



La marca de Caribe Afirmativo: profundizar la diversidad

Los logos institucionales son representaciones gráficas de una realidad que queremos posicionar y, para que cumplan su cometido, deben tener dos cualidades: primero, verse como un **signo** entre la gente, pues transporta en su interlocución a una realidad que queremos representar gráficamente, por ejemplo, la luz transporta a la claridad y promueve sentimientos de seguridad; y segundo, tiene la posibilidad de generar en esas personas una recordación, que se extiende en el tiempo a partir de lo que experimentan o entiende de él, convirtiéndose en un **símbolo** que se acoge en la vida cotidiana como, por ejemplo, la paloma es símbolo de la paz y no hay una acción de esta agenda que no se relacione con ella.

Hay diferentes tipos de logos y en todos los casos, para cumplir con su rol social y trasladarse del signo al símbolo, deben: a) asumirse como un objeto gráfico que se traduce a un significado que se aprende y por su uso se convierte en colectivo; b) generar rasgos de iconidad, es decir, una imagen que al observarse se relaciona con una realidad que corresponda a lo que representa; y c) finalmente, garantizar que sea representación de una acción de materialización de la identidad que da cuenta de la existencia de una realidad que le es propia a los sujetos. Estas tres cualidades, en suma, hacen del logotipo, una identidad colectiva.

El mundo en el que vivimos ha cultivado la identidad colectiva a partir de expresiones visuales que se convierten en referentes de aquellas cosas que nos convocan, desde lo más trascendental como las acciones espirituales y afectivas, la cruz para los cristianos o el corazón para el amor, hasta lo más cotidiano y pasajero, como lo que consumimos y dónde lo conseguimos, las marcas de refrescos o de atuendos que usamos. Para nuestra generación, inmersa en la imagen, los logos han transitado a marcas (por su poder de influencia) y se han convertido en referentes que otorgan, en términos visuales, significado a las realidades, por eso en Caribe Afirmativo hemos asumido como signo visual el pez y durante más de 10 años hemos tratado de posicionar su significado de diversidad como marca o impronta del propósito de nuestro trabajo.

El pez de nuestro logo, propio de las aguas tibias del mar caribe llamado “pez ángel azul”, especie hermafrodita, que es reconocido como exclusivo de este mar, lo



apropiamos por el significado territorial que tiene en nuestros territorios costeros, los seres vivos provenientes del agua, su capacidad cotidiana de cruzar kilómetros marítimos, vincularse a otras especies y construir hábitats integrados; su color, profundo y a la vez claro, proviene del azul particular que le es propio al mar caribe lugar que habita, y que lo hace diferente al azul oscuro de otros mares y océanos del mundo.

Fue construido a partir de un triángulo que es el símbolo icónico del movimiento LGBTI desde los campos de concentración Nazi, donde marcaban a las personas homosexuales que eran capturadas para luego ser ejecutadas con un triángulo rosa, imagen que ha sido asumida por el movimiento LGBTI y transformada como un signo de lucha. Incluso en países como Holanda y Alemania se marcan con el triángulo lugares emblemáticos de la memoria de tantas personas víctimas de violencia en razón de su orientación sexual, identidad o expresión de género, y su posicionamiento busca garantías de no repetición.

Internamente tiene 8 triángulos superiores que representan los 8 departamentos del Caribe colombiano Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre y San Andrés, y su nominación esta orientada a nuestro papel de incidir para que sean territorios garantes para los derechos y la igualdad; los otros cinco triángulos de menor tamaño representan la sigla LGBTI. Todo es precedido por un ojo abierto que busca ser símbolo del papel de observación, análisis y transformación de la realidad y el entorno que ha tenido nuestro proceso en cada una de sus áreas.

El pez, al invertirlo, se convierte en una línea de tres trazos transversales que se asemeja al “aprobado” de las tareas de los estudiantes para “afirmar” que el ejercicio estaba revisado, evocando que nuestro transito territorial va buscando compromisos de la sociedad y el Estado con las personas LGBTI. Bajo el pez, el nombre de nuestra organización: Caribe Afirmativo en una tipografía llamada Lobster, que se usa en la producción de grafismos para expresar afirmación, positividad, apertura, transformación y pluralidad de la realidad, y que se recomienda para escribir una palabra que puede significar muchas cosas a la vez y que se quiera proponer para transformar una realidad hostil.



Cierra nuestra propuesta de marca el lema “Por el reconocimiento de la diversidad sexual, identidades y expresiones de género”, eslogan que recoge la acción que funda como punto de partida nuestro trabajo y se consolida como punto de llegada, donde resaltamos el reconocimiento como una categoría social, más vinculante y proactiva que, superando acciones más verticales como la “inclusión” o materiales como la “integración”, permiten una vinculación dinámica del sujeto a la vida comunitaria.

Posicionar nuestro logo como estrategia comunicativa, en el proceso de acción comunitaria, investigativa y de incidencia social y política, genera pertenencia en términos gráficos y tiene como propósito lograr que las personas con las que nos relacionamos signifiquen los signos y los símbolos que les proponemos con la realidad que se quiere transformar. Por eso, su consolidación como marca a partir de la cotidianidad, recordación y acogida, como enseñaba Saussure, tienen el potencial de expresarse ante quien las ve o con quienes se relaciona con ella como una experiencia significativa en su vida y sus relaciones sociales, y al explorarlas tiene la capacidad como interlocutor de enriquecer su significado y actualizar cada día lo que la contiene.

Wilson Castañeda Castro
Director
Corporación Caribe Afirmativo