pasto, Marzo de 2014.

RESUMEN

Este trabajo se realizó con el fin de rediseñar la imagen visual del Restaurante San Alejo, el cual se encuentra dentro de la ciudad de Pasto hace aproximadamente veinte años y ha permitido recrear un ambiente y gastronomía mexicana de excelente calidad, por ello y tomando en cuenta como principal referente la identidad cultural, cromática y simbología gráfica Mexicana, se implementaron nuevos productos dentro del establecimiento como parte de una estrategia de marketing que permitiera atraer otro tipo de público, demostrando con ello no solo la exclusividad, sabor y economía si no también el interés del Restaurante por brindarle a sus clientes lo mejor.

ABSTRACT

This work was undertaken in order to redesign the visual image of San Alejo Restaurant, which is located within the city of Pasto about twenty years ago and allowed to recreate an atmosphere and Mexican cuisine of excellent quality, thus taking into account mainly concerning cultural identity, color and graphic symbols Mexican, new products within the facility as part of a marketing strategy that would attract other groups were implemented, demonstrating not only the uniqueness, taste and economy but also the interest of the restaurant to provide its customers the best.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	10
1. TEMA Y PROBLEMA	11
1.1 PLANTEAMIENTO	11
1.2 FORMULACIÓN	11
1.3 JUSTIFICACIÓN	11
2. OBJETIVOS	13
2.1 OBJETIVO GENERAL	13
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
3. RESTAURANTE MEXICANO SAN ALEJO	14
3.1 HISTORIA	14
3.2 MISIÓN – VISIÓN	15
3.2.1 Misión.	15
3.2.2 Visión.	15
3.3 ESTUDIO DE DATOS	15
4. IMAGEN VISUAL O CORPORATIVA	19
4.1 DEFINICIÓN	19
4.2 PARTES DE LA IDENTIDAD VISUAL	19
4.3 REFERENTES GRÁFICOS	20
4.4 REFERENTES MUNDIALES	20
4.5 REFERENTES LATINOAMERICANOS	20
4.6 REFERENTES NACIONALES	20
5. MEXICO	22
5.1 PERSONAJES	23
5.2 PANCHO VILLA	23
5.3 FRIDA KAHLO	24
5.4 CULTURA MEXICANA	24
5.5 SANTA MUERTE	24
5.6 SIMBOLOGÍA	25
5.7 GASTRONOMÍA MEXICANA	26
6. DISEÑO METODOLÓGICO	27
6.1 ETAPA DE ANÁLISIS Y CONSTRUCCIÓN	27
7. CONCLUSIONES	32
BIBLIOGRAFIA	32

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Logotipo Antiguo	16
Figura 2. Logotipo Actual	18
Figura 3. Representación figura Frida	31

INTRODUCCIÓN

Dentro de la creación de empresa se encuentra sin lugar a dudas como principal elemento de diseño, la implementación de la identidad visual, el restaurante mexicano san alejo contribuye su solidez y emprendimiento comercial dentro de la ciudad de pasto a su buen servicio y atención al cliente, estas particularidades hacen que este sea un establecimiento fundamentado no solo en la parte gastronómica sino también en su parte física, la cual gracias a la implementación de bases graficas basadas en el rediseño de la identidad, permitirán un reconocimiento de la cultura mexicana dentro de esta.

1. TEMA Y PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO

El restaurante San Alejo es un establecimiento que se encuentra dentro del contexto de la ciudad de Pasto hace 25 años, hace aproximadamente 9 años cambio de administración haciendo que el restaurante se ubicara en otros lugares y con ello fuera poco a poco descartando productos e implementos decorativos propios del establecimiento, esto hizo que perdiera el reconocimiento y gran acogida que tenía en años anteriores, por tal motivo la existencia de este lugar se encuentra en la memoria de sus clientes como un restaurante reconocido y con una propuesta con la intención de desarrollar y resaltar la gastronomía y cultura de México, situación que en este momento carece del fin planteado inicialmente por el establecimiento de comercio.

Como parte del proyecto de reposicionamiento se plantea crear, una nueva estrategia, dentro del rediseño de la identidad visual (creación de Imago tipo, implementación de nuevos productos, unidad de color), donde se incorporar a personajes y símbolos destacados dentro de la identidad y cultura mexicana, la cual rescate la idea de un ambiente mexicano con excelentes productos y calidad en su servicio permitiendo a su vez que el establecimiento vuelva a tener el reconocimiento y acogida que tenía antes, rescatando la capacidad del mismo para satisfacer las expectativas de los clientes y establecer una mayor recordación a través del logotipo.

1.2 FORMULACIÓN

¿Cuál sería la estrategia visual adecuada para el reposicionamiento del restaurante San Alejo?

1.3 JUSTIFICACIÓN

El restaurante San Alejo es una empresa comercial con una trayectoria de más de veinte años durante los cuales se ha destacado del resto por su servicio y calidad gastronómica dentro del ámbito de la comida Mexicana, descuidando así en gran proporción su imagen, por ello presumo su problema fundamental actual a la no aplicación de estrategias corporativas adecuadas que le permitan posicionarse de una mejor manera dentro de la ciudad de Pasto, por lo tanto el objetivo de este trabajo es mostrar la aplicación de una nueva identidad visual, que permita obtener una imagen propia y acorde a las necesidades del restaurante, tomando

en cuenta como fuente principal personajes y símbolos dentro de la cultura mexicana y las estrategias de reconocimiento de la misma por medio de él imago tipo y la implementación de este dentro de la creación de nuevos productos que ayuden a una mayor unificación visual y a un reconocimiento no solo gastronómico sino también con una solidez, calidad y competitividad corporativa frente a otros restaurantes dentro de la ciudad de Pasto.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Estructurar las diferentes piezas de diseño con una identidad visual conjunta, basada en los símbolos, colores y tradiciones de México e implementarlos en los diferentes productos elaborados dentro del desarrollo del proyecto.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar las necesidades del restaurante y su clientela
- Determinar un concepto gráfico, que unifique la estrategia visual
- Bocetar a partir de los elementos encontrados teniendo en cuenta la simbología gráfica, identidad cromática e identidad cultural mexicana.
- Implementar las piezas graficas finales en la nueva imagen para el restaurante San Alejo.

3. RESTAURANTE MEXICANO SAN ALEJO

3.1 HISTORIA

A finales del año 1995 el actual Restaurante Mexicano San Alejo se inauguró en la ciudad de Pasto con el nombre de Artesanato San Alejo, nombre que se le dio gracias a una de las muchas creencias populares mexicanas, en donde la oración que se realiza a un santo llamado San Alejo, tiene como propósito alejar a un mal amor, devota así entonces la dueña por esta creencia en especial y decidida a proyectar en el establecimiento la cultura y tradición que le heredaron sus padres, (artesanos de la ciudad de Michoacan), Abrió el restaurante en octubre de 1995, en la ciudad de Pasto, ubicándolo en la avenida de los estudiantes (Calle 20 No. 40 - 26), lugar por medio del cual tomo rápidamente prestigio y reconocimiento, pues la implementación de artículos familiares dentro de la decoración del lugar, creó un ambiente mexicano tradicionalista que despertó la curiosidad de las personas, no solo por probar los múltiples sabores dentro de la gastronomía mexicana que se ofrecía, sino también por comprar los productos artesanales que se vendían dentro del establecimiento, tales como: Baldosas, vajillas, jarrones, mesetas, bandejas entre otras, todos productos hechos a mano con símbolos y colores característicos de México, a través de los años esta idea inicial fue perdiendo su rumbo, pues la dueña del establecimiento tiempo después de que el restaurante tomara posición y prestigio en la ciudad, decidió regresar a México, abriendo la posibilidad de vender la franquicia, esto permitió que el actual dueño el Señor Francisco Patiño del Valle, (cliente frecuente del establecimiento), viera en el restaurante la manera de recrear su preferencia y fanatismo por la cultura y gastronomía mexicana, así que en el año 2006 compra el restaurante junto con todos sus implementos y secretos gastronómicos.

Tiempo después y al no tener experiencia en su manejo dejó que poco a poco fuera perdiendo su valor inicial, en varias ocasiones se trasladaron de lugar dentro de la ciudad, por lo que era necesario dejar a un lado implementos de decoración, el nombre cambio de Artesanato San Alejo a Restaurante Mexicano San Alejo, ya que las artesanías que formaban parte de la tradición familiar de la antigua dueña se dejaron de fabricar y vender, esto al parecer y los constantes cambios de lugar hicieron que gran parte de la clientela perdiera su interés en el restaurante, decayendo así durante un buen tiempo, por ello se tomó la decisión de implementar nuevos productos tales como: Perros Calientes, Hamburguesas y papas fritas, que conservaran los reconocidos sabores mexicanos, esperando que esto atrajera la atención de todo tipo de público.

Obteniendo los mejores resultados con esta nueva propuesta, la cual hizo que el restaurante, volviera a tener ingresos, que los antiguos clientes volvieran para

probar los nuevos productos y los nuevos se animaran a probar los platos que hacen parte de la carta del restaurante, el dueño tomo la decisión de rediseñar la imagen visual, haciendo que los dos cambios que se produjeron durante todo este tiempo, formaran parte de esta nueva propuesta de diseño, rescatando los dos propósitos, el inicial al transmitir con su imagen tradicionalismo y al actual permitiendo que su imagen llegara a un público más urbano.

3.2 MISIÓN – VISIÓN

3.2.1 Misión.Preparar alimentos típicos de la gastronomía Mexicana de calidad atendiendo las necesidades de nuestros clientes mediante un óptimo servicio y atención personalizada que asegure su satisfacción en el mejor ambiente.

3.2.2 Visión.Posicionarnos para el 2016, como el restaurante número uno en platos y sabores típicos Mexicanos en la ciudad de Pasto, buscando oportunidades de desarrollo. Agradando a los clientes y empleados para lograr el crecimiento y expansión del Restaurante.

3.3 ESTUDIO DE DATOS

Dentro de la historia del Restaurante San Alejo podemos observar dos grandes cambios que se han originado a través del tiempo, en consecuencia a esto su propósito inicial fue cambiando parcialmente, por lo que fue necesario distribuir en dos etapas la investigación, para el estudio y rediseño de la nueva imagen visual del restaurante.

Etapas 1

Artesanato San Alejo (Octubre de 1995 a noviembre de 2005)

Descripción: " Exclusiva comida típica, con ambiente mexicano"

Servicios: Restaurante especialista en comida casera de un sin fin de platillos típicos mexicanos, artesanías exclusivas echas cien por ciento a mano dentro del mejor ambiente tradicional de México y muchos espectáculos en vivo cada sábado a partir de las 6 pm.

Ubicación: Avenida de los estudiantes (Calle 20 No. 40 -26)

Ambientación: cuenta con un espacio amplio con más de 40 mesas en la parte interior del establecimiento y como zona de fumadores y cocteles se encuentra en

la parte de afuera una zona igualmente amplia de aproximadamente 20 mesas, donde podemos encontrar elementos decorativos típicos mexicanos tales como: Baldosas estampadas con figuras y símbolos mayas, Cuadros de la virgen de Guadalupe pintados en óleo, Una réplica de la Santa Muerte con su respectivo altar, toda la vajilla utilizada para los diferentes platos estaba hecha en barro y pintada manualmente, mesas y sillas en madera con símbolos coloridos de la cultura mexicana, papel picado ubicado en diferentes lugares, Pinturas de diferentes personajes mexicanos, tejidos a mano, entre otros.

Esto permitió que el establecimiento tuviera un ambiente totalmente característico de la cultura y tradición mexicana, propósito que se encontraba dentro de la visión de la dueña del restaurante cuando se creó.

Identidad Visual: dentro de la identidad visual se encontró como elemento principal el imago tipo del restaurante el cual tenía dentro de la imagen al típico rancharo mexicano, que portaba un gran sombrero y bigotes largos, , ubicado en el centro del logo, contrastado con el nombre del restaurante a los lados, en la parte superior el nombre de Artesanato con una tipografía se rifada, cursiva en negrita y en la parte inferior como descripción Comida mexicana con una nueva tipografía esta vez palo seco sin negrita, en un fondo completamente blanco, que resalta el negro en el que se encuentra el nombre del establecimiento, tal como se muestra en la siguiente imagen:

Figura 1. Logotipo Antiguo



Fuente: esta investigación – año 2013.

A partir de este imago tipo se realizaron las tarjetas de presentación y algunos de los flyers que se utilizaron para los diferentes eventos que promocionaban los sábados, sin embargo no hubo una intervención de una identidad visual conjunta que proyectara la idea del restaurante y sus propósitos empresariales, tales como la venta de productos artesanales, la implementación de artículos decorativos que

le brindaran al cliente un ambiente completamente mexicano y los tradicionales y reconocidos sabores dentro de la gastronomía de México, por esto el logo tomo un segundo plano frente a lo que de verdad proyectaba el restaurante, pues carecía de fuerza e impacto.

Etapas 2

Restaurante Mexicano San Alejo (Noviembre de 2005 a Febrero de 2013)

Descripción: "Lo mejor de los sabores típicos mexicanos, al alcance de tus manos"

Servicios: incluimos los mejores y más tradicionales sabores mexicanos en la variedad de platos y comidas rápidas que se encuentran dentro de nuestro menú, contamos con servicios de reservaciones y domicilios.

Ubicación: Morasurco(Calle 20 No. 42^a – 150)

Ambientación: Actualmente el restaurante se encuentra ubicado en un lugar pequeño con un aproximado de 20 mesas en la parte interna del establecimiento, por fuera está la zona de comidas rápidas que cuenta con 3 mesas y la vía dentro de la carretera para la salida al norte es utilizada para parqueo de los diferentes carros que disponen del servicio del restaurante, la decoración está basada gran parte en los implementos que aún se conservan de Artesanato San Alejo, tales como: Un cuadro de la virgen de Guadalupe, sillas y mesas en madera con sus respectivos símbolos de colores, baldosas que ahora se utilizan como cuadros, velas aromáticas decorativas y algunos platos de la vajilla hecha a mano.

Ahora la estructura del establecimiento mezcla algunas de las muestra de tradicionalismo y caracterización mexicana que tenía como propósito proyectar Artesanato San Alejo, con un ambiente mucho más urbano y contemporáneo, propósito que se encuentra dentro de la visión para el rediseño de la nueva identidad visual que se trabajó.

Identidad visual: Una vez más y en esta segunda etapa de cambios que tuvo el establecimiento encontramos que el imago tipo es el elemento principal para proyectar la identidad del restaurante, cambiando la imagen del mexicano tradicionalista, por la de un mexicano un poco más vanguardista, igualmente se suprimió el nombre de Artesanato y se reemplazó comida mexicana por Restaurante Mexicano, como podemos ver en la siguiente imagen:

Figura 2. Logotipo Actual



Fuente: esta investigación – año 2013.

El cambio tuvo lugar a la intervención de las comidas rápidas las cuales tomaron bastante fuerza para el reposicionamiento del establecimiento, sin embargo el imago tipo sigue quedando en segundo plano, puesto que no se tiene claro el propósito de la identidad visual que se quiere proyectar.

4. IMAGEN VISUAL O CORPORATIVA

4.1 DEFINICIÓN

La imagen corporativa abarca un sin fin de elementos que contribuyen en conjunto, a la correcta implementación de un modelo empresarial que se desarrolle con el fin de potencializar la rentabilidad y posicionamiento de una empresa o negocio comercial.

La correcta implementación de combinación de colores, diseños, palabras, entre otros, que una empresa emplea para hacer una exposición visual sobre ella misma y de comunicar su filosofía empresarial. Es un símbolo duradero de cómo se ve una empresa en sí, la forma en que desea ser visto por los demás, y cómo otros reconocen y recuerdan.

4.2 PARTES DE LA IDENTIDAD VISUAL

Dentro de la imagen visual se encuentran una serie de aplicaciones que ayudan a reforzar la implementación del símbolo gráfico que se define como marca, permitiendo que conjuntamente se pueda identificar a la empresa y generar con ello una mayor recordación en la mente de los clientes.

Nombre de la empresa: el nombre es la parte más importante, ya que es la primera impresión que tiene el cliente acerca del establecimiento, aunque este puede escogerse caprichosamente por sus dueños, tiene que tener un significado que abarque las expectativas y mensaje que se desea transmitir.

Logo: es el diseño que se realiza para encontrar en un solo conjunto la imagen y el nombre, este puede variar según se desee.

Logotipo: Compuesto únicamente con texto o palabras.

Isotipo: combina tipografía e imagen, se puede reconocer la marca ya sea por el texto o la imagen, sin necesidad de que estén acompañadas la una de la otra.

Isologo: texto e imagen unidos en el mismo elemento, son partes que forman un conjunto y solo funcionan juntas.

Imagotipo: conjunto de texto y símbolo, se encuentran relacionadas pero son claramente diferenciables, incluso pueden funcionar por separado.

Slogan: este permite que el establecimiento se diferencie de la competencia, por su creatividad ya que por medio de este la empresa logra transmitir gran parte de los productos y servicios que se ofrece.

Papelería: en la papelería podemos encontrar elementos que contribuyen al posicionamiento de la imagen de la empresa, por lo general estos elementos son diseñados bajo un cuadro estándar.

Prendas y uniformes: en estos se emplea la gama de colores corporativos escogidos, y el logotipo que representa la imagen de la empresa.

4.3 REFERENTES GRÁFICOS

Estos son importantes ya que permiten obtener información, acerca de la implementación de la imagen visual dentro de diferentes elementos gráficos y material publicitario.

4.4 REFERENTES MUNDIALES

Sin lugar a duda no hay mejor referente que la marca más reconocida en el mundo (**COCA COLA**), hace algún tiempo esta marca saco una edición especial como parte de su táctica de marketing, con motivo de la independencia de México, saco una edición especial con diseños conmemorativos.

Dentro de estos referentes cabe destacar también un restaurante muy reconocido, no solo por su calidad gastronómica y excelente servicio sino también por la imagen y llamativa unidad visual que maneja. (**TEPIC**) Madrid España.

4.5 REFERENTES LATINOAMERICANOS

(**DF**) está ubicado en Buenos Aires Argentina, es un establecimiento que maneja una identidad tradicionalista típica mexicana, como parte de su identidad se encuentran los espectáculos en vivo de buenos shows musicales y teatrales.

4.6 REFERENTES NACIONALES

Dentro de los referentes nacionales encontré un restaurante ubicado en la ciudad de Bogotá, llamado (**LA VERDAD**), este maneja la tradicional imagen de la santa muerte en su logotipo e identidad visual, como campaña publicitaria cada año convoca a sus clientes a disfrutar de los distintos sabores mexicanos divididos por

estados de México, también realiza una celebración anual del tradicional día de la muerte donde da fabulosos descuentos a sus clientes frecuentes.

En Bogotá se encuentra otro restaurante que me llamo mucho la atención por su estilo e instalaciones, las cuales evocan la casa donde vivió Frida Kahlo con su esposo y que ahora hace parte de un museo en México, (**FRIDA'S**) es un establecimiento que hace honor a este gran personaje mexicano que forma parte de la tradición y cultura mexicana.

5. MEXICO

Al hablar de la cultura mexicana algunos símbolos representan por excelencia su significado: el tequila, el mariachi y los tacos. Los habitantes de esta hermosa tierra son reconocidos por su alegría y particular gusto por las fiestas y las tradiciones, por la música y el baile, y por supuesto por la comida y la bebida.

También al hacer una interpretación precisamente de estas dimensiones culturales no resulta tan sencillo designar a un solo elemento como el componente más sobresaliente de la cultura mexicana puesto que como los demás países latinoamericanos, es una mezcla de diferentes culturas como la indígena, la española, y la estadounidense, esto gracias a los procesos de colonización histórica como de la modernidad y la globalización.

Entre estas divergencias encontramos las tradiciones culturales y la gran pasión que siente el mexicano por los festejos con tintes espirituales o chabacanos como los celebrados durante todo el año; algunas de estas celebraciones contienen marcados acentos pre-hispánicos e indígenas y otros dan más cuenta de los ritos evangelizadores católicos traídos por los españoles por allá en el siglo XV. Dentro de esta gama de tradiciones y celebraciones encontramos el día nacional de la virgen de Guadalupe llevado a cabo el 12 de diciembre; conocida como la patrona de México, esta es una de las representaciones de la Virgen María más populares a nivel mundial así como también el día de los Muertos en el cual, según la tradición indígena, los muertos regresan del más allá para contactar a sus familias, ya que ellos y todos los mexicanos creen que la muerte no es el final de la vida, sino una extensión de la vida misma en un mundo alterno y paralelo.

Otra de las características definitivas de los mexicanos es su apego por la familia, el respeto a ella y a sus representantes entre los que se destaca el patriarca o macho en cada hogar, este es generalmente el hijo mayor que venera a su madre y que hace respetar a toda costa a sus hermanas, aunque según la iconografía moderna, el macho mexicano es aquel que abusa de su autoridad y desconoce el rol de la mujer en la sociedad como su semejante y compañera, sino más bien este símbolo se decanta en actos de despotismo y machismo frente a su congénere. Este simbolismo ha traspasado las fronteras mexicanas y se ha extendido a los diferentes países latinoamericanos, haciendo del macho un indicador del hombre latino a nivel internacional

Al final y a pesar de los contrastes, la cultura mexicana une tanto las celebraciones religiosas y la familia alrededor de la reconocida comida mexicana: tacos, burritos, enchiladas, guacamole, nachos, fajitas, flautas, tamales, etc. son palabras que no necesitan traducción en ningún otro idioma; este símbolo ha

logrado mantenerse en el imaginario de los ciudadanos del mundo como una de las más fuertes cocinas internacionales, que ha sido emulada y apreciada en diferentes lugares, que tiene en sus colores y sabores su mayor reconocimiento, que es patrimonio histórico de la humanidad, y que acompañada por la bebida nacional, el tequila, hacen de México un país grande en sus tradiciones e inmenso en sus simbolismos.

5.1 PERSONAJES

Para la implementación de algunas de las piezas para el rediseño de la imagen visual del Restaurante San Alejo, se tomó como referentes directos, dos personajes iconos dentro de la cultura mexicana, que figuran como parte importante para la formación de lo que hoy en día es México.

5.2 PANCHO VILLA

Doroteo Arango más conocido como Pancho Villa, nació en San Juan del Río, Durango en Junio 5 de 1878. Durante sus primeros años ayudaba a sus padres en la pequeña finca que poseían pero tras la muerte de su padre, se convirtió en el dueño de la finca y mató a un hombre que acosaba a una de sus hermanas. Tras este hecho, huyó pero fue capturado y puesto en prisión. Dentro de la cárcel decide dedicar su vida al vandalismo y huye otra vez. Mientras vivía como fugitivo se unió a Francisco Madero en su exitoso golpe de estado al entonces dictador y líder de la República, Porfirio Díaz. Durante este periodo y debido a sus cualidades de líder y pistolero, Villa fue nombrado Coronel de la República Mexicana.

En 1912 otro golpe de estado se suscita en México con la intención de destituir a Madero, y Pancho Villa fue perseguido y casi ejecutado por sus esfuerzos de defender al antiguo gobierno. Después se escapa a los Estados Unidos por un tiempo, solo para esperar el momento oportuno para regresar a México y organizar su propio ejército, conocido como la División del Norte, también se unió con otros revolucionarios incluidos Venustiano Carranza y Emiliano Zapata, sin embargo y gracias a diferencias en cuanto al manejo de los hilos del poder, Villa y Carranza eventualmente se convirtieron en enemigos. Durante muchos años, Pancho Villa estuvo envuelto en diferentes hechos violentos con otros grupos militares e incluso con tropas estadounidenses desde 1916 hasta 1917. En el año 1920, Villa llegó a un acuerdo con el líder mexicano Adolfo de la Huerta, quien lo perdonó por sus acciones a cambio de una tregua para que cesen sus actividades delictivas y sus actividades militares independientes. Tres años después en Julio de 1923, Pancho Villa fue asesinado en Parral, México, después de una emboscada en la cual también se involucraron militares norteamericanos. Su cuerpo fue hallado decapitado y empalado días después.

5.3 FRIDA KAHLO

Frida Kahlo es una de las más reconocidas artistas mexicanas quien era capaz de trascender sus trabajos y plasmar en ellos el dolor y el sufrimiento que tuvo durante su vida. Nació en Julio 6 de 1907 en un suburbio de la ciudad de México, contrajo polio a la edad de 6 años y a la edad de 18 años sufrió de un accidente casi fatal en un tranvía que la dejó con una herida en su columna que marcaría su vida y su trabajo, tanto así que sus obras reflejan brutal y descaradamente el dolor que atravesaba, era una especie de confrontación y catarsis de su mismo estado. Entre sus muchas paradojas se encuentra su fortaleza, casi rudeza en el trato con otros, tomaba y fumaba como los hombres, tenía un vocabulario soez y crudo, enfrentaba a la gente y anteponía su voluntad a los demás. Uno de sus temas favoritos en sus pinturas era sí misma; la mayoría de sus trabajos son autorretratos, que representan su quehacer, su yo interior, son sus espejos internos. Al conocer a Diego Rivera, un reconocido muralista mexicano, encuentra tanto a su amante como a su más empedernido fanático. Aunque su relación se caracterizaba por los altibajos y sobre todo por las infidelidades de Diego, se amaban incondicionalmente. Esta relación marcaría también el trabajo de Frida ya que en sus pinturas representaba el dolor que sentía cuando la engañaba Diego y su imposibilidad de darle un hijo debido al accidente. Cerca del final de su vida encontró el reconocimiento internacional a su trabajo, ya que el Museo de Louvre en París compro su obra "El Marco", un autorretrato en 1939. Después su salud siguió empeorando y a la edad de 47 años, en 1954, murió en la misma ciudad que la vio nacer.

5.4 CULTURA MEXICANA

México es un país que se caracteriza por conservar sus tradiciones populares heredadas a través de los años por sus antepasados, permitiendo de alguna manera que estas sean el reflejo de la identidad que proyecta México en el mundo, dentro de la variedad de tradiciones y fiestas que se celebran, la que causa más polémica y curiosidad es el famoso día de **LA SANTA MUERTE** por ello fue elemento de estudio para la realización de las piezas gráficas trabajadas dentro de la unidad de las ediciones de lujo las cuales tienen como color predominante el negro, símbolo propio de este día en especial.

5.5 SANTA MUERTE

Según la tradición el día de los muertos (2 de Noviembre) o de la Santa Muerte es el momento en que las almas de los fieles difuntos retornan a sus hogares con la idea de pasar el día con sus parientes vivos para ser partícipes de los alimentos que les ofrecen en los altares dedicados a ellos. Esta celebración se realiza en todo el territorio mexicano con la participación de los grupos étnicos, comunidades

indígenas, los grupos urbanos y campesinos. Esta celebración comienza dando un homenaje a los niños muertos y después a los adultos la cual está cargada de componentes altamente tradicionales, desde los filosóficos hasta los materiales. Prácticamente se trata de ofrendar a los muertos con alimentos cosechados por esa época del año haciendo un ritual "de olores, gustos y amores en el que los vivos y muertos conviven"¹; significa la llegada de la muerte a la Tierra, la celebración a la memoria colectiva de un pueblo, la trascendencia de la vida a un espacio plagado de dioses. Estas ofrendas comprenden el típico pan de muerto, calabaza en tacha y los platos predilectos del difunto a quien se rinde memoria, se decoran estos alimentos con flores, papel picado, velas amarillas, calaveras de azúcar y sahumerios; debido a esto la imagen del esqueleto es "tan omnipresente en la cultura popular mexicana que merece se le reconozca como el tótem nacional de México"²

Diego Rivera, famoso muralista mexicano en una entrevista afirmó:

- "Si usted mira a cualquier rincón de mi taller verá muertes por todos lados, muertes de todos los tamaños y colores
- Sí interrumpió el entrevistador-, pero yo no me refiero a esa muerte popular, sino a la muerte que esperan y tienen todos los hombres.
- En eso soy más mexicano todavía -responde Rivera-. Para mí esa muerte es también una muerte popular"³

Respecto a esto, se cree que los mexicanos, al contrario de otros pueblos, no le tienen miedo a la muerte, es más se cree que ellos tienen una relación íntima con la muerte, una especie de afinidad e intimidad con ella.

5.6 SIMBOLOGÍA

La santa muerte simboliza para sus creyentes una dualidad entre lo vivo y lo muerto, es la manera de llegar a la consolidación de la fe y la creencia para la realización de sus deseos y plegarias, dentro de las creencias que se tiene sobre la santa muerte podemos encontrar también que los colores simbolizan algo en particular, dependiendo de la petición que se vaya a realizar por ejemplo:

¹ COMISIÓN NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS (CDI). Día de muertos en México. Disponible en: http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=555:dia-de-muertos-en-mexico&catid=52&Itemid=73 (20/05/2013)

² LOMNITZ, Claudio. Idea de la muerte en México. México: FCE, 2006.

³ RIVERA, Diego. Confesiones de Diego Rivera. ERA. México, 1962. p. 185

“adornar el altar de blanco significa salud, negro, fuerza, morado para abrir caminos, café para invocar espíritus del más allá, verde para mantener unidos a los seres queridos, roja para el amor y la amarilla para la buena suerte”⁴

5.7 GASTRONOMÍA MEXICANA

La historia de la gastronomía mexicana es extensa y muy diversa. Se cree que la auténtica comida mexicana proviene de las tradiciones mayas los cuales eran cazadores nómadas y recolectores. En esta época la alimentación se basaba en el maíz y las tortillas, en los frijoles, el pescado, las frutas, los venadillos y liebres.

Durante el periodo azteca se empezaron a recrear los platos con variedades de ají, miel, sal y chocolate fundido con aves como el pavo y el pato; después durante la colonización hecha por los españoles, algunos ingredientes de esta nación fueron introducidos a las tradiciones culturales propias de México: cordero, cerdo, res, lácteos, ajo, hierbas, trigo y especias. También se mezcló esta gastronomía con ciertas tradiciones propias del Caribe, de Suramérica, de Francia, África y Portugal. La autora mexicana Patricia González resume apropiadamente toda esta diversidad y versatilidad en esta gastronomía:

“la cocina mexicana se distingue de cualquiera otra del mundo por su presentación, buen gusto y el variado colorido de sus viandas. Pareciera ser una cocina hecha por pintores y para halagar, lo mismo al sentido de gusto que al de vista, al del olfato y del oído...pero sobretodo, la cocina mexicana es una abigarrada paleta en la que los rojos se mezclan con los verdes y alternan con los blancos, los cafés, los amarillos y azules”⁵

⁴ UNIVISION COMMUNICATIONS INC. Los colores de la santa muerte, su uso y su significado. Disponible en: <http://foro.univision.com/t5/La-Santa-Muerte/LOS-COLORES-DE-LA-SANTA-MUERTE-SU-USO-Y-SU-SIGNIFICADO/td-p/382684446> (20/05/2013).

⁵ GONZALES, Patricia. La gran riqueza de la cocina mexicana, México: editorial PAX, 1999.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1 ETAPA DE ANÁLISIS Y CONSTRUCCIÓN

Para el rediseño de la nueva identidad visual del restaurante se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos.

PARTES DE LA IDENTIDAD VISUAL

Nombre de la empresa: Este nombre se lo dio la antigua dueña, el cual está relacionado con una oración popular mexicana que permite alejar y olvidar un mal amor.

ORACION: San Alejo, San Alejo, San Alejo. Yo te invoco, para que te lleves lejos, lejos, lejos, a (nombre de la chica). Llévatela por la región del olvido. Que nunca más vuelva a cruzarse en el camino de (nombre del chico). No desperdicies esta oración que en tu nombre San Alejo Imploro. El daño que me causa (nombre de la chica) es muy grande y tú solo lo sabes. Te pido que la alejes para siempre de (nombre del chico) para que nunca más quieran estar juntos, ni verse, ni hablarse jamás.

Que (nombre de ella) y (nombre de él) se peleen, se aborrezcan el uno del otro y se separen para siempre. Gracias San Alejo por el favor concedido. Así es, así sea y así será

Imagotipo: este ha manejado desde sus inicios el imago tipo como parte de su marca y dentro de ella ha destacado siempre como elemento importante para su reconocimiento, la típica representación del mexicano de sombrero y bigotes, por esta razón se acordó implementar este personaje dentro del rediseño de la nueva identidad visual, el concepto que trabaje es la combinación de lo que alguna vez fue Artesanato San Alejo y el propósito que hoy tiene el nuevo Restaurante, donde se conserva la tradición y cultura mexicana como principal elemento de proyección visual hacia sus clientes, pero también cuenta con un estilo mucho más urbano y vanguardista.

El imagotipo permite su desfragmentación para la aplicación de este en variedad de formas, sin que pierda sus atributos esenciales, permitiendo así que pueda ubicarse en cuantos lugares lo permita el diseño dentro de los diferentes implementos de identidad visual.

Características importantes para el imagotipo.

Identidad: implementada en el típico mexicano de sombrero y bigotes que tiene gran importancia dentro del reconocimiento de los clientes hacia el establecimiento y que hacia parte dentro del manejo de los diferentes imagotipos trabajados anteriormente.

Sencillez: se tomó la decisión de simplificar elementos que hacen parte del nuevo imagotipo para que pudieran de algún modo conservar toda esta caracterización de la identidad anterior.

Tipografía: para definir las dos tipografías que forman parte del nuevo imagotipo se tomó en cuenta el nombre principal SAN ALEJO el cual lleva la tipografía Bernard MT Condensed y su complemento RESTAURANTE MEXICANO el cual permite reconocer las característica del establecimiento y sus servicios, con la tipografía Rockwell Condensed.

Colores: Dentro del nuevo imagotipo podemos tener la facilidad de combinar colores ya sean en conjunto o solos, puesto que la simplicidad de la imagen y el texto permiten hacerlo sin que sedistorsione su identidad inicial.

Slogan

ANTIGUO SLOGAN RESTAURANTE SAN ALEJO

“Para tomar tequila y comer taquitos no necesitas viajar a México”

Este eslogan hace parte de la elección de la antigua dueña, quien veía en el restaurante la manera de recrear un pedazo de México en la ciudad de Pasto.

NUEVO SLOGAN RESTAURANTE SAN ALEJO

“A cada uno le toca escoger, la cuchara con la que ha de comer”

Es un dicho muy popular entre los mexicanos y hace referencia a la elección que tienen que tomar a veces las personas en su vida diaria, evocando entonces este tipo de significado se tomó la decisión de emplear este eslogan ya que trasmite elección a la hora de escoger al restaurante Mexicano San Alejo para su satisfacción.

Papelería: Para el restaurante se trabajaron los siguientes elementos dentro de la papelería:

- Carta membretada

- Tarjetas de presentación
- Facturas
- Carta (menú del restaurante)
- Carta adicional nuevos productos (comidas rápidas)

Prendas y uniformes: Gracias a la variedad de elementos, símbolos y características propias de México empleadas en la nueva imagen visual del restaurante, fue necesario construir varias prendas como parte del uniforme diario de los empleados.

(Chef) (Mesero (a)s).

Implementación de nuevos productos

Para reforzar el interés de encontrar en el rediseño de la identidad visual del restaurante, la manera de llegar a un público mucho más joven, se implementaron dentro del menú las comidas rápidas, como nuevos productos, las cuales sin ningún tipo de publicidad han tenido bastante acogida, por ello y gracias a que una de las principales motivaciones del restaurante es la exclusividad se decidió implementar diseños que evocaran la cultura mexicana y dentro de ellos destacar 2 grandes personajes como lo fueron Frida Kahlo y Pancho Villa, para que estén en el diseño, dentro de las comidas rápidas del restaurante, como parte de una edición de lujo exclusiva.

Edición de lujo Pancho Villa (Dorada)

En esta edición de lujo se manejó la imagen de Pancho Villa caracterizada por su antigüedad, por ello la implementación de los colores tierra oscuros y dorados los cuales permiten obtener en su combinación, texturas antiguas y desgastadas, los ornamentos que evocan los atuendos de los charros de México, resaltan también en el diseño.

Esta edición permite también, jugar con las características propias de Pancho Villa y dentro de él la cultura mexicana, la cual se ve reflejada directamente en el diseño de los diferentes empaques trabajados los cuales se basaron directamente en la simbología gráfica e identidad cromática de este personaje.

Simbología Gráfica

Pancho villa fue un personaje importante para la cultura mexicana, que hoy en día lo conserva como símbolo emblemático de la revolución, dentro del análisis visual que realice con el objetivo de determinar un carácter simbólico que contribuyera a la creación de las piezas gráficas dentro de la identidad visual, me llamo la atención una historia en particular que habla de la manera en que este personaje

vestía al contraer matrimonio, el cual permitía ver un Pancho Villa muy mexicano con el típico atuendo de Charro, (traje elegante negro, camisa blanca, chaleco con bordados a mano, corbata de moño y faja o ceñidor, cinturón, botas y sombrero grande.)

Identidad Cromática

Para definir la identidad cromática, fue necesario tomar como referente la fotografía y los carteles que en ese tiempo se realizaban como parte de una búsqueda a este personaje, los cuales permiten encontrar tonalidades sepia, blanco, negro y dorados.

Edición de lujo Frida Kahlo (Plateada)

Este es otro de los personajes que más llaman la atención dentro de la cultura mexicana, por este motivo, forma parte de una de las ediciones especiales que se realizó para la venta de los nuevos productos.

En esta edición de lujo se manejó la implementación de los ornamentos florales dentro del diseño como una de las características que se destacó de este personaje, el color plateado forma parte de los símbolos que utilizaba Frida para destacar personajes dentro de sus pinturas.

Simbología Gráfica

Es un personaje que permite identificar por medio de sus representaciones gráficas, dentro de la pintura, criterios formales de distintos contextos, la relación de aspectos de su vida con la fantasía crítica que ella misma se hace a partir de sentimientos infundados, por la rabia, inestabilidad y resentimiento a ese estereotipo de mujer que la sociedad en ese entonces admiraba, me permite encontrar un carácter formal para describir dentro de una pieza gráfica determinados símbolos asociados a lo que representa como personaje Frida Kahlo dentro de la cultura Mexicana, entre ellos y como principal referente dentro de la creación de las piezas gráficas, tome las flores símbolo que Frida adoptó no solo para sus pinturas, sino también como parte de su vestuario habitual, recreando así la típica caracterización de la mujercampesina, que en ese entonces estaba perdiendo poco a poco su identidad y respeto, convencida entonces del amor a su cultura permitió que el mundo viera a través de ella lo que representaba ser una ciudadana Mexicana con verdaderas raíces y pensamientos infundados en la clase obrera y trabajadora.

Existe también, una historia dentro de la vida de este personaje que explica de una manera más llamativa el símbolo de las flores dentro de la vida de Frida Kahlo.

“Esta bonita y vibrante naturaleza muerta fue pintada para la actriz norteamericana Paulette Goddard Remarque.... La amante de Diego durante su divorcio de Kahlo. La composición y estilo de esta pintura, están fuertemente influenciados por los trabajos de una de las pintoras del siglo XIX más admiradas por Frida, Mercedes Zamora. Como se puede esperar, esta pintura es más que una simple naturaleza muerta mostrando una cesta de flores. En ella, Frida simboliza la relación abierta e íntima entre ella, su marido Diego y Paulette. Cuando Frida le dio la pintura a Paulette, le explicó el simbolismo de esta manera: ”

"el colibrí representa una libre pero frágil Frida, la mariposa azul es un reflejo de la belleza de la actriz y el abejorro es Diego."

Figura 3. Representación figura Frida



Fuente: esta investigación – año 2013.

Identidad Cromática

Frida Kahlo es un personaje que contribuye a destacar su percepción ambigua dentro de la creación de sus pinturas, las cuales me permiten obtener una diversidad de colores y formas que destacan en gran parte la estructura cromática que hasta hoy en día conserva como símbolo característico México. Dentro de la implementación de color de este personaje tome como principalelemento de contraste para la realización de las piezas graficas los tonos grises, platas y blanco, los cuales se encuentran caracterizados en la vida de Frida Kahlo y en el sufrimiento que padeció durante toda su vida de inconformidad.

7. CONCLUSIONES

Despertar el interés por el proyecto permitiendo el reconocimiento del establecimiento como parte de una estrategia visual bien direccionada.

A partir del análisis de los referentes se lograra generar pautas importantes para satisfacer las necesidades del cliente.

El desarrollo de una identidad visual que permita evocar en los habitantes de la ciudad de Pasto, la cultura Mexicana.

BIBLIOGRAFÍA

COMISIÓN NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS (CDI). Día de muertos en México. Disponible en: http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=555:dia-de-muertos-en-mexico&catid=52&Itemid=73 (20/05/2013)

GONZALES, Patricia. La gran riqueza de la cocina mexicana, México: editorial PAX, 1999.

LOMNITZ, Claudio. Idea de la muerte en México. México: FCE, 2006.

RIVERA, Diego. Confesiones de Diego Rivera. ERA. México, 1962. p. 185

UNIVISION COMMUNICATIONS INC. Los colores de la santa muerte, su uso y su significado. Disponible en: <http://foro.univision.com/t5/La-Santa-Muerte/LOS-COLORES-DE-LA-SANTA-MUERTE-SU-USO-Y-SU-SIGNIFICADO/td-p/382684446> (20/05/2013).