

Universidad de Costa Rica
Facultad de Bellas Artes
Escuela de Artes Plásticas

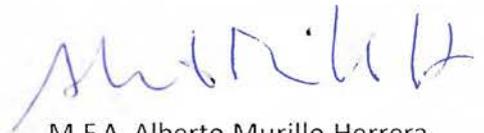
LÍNEA GRÁFICA PARA EL DOCTORADO EN
ESTUDIOS DE LA SOCIEDAD Y LA CULTURA,
DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Seminario de Graduación para optar por el
título de Licenciatura en Artes Plásticas con
énfasis en Diseño Gráfico

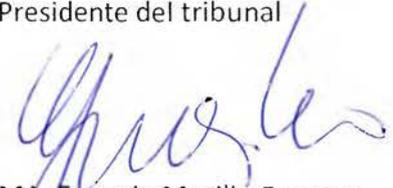
Benjamín Briceño Meoño, carné A20899
Andrés Cruz Siles, carné A31664
Gabriela Soto Grant, carné A25013

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
Junio 2010

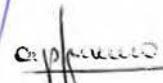
TRIBUNAL EXAMINADOR



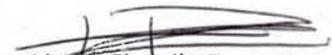
M.F.A. Alberto Murillo Herrera
Presidente del tribunal



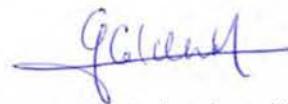
MA. Eugenio Murillo Fuentes
Director



Dra. Patricia Fumero Vargas
Lectora



Licda. Fiorella Resenterra Quirós
Lectora



Master Gabriela Calderón Arias
Profesora Invitada

AGRADECIMIENTOS

Benjamín Briceño Meoño:

Agradeciendo en primera instancia a mis padres por brindarme la educación necesaria en casa, la cual es la más importante y de mayor relevancia en mi vida. Siempre al interés en la superación personal y autosuficiencia. Gracias por estar ahí literalmente.

A Joshua que ha sido mi ejemplo más cercano y real que he tenido, y por dar tiempo siempre a su hermano menor.

A Andrea por ser la compañera que he ocupado en estos años de crecimiento y que siempre me ha brindado candor, apoyo y consuelo.

Y a todas las demás personas que han estado ahí y que en esta ocasión no he mencionado sé que tendre el tiempo de hacerlo en persona. Gracias

Andrés Cruz Siles:

A mis padres; Andrés y Celia, por que cada meta que conquisto es también suya, gracias a su esfuerzo y sacrificio soy quien soy.

A mis hermanos; Andrea, David y Fernanda, porque nos une mucho más que la sangre.

A mis amigos, que me han acompañado en la travesía de los estudios. Espero que esta aventura no acabe nunca.

A tres profesores que, literalmente, cambiaron mi vida: Alberto Moreno, Eugenio Murillo y Walter Behrens.

A Gaby y por Gaby que ha sabido convertirse en más que una pareja, por que juntos somos más que dos.

Gracias.

Gabriela Soto Grant:

Le agradezco a mi mamá por su apoyo incondicional a lo largo de mi vida, a mi padre por incentivar el valor del estudio y a mi hermana por estar presente a mi lado en todos los momentos.

A mi colega Benjamín por la paciencia y el empeño en este trabajo. Agradezco a Alberto Moreno el abrirme los ojos y demostrarme todo lo que el mundo puede ofrecer y a Walter Behrens por ponerme los pies en la tierra.

Andrés por ayudarme a ser mejor, por estar para mí, estar conmigo y permitirme estar a tu lado.

ÍNDICE

Capítulo I. INTRODUCCIÓN	1
1. EL CAMPO DE TRABAJO Y SU IMPORTANCIA	2
1.1. Generalidades, historia	3
1.2. Necesidad de proyección de imagen en el país	4
1.3. Importancia de la imagen gráfica de la UCR como “presencia” en el mundo contemporáneo	8
2. OBJETIVOS	13
2.1. Objetivo general	13
2.2. Objetivos específicos	13
Capítulo II. MARCO REFERENCIAL	15
1. EL SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA (SEP)	16
1.1. Historia	16
1.2. Objetivo del SEP	16
1.3. Organigrama del SEP	17
1.4. Administración del SEP.....	18
1.5. Oferta académica	20
2. EL DOCTORADO EN ESTUDIOS DE LA SOCIEDAD Y LA CULTURA (DESC)	22
2.1. Historia	22
2.2. Objetivos del DESC	26
2.3. Fundamento conceptual	26
2.4. Organigrama del DESC	27

2.5. El concepto de interdisciplinaridad	27
2.6. Unidades académicas involucradas	30
2.7. La celebración del décimo aniversario	31
Capítulo III. MARCO TEÓRICO	32
1. IMAGEN	33
1.1 Imagen gráfica o visual	33
1.2. Signos de la imagen gráfica	35
1.3. Identidad	37
1.4. Identificación	38
1.5. Identidad Institucional	39
Capítulo IV. LA ACTIVIDAD INNOVADORA	40
1. MARCO CONCEPTUAL	41
2. PROPUESTAS PRELIMINARES	48
2.1. Propuesta A	48
2.2. Propuesta B	53
2.3. Propuesta C	58
3. PROPUESTA DEFINITIVA	62
3.1. Dimensión conceptual del diseño.....	62
3.2. Dimensión cromática	71
3.3. Dimensión tipográfica	73
3.4. Dimensión compositiva	74
3.5. Acrónimo DESC	75

3.6. El décimo aniversario	78
3.7. Aspectos gráficos del logo del décimo aniversario	79
4. NORMATIVA DE USO.....	83
4.1. Identificador gráfico del DESC.....	83
4.2. Aplicaciones	86
Capítulo V. CONCLUSIONES	131
Capítulo VI. RECOMENDACIONES.....	134
Capítulo VII. BIBLIOGRAFÍA	137
Capítulo VIII. ANEXOS	142

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Foto N° 1. Casa de Enseñanza de Santo Tomás.....	2
Foto N° 2. Edificio Administrativo, Universidad de Costa Rica.....	4
Foto N° 3. Plaza de Estudios Generales.....	4
Foto N° 4. Edificio Estudios Generales.....	4
Foto N° 5. Dr. Henning Jensen Pennington, Vicerrector de Investigación y persona fundamental en la creación del DESC y su primer director.....	23
Foto N° 6. Dr. Bernal Herrera. Fue el segundo director del DESC y profesor del mismo.....	24
Foto N° 7. Dra. Patricia Fumero Vargas. Profesora y exdirectora del DESC.....	25

ÍNDICE DE ORGANIGRAMAS

Organigrama N° 1. Sistema de Estudios de Posgrado.....	17
Organigrama N° 2. Organigrama del DESC.....	27

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen Nº 1. Bandera de la Universidad de Costa Rica.....	5
Imagen Nº 2. Escudo de la Universidad de Costa Rica.....	6
Imagen Nº 3. Firma horizontal y promocional de la UCR.....	12
Imagen Nº 4. Familia tipografica Avant Garde.....	49
Imagen Nº 5. Familia tipografica Century Gothic.....	49
Imagen Nº 6. Representacion de entretregido a través de las líneas.....	50
Imagen Nº 7. Colores utilizados.....	51
Imagen Nº 8. Creación del logo a partir de forma geométrica.....	51
Imagen Nº 9. Logo propuesta A.....	52
Imagen Nº 10. Líneas fugaces que remiten al entrelazamiento.....	53
Imagen Nº 11. Tipografía sin alteraciones.....	54
Imagen Nº 12. Colores utilizados.....	55
Imagen Nº 13. Variabilidad cromática.....	56
Imagen Nº 14. Logotipo propuesta B.....	57
Imagen Nº 15. Familia tipográfica Candara.....	58
Imagen Nº 16. El logotipo se puede repetir infinitamente ya sea de manera vertical u horizontal.....	59
Imagen Nº 17. Colores utilizados.....	59
Imagen Nº 18. Composición del fondo.....	60
Imagen Nº 19. Logotipo propuesta C.....	61
Imagen Nº 20. Bocetos preliminares del logotipo.....	62
Imagen Nº 21. Proceso de creación de la trama de fondo 1 y 2	63
Imagen Nº 22. Proceso de creación de la trama de fondo 3 y 4.....	64

Imagen N° 23. Trama de fondo final.....	65
Imagen N° 24. Nexos en el logotipo.....	66
Imagen N° 25. Logo con trama de fondo.....	67
Imagen N° 26. Contraste logotipo - trama de fondo.....	69
Imagen N° 27. Integración del blanco con el logo.....	70
Imagen N° 28. Colores utilizados.....	71
Imagen N° 29. Familia tipográfica Gill Sans Light.....	73
Imagen N° 30. Familia tipográfica Gill Sans Bold.....	73
Imagen N° 31. Ejemplos del contraste aplicado a los diseños.....	75
Imagen N° 32. Proceso de creación del logotipo del acrónimo DESC.....	76
Imagen N° 33. Logo del acrónimo DESC con trama de fondo.....	77
Imagen N° 34. Logo del décimo aniversario.....	78
Imagen N° 35. Aplicación de logo del doctorado y décimo aniversario juntos, en blanco y negro.....	80
Imagen N° 36. Aplicación de logo del doctorado y décimo aniversario juntos.....	80
Imagen N° 37. Proceso de creación del logotipo del décimo aniversario.....	81
Imagen N° 38. Área de respeto del logotipo con la trama de fondo.....	83
Imagen N° 39. Colocación del logotipo sobre la trama.....	84
Imagen N° 40. Área de respeto del logotipo sin la trama de fondo.....	85
Imagen N° 41. Tarjeta de presentación DESC, tiro y retiro.....	87
Imagen N° 42. Sobre DESC, tiro y retiro.....	88
Imagen N° 43. Papel membretado tamaño carta.....	90
Imagen N° 44. Papel membretado tamaño carta. Aniversarios.....	91
Imagen N° 45. Brochure DESC, montaje.....	92

Imagen Nº 46. Brochure DESC, tiro.....	93
Imagen Nº 47. Brochure DESC, retiro.....	94
Imagen Nº 48. Estilo del folder a utilizar.....	95
Imagen Nº 49. Folder DESC.....	96
Imagen Nº 50. Folder DESC. Aniversarios.....	97
Imagen Nº 51. Plantilla para Power Point, portada e internas.....	98
Imagen Nº 52. Plantilla para Power Point, portada e internas. Aniversarios.....	99
Imagen Nº 55. Banner DESC.....	100
Imagen Nº 56. Banner DESC. Aniversarios.....	102
Imagen Nº 57. Cintillo para los archivadores.....	104
Imagen Nº 58. Cintillo para los archivadores. Montaje.....	105
Imagen Nº 59. Gafetes.....	107
Imagen Nº 60. Carátula para CD o DVD, a todo color y B/N.....	108
Imagen Nº 61. Carátula para CD o DVD, a todo color y B/N. Aniversarios.....	109
Imagen Nº 62. Pines con cierre mariposa o aguja, y pines de solapa.....	110
Imagen Nº 63. Bolígrafos.....	111
Imagen Nº 64. Bolígrafos. Décimo aniversario.....	112
Imagen Nº 65. Agenda formal.....	113
Imagen Nº 66. Cuaderno de apuntes.....	114
Imagen Nº 67. Cuaderno de apuntes, parte interna.....	115
Imagen Nº 68. Llaveros DESC.....	116
Imagen Nº 69. Llaveros DESC, frente y reverso en las tres opciones de materiales.....	117

Imagen N° 70. Llaveros DESC, frente y reverso en las tres opciones de materiales. Décimo aniversario.....	118
Imagen N° 71. Camiseta tipo polo.....	119
Imagen N° 72. Camiseta cuello redondo.....	120
Imagen N° 73. Bolsas de papel.....	121
Imagen N° 74. Bolsas de papel. Aniversarios.....	122
Imagen N° 75. Maletín.....	124
Imagen N° 76. Taza. Aniversarios.....	126
Imagen N° 53. Plantilla para correo electrónico.....	127
Imagen N° 54. Plantilla para correo electrónico, montaje.....	128
Imagen N° 77. Propuesta de diseño para página web.....	130

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1. EL CAMPO DE TRABAJO Y SU IMPORTANCIA

1.1. Generalidades, historia

Según menciona Ruiz (1994) originalmente llamada Casa de Enseñanza de Santo Tomás, la cual fue una institución educativa de la Iglesia Católica costarricense fundada en 1814 por el Obispo Diocesano de Costa Rica y Nicaragua don Nicolás García Jerez. Sobre esta casa se fundó la Universidad de Santo Tomás en 1843, la cual fue la primera universidad de Costa Rica.

En 1888, después de 45 años de aportes, el Secretario de Estado Mauro Fernández Acuña decide cerrar la Universidad, por razones de orden político, económico y académico, pues entre otras cosas se consideraba que la Universidad no estaba correctamente organizada y que era más importante fortalecer la educación media, antes de enfocarse en la formación superior. Así que su quehacer siguió a través de las facultades de Derecho, Agronomía, Bellas Artes y Farmacia, que continuaron funcionando independientemente.

Foto N° 1. Casa de Enseñanza de Santo Tomás



Fuente: www.ucr.ac.cr

Sobre esta herencia se crea la Universidad de Costa Rica el 26 de agosto de 1940, mediante la Ley de la República N° 362, llamada: LEY ORGÁNICA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA. Dada en el Salón de Sesiones del Congreso, Palacio Nacional, San José. (www.asamblea.racsa.co.cr/ley/leyes/1000/362.doc)

“Desde que abrió sus puertas, en marzo de 1941, esta Institución ha encauzado su quehacer en concordancia con una búsqueda constante, inagotable y libre, de la verdad, la eficacia y la belleza” (www.ucr.ac.cr/acerca-u/u-en-breve/historia.html)

Misión y objetivos de la Universidad de Costa Rica

“El propósito de la Universidad de Costa Rica es obtener las transformaciones que la sociedad necesita para el logro del bien común, mediante una política dirigida a la consecución de una verdadera justicia social, del desarrollo integral, de la libertad plena y de la total independencia de nuestro pueblo” (Artículo 3, Estatuto Orgánico).

Como institución autónoma de cultura superior, la Universidad de Costa Rica está constituida por una comunidad de profesores, estudiantes y funcionarios administrativos, dedicados a la enseñanza, la investigación, la acción social, el estudio, la meditación, la creación artística y la difusión del conocimiento.

Hay concepciones diversas de la misión que una universidad debe cumplir. Para la Universidad de Costa Rica, la actividad primordial debe encaminarse a propiciar el avance del conocimiento en su máxima expresión y responder, de manera efectiva, a las

necesidades que genera el desarrollo integral de la sociedad.

Desde esta perspectiva, su producción permanente, permite alcanzar niveles de excelencia en la formación de profesionales que, a su vez, actúan como difusores y agentes de cambio en la comunidad en general.

Foto N° 2. Edificio Administrativo, Universidad de Costa Rica



Foto N° 3. Plaza de Estudios Generales.



Foto N° 4. Edificio Estudios Generales.



Fuente: www.ucr.ac.cr

1. 2. Necesidad de proyección de imagen en el país

Símbolos de la Universidad de Costa Rica.

Son tres los elementos que identifican a la Universidad de Costa Rica desde sus inicios:

1- La Bandera

“Según lo estipula el artículo sexto de la primera acta del Consejo Universitario, del 7 de enero de 1941, se adoptó como estandarte de la Universidad, el pabellón nacional de Costa Rica de 1843, época en que se fundó la Universidad de Santo Tomás. Así la bandera universitaria consta de tres franjas horizontales dos blancas a los lados y una celeste en el centro” (www.odi.ucr.ac.cr/simbolos.php).

Imagen N° 1. Bandera de la Universidad de Costa Rica



Fuente: www.ucr.ac.cr

2- El escudo

“De acuerdo con la misma acta del Consejo Universitario, el escudo es el que propuso el entonces Secretario de Educación, Lic. Luis Demetrio Tinoco Castro” (www.odi.ucr.ac.cr/simbolos.php).

El escudo se diseñó con un óvalo, dentro de este se denota un paisaje con una montaña al fondo desde donde emerge el sol, al lado opuesto un girasol voltea hacia la luz. Se observa una inscripción en la parte baja que dice “Lucem Aspicio” (esto significa “en búsqueda de la luz”). “En la orla del escudo, que está adornado con dos ramas de laurel enlazadas hacia arriba por sus troncos, cayendo las puntas hacia abajo, se lee: Universidad de Costa Rica” (www.odi.ucr.ac.cr/simbolos.php).

La Universidad de Costa Rica optó por utilizar este escudo en 1941:

“Fue el mismo que utilizó su antecesora, la Universidad de Santo Tomás. Con la flor que busca permanentemente al sol, se quiso recordar a nuestros antepasados que pusieron las bases de las primordiales instituciones de la República y al propio tiempo hacer de la universidad no un semillero de profesionales, sino una ciudadela de estudios altruistas, permanente refugio de valores espirituales que con su esfuerzo desinteresado orienten a la juventud hacia su perfeccionamiento” (www.odi.ucr.ac.cr/simbolos.php).

Imagen N° 2. Escudo de la Universidad de Costa Rica



Fuente: www.ucr.ac.cr

3- La marcha universitaria

Letra: Arquímedes Jiménez

Música: Julio Mata

*¡Alma Mater! Los hijos del pueblo
a ti vamos con júbilo y fe
porque sólo encontramos progreso
en el arte, la ciencia y el bien.*

*Con la antorcha del mérito alzada
que las sombras borró del ayer
en el cielo gentil de la Patria
encendiste una aurora también.*

*Si mañana han de ser adalides
los que alcancen honroso laurel
los que avancen confiados y firmes
por la senda inmortal del saber*

*¡Alma Mater! nosotros iremos
tras el noble ideal por doquier
que confianza nos dan y denuedo
sólo el arte, la ciencia y el bien.*

Fuente: www.ucr.ac.cr

Dentro de este estudio, conocer a la Universidad de Costa Rica es conocer la raíz de donde viene todo, es conocer la fuente de donde surge el doctorado en estudios de la Sociedad y la Cultura, pero antes aún organizativamente hablando, de donde vienen el Sistema de Estudios de Posgrado, la Oficina de Divulgación e Información, etc.

Es muy importante conocer la historia de la UCR porque es de ésta que surgen todas las demás historias que, al fin y al cabo, tendrán que verse reflejadas en la línea gráfica del Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura.

1.3. Importancia de la imagen gráfica de la UCR como “presencia” en el mundo contemporáneo

En el mundo contemporáneo es imprescindible que cualquier entidad que busque entrar o permanecer en el espectro de la aceptación de las masas, se identifique visualmente, esto quiere decir que debe tener una imagen ante el público y esta imagen debe verse reflejada en su contraparte gráfica. En el ámbito latinoamericano esto siempre se ha considerado secundario, dándole prioridad a otros factores que, usualmente no son tan efectivos a la hora de encontrar ese nicho, como la imagen gráfica.

“La necesidad de la Universidad de Costa Rica de tener presencia en el mundo contemporáneo se confirma en los años 80, esto debido a que el gobierno pierde interés en dar apoyo a este organismo público y a cambio lo rinde al sector de universidades privadas” (Murillo, Entrevista).

Este interés surge debido a que las universidades privadas se mercadean y publicitan como lo haría cualquier empresa, convirtiéndose en una competencia por atraer estudiantes. En esta década queda en evidencia que la UCR no cuenta con procedimientos claros para mercadearse adecuadamente y poder competir en esta nueva pugna por el reconocimiento público nacional.

Debido a estas y otras razones se crea la Oficina de Divulgación e Información.

Antecedente de la Oficina de Divulgación (ODI)

En el III Congreso Universitario (1971-1972) un tema sobresaliente fue la revisión y modificación de la estructura orgánica de la Universidad. En este congreso se discuten temas importantes.

“Aspectos como los siguientes:

- Organización y administración inadecuada para la complejidad y grado de especialidad alcanzada por la Universidad.
- Excesiva concentración de responsabilidades en la Rectoría y el Consejo Universitario.
- Ausencia de afinidad en la agrupación de funciones.
- Dificultad de articulación institucional en el seno del Consejo Universitario, dada su integración.
- Necesidad de fortalecer la unidad institucional y consolidar el proceso de departamentalización en contraste con el viejo orden de determinación de facultades por un patrón rígidamente profesional.” (www.ocu.ucr.ac.cr/Boletines/2002-Boletin1-3.pdf)

Se generó un proceso de cambio institucional trascendente. Lo cual hace desaparecer el “Departamento de Desarrollo y Relaciones Públicas” y, por algún tiempo, la UCR no contó con ninguna sección que se hiciera cargo de la actividad informativa del quehacer universitario.

Entre otras cosas en este Congreso se establece un modelo centralizado con órganos y sistemas especializados en diferentes aspectos del quehacer académico.

El 1 de setiembre de 1975 se decidió que la divulgación de actividades universitarias se ubicaría en la Vicerrectoría de Acción Social (VAS), pero este sistema no daba abasto con la demanda en el campo de la comunicación. Fue así como se presentó a la VAS de ese periodo un proyecto de funcionamiento de la Unidad de Divulgación e Información, el cual fue aprobado de inmediato.

En 1981, por aprobación del Consejo Universitario, se convirtió a la Unidad de Divulgación e Información en oficina coadyuvante de la Vicerrectoría de Acción Social, acuerdo ratificado hasta la sesión 3127 del 3 de octubre de 1984, cuando se instauró el Subsistema de Comunicación-Información compuesto de la Oficina de Divulgación e Información, Radio Universidad (apertura oficial en abril 1950, en el Tercer Congreso Universitario, se definieron los principios de la emisora y se le dio el nombre que lleva actualmente), Radio U (su creación fue aprobada por el Consejo de Rectoría el 5 de abril de 1996, y fue inaugurada el 22 de abril de ese mismo año), Semanario Universidad (aprobado en la sesión 1727 del Consejo Universitario del 27 de octubre de 1969, el primer ejemplar se publicó el 28 de setiembre de 1970) y Canal 15 (se declaró oficialmente en 1982).

El propósito de la ODI es divulgar a la comunidad interna y a la sociedad en general el aporte que la UCR brinda al país por medio de la investigación, la docencia y la acción social. Esta dependencia también es responsable de atender las relaciones públicas internas y externas de la institución, del protocolo, de la publicidad y de la suscripción a los medios informativos nacionales.

Creación de la línea gráfica de la UCR

En la década de 1980 surgen las primeras universidades privadas en Costa Rica, a lo largo de las décadas subsecuentes se observa el gran crecimiento en el área de la educación privada lo que genera más de 50 universidades privadas al finalizar los años 90. Este crecimiento acelerado en la competencia de la educación lleva a la Universidad de Costa Rica a desarrollar una línea gráfica para coordinar esfuerzos en el área de publicidad y mercadeo.

Con el objetivo de formalizar y reglamentar el uso de los símbolos de la Universidad de Costa Rica, en setiembre del 2002, el Consejo Universitario acordó solicitar a la administración universitaria el diseño de una línea gráfica para la institución, mediante la “Licitación restringida No.84-2003: Contratación de servicios para el diseño, elaboración e implementación de un manual de línea gráfica institucional” (Licitación restringida No.84-2003) que luego fuera debidamente inscrita ante el Registro Nacional.

Con este acuerdo, las autoridades universitarias reconocieron la importancia del patrimonio simbólico de la institución e instruyeron a la administración para que se abocara a definir los estándares de uso de los elementos gráficos y a diseñar una estrategia de fortalecimiento y protección de la imagen gráfica universitaria.

Como resultado de esta solicitud, la Rectoría, la Vicerrectoría de Acción Social y la Oficina de Divulgación e Información de la Universidad iniciaron un proceso de revisión y análisis de la imagen gráfica de la institución: la vigencia, el reconocimiento y los usos de los elementos visuales que representan a la Universidad, así como su correspondencia con

la misión, propósitos y valores de la misma.

El esfuerzo de protección de la identidad visual de la Universidad hizo que la ODI asumiera la tarea de apoyar el proceso de registro de marca de los nombres y símbolos de la Universidad para protegerlos de imitaciones y falsificaciones que afectaran la imagen institucional. Esta labor se realizó conjuntamente con PROINNOVA (Promoción de la Innovación Tecnológica de la PYME), entidad que tiene como misión promover, facilitar, gestionar y apoyar la transferencia eficiente de los conocimientos que son propiedad intelectual de la UCR, con el fin de promover la innovación en los sectores productivos.

Imagen N° 3. Firma horizontal y promocional de la Universidad de Costa Rica



Fuente: Manual de Identidad Visual de la Universidad de Costa Rica.

Al final encontramos muy provechoso el estudio de la imagen gráfica de la UCR, de las entidades que se dedican a proteger y actualizar esta imagen porque nos deja claro el interés, bien fundamentado, que tiene la Universidad de Costa Rica en proyectarse, de ser reconocible y, tal vez hasta más importante, diferenciable por el público.

En conclusión podemos aseverar que la UCR tiene pasos agigantados ya hechos por establecer esa imagen, pero le queda camino por recorrer. Es dentro de este proyecto que buscamos que el DESC empiece a trazar su camino en la búsqueda de una imagen propia sin desligarse de la UCR.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Diseñar la línea gráfica para el Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura, de la Universidad de Costa Rica.

2.2. Objetivos específicos

- Investigar los antecedentes y la evolución, hasta el día de hoy, del Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura.
- Recopilar antecedentes prácticos de posgrados similares para asegurar la novedad en el diseño.
- Desarrollar el perfil visual a partir del perfil conceptual y de la filosofía que sustenta el

Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura (Imagen Institucional)

- Determinar las necesidades del Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura, en el campo de la comunicación visual.
- Diseñar una imagen coordinada sistemática, acorde con las nuevas perspectivas de la comunicación visual.
- Desarrollar la plataforma divulgativa de los servicios de la oferta académica que el programa de doctorado ofrece.
- Diseñar la página web del doctorado.
- Desarrollar los materiales visuales para la celebración del X aniversario del doctorado.
- Proponer el “Libro de Marca” para el Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura.

CAPÍTULO II
MARCO REFERENCIAL

CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL

1. EL SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA (SEP)

1.1. Historia

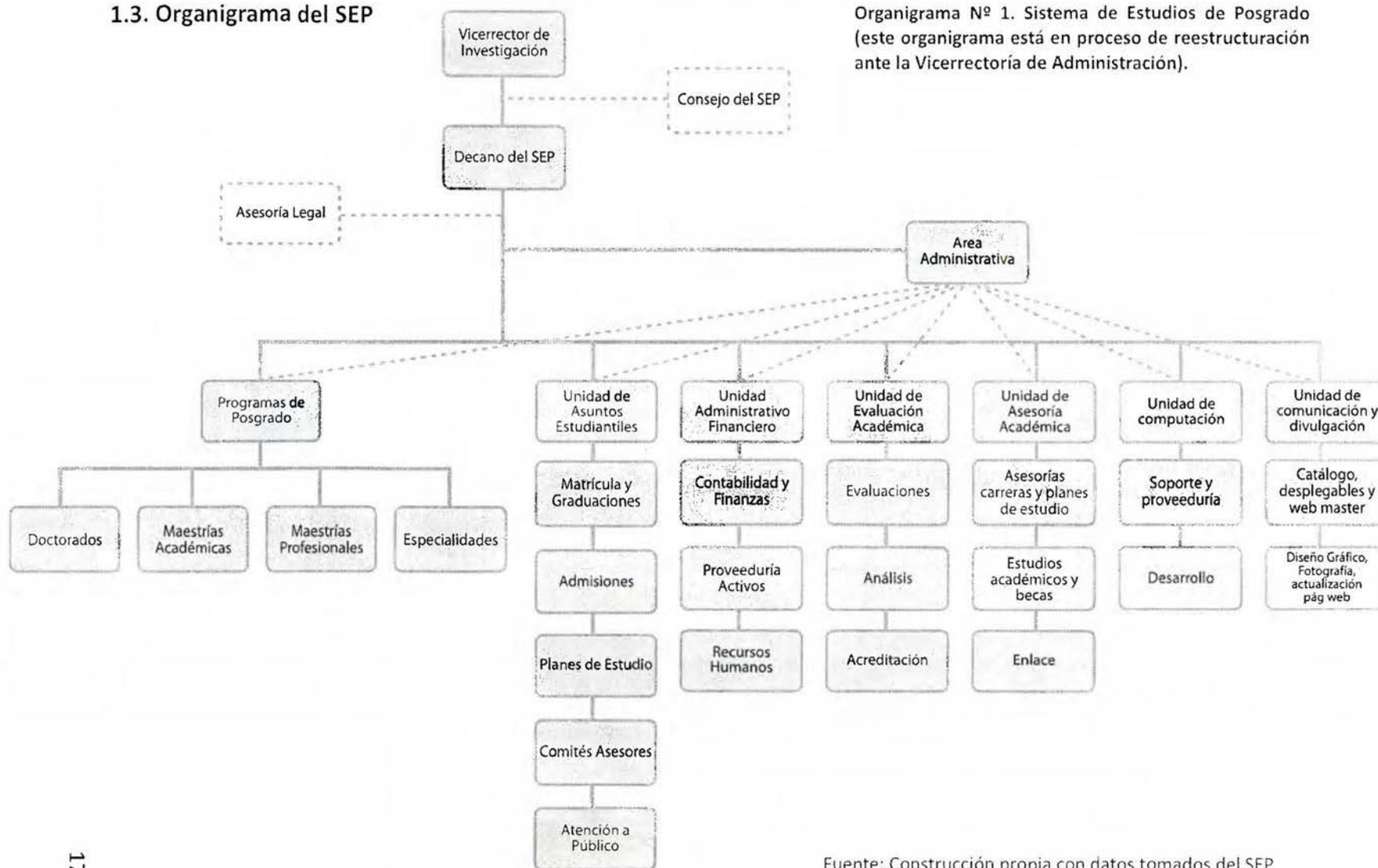
El SEP fue creado en 1975, constituido como un sistema relativamente autónomo. Es el órgano más complejo de la UCR, esto porque tiene la característica de manejarse en gran cantidad de áreas de estudio lo que lo convierte en una entidad muy heterogénea. En este sistema se albergan todos los posgrados (ver Anexo nº 1) que se imparten en la UCR. Funciona como unidad académica, haciendo que se centralice todo el trabajo de los posgrados. El personal administrativo del SEP está conformado por 22 personas.

Es deber del SEP formar investigadores, docentes y profesionales de alto nivel, capaces de desarrollar sus actividades en forma creativa y provechosa para la sociedad. En el transcurso de 34 años, el SEP ha desarrollado programas de posgrado con importante proyección a la región centroamericana, programas disciplinarios, interdisciplinarios y otros de carácter interinstitucional.

1.2. Objetivo del SEP

El Sistema de Estudios de Posgrado es la instancia encargada de organizar, orientar, impulsar y administrar los programas de posgrado de la Universidad de Costa Rica.

1.3. Organigrama del SEP



Organigrama N° 1. Sistema de Estudios de Posgrado (este organigrama está en proceso de reestructuración ante la Vicerrectoría de Administración).

1.4. Administración del SEP

Financiamiento

El SEP obtiene financiamiento de dos maneras: de postgrados regulares y complementario.

Financiamiento de Posgrados Regulares: Funcionan como cualquier otro programa de estudios de la UCR, los estudiantes pagan a una caja única, es responsabilidad de las unidades académicas que albergan los programas y del SEP velar por el financiamiento de esos programas regulares.

Financiamiento Complementario: Es un esfuerzo común entre la UCR y los estudiantes que pagan una cuota (que igual es subsidiada) pero que aportan un dinero que puede ser ejecutado por el mismo programa, el Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura es uno de ellos.

El Consejo del Sistema de Estudios de Posgrado

“El Sistema de Estudios de Posgrado es la instancia encargada de organizar, orientar, impulsar y administrar los programas de posgrado de la Universidad de Costa Rica.” (www.sep.ucr.ac.cr). Por esto es importante analizar su estructura e ingerencia dentro de la organización de la Universidad de Costa Rica.

El Consejo del Sistema de Estudios de Posgrado está integrado (en el período 2009 y hasta la fecha) por:

Vicerrector de Investigación – Dr. Henning Jensen Pennington

Vicerrectora de Docencia – Dra. Libia Herrero Uribe

Decana del SEP – Dra. Gabriela Marín Raventós

Representante Área de Ciencias Básicas – Dr. Carlos León Rojas

Vicedecano y Representante Área de Artes y Letras – Dr. Luis Fallas López

Representante Área de Salud – Dra. Lisbeth Salazar Sánchez

Representante Área de Ciencias Sociales – Dra. Doris Sosa Jara

Representante Área de Ciencias Agroalimentarias – Dr. Eric Guevara Berger

Representante Área de Ingenierías – Dr. Georges Andre Govaere Vicarioli

Representante Estudiantil – Bach. Daniel Pacheco Hernández

Organización del Decanato del SEP

Secretaría decanato – Carolina Ramírez Solano

Unidad administrativa – Lic. Maribel Herrera Castro

Unidad de asesoría académica para apertura de Programas nuevos – María Marta Vargas Arias

Unidad de asuntos estudiantiles – Bach. Emily Ruiz Méndez

Unidad de cómputo – Mag. Alexandra Gómez Carmona

Unidad de comunicación y vinculación – Bach. Ana Judith Solórzano Tinoco

Unidad de gestión, seguimiento y evaluación – Dra. Alicia Vargas Porras

Unidad de asesoría legal – Lic. Iván Salas Leitón

Es relevante conocer, dentro de este estudio, las estructuras de instituciones que están íntimamente ligadas al DESC, tanto así como la historia del mismo, para poder comprender las funciones del doctorado dentro del engranaje de la Universidad de Costa Rica, cual es su presente y su futuro.

1.5. Oferta académica (para el listado completo ver Anexo N° 1)

La oferta de posgrado consta de las siguientes modalidades:

Maestría académica

Estas maestrías realzan el desarrollo de capacidades para la investigación, están conceptualizadas para vivir en un mundo más académico, este tipo de Maestría se concluye realizando una tesis. Actualmente el SEP alberga 80 Maestrías Académicas en total.

Maestría profesional

Se orienta hacia el desarrollo de capacidades para la intervención en el campo elegido, busca profundizar y actualizar conocimientos teóricos, metodológicos y prácticos, además de enfatizar la investigación práctica aplicada. Estas maestrías se concluyen con

un proyecto de graduación. En la actualidad existen 96 Maestrías Profesionales.

Doctorado académico

En un inicio los doctorados fueron constituidos disciplinariamente, sin embargo a medida que fue pasando el tiempo, los nuevos doctorados han venido haciéndose interdisciplinarios. La política de la UCR es ir creando doctorados “sombriilla”, en los cuales confluyan varias disciplinas.

El SEP tomó la política de no avalar un Doctorado Profesional, ya que va en contra de la filosofía que el SEP tiene de lo que es un doctorado. Para el SEP, el Doctorado es la excelencia realizando investigación. Por el momento existen 7 Doctorados Académicos.

Especialidades profesionales

Son parte de los programas especiales que organiza el SEP. Se basan en la especialización profesional hasta la obtención de un diploma de especialista. En el caso de las especialidades médicas se cuenta con un mayor número de programas de estudio que exigen a sus residentes investigaciones clínicas o epidemiológicas, algunas de gran interés particular y social. El SEP cuenta hasta el momento con 67 especialidades profesionales.

Cursos especiales de posgrado

Son cursos ofrecidos con el propósito de actualizar los conocimientos en una determinada carrera o en parte de ella, que concluyen con un certificado de asistencia. La oferta académica de estos cursos se debe consultar directamente en el programa respectivo.

2. EL DOCTORADO EN ESTUDIOS DE LA SOCIEDAD Y LA CULTURA (DESC)

2.1. Historia

El Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura nace como idea entre los años 1991 y 1992 en los planteamientos de Dr. Henning Jensen Pennington (ver Foto N° 5), quien en ese momento ocupaba el puesto de decano de la facultad de Ciencias Sociales. La idea no encontró asidero y fue hasta los años 1998-1999, con el apoyo de la Dra. María Pérez Iglesias, quien en ese entonces era la Decana del Sistema de Estudios de Posgrado (SEP), que la idea tomó forma. Se nombraron comisiones especiales para la creación del doctorado y este proceso no estuvo exento de roces, tratándose naturalmente de un proyecto tan innovador. Este proceso llevó más o menos dos años. Al principio el posgrado se llamaba “Estudios Culturales”, pero como lo que se buscaba era un doctorado en humanismo que abarcara no sólo las ciencias sociales y artes y letras, también debían entrar personas de cualquier área, que quisieran hacer un estudio de la sociedad y la cultura. “El nombre cambia su título de Estudios Culturales, por ser algo muy manejado y que llevaba a tendencias muy específicas. De ahí se crean los estudios de la sociedad y la cultura.” (Pérez, Entrevista)

El Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura (en adelante DESC) recibió la aprobación del CONARE y comenzó su funcionamiento en el año 2000, como una opción académica innovadora del Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad de Costa Rica que aborda, sistemáticamente y en forma interdisciplinaria, la complejidad del mundo social, en un momento en el que los problemas estructurales y las consecuencias políticas tienen una importancia superlativa.

“De cara a las interpretaciones hegemónicas del orden mundial contemporáneo, emergen los estudios socioculturales latinoamericanos como opción de contraste en la intelección de las prácticas culturales los procesos de apropiación simbólica y material.” (Brochure del DESC publicado por el SEP)

El DESC, debido a su gran complejidad, tuvo desde el principio sus bases teóricas que influyeron la forma y temática actual. La motivación por la cual se crea el DESC es expresada así por el Dr. Henning Jensen Pennington:

“La motivación para crear el postgrado fue la gran necesidad, que se ha dado en las últimas décadas, de comprender los fenómenos sociales y culturales mediante una convergencia entre las diferentes disciplinas de las ciencias sociales, las artes y las letras, e incluso con las ciencias básicas, sobre todo en campos de la epistemología (teoría del conocimiento) y también en aspectos referentes a la relación entre cultura-ciencia-sociedad.” (Jensen, Entrevista)

Foto N° 5. Dr. Henning Jensen Pennington, Vicerrector de Investigación y persona fundamental en la creación del DESC y su primer director.



Fuente: www.ucr.ac.cr

Este programa estudia e investiga a través de las siguientes interpretaciones: La cultura como aprendizaje acumulado; el entramado social como sistema comunicativo; la vida y el mundo cotidiano como apropiación y reproducción de las estructuras sociales; la textualidad de las representaciones sociales y culturales; y la fractura y el descentralización de modos de objetivación y desarrollo de subjetividades en una sociedad cifrada por el multiculturalismo.

El DESC se fundamenta en tres ejes que atraviesan la filosofía sobre la cual descansa toda la mecánica de acción del mismo y que, al mismo tiempo, son la chispa que debe iniciar los temas de estudio. Estos tres ejes son: Cultura, Poder y Subjetividades. La Dra. Patricia Fumero (ver Foto N° 7) los expone de esta manera:

“Los temas de estudio tienen que estar abordados por tres ejes: Cultura, subjetividades (la construcción de mi yo, a nivel personal y público) y el poder: relacionado con las subjetividades, cómo yo me manifiesto, interactúo, construyo mi identidad y cómo se manifiesta el poder.” (Fumero, Entrevista).

Foto N° 6. Dr. Bernal Herrera. Fue el segundo director del DESC y profesor del mismo.



Fuente: www.ucr.ac.cr

El Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura ha tenido tres directores hasta la fecha: el primer director, y uno de sus gestores, fue el mismo Dr. Henning Jensen que ejerció este puesto entre los años 2002 y 2004. Le sucedió el Dr. Bernal Herrera (ver Foto N° 6), que empezó labores en el 2004 cumpliendo el ciclo de trabajo de dos años hasta el 2006, siendo reelecto por dos años más. La Dra. Patricia Fumero asumió el puesto en el período 2008-2010. Actualmente el Dr. Alexander Jiménez asume la dirección del DESC en el 2010.

Foto N° 7. Dra. Patricia Fumero Vargas. Profesora y exdirectora del DESC.



Fuente: www.ucr.ac.cr

2.2. Objetivos del DESC

Promover en el estudiante un enfoque interdisciplinario para su quehacer investigativo, que le permita establecer un diálogo con otras disciplinas y una ampliación crítica de la suya.

Objetivos Específicos:

1. Profundizar en el estudio interdisciplinario de la realidad social y cultural.
2. Realizar una revisión crítica de los problemas de investigación y la bibliografía pertenecientes al campo de la sociedad y la cultura.
3. Desarrollar en el estudiante la capacidad de formular y realizar investigación compleja, sistemática e independiente sobre la sociedad y la cultura

2.3. Fundamento conceptual

Misión: Formar profesionales y docentes capaces de conceptualizar y realizar investigación sistemática, de manera independiente y de naturaleza interdisciplinaria, sobre diferentes aspectos de la sociedad y la cultura, a partir de una revisión crítica de los problemas de investigación y de la bibliografía perteneciente a su campo de estudio.

Visión: Fomentar el Doctorado en el Estudio de Sociedad y Cultura para llegar a ser el programa líder en América Latina, a través de nuestra excelencia académica y enfoque humanista hacia los estudiantes.

2.4. Organigrama del DESC

Organigrama N° 2. Organigrama del DESC.



Fuente: Construcción propia con datos tomados del DESC

2.5. El concepto de interdisciplinariedad

El eje central del Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura es la interdisciplinariedad. Este es el punto más importante del postgrado, el cual se vuelve una de sus mayores virtudes y al mismo tiempo la mayor dificultad.

La interdisciplinariedad se ejerce durante el postgrado como elemento entretejedor de los insumos teóricos que buscan generar en el doctorando una capacidad de multi-enfoque sobre los acontecimientos diarios, profesionales o personales. “La idea de interdisciplinariedad es que la misma persona pueda pensar la misma cosa desde varias perspectivas, que una sola persona pueda tener un pensamiento de multienfoque.” (Jensen, Entrevista)

Al estudiante se le aparta de su ritmo habitual de trabajo y estudios, donde generalmente está rodeado de profesionales que tienen nexos en sus áreas de estudios y que posiblemente manejan lenguajes similares, para entrar en contacto con otro tipo de profesionales, que utilizan distintas líneas de pensamiento, metodologías diferentes y lenguaje específico. Generalmente se produce un impacto por el hecho irrefutable de la extracción del entorno en donde habitualmente se desenvuelve el doctorando. Todo esto con el afán de que, por ejemplo, al final un economista, para entender un escenario real, pueda desarrollar un enfoque de escritor, músico, sociólogo, médico, etc, y abordar las situaciones de su vida con la capacidad de aplicar enfoques múltiples:

“La creación de un espacio de convergencia primero causa un shock, porque se encuentran personas que ven las mismas cosas desde diferentes perspectivas, que al principio son desconocidas por los otros y nace la necesidad de comunicarse para tratar de superar ese vacío. No necesariamente aparece un lenguaje común, pero si se crea la posibilidad de aproximarse.” (Jensen, Entrevista)

Además, el doctorado pone a prueba a los estudiantes, ya que los obliga a ser propositivos, los mismos deben pensar propuestas y justificarlas desde muchas dimensiones:

“La interdisciplinariedad propone la preparación de teorías y metodologías que uno mismo construye para justificar el problema de estudio, es muy propositivo. Se hacen investigaciones a la medida, a nivel teórico, que resultan muy sólidas.”
(Fumero, Entrevista)

La interdisciplinariedad es la mayor virtud y al mismo tiempo la mayor dificultad para el DESC, como lo explica la Dra. Patricia Fumero:

“Muchos de los graduandos no se han podido graduar porque no han podido articular una premisa que sea no disciplinaria para abordar un problema de estudio (...) Existe una presa importante porque la gente termina los cursos y no sabe de qué hacer la tesis. Muchos estudiantes no le encuentran el sentido al doctorado porque no está dado, uno tiene que darle el sentido (...) por eso muchos se quedan estancados”.

Es aquí donde encontramos uno de los factores más importantes del Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura. En el proceso de aprendizaje de los estudiantes, estos deben generar su propio sentido del tema de estudio. El doctorado ha sido juzgado muchas veces de que carece de planteamiento metodológico sólido, pero lo que sucede es que el doctorado es multidisciplinario, no da recetas, sino que el mismo estudiante genera su receta para su problema de estudio.

Es importante destacar de este cambio de ritmo inicial que:

“Esta convergencia causa mucha angustia y tensión en los participantes y durante muchos meses se daba un periodo de desorientación en los estudiantes e incluso de los

profesores que lleva a cierta tendencia a abandonar el programa” (Jensen, Entrevista).

A pesar de todo, al final los estudiantes encuentran su recompensa: “Al cabo del primer semestre se empiezan a dar cuenta de que la exposición al conocimiento desde otras disciplinas se vuelve algo muy enriquecedor.” (Jensen, Entrevista)

El conocimiento del concepto de interdisciplinariedad, así como desarrollar y manejar el enfoque particular de la visión del DESC sobre el mismo, se convierte en el eje más importante para conocer mejor el quehacer del doctorado. Sin este amplio estudio realizado acerca de la interdisciplinariedad se habría hecho imposible entender a la entidad como tal. Solo adentrándonos en esta serie de grandes detalles es posible acertar a la hora de realizar una línea gráfica correcta y acorde con las necesidades del DESC.

2.6. Unidades académicas involucradas

Este doctorado tiene como unidades base las siguientes cinco Facultades: Ciencias Sociales, Ciencias Económicas, Derecho, Bellas Artes, y Letras.

Además, cuenta con el apoyo en la UCR, entre otros, de:

- El Instituto de Investigaciones Psicológicas (IIP)
- El Instituto de Investigaciones Sociales (IIS)
- El Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ)
- El Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas (IICE)

- El Instituto de Investigación para el Mejoramiento de la Educación Costarricense (IIEC), y
- El Centro de Investigaciones en Identidad y Cultura Latinoamericanas (CIICLA).

Las Unidades Académicas ayudan al doctorado en cada tema cuando este lo solicita. En caso de necesitar alguna información específica de algún tema referente a estas unidades académicas, el doctorado se comunica directamente con el Director(a) de cada Unidad Académica o Instituto.

2.7. La celebración del décimo aniversario

El DESC inició su funcionamiento en el año 2000, por lo que en el 2010 se encuentra celebrando su décimo aniversario. Fechas conmemorativas como ésta son apropiadas para posicionar en la colectividad la nueva imagen del Doctorado. A través de las siguientes aplicaciones gráficas propuestas se reforzará la imagen del DESC:

Impresos: Tarjeta de presentación, sobre para carta, papel membretado, brochure, folder o carpeta, banner, cintillo archivadores, carátula de CD.

Digitales: Diseño para página web, plantilla de Power Point, diseño plantilla para email.

Promocionales: Pines, gafetes, bolígrafos, camisetas, llaveros, maletín, agenda formal, cuaderno de apuntes, bolsas de papel, tazas.

CAPÍTULO III
MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO

1. IMAGEN

La imagen es un concepto que permite muchas definiciones y así ha sido a través de la historia; el autor Norberto Chaves (Chaves, 1994) nos remite a las dos más frecuentes: la imagen subjetiva y la imagen objeto. Estos conceptos son avalados también por el autor Joan Costa (Costa, 1994).

La primera, la imagen subjetiva, se enfoca más en los conceptos de cada quien, en conceptos mentales, en la formación imaginativa de la memoria, influenciada por las percepciones externas del individuo. Esta imagen es subjetivada por imágenes mentales o estereotipos.

La segunda, la imagen objeto, se refiere al aspecto, a la imagen visual (por esto es una característica precisamente visual), a un ícono, en definitiva a recursos de comunicación visual. La imagen objeto reproduce las apariencias ópticas de las cosas, pero también se incluye en este término el sentido amplio de "imagen visual", como figuras y formas abstractas que dan una noción de iconicidad.

1.1. Imagen gráfica o visual

La imagen gráfica es, en primer término, un subconjunto de imágenes que se pueden resumir en ejemplos como: ilustraciones, fotografías, grafismos, tipografías, etc, que contemplan la esencia del cliente a tratar.

Se puede decir que, a la hora de enfrentar la problemática de la imagen, resulta especialmente interesante la existencia de una especie de “conflicto” al momento de utilizar términos como: empresa, corporación e institución.

Chaves clarifica los tres términos y de paso muestra el camino a seguir. Para empezar presenta el término de EMPRESA como algo que refiere a una estructura organizativa de naturaleza económica, relacionado directamente con una actividad lucrativa ya sea pública o privada:

“El término «empresa» posee prácticamente una sola acepción, y sólo usos abiertamente metafóricos pueden extender su campo referencial a realidades ajenas a lo estrictamente empresarial («el municipio como una gran empresa», «el país como empresa», etc.)” (Chaves, 1994, p. 18).

Por otra parte, está la definición de CORPORACIÓN, que en el contexto latinoamericano, remite a organizaciones complejas de agrupaciones de empresas o asociaciones. El frecuente uso de la frase “imagen corporativa” se debe a la traducción textual del término inglés “corporate image”, la cual, en el contexto anglosajón sí refiere a compañía o empresa.

Sobre esta definición sobresale que, dentro del ámbito latino, esta es una acepción que no podríamos utilizar, puesto que nos remite a entidades con fines de lucro, grandes corporaciones complejas, con espíritu mucho más comercial.

Costa se refiere al término “imagen corporativa” como “una imagen mental ligada a una

corporación y a lo que ella representa, especialmente por conducto de su identidad visual expresada por signos gráficos, pero también de su comportamiento y sus actuaciones”. (Costa, 1987, p. 185). Esta imagen está ligada a los comportamientos de la empresa, entendemos estos comportamientos como acciones comerciales, distintas a las acciones institucionales.

Por último, el término INSTITUCIÓN se tiende a definir como lo contrario a funciones de lucro, vinculándolo con organismos no empresariales. Se pueden incluir el atributo de institución a las entidades que tengan un carácter social, “toda realidad social que constituya una norma, una convención o un mecanismo regular, estable del funcionamiento social.” (Chaves, 1994, p. 19).

Fue imprescindible despegar estas tres connotaciones tan reiteradas en el ámbito gráfico latinoamericano para así entender el camino a seguir, comprender sobre que se trabaja, cual es la connotación correcta para el trabajo realizado. Comprendemos que el término que más se aplica a este proyecto es el de Imagen institucional, porque es el que engloba todo el contenido de lo que debe representar, en la concepción del receptor, la imagen de un doctorado de la Universidad de Costa Rica, como lo es el DESC.

1.2. Signos de la imagen gráfica

La imagen gráfica se sustenta en una importante variedad de signos, aquí reseñamos algunos de los más destacados:

Signos lingüísticos:

El nombre del cliente es un elemento que el diseñador puede convertir en un modo de escritura específico que se denomina logotipo, para efectos de este trabajo nos referiremos al logotipo como logo. Estos signos lingüísticos preferimos llamarlos signos tipográficos, de esta manera incluimos el factor de la tipografía como tal, o sea todo lo que se expresa mediante textos, letras o caracteres. La escogencia de la tipografía debe realizarse teniendo en cuenta los aspectos estéticos y el carácter que reflejen la identidad del cliente, estos casos puede utilizarse una tipografía universal o el diseñador puede crear una tipografía personalizada. Se recomienda utilizar una tipografía principal para textos sobresalientes y otra secundaria para ser utilizada en cuerpos de texto.

Signos icónicos:

Se pueden entender los signos icónicos como cualquier identificador visual, ya sean imágenes, símbolos o íconos. En este caso se trata de todos los recursos que apoyen la imagen corporativa a diseñar. “Cualquiera que sea su forma y su intencionalidad expresiva, la marca cristaliza en un símbolo (un signo convencional portador de significados)” (Costa, 1993, p. 15). Como menciona Costa, independientemente de su aspecto visual general, estos signos representan la esencia de la empresa.

Signos cromáticos:

Los colores son utilizados para apoyar los signos icónicos y lingüísticos. Lo más común es que la gama cromática seleccionada conste de colores principales, los cuales serán los colores oficiales y los de más uso, y los colores secundarios que se utilizan para dar variedad y armonizar las aplicaciones.

Signos conceptuales:

Para comprender estos signos se debe partir del estudio de la misión, la visión y de los objetivos de la institución. A partir de este análisis se pueden concluir las tendencias gráficas que le serán favorecedoras a la respectiva identidad gráfica que quieran reflejar al público. No es lo mismo querer expresar “dinamismo” que “estabilidad”, son conceptos que se representarán de maneras distintas, en figuras, formas y colores.

Importancia de la imagen gráfica:

La imagen gráfica tiene entre sus funciones: la identificación: esta debe ayudar al reconocimiento de la marca. La diferenciación, corresponde a la individualización de la empresa en relación con las demás semejantes. La aprehensión se refiere a la “fijación en la mente de los públicos, su factor decisivo es la simplicidad, el equilibrio entre originalidad y redundancia y el carácter simbólico” (Chaves, 2005). Por último la asociación: esta necesita reforzar el vínculo entre lo visual y el concepto de la organización.

Para que la imagen gráfica sea efectiva, es de suma importancia evitar la existencia de varias imágenes gráficas para una misma institución. Este es un fenómeno recurrente, especialmente en América Latina, que desemboca irremediablemente en un mensaje difuso y erróneo.

1.3. Identidad

La identidad es el factor común dentro de la imagen de la institución, es esa característica que destaca la “personalidad” de toda producción gráfica de una institución, y en realidad

cualquier mensaje de ésta. Costa dice que “sea cual sea la clase de información que las empresas transmitan –utilitarias, cultural, didáctica o persuasiva-, los mensajes incluyen sistemáticamente, unos signos de identidad. Son la «firma» de emisor.” (Costa, 1994, p. 20).

Por esto los mensajes que se generan de una institución deben ser coherentes entre sí y deben abarcar el mensaje de la marca en un aspecto global. Más aún, una institución no puede renunciar a su identidad porque ésta debe ser la suma intrínseca del ser y su forma, con esta identidad se diferencia de los demás, se afirma su autenticidad, la misma palabra identidad procede del latín “ídem” que significa idéntico, lo mismo.

1.4. Identificación

Identificar es el resultado de una correcta identidad transmitida, de manera clara, al público que comenzará a reconocer esa identidad. Costa lo define como “el acto de reconocer la identidad de un sujeto, esto es, el acto de registrar y memorizar de modo inequívoco aquello que lo hace intrínsecamente diferente de todos los demás, y al mismo tiempo, idéntico a sí mismo” (Costa, 1993, p. 16).

Aún más importante es que la empresa -institución- corporación se de a conocer, se muestre y se haga visible ante la sociedad. Cuando la sociedad identifica a una entidad la excluye de la multitud y la recuerda como una entidad particular. “Si decimos que la sociedad se identifica con una empresa, la relación es aún más profunda: la sociedad se reconoce a sí misma en la empresa, es el grado máximo de la empatía” (Costa, 1999, p. 144). La identidad de la entidad funciona como un empalme entre ella misma y la

psicología del público. De estar correctamente empleada, el público llegará a identificarse psicológicamente con ella, lo que se puede interpretar como el éxito máximo en identidad.

1.5. Identidad Institucional

Se define como “el capital genético con el que nace y que es el núcleo de su desarrollo en el curso de su vida. Es la esencia primera de la empresa, es el ‘espíritu institucional’ que le imprime su fundador y que la hace única” (Costa, 1999, p. 144). Para entenderlo desde otra perspectiva, podemos mencionar que son las bases de la institución, los fundamentos (organizacionales, morales, éticos, históricos, etc) sobre los cuales nacen los atributos, permanentes y temporales que la individualizan y la diferencian de otras empresas.

Existen tres ejes fundamentales en una identidad institucional: la misión, la visión y el plan estratégico. La misión se refiere al “ser”, debe reflejar los objetivos e intereses de la empresa. La visión es el “como queremos ser”, cual es el objetivo o meta a cumplir. Por último, el plan estratégico plantea cómo se van a realizar estos objetivos y cómo establecer la relación entre el público y la empresa.

Con toda la información expuesta en esta sección podemos tomar mejores decisiones en la elaboración de la línea gráfica de DESC. Después de definir estos términos y comprender lo que se trabaja es más simple identificar oportunidades para desarrollar conceptos que sean más acertados y concentren en la mayor medida posible el ser del DESC.

CAPÍTULO IV
LA ACTIVIDAD INNOVADORA

CAPÍTULO IV. LA ACTIVIDAD INNOVADORA

1. MARCO CONCEPTUAL

Para la realización de este proyecto tomamos como base las opiniones y consideraciones de personas relacionadas directa o indirectamente en el DESC, tanto al momento de la realización de este Seminario, como en el pasado.

Las entrevistas realizadas a estas personas aportan datos fundamentales con el objetivo de desarrollar una imagen apropiada y consecuente con el DESC. Mediante la realización de preguntas concretas investigamos la manera en que estas personas lo perciben, tanto en aspectos de forma, como en sus características materiales u otras condiciones emocionales, esto nos permitió ver lo que el doctorado les representa.

Estas preguntas apuntaban a percepciones en relación con el color, la temperatura, la forma, la dirección, estilo, luminosidad, volumen, contextura, entre otros. Con base en la información aportada por todos los entrevistados, y seleccionando los aspectos comunes, se toman como puntos de partida para el trabajo de diseño los siguientes conceptos:

Liviano

Ligero, carente de peso, sutil, tenue. En este sentido se percibe al DESC como algo fino, ya sea emotivo (de gran valor) o a nivel de diseño (como algo elegante).

Desde el punto de vista conceptual podemos decir que lo que es pesado se estanca, no se mueve, es muy estático. Por el contrario el DESC puede ser liviano y tener la

posibilidad de cambiar, flotar para ser trascendente. Como bien lo mencionó el Dr. Martín Murillo (economista y egresado del DESC) en la entrevista realizada, lo pesado no flota y no se desplaza.

Este concepto se ve muy relacionado con el dinamismo que, al ser liviano, tiene la capacidad de moverse. Este concepto también es corroborado por el Dr. Henning Jensen Pennington en la entrevista realizada.

Entretejido

Elementos que se mezclan de tal manera que pierdan su individualidad y forman un elemento nuevo, pero que al observarlos con detenimiento se siguen percibiendo sus naturalezas diferentes. También se puede decir que son dos elementos distintos que se entretejen el uno con el otro nutriéndose recíprocamente. Cosas distintas (formas, ideas, textos, colores, etc) que desempeñan labores distintas pero que a su vez son fundamentales la una para la otra.

Vanguardista

Lo definimos como algo que va siempre al frente, en su tiempo y en su lugar. Que innova constantemente y está siempre de avanzada. Atrevido y audaz. Que es precursor en la historia. Que se impone con un criterio justificado y bien desarrollado.

A pesar de esto, el Dr. Henning Jensen Pennington nos dijo que en cierta forma también tiene un carácter clásico, debido a su contenido, pero moderno en cuanto a su dinámica, o sea que el doctorado tiene elementos que no son necesariamente nuevos, pero el

resultado que busca no es tradicional, debido al enfoque que se le da en la clase.

Se habló de eso con la Dra. Patricia Fumero cuando nos dijo que, en las clases, se da una relación muy horizontal entre el estudiante y el profesor. Sumado a esto, el enfoque último del DESC es generar en el graduando una capacidad de analizar situaciones diversas desde múltiple aristas para producir así soluciones creativas y prácticas que tengan un enfoque global.

El anterior es uno de los conceptos más importante del doctorado, porque de las entrevistas que realizamos (ver el listado de los entrevistados en la bibliografía) se desprende el hecho de que el DESC tiene un carácter prácticamente único en el mundo. Ciertamente existen postgrados similares pero ninguno igual. Como conclusión de esto sale a relucir el hecho de que si el doctorado deja de ser vanguardista, esencialmente, deja de existir como tal, o sea que la vanguardia es un hecho tan relevante dentro de los conceptos del DESC que es prácticamente excluyente dentro de sus mismos procesos y acciones, por ende esto se deberá de reflejar muy claramente en la imagen gráfica final.

Vertical

Que es más alto que ancho. Tiene un carácter de elevación y progreso.

Dentro de las entrevistas realizadas encontramos que prácticamente todos coincidían en que el doctorado tiene forma vertical, porque de esta manera denota crecimiento, así lo expresó el Dr. Martín Murillo al mencionar que la forma del doctorado la percibe como oblonga, porque es una línea en crecimiento.

Podríamos hacer una relación con una escalera, donde el doctorado lo que busca es ayudar a los estudiantes a surgir con conocimientos nuevos que los ayuden a ser mejores profesionales y tener la capacidad de abarcar diferentes situaciones con una mirada diferente.

Es importante destacar que la Dra. Patricia Fumero propone que el doctorado tiene una estructura horizontal en su forma de construir conocimiento, o sea, que en clase todos aportan, tanto estudiantes como profesores, pero el concepto expuesto aquí se refiere al crecimiento profesional así como al personal de los estudiantes dentro del DESC.

Dinámico

En constante movimiento, con una actividad persistente. El concepto también habla de algo laborioso que constantemente actúa. Denomina a algo con fuerza, ya que sin ella no se podría mover. Y esta fuerza, en ciertos casos, no necesariamente debe provenir del diseño en todo su conjunto, sino que algún elemento del mismo puede encausar todo este ímpetu para que lo demás funcione y tenga dinamismo.

El diseño debe, en algún punto, poder manifestarse como algo enérgico y al relacionarse con lo vanguardista, percibirse como emprendedor que, a través de esta fuerza dinámica, logra alcanzar la cabeza y estar a la vanguardia. Estos dos conceptos se relacionan de una forma muy interesante y es de vital importancia que en la imagen final de DESC, queden claramente reflejados, así lo entendemos gracias a las entrevistas realizadas y al conocimiento que hemos ido adquiriendo del DESC a través de la presente investigación.

Varias dimensiones

Además de alto, ancho, profundo y temporal, multidimensional.

Abarca muchos espacios y lugares. También considera algo de proporciones inigualables por su nivel de importancia.

El Dr. Henning Jensen Pennington, en la entrevista realizada fue enfático en resaltar que el doctorado no puede ser plano y que, por el contrario, cuenta con muchas dimensiones. Esto lo relacionamos con lo dicho por el mismo en esa entrevista, donde cree que el doctorado tiene un carácter fragmentado, pero esos fragmentos se encuentran interactuando constantemente. De hecho la descripción la relaciona con fragmentos orgánicos tridimensionales, no con fragmentos planos, que se percibirían rígidos.

En este aspecto coincidió con el Dr. Martín Murillo que tiene una imagen del doctorado multidimensional, que estas dimensiones están en el entendimiento de cada quien, en los múltiples niveles de temáticas que debe manejar y en el enriquecimiento que cada uno de los elementos genera sobre el otro.

Partiendo de una correlación entre los elementos llegamos a enlazar este concepto con el concepto de multienfoque que expone el Dr. Henning Jensen Pennington, en donde la misma persona, a través de sus experiencias y de lo que aprende en el doctorado puede cultivar nuevas formas de abordar y canalizar un tema, para encontrar así soluciones o apreciaciones más nutridas y por consiguiente con una base mucho más sólida.

Azul

El color azul figura como un concepto porque todos los entrevistados relacionaron de inmediato el DESC con este color.

Como elemento aún más interesante es que todos dijeron que el azul que se les venía a la mente cuando pensaban en el DESC era un azul cálido, a pesar de que la gran mayoría de matices de azules están dentro de la gama de los colores fríos. Esto no es un dato menor, por el contrario, porque además el Dr. Henning Jensen Pennington hizo la relación con profundidad. Es interesante que el azul oscuro se relaciona con la inteligencia, la sabiduría y el conocimiento. “El azul es el principal color de las cualidades intelectuales (...) estos son colores principales de la inteligencia, la ciencia y la concentración (...) Siempre que ha predominado la fría razón frente a la pasión, el azul es el color principal” (Heller, 2004, p. 32).

En términos cromáticos el azul representa el conocimiento humano, puede irse por el lado afectivo y considerar características como: suave, moderado, templado, amigable, cordial, entrañable, acogedor. “El azul tiene su significado más importante en los símbolos, en los sentimientos que a él asociamos. El azul es el color de todas las buenas cualidades que se acreditan con el tiempo, de todos los buenos sentimientos que no están dominados por la pasión, sino que se basan en la comprensión recíproca” (Heller, 2004, p. 23)

El azul es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad. Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad. Además, se le considera un color beneficioso tanto para el cuerpo como para la

mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma.

Cuando se usa junto a colores más cálidos (amarillo, naranja), la mezcla suele ser llamativa.

Puede ser recomendable para producir impacto, alteración.

2. PROPUESTAS PRELIMINARES

Partiendo del marco conceptual se realizaron varias opciones de diseño, con el fin de someterlas a escogencia. Cada una de ellas aporta ideas distintas pero basadas en las mismas necesidades de comunicación.

2.1. Propuesta A

Dimensión Conceptual

La idea parte de las palabras claves dadas por las diferentes personas entrevistadas, siendo el concepto del entretreído la que causa más peso en esta propuesta.

Se desarrolla un logo que representa de una manera sobria, ligera y dinámica a las diferentes facultades involucradas y a los distintos caminos que en algún punto comparten. El concepto final, parte de una representación de la naturaleza: la aurora boreal. Esta se puede estructurar con líneas ascendentes que crean diferentes dimensiones y colores, pero que al final pertenecen a un único fenómeno.

De ahí se decide romper lo formal y hacer algo más expresivo, con líneas curvas, que realmente muestren un entrelazado, creando puntos de tensión, demostrando lo multidimensional (diferentes planos de cercanía o lejanía), entre otras cosas. Creando lo que va a ser el producto final.

Dimensión tipográfica

Dentro de lo que es la tipografía del logo, ésta se creó a partir de la forma geométrica, del círculo, partiendo de la idea de que las iniciales del doctorado se podían representar de manera estilizada, surgiendo de una misma forma simple.

La tipografía utilizada para el nombre completo del doctorado es la Avant Garde (imagen Nº 4), combinada con la Century Gothic (imagen Nº 5). Se escogen estas tipografías por su similitud entre ellas, utilizándose de manera que se puedan remplazar ciertas letras que, para efectos de esta propuesta, no estaban bien resueltas en la Avant Garde.

Se usan tipografías sin serifas para sugerir contemporaneidad y para que también estén en armonía con las letras planteadas en la palabra DESC.

Imagen Nº 4. Familia tipográfica Avant Garde

Avant Garde ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 @#\$%&()=+-"¿?¡!

Fuente: Creación propia

Imagen Nº 5. Familia tipográfica Century Gothic

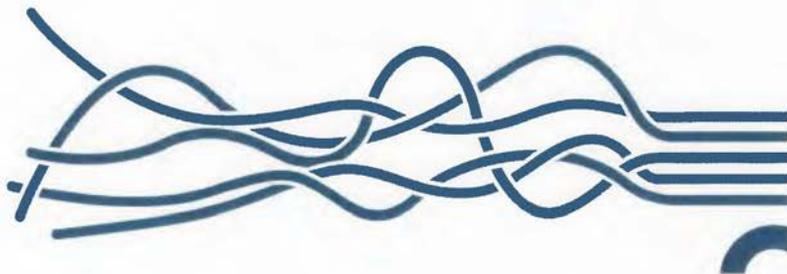
Century Gothic ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 @#\$%&()=+-"¿?¡!

Fuente: Creación propia

Dimensión iconográfica

Iconográficamente se desarrollaron las líneas que se entrelazan entre sí, tratando de destacar de esta manera el mismo concepto del entretreído y estas líneas, a su vez, se fusionan con las iniciales DESC, que hacen de la imagen algo particular. Se logra así distinguir DESC de otras imágenes, y a la vez se crea una impresión diferente al espectador.

Imagen N° 6. Representación de entretreído a través de las líneas.



Fuente: Creación propia

Dimensión Cromática

Se utilizan dos colores principales, el color azul oscuro para las siglas DESC, y el negro para el nombre completo del doctorado. Son colores que brindan seriedad, elegancia y una fácil aplicación del logo.

Imagen N° 7. Colores utilizados.



C:96 M:66 Y:19 K:4



C:0 M:0 Y:0 K:0

Fuente: Creación propia

Dimensión Compositiva

Se presenta en un inicio el conjunto de líneas entretreídas, por tratarse de uno de los elementos conceptuales más significativos y destacados de la investigación. Las mismas se reúnen en la palabra DESC, que es un tercio del largo de las líneas, pero que compensa su tamaño por el peso de las letras.

Imagen N° 8. Creación del logo a partir de forma geométrica.



Fuente: Creación propia

De ahí parte el nombre completo del doctorado, que se acomoda debajo de los trazos del entretejido, manifestando una vez más su relevancia. En esta parte se establecieron jerarquías de tamaño en las palabras Doctorado, Sociedad y Cultura, por ser (para esta concepción) los términos más relevantes.

Conclusiones

A nivel de manejo de conceptos, el logo cumplió con la mayoría de ellos.

Iconográficamente se realizó una propuesta que satisfizo las demandas, pero la aplicación no tuvo el resultado adecuado, por la variedad de elementos que intervenían en el diseño, y en las interpretaciones que se podían hacer de ella.

Imagen Nº 9. Logo propuesta A.



Fuente: Creación propia

2.2. Propuesta B

Dimensión conceptual

Esta propuesta se basa en la variabilidad cromática de acuerdo con las distintas aplicaciones que se pudieran necesitar. Se crea la imagen implementando líneas fugaces que remiten al entrelazamiento que caracteriza al Doctorado. Se propone variar el color de las líneas en cada elemento para reforzar la idea de la diversidad de los estudiantes que ingresan a este posgrado.

El problema que presenta es que de esta manera puede remitir a características artísticas y, a pesar de que el área de artes es una parte involucrada en el Doctorado, no debe reflejar énfasis en ninguna área en particular.

Además busca lograr a través del aspecto tipográfico, enlaces que buscan representar la capacidad de multienfoque que se quiere que tengan los graduados del DESC.

Imagen N° 10. Líneas fugaces que remiten al entrelazamiento.



Fuente: Creación propia

Es una propuesta sumamente vanguardista en la utilización de la imagen y su relación con los demás elementos de la composición. En la imagen se aprecian detalles muy simples, pero muy estéticos como líneas estilizadas que recorren la imagen y que simulan una especie de maraña que levita sobre el diseño. Esta cualidad se aprovecha muy bien con la variación de proporciones entre tipografía y fotografía, haciendo de ésta última el centro. Con lo cual el logo no pierde importancia, porque su sencillez contrasta con el fondo sobre el cual está presentado.

Dimensión tipográfica

La tipografía utilizada en esta propuesta es de la familia de la Gill Sans, en combinación con sus variantes *light* y *bold* para dar relevancia a ciertas palabras sobre otras (imagen N° 29).

En esta propuesta el factor tipográfico queda en un segundo plano para destacar más la imagen que se convierte en un elemento muy rico y plástico.

La tipografía procura la simplicidad con el objetivo de tener una presencia discreta. En la parte del logo se busca relacionar letras con enlaces para destacar el concepto del multienfoque y la capacidad de encontrar vínculos entre cosas distintas.

Imagen N° 11. Tipografía sin alteraciones.

DOCTORADO
EN ESTUDIOS
DE LA **SOCIEDAD**
Y LA **CULTURA**

Fuente: Creación propia

Dimensión cromática

Aquí la grama cromática lo que busca es la posibilidad de probar diferentes tonalidades para diferentes necesidades, así para la tarjeta de presentación se usan tonos tierra y en la carpeta tonos azulados, etc, pero siempre sobre negro, para así destacar más las manchas cromáticas fugaces que representan el entrelazamiento.

Se propusieron para esta opción varias gamas cromáticas que abarcaron los celestes, azules, verdes, naranjas, amarillos y tierras. Esto con el objetivo de sugerir la gran diversidad que se puede encontrar en el DESC.

Todas estas propuestas cromáticas son muy armoniosas por separado, pero también en la combinación de todas como una unidad, como un grupo gráfico.

Imagen N° 12. Colores utilizados.



C:5 M:5 Y:10 K:0



C:40 M:55 Y:65 K:20



C:85 M:55 Y:0 K:0



C:0 M:0 Y:0 K:0

Fuente: Creación propia

Dimensión compositiva

Esta propuesta busca un diseño austero, donde lo que habla es la imagen: combinación de chispas fugaces que se entrelazan dejan apreciar claramente el concepto. El logo cierra la imagen con un estilo muy simple pero directo.

En la parte de composición es muy importante la utilización del color blanco como separador de la imagen y los espacios de texto en donde se expone la información. El logo se aplica vaciado sobre la imagen de fondo para resaltarlo.

Se propone que la imagen de fondo pueda variar siempre, para así lograr una imagen "viva" que pueda estar cambiando, que pueda transformarse sin perder su identidad, que amalgame los conceptos dispuestos de vanguardia y que al mismo tiempo pueda ser aplicable en la vida real por el DESC.

Esta propuesta busca representar de la manera más simple los conceptos que representan al DESC, pero sobre todo con un estilo muy sobrio y actual.

Imagen N° 13. Variabilidad cromática.



Fuente: Creación propia

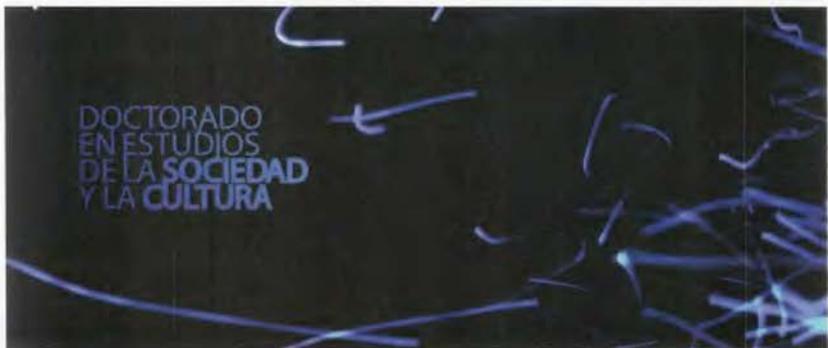
Conclusiones

Esta propuesta cumple con gran parte de las necesidades que exige la imagen gráfica del DESC; sencillez, dinamismo, vanguardismo y multidimensionalidad. Sin embargo se le encontró un defecto que podría ser una debilidad *a posteriori*.

A pesar de que gustó mucho a la hora de presentarlo ante el comité asesor, los comentarios fueron que difícilmente se relacionaba con el DESC como un todo. Muchos relacionaron la imagen con las artes plásticas. Esto podría generar confusión en el público que desconoce el DESC.

Esta fue la razón más fuerte que debilitó esta propuesta, a pesar de tener gran contenido estético y fuerte simbolismo, todo esto concentrado en imágenes muy simples.

Imagen N° 14. Logotipo propuesta B.



Fuente: Creación propia

2.3. Propuesta C

Dimensión conceptual

Esta propuesta está basada en varios de los conceptos fundamentales de este doctorado, tales como entretejido, lo tridimensional y lo profundo. Se realizó una mezcla aleatoria entre tonos medios y oscuros de azul que se diluyen con el fondo para enfatizar profundidad y a la vez representar varias dimensiones. Además, se propone un diseño basado principalmente en tipografía, representando la textualidad que caracteriza al DESC.

Dimensión tipográfica

Se utiliza la tipografía Candara (imagen N° 15) para el logo, el cual también es utilizado como elemento modular. A esta tipografía se le varían los tamaños para conseguir que el conjunto de todas las palabras del nombre conformen, perceptualmente, un rectángulo. Esto con la intención de que el logo, con su forma modular, pueda repetirse infinitamente ya sea de manera vertical u horizontal (imagen N° 16). En el conjunto textual del nombre los artículos son subordinados al ser minúsculas en comparación con las palabras principales que son colocadas en mayúsculas para su realce. Además se destacan en bold las palabras "SOCIEDAD" y "CULTURA" por ser las palabras clave que identifican el énfasis de este doctorado.

Imagen N° 15. Familia tipográfica Candara.

Candara ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 @#%&'()*+,-":;!

Fuente: Creación propia

Imagen N° 16. El logotipo se puede repetir infinitamente ya sea de manera vertical u horizontal.



Fuente: Creación propia

Dimensión cromática

La gama de azules empleados refleja el carácter académico, formal e intelectual del DESC. Se aplican gradientes en diferentes angulaciones para representar el efecto de profundidad en varias dimensiones, dándole dinamismo al diseño.

Imagen N° 17. Colores utilizados.



C:66 M:34 Y:0 K:0



C:100 M:80 Y:10 K:0



C:100 M:85 Y:40 K:45

Fuente: Creación propia

Dimensión compositiva

El fondo está compuesto por la repetición del logo en el cual el entrelazado diluye ciertas áreas de textos para que no sean tan evidentes. Se dejan espacios intencionales en la trama para la colocación estratégica de textos, como la información de contacto y los logos del DESC y la Universidad de Costa Rica. Propiamente para la colocación del logo del DESC, se resalta alguno perteneciente a la trama de fondo y se destaca poniéndolo en “vaciado”, es decir en color blanco, en tanto se oscurece el rededor para realzarlo aun más.

Imagen N° 18. Composición del fondo.



Fuente: Creación propia

Conclusión

Esta propuesta cuenta con posibilidades muy grandes de crecer, con su carácter modular que busca engranar el texto en una matriz que tiene diferentes matices.

Conceptualmente amplia y con una sobriedad que destaca entre todas las propuestas esta opción fue descartada porque es la que más se acercó a lo convencional (sin llegar a serlo).

Dentro de todas las posibilidades aquí mostradas notamos que esta es la que más se podría parecer a un doctorado tradicional de la Universidad de Costa Rica, pero ahí radicó el mayor problema, ya que una de las premisas más importantes que teníamos al inicio de este proyecto, y que ha quedado demostrado a través de nuestra investigación, era mostrar que el DESC es diferente y debe denotar esa diferenciación en su imagen gráfica.

Imagen N° 19. Logotipo propuesta C.

DOCTORADO en
ESTUDIOS de la
SOCIEDAD y
la CULTURA

Fuente: Creación propia

3. PROPUESTA DEFINITIVA

3.1. Definición conceptual del diseño

La opción elegida abarca ampliamente los conceptos reiterados por los entrevistados y considerados fundamentales en la elaboración de este material, cumpliendo así con las exigencias de contenido y de imagen que existen para la creación de un producto gráfico tan complejo como el que se presenta.

El diseño propuesto conjuga los siguientes conceptos: Entretejido, multienfoque, vanguardia, multi-dimensionalidad y dinamismo.

Uno de los conceptos más importantes para la elaboración de la imagen gráfica del DESC es el entretejido, que ha sido explicado anteriormente y que está presente en las imágenes multicolores que se utilizan como fondo. Este entretejido se da en la repetición de las palabras CULTURA y SOCIEDAD de diversas maneras (variaciones de color, posición y hasta dirección) creando un entrelazado de textos (elemento importante que se explicará posteriormente) que forman una “maraña” de palabras y que en conjunto crean una “única” imagen compuesta. Se entrecorilla única porque se genera una única imagen para una aplicación específica, pero esta imagen puede variar de manera infinita

Imagen N° 20. Bocetos preliminares del logotipo.

DOCTORADO EN
ESTUDIOS DE
LA **SOCIEDAD** Y
LA **CULTURA**

DOCTORADO
EN ESTUDIOS
DE LA **SOCIEDAD**
Y LA **CULTURA**

DOCTORADO
EN ESTUDIOS
DE LA **SOCIEDAD**
Y LA **CULTURA**

Fuente: Creación propia

Imagen N° 21. Proceso de creación de la trama de fondo 1 y 2.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 22. Proceso de creación de la trama de fondo 3 y 4.

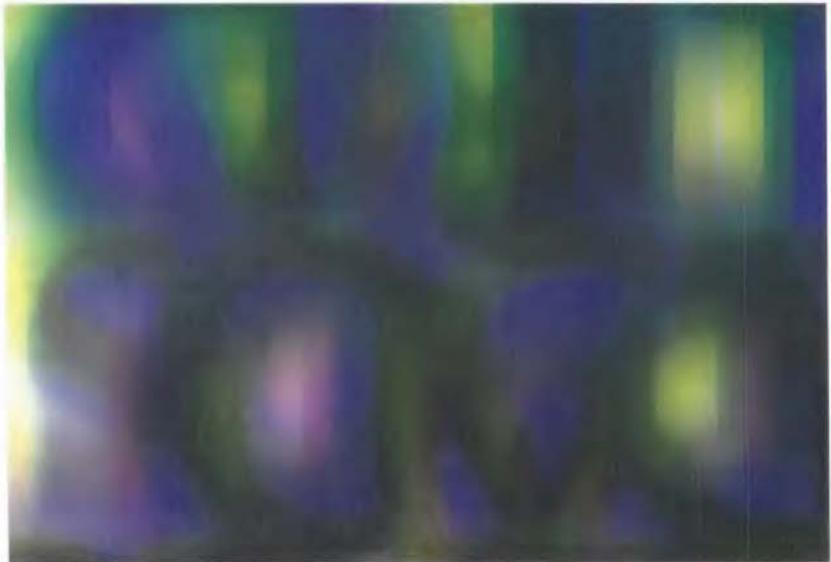


Fuente: Creación propia

debido a que la repetición de palabras y colores está creada de tal manera, que se puede mover para generar nuevas composiciones. Por tanto la imagen no es única en sí misma, puesto que se pueden crear diversas composiciones. Aquí también están presentes de forma latente los conceptos del dinamismo y la vanguardia.

El dinamismo está claramente representado por los colores, sombras, matices y formas, pero además por la posibilidad de cambio de estas imágenes, las cuales pueden ser modificadas y generar cosas nuevas sin que se pierda la misma esencia. De esta manera se da una vibración cromática muy interesante y rica que permite jugar con el diseño de muchas maneras. Aquí, precisamente, se expresa el concepto de vanguardismo, el

Imagen N° 23. Trama de fondo final.



Fuente: Creación propia

cual se manifiesta en la posibilidad de tener una imagen “viva”, una imagen que esté transformándose constantemente, modificándose a sí misma, en definitiva, generándose a sí misma cada vez que es aplicada y permitiendo, de esta forma, una imagen que a pesar de que es fácilmente reconocible y memorizable, puede cambiar percibiéndose siempre igual.

El concepto de multienfoque surge de la conversación con el Dr. Henning Jensen Pennington y que, en resumen, se refiere a la posibilidad de que una persona pueda pensar una misma cosa (situación diaria, laboral, familiar, personal, etc) desde varias perspectivas. Es decir, que una persona tenga la capacidad de abordar escenarios desde múltiples puntos de vista, que pueda tener un pensamiento de multienfoque y tomar decisiones y generar análisis constantes a través de esta capacidad aprendida durante el doctorado.

Imagen N° 24. Nexos en el logotipo.



DOCTORADO
EN ESTUDIOS
DE LA SOCIEDAD
Y LA CULTURA

The logo consists of the text 'DOCTORADO EN ESTUDIOS DE LA SOCIEDAD Y LA CULTURA' arranged in four lines. The words 'SOCIEDAD' and 'CULTURA' are significantly larger and bolder than the other words, and they overlap with the text above them. The overall design is a typographic composition where the words are interconnected through their overlapping forms.

Fuente: Creación propia

Partiendo de esta idea, graficamos el concepto como nexos y enlaces que existen en la dimensión tipográfica, que tiene uniones que enlazan letras diferentes, representando pequeños vínculos entre diferentes tipos de conocimiento presentes en un mismo grupo. Se trata de la capacidad de encontrar enlaces entre los conocimientos adquiridos a través de la vida y los estudios.

Es así como representamos la búsqueda constante de esos nexos que generan cosas nuevas, para comprender mejor el entorno.

La multi-dimensionalidad se encuentra representada en la profundidad que da la imagen de fondo creada a base de tipografía y que mezcla colores, motivos y formas, la cual, en contraste con el elemento tipográfico, genera varios niveles de composición. Como resultado de esta combinación se obtiene el efecto visual de profundidad, o bien de varias dimensiones; gráficamente se aprecian elementos que están unos detrás de otros, o que se entremezclan. Al espectador estos elementos le permiten interpretar la imagen de muchas maneras, lo que amplía la multi-dimensionalidad que se desea transmitir.

Imagen N° 25. Logo con trama de fondo.



Fuente: Creación propia

Además, existen otros elementos incorporados, a veces de manera evidente y otras con más sutileza, pero siempre intencionalmente, que son importantes destacar:

La utilización de la palabra (textos), la variedad cromática, el contraste, la variedad interpretativa y la integración con el blanco.

La utilización de las palabras CULTURA y SOCIEDAD repetidas, entrelazadas, entremezcladas como elemento. La utilización del lenguaje es uno de los elementos fundamentales sobre los cuales establece sus bases el DESC, explicado así por el Dr. Henning Jensen Pennington cuando comenta que; en la década de 1950, empieza a verse el lenguaje como elemento fundante, no solo de nuestra capacidad de comprender el mundo, sino fundante de la realidad como tal. Esto atraviesa todas las disciplinas, de tal manera que la comprensión del espacio solo puede ser lograda a través del lenguaje ya que sin lenguaje no hay comprensión, no hay prácticamente nada. Siendo así de trascendente este concepto, no podía faltar en el diseño aquí expuesto, por eso este aspecto es tan llamativo, tan importante dentro del área gráfica, para darle a la palabra esa preponderancia que tiene dentro del DESC.

La variedad cromática es un elemento que se utilizó para generar un contraste armónico, que busca visibilizar esa variabilidad que genera un diseño vivo. Esta variedad cromática permite que el DESC se presente con múltiples opciones de colores que, a pesar de variar, siguen siempre viéndose como un todo, como un conjunto a pesar de las diferencias.

El contraste es un recurso que se utiliza en diseño para destacar elementos. En este

caso se empleó el contraste en varios campos: contraste cromático (ya mencionado) y contraste sencillez-complejidad.

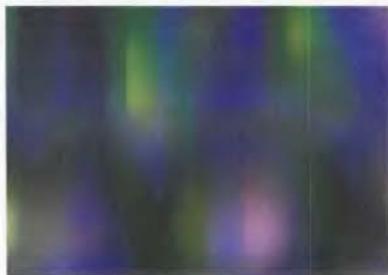
El contraste entre sencillez y complejidad se ve claramente representado en la diferencia de tratamiento que se aplicó intencionalmente al logo y a la imagen conformada por la mezcla cromática.

La sencillez es sutil en sus características, representando con poco, conceptos muy fuertes relacionados con el doctorado. La complejidad es una mezcla de elementos más libre y al mismo tiempo más densa, que también tiene una carga conceptual muy amplia.

Este contraste nutre la gráfica del DESC, porque esta oposición hace notar aún más las características y conceptos que se busca representar, pero aún más importante es que, en conjunto, representan todavía mejor al doctorado, puesto que es la unión de cosas diferentes, de expresiones distintas, pero que al fin y al cabo al mezclarse de manera armónica generan una nueva representación que se nutre por los factores que le dieron origen.

Imagen N° 26. Contraste logotipo - trama de fondo

DOCTORADO
EN ESTUDIOS
DE LA SOCIEDAD
Y LA CULTURA



Fuente: Creación propia

La integración del blanco, aunque muy sutil, apoya la idea de que el doctorado fluye hacia algo nuevo. El logo cuando se aplica en blanco sobre fondo de color, siempre toca el borde, el límite del área con color para fundirse con el espacio blanco. Este elemento es importante porque se da la impresión de que el logo fluye (como lo hace el doctorado) a través del campo usual, generando la idea de circulación continua, que destacamos como la apertura del doctorado a dar la información y la ruptura de barreras, de fronteras convirtiéndolo en un doctorado internacional (como lo es actualmente).

Imagen N° 27. Integración del blanco con el logo.



Fuente: Creación propia

3.2. Dimensión cromática

Los colores son un elemento que facilita la interpretación del mensaje que otros elementos están comunicando, especialmente porque están muy relacionados con los sentimientos y las emociones. Esto a pesar de que la interpretación de un color varíe de persona a persona y de cultura a cultura, no podemos dejar de cargar un elemento gráfico con las connotaciones tan ricas que el color nos permite.

La utilización de los colores es parte de un proceso pensado, para nada casual. Partiendo del contraste para generar vitalidad y agilidad, se seleccionaron tres colores base y de la mezcla de estos surgen una gama más variada y fluida de combinaciones.

Los tres colores base son: azul, amarillo y rosa.

Imagen N° 28. Colores utilizados.



C:20 M:60 Y:0 K:0



C:0 M:0 Y:80 K:0



C:100 M:85 Y:0 K:0

Fuente: Creación propia

El color Azul

Es el color más dominante en la propuesta, es considerado como relajante, limpio y profesional. Es muy importante porque es el color “serio” de la propuesta, el que genera el carácter institucional dando un carácter de eternidad “El cielo es azul, y por eso es

el azul el color divino, el color de lo eterno. La experiencia continuada ha convertido al azul en el color de todo lo que deseamos que permanezca, de todo lo que debe durar eternamente” (Heller, 2004, p. 23)

El color amarillo

Relacionado con la vitalidad, energía. “El amarillo irradia, sonríe, es el color principal de la amabilidad. (...) El amarillo es divertido, radiante como una amplia sonrisa” (Heller, 2004, p. 85). Buscamos un contraste psicológico para el azul, para controlar las fuerzas cromáticas y que el resultado no fuera tradicional. Estas fuerzas de colores luchan entre sí, pero al mismo tiempo se entremezclan para generar tonalidades nuevas.

El color rosa

Es delicadeza y sutileza:

“El rojo y el blanco son opuestos: Fuerza frente a debilidad, actividad frente a pasividad, fuego frente a hielo. El rosa es el punto medio ideal entre los extremos: fuerza mansa, energía sin agitación, temperatura agradable al cuerpo. El rosa es como un bebé. El verde es el color de la vida vegetativa, el rojo el de la vida animal, y el rosa el de la vida joven.” (Heller, 2004, p. 215).

Se incluyó para que, en conjunto con los otros colores, incorporara un poco de calidez y para que la trama no terminara siendo fría y severa, esto en una búsqueda de proyectar sensibilidad en el estudio. “Y rosa es también la sensibilidad y sentimentalidad. El rosa mezcla un color cálido y uno frío, simboliza las cualidades nobles del compromiso.” (Heller, 2004, p. 214).

3.3. Dimensión tipográfica

La tipografía seleccionada para el logo es la Gill Sans, con una combinación sutil entre light y bold para resaltar las palabras Sociedad y Cultura. Esta combinación busca una imagen estética y clara. Además, permite de una forma muy limpia destacar la sencillez y el contraste que se quiere y exige el DESC.

Esta tipografía fue seleccionada por su acertada sencillez y por la gran legibilidad que ofrece incluso aun en su versión light. Además, tiene un carácter atemporal que garantiza la posibilidad de extender la vida útil del logo por mucho tiempo.

Imagen N° 29. Familia tipográfica Gill Sans Light

Gill Sans (light) ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890 @#\$%&()=+-“’?;!;

Fuente: Creación propia

Imagen N° 30. Familia tipográfica Gill Sans Bold

Gill Sans (bold) **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 @#\$%&()=+-“’?;!;

Fuente: Creación propia

La fuente seleccionada tenía que ser sencilla para contrastar con la densidad del fondo aplicado y no convertir la imagen en una trama irritante. Algo así habría limitado la capacidad de comunicación del logo y habría frustrado las posibilidades de generar un mensaje

efectivo al lector. A su vez, la tipografía seleccionada tenía que resaltar por sobre el fondo para conseguir la preponderancia que debe tener el nombre del doctorado en la imagen.

Así las cosas, nos parece que la dimensión tipográfica cumple completamente con todos los requisitos y es un complemento perfecto para la trama de fondo que se aplica como elemento diferenciador de este doctorado.

Es muy importante destacar que el fondo ha sido creado igualmente, a partir de una trama tipográfica, en donde se destacan, como se mencionó anteriormente, palabras clave. En este caso también se utiliza la tipografía Gill Sans, pero en su versión bold para aprovechar así el grosor de la tipografía en combinación con las formas y colores, y así poder generar la trama.

3.4. Dimensión compositiva

La parte compositiva es muy importante porque consolida todos los esfuerzos para generar una comunicación efectiva de los conceptos planteados. Es la forma en que se amalgamó todo el trabajo en una sola expresión.

Se utiliza el contraste como herramienta de diseño para definir los conceptos, cuanto más simple sea este contraste, más fácilmente se recibirá el mensaje. El contraste confronta los opuestos de complejidad-simpleza, el elemento tipográfico es simple y su contraparte (trama) es compleja, esto permite apreciar con facilidad los enlaces en la parte tipográfica, pero también apreciar la trama fácilmente. Este concepto de contraste se aplica en los diferentes diseños que se realizan a partir del logo.

Imagen N° 31. Ejemplos del contraste aplicado a los diseños.



Fuente: Creación propia

3.5. Acrónimo DESC

Los acrónimos son de uso común dentro de la Universidad de Costa Rica para nombrar a las entidades internas. Creemos que, aunque la práctica no es nueva, puede ser muy útil para lograr un mejor y más rápido posicionamiento del doctorado dentro y fuera de la Universidad de Costa Rica.

Fue así como desarrollamos una variable del logo, que utiliza el acrónimo DESC, para reducir espacios y facilitar la recordación del nombre.

De esta forma se mantienen, en esta variante, los mandatorios básicos que se plantean desde el mismo logo del Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura, destacando los enlaces entre las letras y los colores de la trama.

Se escogieron las letras D, E, S y C para realizar el acrónimo, porque permitían una fácil pronunciación y una memorización óptima de la palabra.

Imagen N° 32. Proceso de creación del logotipo del acrónimo DESC

Tipografía sin alteraciones

DESC

Se redujo el espacio entre las letras

DESC

Se realizan los enlaces necesarios entre las letras y se efectúan las compensaciones visuales

DESC

Aquí se muestran los lugares donde se realizaron las correcciones visuales

DESC

Logo del acrónimo DESC

DESC

Fuente: Creación propia

Aunado a esto nos encontramos en una época en donde la comunicación vía internet es vital para cualquier entidad y era prácticamente imposible realizar una efectiva comunicación con un nombre tan extenso como el de Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura. Por ejemplo, pensar en una página web con el nombre: www.doctoradoenestudiosdelasociedadylacultura.ucr.ac.cr es realmente poco práctico y hasta poco estético.

Incluso, para los correos electrónicos, este formato es poco funcional. Debemos destacar también que en el doctorado se percataron de este problema y sus correos electrónicos están bajo la siguiente nomenclatura: doctorsc@sep.ucr.ac.cr y también emplean el doctoradosc@yahoo.com. Ninguna de estas opciones es óptima porque son realmente difíciles de memorizar y al mismo tiempo no simbolizan de manera efectiva el nombre del doctorado, además de que podrían referirse a muchos otros programas.

Imagen N° 33. Logo del acrónimo DESC con trama de fondo.



Fuente: Creación propia

Es así como nuestra propuesta, en busca de una solución integral, propone la utilización del DESC como acrónimo y que el mismo se emplee para las comunicaciones en la web. Bajo esta

premisa la web del doctorado quedaría así: www.desc.ucr.ac.cr y los correos electrónicos de esta manera: desc@sep.ucr.ac.cr.

Es fácil apreciar la gran diferencia en la posibilidad de memorización entre lo que existía y la propuesta que presentamos, sumado a eso se asegura un mejor posicionamiento del acrónimo que a su vez mantiene una relación más cercana con el nombre del DESC.

3.6. El décimo aniversario

Parte de la creación de la imagen del DESC era la realización de un diferenciador para la celebración del décimo aniversario del mismo. Esto surgió a partir de la investigación previa realizada, al percatarnos que en el año 2011 se cumplía una década de haber sido fundado el Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura. Se decidió realizar un identificador visual, que acompañara el logo ya realizado, durante todo el año de celebración.

Era muy importante para nosotros que este nuevo elemento respetara los parámetros marcados para el logo del DESC, es decir, que destacara los enlaces y tramas de color y mantuviera la carga conceptual que se le imprimió al proyecto desde el inicio.

Imagen Nº 34. Logo del décimo aniversario.



DIEZ AÑOS

Fuente: Creación propia

Igualmente importante es que no debería ser una copia fiel del logo del DESC, porque así la imagen se podía volver monótona y generar el efecto contrario del que siempre se buscó de: una imagen dinámica y vanguardista.

3.7. Aspectos gráficos del logo del décimo aniversario

Dimensión cromática

Los colores que se aplicaron son los mismos que el logo del DESC, para mantener una uniformidad cromática, esto es muy importante porque si se le agregaban más colores a la imagen, se podía volver confuso. Hay que recordar que ya, de todos modos, la trama empleada es densa en la dimensión cromática. Así buscamos que la comunicación permanezca dentro del mismo nivel y que el observador del logo no sienta que se trata de dos logos desvinculados.

Los colores empleados buscan siempre el contraste para generar vitalidad y agilidad, con los mismos tres colores base seleccionados y de la mezcla de estos surgen una gama más variada y fluida de combinaciones.

Los tres colores base son: azul, amarillo y rosa.

Dimensión tipográfica

La tipografía utilizada para el logo es la Gill Sans (imagen N° 29) a la cual se le realizaron diversas intervenciones con el objetivo de conseguir un producto completamente innovador. Se variaron los tamaños de las palabras para darle un aspecto diferenciador al del DESC y al mismo tiempo destacar la palabra DIEZ. Además se realizaron los enlaces entre las palabras que son un elemento fundamental.

Imagen N° 35. Aplicación de logo del doctorado y décimo aniversario juntos, en blanco y negro.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 36. Aplicación de logo del doctorado y décimo aniversario juntos.



Fuente: Creación propia

Siempre se busca una imagen estética y simple, que resalte fácilmente sobre la trama de fondo.

Al ser este un logo temporal que siempre va a estar subordinado a otro logo de mayor relevancia, es muy importante que no compita con él y que, por el contrario, lo complemente y que entre estos dos elementos, se de una relación visual agradable.

Dimensión compositiva

Para este logo es muy importante la parte compositiva, ya que aquí es donde se va a dar la diferenciación más importante en relación con el logo DESC.

Aquí empleamos una diagonal muy pronunciada que parte de la letra "Z" para generar dinamismo y a partir de esta diagonal se hace de forma paralela las modificaciones a la letra "A", también a las letras "E" y "Ñ". Al mismo tiempo se desciende la barra interna de la "A", todo por razones de equilibrio óptico.

Imagen N° 37. Proceso de creación del logotipo del décimo aniversario.

Tipografía sin alteraciones

Se realizan los enlaces necesarios entre las letras

Se modifican las letras con algunos cortes en diagonal, alteración en la letra A

Correcciones ópticas finales, ajuste en la letra Ñ

Estos son cortes en bisel sobre tres letras y un cambio de inclinación sobre una de ellas para generar un efecto de unidad entre elementos distintos.

Estas modificaciones mantienen el carácter sutil que se ha empleado durante todo el proceso de diseño de esta imagen gráfica. Se trata de particularidades que, aunque sutiles, son perceptibles y muy estéticas.

Todas estas modificaciones le dan a la palabra un carácter propio, que la define como un elemento único con carácter de logotipo, correlacionado con el mismo logo del DESC.

Una característica importante de este logo es que siempre se va a presentar relacionado con el logo del DESC, así sea su versión completa o resumida. Por esto es importante plantear desde ya la forma en que estos elementos se van a presentar y a relacionar. Bajo el mismo pensamiento que se ha venido manejando en esta propuesta, buscamos la forma más simple de relacionar estos elementos.

La solución óptima que se encontró fue separar los logos por una línea vertical para que, por orden de lectura, la persona que observe el conjunto lea: Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura, Diez Años (imagen N° 36). Así se completa de la manera más simple la necesidad de comunicar que es el aniversario número diez del doctorado en cuestión.

4. NORMATIVAS DE USO

4.1. Identificador gráfico del DESC

Quando se usa con la trama de fondo

Quando se utiliza el logo del doctorado se debe de respetar un área de protección en la que ningún otro elemento gráfico puede ubicarse (por ejemplo textos, líneas, gráficos, texturas, etc). El espaciado que debe tener hacia el borde externo de la hoja tiene que ser como mínimo las dos primeras líneas de texto del logo.

Imagen N° 38. Área de respeto del logotipo con la trama de fondo.



Fuente: Creación propia

El logotipo se coloca tocando el borde de abajo de la imagen de trama del fondo del DESC hasta pegar con el blanco. Se puede poner en ambos extremos, derecha o izquierda, pero se aconseja utilizarlo de preferencia a la izquierda.

Imagen N° 39. Colocación del logotipo sobre la trama.



Fuente: Creación propia

Cuando se usa sin la trama de fondo

Se puede usar a la derecha o a la izquierda, preferiblemente a la derecha, a diferencia de cuando se aplica con trama de fondo.

El espacio entre el logo y el borde del sustrato debe ser como mínimo la altura de las primeras dos líneas del logo. Los espacios superiores e inferiores deben ser como mínimo del tamaño de altura del logo mismo.

Imagen N° 40. Área de respeto del logotipo sin la trama de fondo.



ABC

Lorem ipsum

DOCTORADO
EN ESTUDIOS
DE LA SOCIEDAD
Y LA CULTURA

Fuente: Creación propia

4.2. Aplicaciones

La descripción de las diferentes aplicaciones para el aniversario del DESC, son las mismas que las regulares, con la salvedad de que, en su mayoría, se ha adicionado el logo del 70 Aniversario de la UCR y el del 35 Aniversario del SEP, ya que las tres conmemoraciones se celebran simultáneamente.

Tarjeta de presentación

Las tarjetas de presentación son impresas con el nombre del funcionario(a), su departamento, cargo u oficina; sus respectivos teléfonos, fax y direcciones electrónicas, junto con la página web del doctorado.

Se estipula un tamaño de 5.5 x 4.5 pulgadas, impresión a todo color, tiro y retiro, recomendación del material couche mate 250.

Imagen N° 41. Tarjeta de presentación DESC, tiro y retiro.



Fuente: Creación propia

Sobre para carta

El tamaño del sobre es de 22 x 11 centímetros, impresión a todo color, tiro y retiro, sobre papel blanco.

Los sobres se imprimen por el tiro con el identificador del doctorado y el logo de la UCR y en el retiro se colocan los datos de contacto de las oficinas: teléfonos, fax y direcciones electrónicas, página web del doctorado y la ubicación física.

Imagen N° 42. Sobre DESC, tiro y retiro.



Fuente: Creación propia

Papel Membretado

En todas las instancias de correspondencia, que competen al DESC, se debe hacer uso del papel membretado oficial. El mismo no debería ser fotocopiado para su distribución. La fuente de letra que se use para escribir los oficios puede ser Gill Sans o bien, similares a la misma, en el caso de que no se tuviera acceso a esa fuente. Se recomienda el tamaño de 12 puntos; y el espaciado simple. El texto debe ser justificado a la izquierda con márgenes de al menos 1.5 pulgadas en las partes inferior y superior. Para cartas de extensión corta, es aceptable ajustar los márgenes.

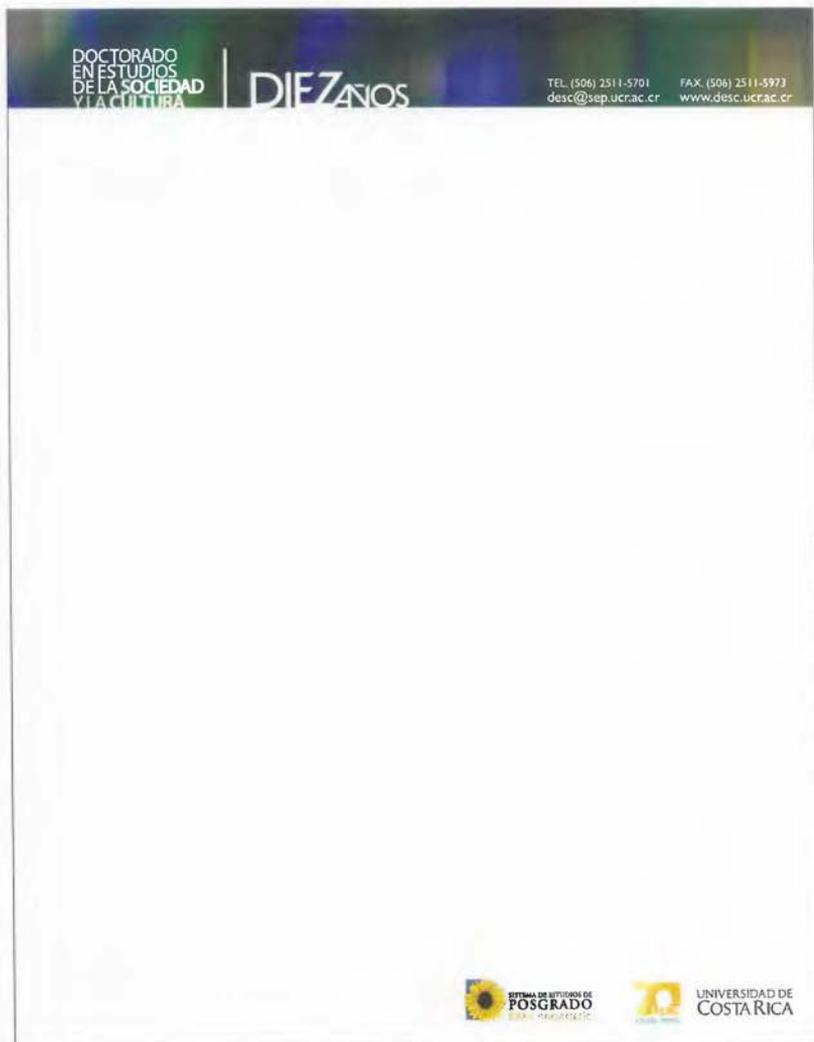
El papel membretado se recomienda imprimir en papel bond standard, de tamaño 8.5 x 11 pulgadas a todo color.

Imagen N° 43. Papel membretado tamaño carta.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 44. Papel membretado tamaño carta. Aniversarios.



Fuente: Creación propia

Brochure

Debe ir impreso a tamaño carta, tiro y retiro, doblado en tríptico tradicional. Se recomienda la utilización de papel couche mate. La información que se incluye en esta aplicación se recomienda que no sea muy extensa para su correcta diagramación. Asimismo, se recomienda dejar la última sección de esta aplicación para los contactos necesarios para que los interesados puedan extender más la información que necesiten.

Imagen N° 45. Brochure DESC, montaje.



Fuente: Creación propia

Comisión del programa

Dra. Lige Bolaños Varela, Univ. de París II-Assas (Francia)

Dr. Dordé Cuvardic García, Univ. Autónoma de Barcelona (España)

Dra. Vanesa Fonseca González, Univ. de Texas (EE.UU.)

Dra. Patricia Fumero Vargas, Univ. de Kansas (EE.UU.)

Dr. Bernal Herrera Montero, Univ. de Harvard (EE.UU.)

Dra. Roxana Hidalgo Xirinachs, Univ. de Frankfurt (Alemania)

Dr. Henning Jensen Pennington, Univ. Albert-Ludwigs Freiburg (Alemania)

Dr. Alexander Jiménez Mazarrita, Univ. de Salamanca (España)

Dr. Werner Mackenbach, Univ. de Frankfurt (Alemania)

Dr. Mauricio Molina Delgado, Univ. Aristotélica de Tesalónica (Grecia)

Dr. Jorge Murillo Medrano, Univ. de Albany (EE.UU.)

Dr. Rolando Pérez Sánchez, Univ. de Frankfurt (Alemania)

Dr. Sergio Villena Fiergo, Univ. de Costa Rica (Costa Rica)

Relaciones de cooperación

El DESC cuenta con relaciones de cooperación y convenios de acuerdo a las estipuladas por la **Universidad de Costa Rica** por medio de su Oficina de Asuntos Internacionales y Cooperación Exterior.

Formamos profesionales y docentes capaces de conceptualizar y realizar investigación sistemática, de manera independiente y de naturaleza interdisciplinaria, sobre diferentes aspectos de la sociedad y la cultura, a partir de una revisión crítica de los problemas de investigación y de la bibliografía pertenecientes a su campo de estudio.

Este Doctorado es una opción para profesionales en las ciencias humanas que desean profundizar en la investigación avanzada, con particular énfasis en los estudios comprensivos e interpretativos de la sociedad y la cultura; por lo tanto, está dirigido a aquellas personas que tienen un interés académico particular en la investigación interdisciplinaria.

UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



DOCTORADO
EN ESTUDIOS
DE LA SOCIEDAD
Y LA CULTURA

Contáctenos

Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura (DESC):

De la Fuente de la Hispanidad, 100 metros al este, 100 metros al norte y 100 metros al este, San Pedro de Montes de Oca.

- TEL. (506) 2511-5701
- FAX. (506) 2511-5973
- desc@sep.ucrac.cr
- www.desc.ucrac.cr

Sistema de Estudios de Posgrado:

3° piso, Biblioteca Luis Demetrio Tinoco, Ciudad Universitaria Rodrigo Facio.

- 2060 San Pedro, Costa Rica
- TEL. (506) 2511-4757, (506) 2511-4697
- FAX. (506) 2234-7248
- posgrado@sep.ucrac.cr
- www.sep.ucrac.cr

DOCTORADO
EN ESTUDIOS
DE LA SOCIEDAD
Y LA CULTURA

Universidad de Costa Rica

Sistema de Estudios de Posgrado

Programa de Doctorado en Estudios de la
Sociedad y la Cultura

UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Descripción

El Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura responde a la necesidad de abordar sistemáticamente, y desde una perspectiva interdisciplinaria, la complejidad del mundo social en un momento en el cual se vuelven especialmente radicales los problemas estructurales y las consecuencias políticas de una modernidad inacabada, como lo expresa Jürgen Habermas, y las contradicciones de la globalización. De cara a las interpretaciones hegemónicas del orden mundial contemporáneo, emergen los estudios socioculturales latinoamericanos como opción de contraste en la intelección de las prácticas culturales y los procesos de apropiación simbólica y material.

Investigación

En este contexto, es de especial interés estudiar los procesos sociales y culturales de generación de significados, construcción de subjetividades individuales y colectivas, así como de formación y expansión del poder, en la interacción entre la tradición de la modernidad europea y el contrapunto que a ella le hacen tanto la historia latinoamericana como la especificidad de las prácticas culturales y políticas desde la perspectiva latinoamericana. Todo ello ha de realizarse a partir de investigaciones independientes que aporten conocimiento novedoso, sistemático y de alto nivel, desde un punto de vista interdisciplinario.

Asimismo, es necesario atender diversos momentos que han sido trabajados por los estudios de la sociedad y la cultura a través de diversas interpretaciones:

- La cultura como aprendizaje acumulado.
- El entramado social como sistema comunicativo.
- La vida y el mundo cotidiano como apropiación y reproducción de las estructuras sociales.
- La textualidad de las representaciones de las sociales y culturales.
- La fractura y el desencamamiento de modos de objetivación y desarrollo de subjetividades en una sociedad cifrada por el multiculturalismo, la globalización y los procesos de género.

Plan de estudios

El plan de estudios consta de 60 créditos, y está organizado de la siguiente manera:

1. Etapa de cursos, 30 créditos.
2. Pasantía de investigación, 8 créditos.
3. Tesis doctoral, 22 créditos. Incluye un examen de candidatura, Guía de tesis I y II, y la defensa de la tesis doctoral.

Momentos del curso		Créditos
I Ciclo		
Seminario "Subjetividad, Intersubjetividad y Cultura"		4
Coloquio de Investigación I		3
Coloquio temático		3
II Ciclo		
Seminario "Poder y Procesos Socioculturales"		4
Coloquio de investigación II		3
Coloquio temático		3
III Ciclo		
Seminario "Construcción Social y Cultural de los Significados"		4
Coloquio temático		3
Investigación dirigida		3
IV Ciclo		
Aprobación tema de tesis		0
Pasantía de investigación		8
V Ciclo		
Guía de tesis I		6
Examen de candidatura		0
VI Ciclo		
Guía de tesis II		8
Defensa de Tesis Doctoral		10
Total		60

Oferta de cursos: Semestral, Inicio en marzo y agosto, horario nocturno.

Duración: Tres años.

Dedicación de tiempo: Mínimo medio tiempo.

Admisión: Cada tres semestres.

Requisitos de ingreso:

1. Diploma de maestría en alguna de las disciplinas de las ciencias sociales, las ciencias económicas, el Derecho, las artes y las letras.
2. Experiencia en investigación.
3. Mínimo dos publicaciones de excelencia académica.
4. Propuesta de investigación.
5. Dominio instrumental del idioma inglés
6. Promedio ponderado de 8.00 como mínimo, en cursos de carrera, durante los últimos tres años de estudios universitarios.
7. Solicitud razonada, en la cual se indiquen las motivaciones y expectativas con respecto al DESC.
8. En algunos casos se podrá requerir un conjunto de actividades académicas complementarias a cursos de Posgrado en ciencias humanas.
9. Otros requisitos consultar al Programa.

Proceso de admisión:

1. Recepción de la solicitud en el formulario oficial del SEP.
2. Comunicación oficial al solicitante del resultado del proceso de selección y admisión al Programa, después del estudio detallado de su expediente.

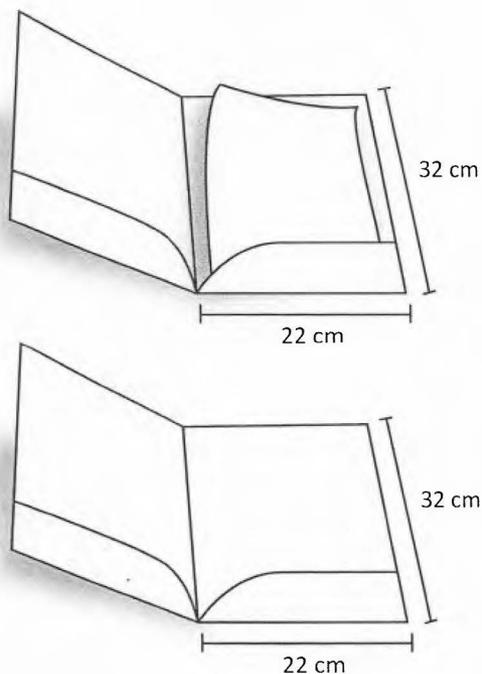
COSTOS: www.sep.ucr.ac.cr/costos.html

BECAS: www.sep.ucr.ac.cr/becas.html

Folder o carpeta

El material comercial o institucional quedará más confiable y profesional si es organizado en carpetas. Este folder se presenta de la manera habitual, a modo de díptico (bi-pliegue), con dos solapas para sostener las hojas membretadas, flyers, brochures y demás papelería que se quiera introducir. Las carpetas o folders sirven prácticamente para cualquier uso promocional, pero también tienen otra gran ventaja, como lo es una protección para los papeles que van dentro.

Imagen N° 48. Estilo del folder a utilizar



Fuente: Creación propia

Imagen N° 49. Folder DESC.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 50. Folder DESC. Aniversarios.



Fuente: Creación propia

Presentación plantilla de Power Point

Estas plantillas están diseñadas para hacer presentaciones oficiales del doctorado, con texto esquematizado e imágenes, fácil de entender, animaciones de texto e imágenes pre-diseñadas o importadas desde imágenes de la computadora.

Se realizó una plantilla para la portada de la presentación, donde se coloca el título de lo que se va a exponer, además se diseñó la plantilla interna o de contenido. No deberían existir otras versiones de esta aplicación para uniformar la imagen del DESC.

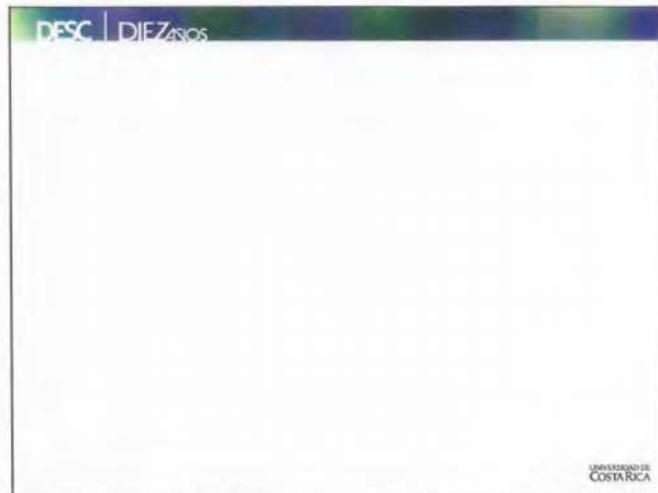
Se aconseja aplicar la fuente tipográfica Gill Sans, o bien similares a la misma en caso de que no se tuviera acceso a esa fuente. Además, que las presentaciones no estén recargadas de texto para así no saturar el diseño con excesos visuales que pueden desviar la atención.

Imagen N° 51. Plantilla para Power Point, portada e internas.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 52. Plantilla para Power Point, portada e internas. Aniversarios.



Fuente: Creación propia

Banner

El banner es un soporte de diferentes materiales, por lo general plano, sobre el que se fijan información promocional o importante. Están diseñados con la intención de llamar la atención, resultar notorios y comunicar el mensaje deseado, presentando anuncios o mensajes.

Siempre contará con los siguientes elementos: Los logos del DESC y de la UCR, los datos de contacto de las oficinas: teléfonos, fax y direcciones electrónicas, página web del doctorado. Se puede desarrollar de diferentes tamaños dependiendo del lugar, pero la medida base es de 80 x 180 centímetros. A a todo color, recomendable en lona.

Imagen N° 55. Banner DESC



DOCTORADO
EN ESTUDIOS
DE LA SOCIEDAD
Y LA CULTURA

“La cultura engendra
progreso y sin ella no cabe
exigir de los pueblos
ninguna conducta moral”

- José Vasconcelos

www.desc.ucr.ac.cr

TEL 2511-5701 FAX: 2511-5973 desc@sep.ucr.ac.cr UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Fuente: Creación propia

Imagen N° 56. Banner DESC. Aniversarios.

DOCTORADO
EN ESTUDIOS
DE LA SOCIEDAD
Y LA CULTURA

DIEZ AÑOS

“La cultura engendra
progreso y sin ella no cabe
exigir de los pueblos
ninguna conducta moral”

— José Vasconcelos

www.desc.ucr.ac.cr

TEL. 2511-5701 FAX. 2511-5973 desc@sep.ucr.ac.cr

 SISTEMA DE ESTUDIOS DE
POSGRADO
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

 70
AÑOS
UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Fuente: Creación propia

Cintillo Archivadores

Son etiquetas identificadoras de los contenidos de los diferentes archivadores tipo “ampo”. Son para una fácil lectura de la información contenida cuando los archivadores están en los anaqueles.

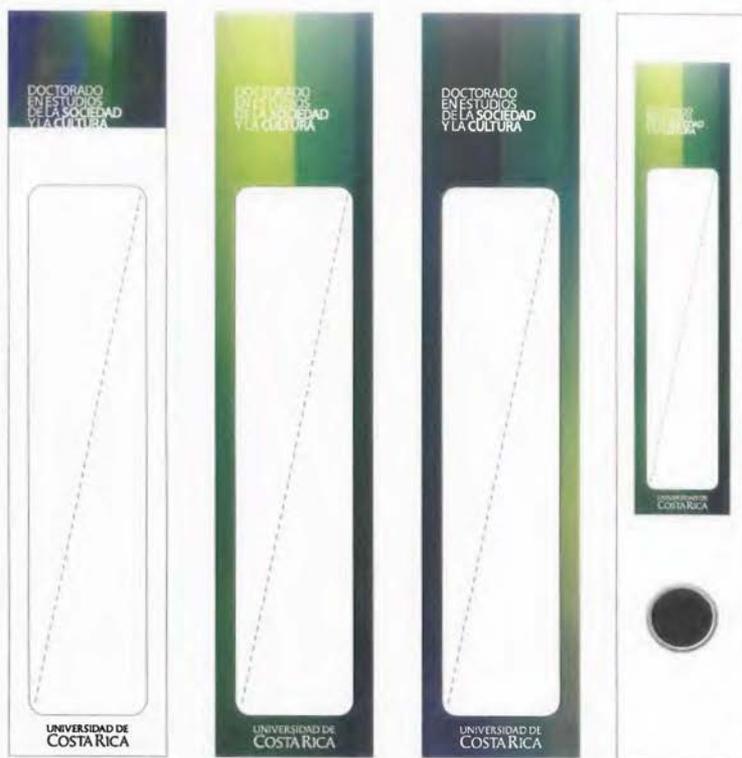
Este cintillo es adherible y se coloca en la parte externa o lomo del archivador. La signatura que se registra en el rótulo tiene la facilidad de agregarse ya sea en forma manuscrita o por medio de computadora.

Estos cintillos llevan el identificador del doctorado en la parte superior y el de la UCR en la parte inferior. Dejan el espacio para ingresar el o los temas que contendrá el archivador. Se recomiendan imprimir a todo color sobre un papel adhesivo.

Cada cintillo mide 5,5 x 19 centímetros de manera individual.

Se recomienda utilizar diferentes fondos para así volver el diseño más dinámico. Lo que creará una imagen más llamativa a la hora de ser colocadas en conjunto.

Imagen N° 57. Cintillo para los archivadores.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 58. Cintillo para los archivadores. Montaje.



Fuente: Creación propia

Gafetes

Los gafetes se utilizan para designar las credenciales de la persona que lo porta. Se llevan colgando del cuello o prensados sobre la ropa, y se utilizan para identificar al portador y permitirle acceso a edificios, congresos, etc.

El soporte, de tamaño 6,6 x 9,5 centímetros, cuenta con los logos de la Universidad y del Doctorado, además de tener los espacios para poner la información o datos de la persona que lo utilice y su fotografía (de tamaño 2,4 x 3,2 centímetros). Se imprimen en papel bond blanco y se insertan en un sobre traslúcido (de polietileno), para que queden protegidos de las posibles rupturas, humedad y descuidos. La anterior es la opción más económica, haciéndolos ideales para eventos, reuniones y convenciones ya que son de carácter temporal.

Se sujetan con una cinta (colgantes), que complementa el soporte para fijarlo en determinado lugar, por ejemplo: en el cuello, en el cinturón, en la solapa de la camisa, etc. La cinta, idealmente, debería ser de los colores identificadores: de un lado azul y del otro verde.

Imagen N° 59. Gafetes.



Fuente: Creación propia

Carátula de CD o DVD

Los discos compactos o CD's son, hoy en día, parte de la vida diaria del ser humano. Se utilizan comúnmente como soporte digital para almacenar cualquier tipo de información (audio, imágenes, vídeo, documentos, presentaciones, exposiciones y otros datos).

Hemos desarrollado el diseño de elementos autoadhesivos que se pegan en la superficie no grabable de los CD's.

Se coloca en la carátula los logos del DESC y de la UCR, los datos de contacto de las oficinas: teléfonos, fax y direcciones electrónicas, página web del doctorado, el tema o asunto del contenido del disco y, si es requerido, él (la) autor(a).

Se crearon dos versiones: Una a todo color y la otra a blanco y negro.

Imagen N° 60. Carátula para CD o DVD, a todo color y B/N



Fuente: Creación propia

Imagen N° 61. Carátula para CD o DVD, a todo color y B/N. Aniversarios.



Fuente: Creación propia

Pines

Se utiliza como una insignia, normalmente de reducido tamaño, que se puede sujetar mediante un enganche o alfiler de varios tipos a la vestimenta en un lugar visible (solapas, gorras, bolsillos, etc.) Los enganches pueden ser de varios tipos, dependiendo del destino o de donde se vaya a sujetar el pin y dependiendo de la época y origen del mismo.

Mariposa o Aguja: Destinados a cualquier prenda susceptible de ser atravesada por el alfiler posterior del pin. Se trata de insignias con diseños más modernos y realizado en el material comercial standard.

Solapa: Destinados al ojal de una chaqueta. Con un diseño más clásico. El material recomendado es en metal.

Imagen N° 62. Pines con cierre mariposa o aguja, y pines de solapa.



Fuente: Creación propia

Bolígrafos

Llevar impresos los logos del DESC y el de la UCR, aunque en ciertos casos se puede agregar la dirección electrónica. Se recomienda imprimirlos en serigrafía a una tinta, dependiendo el caso, blanca o negra. Se puede trabajar con todo tipo de bolígrafos.

Para el décimo aniversario se puede trabajar con todo tipo de bolígrafos, pero se propone una línea menos costosa para que puedan ser utilizados como obsequios promocionales por la celebración.

Imagen N° 63. Bolígrafos.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 64. Bolígrafos. Décimo aniversario.



Fuente: Creación propia

Agenda formal

Se recomienda este tipo de producto promocional para entregar a los estudiantes, de material color negro (cuero u otro material más accesible), con los textos en blanco.

Los logos del DESC y de la UCR se imprimen en la parte frontal de la agenda.

Imagen N° 65. Agenda formal.



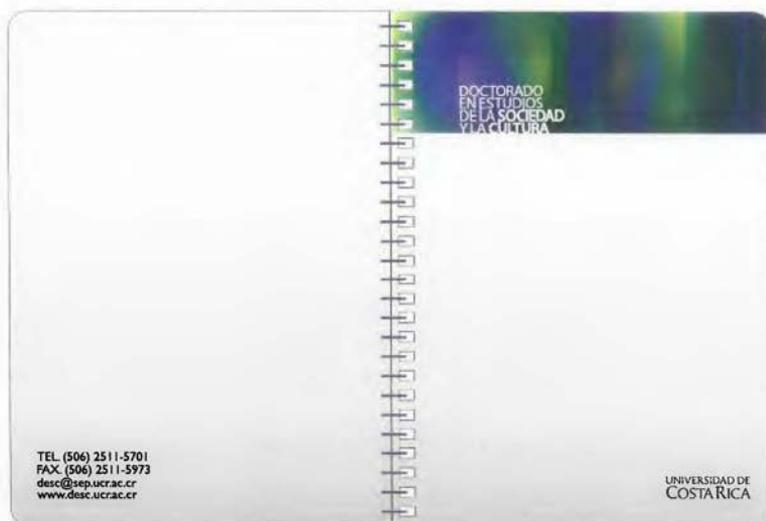
Fuente: Creación propia

Cuaderno de apuntes

Se recomienda este tipo de producto para entregar a los estudiantes, siendo un libro de pequeño formato, similar al usado normalmente para tomar notas.

Los logos del DESC y de la UCR deben ir impresos en la parte frontal de la agenda, mientras que en la parte trasera se colocan los datos de contacto de las oficinas: teléfonos, fax y direcciones electrónicas, página web del doctorado.

Imagen N° 66. Cuaderno de apuntes.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 67. Cuaderno de apuntes, parte interna.



Fuente: Creación propia

Llaveros

Se proponen dos estilos de llaveros, como elementos meramente decorativos o distintivos, ambos con la de medida de 5.5 x 3 centímetros, presentando por una de sus caras al identificador del DESC y por la otra cara la firma de la Universidad.

Uno trabajado en metal, con la variante de color entre oro o plata y con los logos embozados y el otro en acrílico, impreso a todo color.

Imagen N° 68. Llaveros DESC.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 69. Llaveros DESC, frente y reverso en las tres opciones de materiales.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 70. Llaveros DESC, frente y reverso en las tres opciones de materiales. Décimo aniversario.



Fuente: Creación propia

Camisetas

Se proponen dos diseños diferentes según el tipo de camisetas:

El primero en camisa tipo polo. Este presenta por el frente al identificador del DESC del décimo aniversario y por el reverso la firma de la Universidad. Este caso sería impresión a un sólo color, el blanco, lo que haría bastante económico del trabajo serigráfico.

Imagen N° 71. Camiseta tipo polo.



Fuente: Creación propia

El otro diseño es en camiseta regular de cuello redondo. En este caso por el frente va una columna, de 7 cm de ancho, con la trama del doctorado, partiendo del pecho hasta el borde inferior de la camiseta. En esa franja se coloca el identificador del doctorado con el décimo aniversario. Por el reverso se coloca la firma de la Universidad.

Imagen N° 72. Camiseta cuello redondo.



Fuente: Creación propia

Bolsas de papel

Estas bolsas se utilizarán para transportar pequeñas cantidades de mercancías o materiales promocionales como informativos del DESC, tales como brochures, camisetas, CD's, carpetas, entre otros, que pueden ser repartidos en diferentes actividades del Doctorado, como ferias, congresos, en la llegada de visitantes extranjeros, etc.

Se proponen dos opciones: una económica a una tinta en serigrafía (color negro), sobre un papel blanco y la otra opción a todo color, también con serigrafía. Ambas opciones cuentan con el logo de DESC y el de la UCR.

Imagen N° 73. Bolsas de papel.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 74. Bolsas de papel. Aniversarios.



Fuente: Creación propia

Maletín

El maletín es una maleta pequeña y estrecha que se transporta cómodamente por medio de un asa, y que también admite correa para llevarla colgada. Es esencial para llevar documentos u otros objetos como cuadernos, agendas, bolígrafos, carpetas, e incluso ordenadores portátiles, su aspecto es formal.

Como el maletín se muestra en público y se lleva a las reuniones profesionales, su aspecto externo debe ser sobrio y conservador. Por lo anterior, se propone que el maletín sea de cuero o piel.

La opción del maletín puede hacerse grabando tanto el logo de la Universidad como el del doctorado en el material del maletín, o bien imprimiendo los identificadores en serigrafía a una sola tinta.

Imagen N° 75. Maletín.



Fuente: Creación propia

Tazas

Proponemos el diseño de tazas ya que es un utensilio de cotidiana presencia en el intercambio social, trascendiendo a su utilidad práctica, creando un detalle simbólico del doctorado.

Se plantea la impresión en serigrafía sobre tazas blancas, a todo color, o la opción de impresión en transparencia.

Con el logo del DESC y su décimo aniversario, el 35 aniversario del SEP y el 70 aniversario de la UCR.

Imagen N° 76. Taza. Aniversarios.



Fuente: Creación propia

Plantilla para correo electrónico

Una plantilla para correo electrónico es un diseño pre-armado donde se puede introducir texto. Las plantillas pre-diseñadas tienen el aspecto de una página Web y pueden tener motivos y formatos variados. En este caso se realizó algo formal para el doctorado.

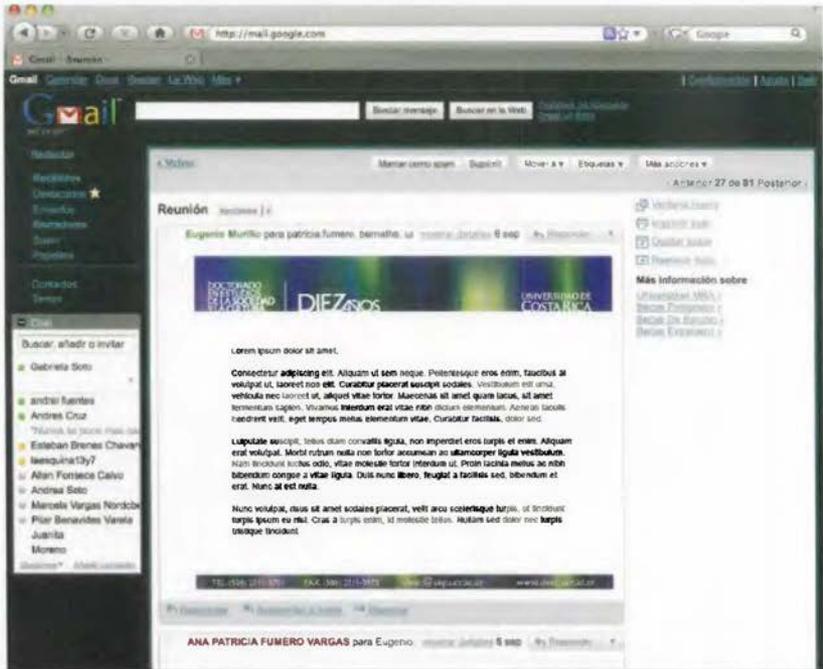
Este medio supera ampliamente, en lo que se refiere a imagen e interés, al texto plano común y optimiza en gran medida el envío de correo a los destinatarios. Se puede presentar con diferentes tipografías, imágenes, colores e identifica a la institución que lo envía.

Imagen N° 53. Plantilla para correo electrónico.



Fuente: Creación propia

Imagen N° 54. Plantilla para correo electrónico, montaje.



Fuente: Creación propia

Diseño para página web

Es un diseño optimizado para la navegación por internet, siendo un excelente espacio informativo dedicado a facilitar la transmisión rápida de datos.

Una de las mayores ventajas de crear una página web es que puede ser visualizada o accedida desde un amplio abanico de dispositivos con conexión a internet, como computadoras personales, computadores portátiles y teléfonos móviles, y desde cualquier parte del planeta.

Facilita el acceso de las personas a información de primera mano.

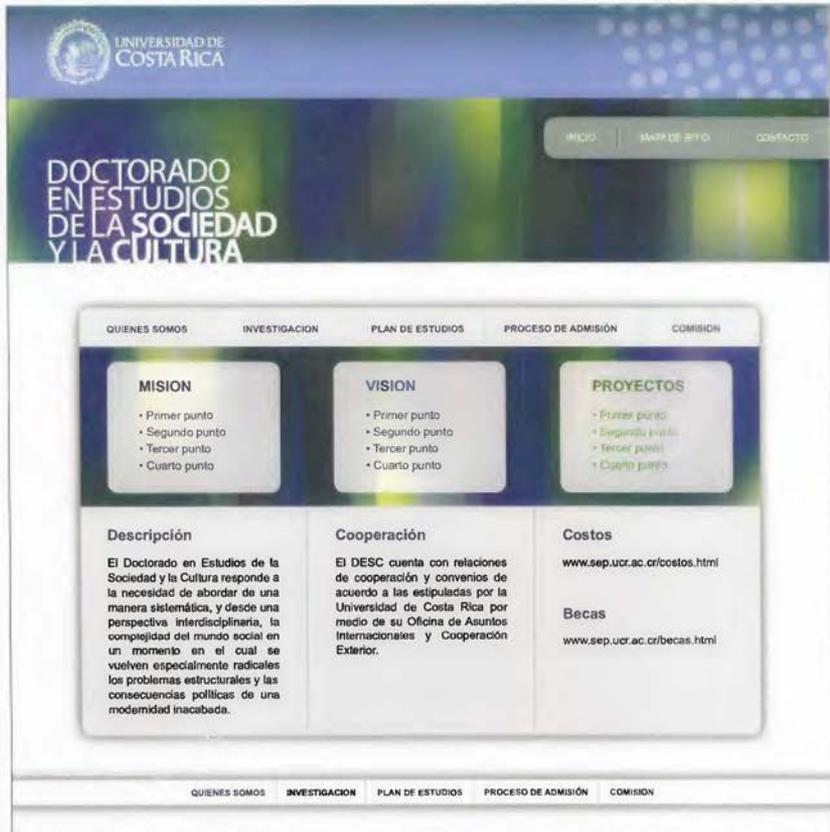
Este sitio web estaría albergado en el Hosting de la UCR, en el siguiente dominio:

www.desc.ucr.ac.cr. El mantenimiento del mismo estaría a cargo de una persona especializada en este tema, nombrado por el DESC.

Mapa de sitio sugerido:



Imagen N° 77. Propuesta de diseño para página web.



Fuente: Creación propia

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

Para comenzar, consideramos importante destacar la excelente actitud de apertura por parte de la dirección del DESC ante nuestro deseo de realizar un trabajo innovador y muy contemporáneo. Gracias a esto nuestra propuesta tuvo la oportunidad de crecer de manera orgánica e ininterrumpida.

Es necesario que este impulso no se pierda y se continúe con la buena energía que se ha mostrado hacia este proyecto, que busca la identificación gráfica que tanta falta le hacía al DESC. Es claro, para nosotros, que en el DESC saben de la necesidad de proyectarse en el campo gráfico correctamente y que esta proyección debe presentar un mensaje idóneo, y fuerte para que sea realmente efectivo.

Con este trabajo logramos más de lo que en principio estaba planteado, gracias a dos factores que se confabularon a nuestro favor: primero, la posibilidad de encontrar nuevas formas de expresión y comunicación que el DESC necesitaba y, en segundo lugar la apertura que tuvieron en el DESC para entender las necesidades y aprovechar la oportunidad para solventarlas.

Así encontramos un nicho importante en la inclusión de la imagen del décimo aniversario del DESC, para apoyar el concepto de solidez y demostrar que el doctorado es una entidad seria que ya tiene bastante tiempo, y por consiguiente, experiencia en su campo.

El diseño final seleccionado, así como las opciones descartadas, llenan en principio todas las expectativas conceptuales requeridas, desde las palabras claves hasta las estrategias

de comunicación. Esto nos llena de mucha satisfacción porque demuestra un trabajo profesional de ambas partes: el DESC y nosotros que hemos logrado trabajar juntos para lograr las metas comunes.

No podemos dejar de resaltar el hecho de que la imagen propuesta ya ha sido aplicada de manera exitosa por el DESC aun antes de la publicación formal de este documento, esto debido al interés que mostró la dirección del doctorado en el resultado gráfico que elaboramos. Esto es muy importante porque muestra una verdadera acogida de la propuesta en el seno del DESC.

CAPÍTULO VI
RECOMENDACIONES

CAPÍTULO VI. RECOMENDACIONES

Recomendamos que el DESC aproveche este refrescamiento para invertir un poco más en proyección del doctorado dentro del ámbito universitario y hasta fuera de él. Esto porque consideramos que la visibilización es parte de la inversión. Así creemos que cuanto más se proyecte el DESC, tantas más posibilidades tendrá de reposicionarse en el mundo académico para mejorar las posibilidades y alcances de proyectos que se desarrollan y nutren en el seno del doctorado.

El cambio propuesto debe aplicarse tanto hacia afuera como hacia adentro, esto quiere decir que la nueva imagen del DESC debe ser aplicada tanto hacia afuera a manera de publicidad y proyección del doctorado, como hacia adentro en busca del fortalecimiento de la imagen que tiene el DESC a lo interno (personal administrativo, profesores, estudiantes y entidades relacionadas directamente con el DESC). Esto con la intención clara de hacer crecer la presencia del postgrado desde varios flancos y así tener mayores posibilidades de éxito.

Cada aplicación que se ha propuesto en este documento tiene como objetivo que la comunicación sea fuerte y complete los conceptos que conforman al DESC, por esto pensamos que es importante mantener este carácter para que la comunidad universitaria pueda identificar mejor al doctorado.

Es muy importante que la aplicación de la imagen gráfica a partir de la entrega de este documento no sea azarosa, por el contrario se debe continuar con una elaboración

pensada, seria y estructurada para que los esfuerzos aquí realizados no se pierdan. Es por esto que sugerimos enfáticamente que cada nueva aplicación que se elabore en el futuro, sea realizada por personas calificadas. La Universidad de Costa Rica cuenta con entidades especializadas en la implementación de las imágenes gráficas de las distintas entidades que la conforman, así que estas entidades pueden adoptar este proyecto para darle continuidad.

También se puede considerar la posibilidad de contar con una persona especializada en el campo del diseño, que se dedique a la elaboración del material gráfico. Esta persona podría ser un estudiante nombrado a través de horas asistentes u horas becas.

A la fecha de la culminación de este Seminario de Graduación, el DESC estará cumpliendo su décimo aniversario y sería muy importante que se aprovechara esta conmemoración como catapulta para el lanzamiento de la nueva imagen. Así mismo recomendamos la realización de eventos como: congresos, foros, mesas redondas, exposiciones y actividades similares para conmemorar esta fecha importante.

Creemos que este trabajo no debe quedarse solo como la propuesta de un grupo de trabajo, sino más bien que tiene el potencial de convertirse en una fuente de consulta en lo que respecta a las funciones e historia del DESC.

CAPÍTULO VII
BIBLIOGRAFÍA

CAPÍTULO VII. BIBLIOGRAFÍA

Libros

Chaves, N. (1994). *La imagen corporativa*. México: Ediciones G. Gili, S.A. de C.V.

Chaves, N. (2003). *La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires: Paidós.

Costa, J. (1977). *La imagen de empresa*. Madrid, España: Ibérico Europea de Ediciones.

Costa, J. (1993). *Identidad corporativa*. México: Editorial Trillas.

Costa, J. (1994). *La imagen Global, evolución del diseño de identidad*. Barcelona, España: Grupo Editorial CEAC, S.A.

Costa, J. (1999). *La comunicación en acción, informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.

Dondis, D.A. (1988). *La Sintaxis de la Imagen*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.A. Séptima Edición.

Heller, Eva. (2004). *Psicología del color*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.

Wong, W. (2005). *Fundamentos del diseño*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

Ruiz, A. y Rodríguez, P. (1994). *Historia de las Matemáticas en Costa Rica, una introducción*. San José, Costa Rica: Autor.

Documentos

Oficina de Divulgación e Información. (2007). *Manual de Identidad Visual de la Universidad de Costa Rica*. San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica.

Brochure: *Programa del Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura*. Publicado por el Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad de Costa Rica.

Documento: *Licitación restringida no.84-2003: Contratación de servicios para el diseño, elaboración e implementación de un manual de línea gráfica institucional*. Universidad de Costa Rica. (2003). Consultado en [www.vra.ucr.ac.cr/vra.nsf/d415d3e71c6722e686256ccc0057051e/07c5747d5f917e9006256d8000645d9a/\\$FILE/84-2003.doc](http://www.vra.ucr.ac.cr/vra.nsf/d415d3e71c6722e686256ccc0057051e/07c5747d5f917e9006256d8000645d9a/$FILE/84-2003.doc)

Trabajos de Graduación

Resenterra, F. (2005). Tesis: *Los sistemas de identidad corporativa de museos y su impacto en el paisaje urbano*. Universidad de Costa Rica.

Benavides, P. y otros. (2008). Tesis: *Imagen coordinada y señalética del Jardín Botánico Lankester*. Universidad de Costa Rica.

Quirós, J. y otros. (2004). Tesis: *Imagen gráfica coordinada para la estación experimental agrícola Fabio Baudrit Moreno*. Universidad de Costa Rica.

Araya, M. (2007). Tesis: *Imagen corporativa del Museo de Arte Costarricense*. Universidad de Costa Rica.

Cortés, R. y otros. (1994). Tesis: *Diseño de la imagen gráfica coordinada para la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica*. Universidad de Costa Rica.

Barrantes, P. y otros. (2004). Tesis: *Realización de la imagen coordinada de la Oficina Bienestar y Salud de la Universidad de Costa Rica*. Universidad de Costa Rica.

Entrevistas realizadas

Dra. Patricia Fumero Vargas. Directora del Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura.
Fecha: 23 de marzo 2009.

Dr. Bernal Herrera Montero. Profesor del Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura.
Fecha: 25 de marzo 2009.

Dr. Henning Jensen Pennington. Vicerrector de Investigación.
Fecha: 28 abril 2009.

Dra. Gabriela Marín Raventós. Decana del Sistema de Estudios de Posgrado.
Fecha: 1 abril 2009

Dr. Martín Murillo Córdoba. Egresado del Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura.
Fecha: 15 abril 2009.

MA. Eugenio Murillo Fuentes. Profesor de la Universidad de Costa Rica.
Fecha: 5 mayo 2009.

Dra. María Pérez Yglesias. Vicerrectora de Acción Social.
Fecha: 22 abril 2009.

Sitios web consultados

Sitio web oficial de la Universidad de Costa Rica. Consultado en marzo 2009:
www.ucr.ac.cr

Sitio web oficial del Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad de Costa Rica.
Consultado en abril 2009: www.sep.ucr.ac.cr

Sitio web de la Asamblea Legislativa, República de Costa Rica. Consultado en mayo 2010:
www.asamblea.racsa.co.cr/ley/leyes/1000/362.doc

Sitio web de la Oficina de Divulgación e Información de la Universidad de Costa Rica.
Consultado en mayo 2010: www.odi.ucr.ac.cr

Sitio web de la Oficina de Contraloría Universitaria de la Universidad de Costa Rica.
Consultado en mayo 2010: www.ocu.ucr.ac.cr/Boletines/2002-Boletin1-3.pdf

CAPÍTULO VIII
ANEXOS

CAPÍTULO VIII. ANEXOS

Anexo Nº 1. Listado completo de la oferta académica que brinda el Sistema de Estudios de Posgrado (SEP) de la Universidad de Costa Rica. (Información tomada del folleto de oferta académica del SEP).

Maestrías Académicas

1. Maestría Académica en Artes
2. Maestría Académica en Artes con énfasis en Artes Escénicas
3. Maestría Académica en Artes con énfasis en Artes Musicales
4. Maestría Académica en Artes con énfasis en Artes Visuales
5. Maestría Académica en Artes con énfasis en Danza
6. Maestría Académica en Enseñanza del Castellano y la Literatura
7. Maestría Académica en Bioética (1)*
8. Maestría Académica en Filosofía
9. Maestría Académica en Lingüística
10. Maestría Académica en Literatura Clásica
11. Maestría Académica en Literatura Española
12. Maestría Académica en Literatura Francesa
13. Maestría Académica en Literatura Inglesa
14. Maestría Académica en Literatura Latinoamericana
15. Maestría Académica en Ciencias Agrícolas y Recursos Naturales con énfasis en Biotecnología
16. Maestría Académica en Ciencias Agrícolas y Recursos Naturales con énfasis en Nutrición Animal
17. Maestría Académica en Ciencias Agrícolas y Recursos Naturales con énfasis en Protección de Cultivos
18. Maestría Académica en Ciencias Agrícolas y Recursos Naturales con énfasis en Suelos
19. Maestría Académica en Ciencia de Alimentos*
20. Maestría Académica en Biología
21. Maestría Académica en Biología con énfasis en Genética y Biología Molecular
22. Maestría Académica en Ciencias de la Atmósfera
23. Maestría Académica en Hidrología
24. Maestría Académica en Desarrollo Sostenible con énfasis en Conservación de los Recursos Biológicos
25. Maestría Académica en Desarrollo Sostenible con énfasis en Formación y Promoción Ecológica
26. Maestría Académica en Astrofísica
27. Maestría Académica en Física
28. Maestría Académica en Geología con énfasis en Geofísica
29. Maestría Académica en Geología con énfasis en Geotecnia e Hidrogeología
30. Maestría Académica en Hidrogeología y manejo de Recursos Hídricos
31. Maestría Académica en Gestión de Riesgo en Desastres y Atención de Emergencias*
32. Maestría Académica en Gestión Integrada de Áreas Costeras Tropicales
33. Maestría Académica en Matemática con énfasis en Matemática Aplicada
34. Maestría Académica en Matemática con énfasis en Matemática Educativa
35. Maestría Académica en Matemática con énfasis en Matemática Pura
36. Maestría Académica en Química
37. Maestría Académica en Administración Pública
38. Maestría Académica en Administración y Dirección de Empresas*
39. Maestría Académica en Contaduría*
40. Maestría Académica en Antropología

41. Maestría Académica en Bibliotecología y Estudios de la Información*
42. Maestría Académica en Administración Educativa
43. Maestría Académica en Ciencias de la Educación con énfasis en Educación de Adultos
44. Maestría Académica en Ciencias del Movimiento Humano
45. Maestría Académica en Ciencias Políticas con énfasis en Políticas Públicas y Gobernabilidad Democrática
46. Maestría Académica en Comunicación*
47. Maestría Académica en Economía
48. Maestría Académica en Estadística
49. Maestría Académica en Geografía
50. Maestría Académica en Historia
51. Maestría Académica en Psicología
52. Maestría Académica en Teoría Psicoanalítica
53. Maestría Académica en Sociología
54. Maestría Académica en Trabajo Social con énfasis en Gerencia Social*
55. Maestría Académica en Trabajo Social con énfasis en Intervención Terapéutica en Trabajo Social*
56. Maestría Académica en Trabajo Social con énfasis en Investigación en Trabajo Social*
57. Maestría Académica en Diseño Urbano
58. Maestría Académica en Computación e Informática*
59. Maestría Académica en Ingeniería Civil con énfasis en Estructuras
60. Maestría Académica en Ingeniería Eléctrica con énfasis en Sistemas Digitales
61. Maestría Académica en Ingeniería Eléctrica con énfasis en Sistemas de Potencia
62. Maestría Académica en Ingeniería Industrial*
63. Maestría Académica en Ingeniería Química*
64. Maestría Académica en Ciencias Cognoscitivas
65. Maestría Académica en Estudios Interdisciplinarios sobre Discapacidad
66. Maestría Académica en Gerontología*
67. Maestría Académica en Gestión Ambiental y Ecoturismo*
68. Maestría Académica en Estudios de la Mujer*
69. Maestría Académica en Bioquímica
70. Maestría Académica en Farmacología
71. Maestría Académica en Fisiología Celular
72. Maestría Académica en Fisiología de Sistemas
73. Maestría Académica en Ciencias de la Enfermería*
74. Maestría Académica en Farmacia Industrial*
75. Maestría Académica en Farmacodependencia*
76. Maestría Académica en Microbiología
77. Maestría Académica en Parasitología
78. Maestría Académica en Química Clínica
79. Maestría Académica en Nutrición para la Promoción de la Salud*
80. Maestría Académica en Salud Pública

Maestrías Profesionales

1. Maestría Profesional en Música con énfasis en Instrumento
2. Maestría Profesional en Enseñanza del Inglés como Lengua Extranjera*
3. Maestría Profesional en Español como Segunda Lengua *
4. Maestría Profesional en Bioética (1)*
5. Maestría Profesional en Literatura
6. Maestría Profesional en Gerencia Agroempresarial*

7. Maestría Profesional en Ciencia de Alimentos*
8. Maestría Profesional en Desarrollo Integrado de Regiones Bajo Riego
9. Maestría Profesional en Gestión de Riesgo en Desastres y Atención de Emergencias*
10. Maestría Profesional en Gestión Ambiental para el Desarrollo de los Geo-Recursos: Aspectos Gerenciales y Toma de Decisión
11. Maestría Profesional en Matemática con énfasis en Matemática Aplicada*
12. Maestría Profesional en Matemática con énfasis en Matemática Educativa
13. Maestría Profesional en Química Industrial*
14. Maestría Profesional en Administración Pública con énfasis en Administración Aduanera y Comercio Internacional*
15. Maestría Profesional en Administración Pública con énfasis en Administración de Contratos Públicos*
16. Maestría Profesional en Administración Pública con énfasis en Administración de Cooperativas*
17. Maestría Profesional en Administración Pública con énfasis en Gestión Pública
18. Maestría Profesional en Diplomacia*
19. Maestría Profesional en Administración Universitaria*
20. Maestría Profesional en Auditoría de Tecnologías de la Información*
21. Maestría Profesional en Administración y Dirección de Empresas*
22. Maestría Profesional en Administración y Dirección de Empresas con énfasis en Finanzas*
23. Maestría Profesional en Administración y Dirección de Empresas con énfasis en Gerencia*
24. Maestría Profesional en Administración y Dirección de Empresas con énfasis en Mercadeo y Ventas*
25. Maestría Profesional en Contaduría*
26. Maestría Profesional en Negocios Internacionales*
27. Maestría Profesional en Bibliotecología y Estudios de la Información con énfasis en Gerencia de la Información*
28. Maestría Profesional en Bibliotecología y Estudios de la Información con énfasis en Tecnología y Computación*
29. Maestría Profesional en Administración Educativa*
30. Maestría Profesional en Ciencias de la Educación con énfasis en Educación de Adultos*
31. Maestría Profesional en Orientación*
32. Maestría Profesional en Ciencias del Movimiento Humano Maestría Profesional en Recreación*
33. Maestría Profesional en Ciencias Políticas con énfasis en Gerencia Política *
34. Maestría Profesional en Comunicación*
35. Maestría Profesional en Comunicación con énfasis en Mercadeo*
36. Maestría Profesional en Administración y Derecho Municipales*
37. Maestría Profesional en Ciencias Penales*
38. Maestría Profesional en Derecho Ambiental*
39. Maestría Profesional en Derecho Notarial y Registral *
40. Maestría Profesional en Derecho Público
41. Maestría Profesional en Justicia Constitucional*
42. Maestría Profesional en Economía con énfasis en Banca y Mercado de Capitales*
43. Maestría Profesional en Economía con énfasis en Economía de la Regulación*
44. Maestría Profesional en Economía con énfasis en Economía de la Salud y las Políticas Sociales*
45. Maestría Profesional en Economía con énfasis en Economía de los Medicamentos*
46. Maestría Profesional en Economía con énfasis en Economía Empresarial*
47. Maestría Profesional en Estadística
48. Maestría Profesional en Población y Salud*
49. Maestría Profesional en Evaluación de Programas y Proyectos de Desarrollo*
50. Maestría Profesional en Evaluación Educativa*
51. Maestría Profesional en Historia*
52. Maestría Profesional en Planificación Curricular*
53. Maestría Profesional en Psicología Educativa*

54. Maestría Profesional en Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*
55. Maestría Profesional en Psicología de la Salud*
56. Maestría Profesional en Derechos Humanos de la Niñez y Adolescencia*
57. Maestría Profesional en Trabajo Social con énfasis en Gerencia Social*
58. Maestría Profesional en Trabajo Social con énfasis en Intervención Terapéutica en Trabajo Social*
59. Maestría Profesional en Arquitectura Tropical*
60. Maestría Profesional en Arquitectura y Construcción*
61. Maestría Profesional en Diseño Urbano*
62. Maestría Profesional en Paisajismo y Diseño de Sitio*
63. Maestría Profesional en Vivienda y Equipamiento Social*
64. Maestría Profesional en Computación e Informática*
65. Maestría Profesional en Administración e Ingeniería de la Construcción*
66. Maestría Profesional en Ingeniería Eléctrica con énfasis en Comunicaciones Digitales*
67. Maestría Profesional en Ingeniería Eléctrica en Sistemas de Baja y Mediana Tensión*
68. Maestría Profesional en Ingeniería Industrial con énfasis en Administración Industrial*
69. Maestría Profesional en Ingeniería Industrial con énfasis en Gestión Ambiental*
70. Maestría Profesional en Ingeniería Industrial con énfasis en Manufactura y Calidad*
71. Maestría Profesional en Ingeniería Mecánica con énfasis en Sistemas de Manufactura y Materiales
72. Maestría Profesional en Ingeniería Mecánica con énfasis en Sistemas Térmicos y de Energía
73. Maestría Profesional en Ingeniería Química con énfasis en Ingeniería Ambiental*
74. Maestría Profesional en Ingeniería Química con énfasis en Procesamiento de Materiales*
75. Maestría Profesional en Ingeniería Química con énfasis en Procesos Industriales*
76. Maestría Profesional en Estudios Interdisciplinarios sobre Discapacidad
77. Maestría Profesional en Estudios Interdisciplinarios sobre Discapacidad con énfasis en Discapacidad Múltiple y Sordoceguera
78. Maestría Profesional en Gerontología*
79. Maestría Profesional en Gestión Ambiental y Ecoturismo con énfasis en Administración y Gerencia de Sistemas Recreativos*
80. Maestría Profesional en Gestión Ambiental y Ecoturismo con énfasis en Diseño de Políticas*
81. Maestría Profesional en Gestión Ambiental y Ecoturismo con énfasis en Diseño de Sistemas Recreativos*
82. Maestría Profesional en Gestión Ambiental y Ecoturismo con énfasis en Impacto Ambiental y Social del Turismo*
83. Maestría Profesional en Violencia Intrafamiliar y de Género*
84. Maestría Profesional en Enfermería de Salud Laboral*
85. Maestría Profesional en Enfermería de Salud Mental*
86. Maestría Profesional en Enfermería Ginecológica, Obstétrica y Perinatal*
87. Maestría Profesional en Enfermería Pediátrica con énfasis en Neonatología*
88. Maestría Profesional en Enfermería Pediátrica con énfasis en Niñez y Adolescencia*
89. Maestría Profesional en Enfermería Quirúrgica*
90. Maestría Profesional en Odontología con énfasis en Operatoria Estética
91. Maestría Profesional en Odontología con énfasis en Prosthodontia
92. Maestría Profesional en Salud Pública*
93. Maestría Profesional en Salud Pública con énfasis en Ambiente y Desarrollo Humano*
94. Maestría Profesional en Salud Pública con énfasis en Estudios de la Adolescencia y Juventud*
95. Maestría Profesional en Salud Pública con énfasis en Gerencia de la Salud*
96. Maestría Profesional en Salud Pública con énfasis en Gestión de Políticas de la Salud*

Doctorados

1. Doctorado en Filosofía
2. Doctorado en Sistemas de Producción Agrícola Tropical Sostenible
3. Doctorado en Educación*
4. Doctorado en Gobierno y Políticas Públicas*
5. Doctorado en Historia
6. Doctorado en Ciencias
7. Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura*

Especialidades

1. Especialidad en Meteorología Aplicada*
2. Especialidad en Derecho Agrario y Ambiental
3. Especialidad en Derecho Comercial
4. Especialidad en Derecho Notarial y Registral*
5. Especialidad en Bacteriología Médica*
6. Especialidad en Gestión de la Calidad en Microbiología y Química Clínica*
7. Especialidad en Hematología*
8. Especialidad en Inmunohematología y Banco de Sangre*
9. Especialidad en Inmunología Clínica*
10. Especialidad en Micología Médica*
11. Especialidad en Parasitología Médica*
12. Especialidad en Química Clínica*
13. Especialidad en Anatomía Patológica*
14. Especialidad en Anestesiología Pediátrica*
15. Especialidad en Anestesiología y Recuperación*
16. Especialidad en Cardiología*
17. Especialidad en Cardiología Pediátrica*
18. Especialidad en Cirugía de Tórax No Cardiovascular*
19. Especialidad en Cirugía de Tórax Cardiovascular*
20. Especialidad en Cirugía General*
21. Especialidad en Cirugía Oncológica*
22. Especialidad en Cirugía Pediátrica*
23. Especialidad en Cirugía Plástica y Reconstructiva*
24. Especialidad en Dermatología*
25. Especialidad en Endocrinología*
26. Especialidad en Gastroenterología*
27. Especialidad en Geriátrica y Gerontología*
28. Especialidad en Ginecología Oncológica*
29. Especialidad en Ginecología y Obstetricia*
30. Especialidad en Hematología*
31. Especialidad en Hematología Pediátrica*
32. Especialidad en Infectología*
33. Especialidad en Infectología Pediátrica*
34. Especialidad en Inmunología Clínica Médica*
35. Especialidad en Medicina Crítica Pediátrica*
36. Especialidad en Medicina Crítica y Terapia Intensiva*
37. Especialidad en Medicina de Emergencias*
38. Especialidad en Medicina Familiar y Comunitaria*

39. Especialidad en Medicina Física y Rehabilitación*
40. Especialidad en Medicina Interna*
41. Especialidad en Medicina Materno Fetal*
42. Especialidad en Nefrología*
43. Especialidad en Nefrología Pediátrica*
44. Especialidad en Neonatología*
45. Especialidad en Neumología*
46. Especialidad en Neumología Pediátrica*
47. Especialidad en Neurocirugía*
48. Especialidad en Neurología*
49. Especialidad en Oftalmología*
50. Especialidad en Oncología Médica*
51. Especialidad en Ortopedia y Traumatología*
52. Especialidad en Ortopedia y Traumatología Pediátrica*
53. Especialidad en Otorrinolaringología*
54. Especialidad en Patología Pediátrica*
55. Especialidad en Pediatría*
56. Especialidad en Psicología Clínica*
57. Especialidad en Psiquiatría*
58. Especialidad en Radiología e Imágenes Médicas*
59. Especialidad en Radioterapia*
60. Especialidad en Reumatología*
61. Especialidad en Urología*
62. Especialidad en Urología Pediátrica*
63. Especialidad en Vascular Periférico *
64. Especialidad en Medicina Legal*
65. Especialidad en Patología Forense*
66. Especialidad en Odontología General Avanzada*
67. Especialidad en Odontopediatría

* Financiamiento complementario