

# Artesanía en Madera y Arquitectura Sostenible. Conectando con la Esencia de Fuerteventura

Fabián Suárez Caballero <sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** Esta investigación aborda el trabajo de diseño desarrollado por *Narita*, consultora estratégica. El trabajo promueve una conexión integral entre la artesanía en madera y las tendencias actuales en arquitectura con la marca *Salty*. A partir del desarrollo de la identidad corporativa de dicha empresa con sede en Canarias, especializada en la fabricación de elementos de madera para proyectos arquitectónicos, se propone la transmisión de valores como la preservación del entorno, la cultura local y el compromiso con la sostenibilidad. Estos proyectos innovadores, posicionan a la marca como un agente transformador, buscando una comprensión más profunda de cómo la artesanía y la arquitectura pueden converger de manera armoniosa en el contexto contemporáneo.

**Palabras clave:** sostenibilidad - arquitectura - artesanía - madera - cultura - estética - arte - identidad - comunicación

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 182]

---

<sup>(1)</sup> **Fabián Suárez Caballero** (Guarromán, Jaén. 1987) Licenciado en Bellas Artes (UGR) y Máster en Producción Artística Interdisciplinar (UMA). Especializado en diseño gráfico y packaging, desde 2016 desempeña el cargo de director de Arte y Diseño en la consultora *Narita* (Málaga). En este cargo, lidera proyectos que integran las disciplinas artísticas y de diseño, con un enfoque centrado en el equilibrio entre ambas para desarrollar iniciativas que trascienden las convenciones, especialmente en el ámbito cultural.

## 1. Introducción

La investigación se enfoca en promover la interconexión integral entre la artesanía en madera y las corrientes arquitectónicas contemporáneas a partir del proyecto realizado a cargo de consultora *Narita*<sup>1</sup> y su desarrollo de la identidad corporativa de *Salty*, una empresa con sede en Canarias formada por un arquitecto y un artesano, especializada en

la fabricación de elementos de madera para proyectos arquitectónicos. La transmisión de valores fundamentales como la preservación del entorno, la promoción de la cultura local y el compromiso con la sostenibilidad, es la intención principal, gracias al plan estratégico de la consultora. Estos esfuerzos innovadores sitúan a *Salty* como un elemento clave en la transformación del panorama arquitectónico, alentando la comprensión de la convergencia armónica entre la artesanía y la arquitectura en el contexto contemporáneo.

## 2. Contexto geográfico y cultural

Las características geográficas, culturales y socioeconómicas de Canarias nos introducen en un contexto singular, marcado por el encuentro de elementos naturales, históricos y sociales que moldean la identidad de este archipiélago español en el océano Atlántico. Desde un punto de vista geográfico, Canarias emerge como un conjunto de islas volcánicas dispersas, cuya formación geológica y ubicación estratégica entre Europa, África y América ha influido profundamente en su desarrollo. La diversidad geográfica de las islas, que van desde paisajes montañosos hasta playas y picos volcánicos, concede a la región una riqueza natural extraordinaria, haciéndola atractiva tanto para el turismo como para la vida cotidiana de sus habitantes.

Culturalmente, Canarias es un crisol de influencias que reflejan su posición como punto de encuentro de diversas culturas. Desde la llegada de los guanches, los primeros habitantes de las islas, hasta las interacciones con África y América, la cultura canaria es un conjunto de tradiciones, idiomas y costumbres. Esta diversidad cultural se manifiesta en la música, la danza, la gastronomía y las festividades, que celebran la particular herencia de cada isla y su población.

En términos socioeconómicos, Canarias afronta desafíos y oportunidades derivados de su aislamiento geográfico y su dependencia del turismo como motor económico. Si bien el turismo ha impulsado el crecimiento económico y la creación de empleo, también ha generado retos en términos de sostenibilidad ambiental, preservación cultural y estacionalidad laboral. La economía canaria, históricamente centrada en la agricultura, la pesca y el comercio ha experimentado una transformación según Rodríguez Martín, siendo relevante hacia sectores como el turismo, los servicios financieros y la tecnología, reflejando la evolución de su paisaje económico en un mundo globalizado. (Rodríguez Martín, J. 1997) Todas estas características conforman un escenario complejo, en el que la interacción entre la naturaleza, la historia y la sociedad ha dado forma a la identidad inusual de este archipiélago atlántico.

## 3. El valor de la artesanía y la madera en Canarias

La valoración actual de la artesanía ha experimentado un impulso significativo gracias a un cambio de paradigma que enfatiza la sostenibilidad, la autenticidad y la conexión con

la cultura local. En el contexto de Canarias, esta apreciación se magnifica debido a la rica tradición artesanal arraigada en la historia y el entorno de las islas. La artesanía canaria, con sus técnicas transmitidas de generación en generación, refleja la identidad de la región y su relación íntima con la naturaleza y el paisaje insular.

Especialmente en la isla mayorera, sobresale la artesanía de madera, utilizada para la elaboración de muebles, elementos de ajuar doméstico e instrumentos musicales como el timple, el violín, la guitarra o la bandurria. Los artesanos de Fuerteventura emplean una variedad de maderas, incluyendo pino canario, cedro, eucalipto, nogal y castaño, que a menudo son importadas desde Gran Canaria.

La carpintería artesanal, con un foco destacado en el municipio de Antigua, despliega su destreza en la fabricación de bancos, aperos del campo e incluso féretros. Asimismo, la carpintería de ribera, dedicada a la construcción de pequeñas embarcaciones de hasta 10 metros de eslora, tenía una relevancia significativa en la isla, que actualmente está en retroceso o a punto de desaparecer.

En un mundo globalizado donde la producción en masa y la uniformidad predominan, la artesanía canaria se distingue por su singularidad y atención al detalle. Los productos artesanales no son solo objetos; más bien, representan de forma tangible la historia y la habilidad de sus artesanos. Este renacimiento de la artesanía canaria no sólo dinamiza la economía local y promueve la preservación cultural, sino que también conecta con una creciente demanda global de productos auténticos y sostenibles, donde la conexión emocional y la historia detrás de cada pieza son tan importantes como su funcionalidad y estética.

La madera ha sido un recurso fundamental en la historia y el desarrollo de Fuerteventura y el conjunto de las Islas Canarias. (Bautista, L. 1970). Desde siempre, la adaptación de la arquitectura y la artesanía a las características climáticas y geográficas ha dependido en gran medida de la disponibilidad y calidad de la madera local. El Pino Canario, como especie endémica preeminente, ha desempeñado un papel crucial en la construcción de viviendas, barcos, muebles y herramientas, además de representar un elemento esencial en la identidad cultural y económica de la región. La riqueza y diversidad de especies maderables, combinada con las técnicas tradicionales de carpintería, ha permitido a las comunidades canarias aprovechar este recurso de manera sostenible, preservando así no solo su patrimonio natural, sino también su legado cultural y económico a lo largo del tiempo.

#### **4. Salty. Soluciones en madera para proyectos arquitectónicos**

De la necesidad de fusionar la arquitectura sostenible con la artesanía en madera, surge *Salty*<sup>2</sup>, destacando por su conciencia en la innovación, la sostenibilidad y la autenticidad. La creación se remonta a un recorrido personal de sus fundadores, los arquitectos Adam Mark Fiegler Brown y Juan Antonio Martos Fidalgo, quienes encontraron en Fuerteventura, específicamente en La Oliva, una ubicación para llevar a cabo su visión de un estilo de vida profesional sereno y conectado con el entorno.

Adam Mark Fiegler Brown, arquitecto y artesano por herencia familiar, ha llevado un estilo de vida nómada que lo ha conducido a residir en diversos lugares. Sin embargo, es en La Oliva donde ha encontrado no solo un destino ideal para practicar surf, sino también una fuente constante de inspiración y un estilo de vida que se complementa perfectamente con su enfoque laboral. La ubicación geográfica de Fuerteventura, con sus limitaciones en cuanto al uso de ciertos materiales, desafía su creatividad en cada proyecto, impulsando a seguir perfeccionándose. Su formación como arquitecto proporciona una base sólida que complementa su habilidad artesanal, permitiéndole trabajar en estrecha colaboración, desde el inicio de cada proyecto con otros arquitectos y anticiparse a las necesidades del diseño. La presencia de su visión artesanal asegura la integración fluida y su compromiso sostenible en el contexto arquitectónico de manera innovadora.

La importancia de la creatividad y el compromiso ambiental, forjando un camino hacia una arquitectura que no solo abraza la estética y la funcionalidad, sino que también integra los valores de la sostenibilidad y la conexión con la naturaleza, representan un nuevo paradigma en el diseño arquitectónico contemporáneo, donde Salty destaca y ubica su compromiso. La utilización consciente de la geolocalización de la isla implica no solo maximizar la entrada de luz natural o diseñar espacios que se integren de manera armónica con la topografía local, sino también una integración arquitectónica con el paisaje circundante. Su enfoque se centra en potenciar la arquitectura mediante soluciones realizadas en madera, un material noble que no solo brinda confort y disfrute, sino que también armoniza con el paisaje y la identidad cultural de Fuerteventura.

Este binomio es un ejemplo de cómo el compromiso por la arquitectura sostenible y la artesanía en madera puede converger en un proyecto vanguardista. La materialización de este compromiso se evidencia en las construcciones de pérgolas de madera para proyectos arquitectónicos, donde estas estructuras no solo añaden un toque estético atractivo, sino que también desempeñan un papel fundamental en la regulación de la temperatura y la luz, aprovechando los factores naturales del entorno (Ver figura 1).



**Figura 1.** Proyección de espacio, MF Arquitectos con pérgola artesanal de Salty. Recuperado el 12/03/2024 de <https://www.arquitectosmf.com/>

La elección de la madera como material para las pérgolas no solo responde a criterios estéticos, sino también a consideraciones ecológicas y de eficiencia energética. Al aprovechar las propiedades naturales de la madera, estas construcciones contribuyen a reducir el consumo de electricidad al disminuir la necesidad de sistemas de climatización artificial. Con una visión audaz y transformadora, *Salty* no solo se limita a diseñar y producir elementos en madera, sino que aspira a redefinir la relación entre el hombre y su entorno construido. El bagaje de sus fundadores como arquitectos les otorga una destacable ventaja para identificar las oportunidades de cada espacio y diseñar soluciones personalizadas que reflejen la esencia y las necesidades de sus usuarios.

La importación de diversos tipos de madera provenientes de distintas regiones geográficas no sólo subraya la diversidad de las materias primas empleadas, sino que también aporta una dimensión cultural valiosa al proceso creativo. La combinación de maderas de distintos orígenes, resulta en la formación de un conjunto de texturas y tonalidades que enriquecen aún más la relación entre los diseños y la identidad canaria.

La proyección del estilo de vida se manifiesta como un elemento primordial impulsado por el cliente, sirviendo como punto focal en las interacciones estratégicas de la firma. Estas conversaciones orientadas hacia la valoración del diseño y las aspiraciones del usuario, específicamente centradas en el estilo de vida, subrayan la importancia de comprender las necesidades y preferencias del mismo. La clientela de *Salty*, mayormente compuesta por un tipo de consumidor que aprecia la naturaleza, opta por residencias que reflejan una desconexión deliberada con el entorno urbano y una conexión íntima con su entorno natural. Este enfoque, arraigado en la armonía con la naturaleza y la incorporación del estilo de vida deseado, conforma la esencia de las discusiones y decisiones de diseño dentro del contexto de *Salty*.

## 5. Narita Estudio

Es en este contexto donde *Narita Estudio*, consultora con sede en Málaga, desempeña un papel fundamental en esta unión entre arquitectura y artesanía. A pesar de la distancia geográfica, Málaga comparte similitudes con las Islas Canarias en términos de riqueza cultural, patrimonio histórico y destacado entorno natural. Esta conexión subyacente entre las dos regiones proporciona a la consultora la comprensión del encargo para plasmar la identidad y los valores de la marca que aglutina el rigor de la actividad artesanal y el desarrollo de la disciplina arquitectónica. La riqueza histórica de Málaga ofrece a *Narita* un contexto edificante para comprender la importancia de preservar la autenticidad y la sostenibilidad del proyecto. Esta perspectiva compartida entre Málaga y Fuerteventura inspira a crear una estrategia que deriva en una sinergia cuyo aporte no solo reside en recursos visualmente atractivos, sino que profundiza en una metodología que como resultado refleja la esencia y el compromiso con la comunidad local y el medio ambiente.

## 6. Metodología

### 6.1 Objetivos de la marca

Partimos entendiendo que para el desarrollo del proyecto, la comunicación visual en este contexto no se limita simplemente a la creación de un logotipo o sus materiales promocionales asociados. Este caso va un paso más allá al encapsular la filosofía de la empresa en elementos visuales que trascienden las palabras afirma Mateo García, diseñador y fundador de *Narita Studio*.

La creación de la identidad de marca es un proceso esencial que busca transmitir con coherencia y estilo propio la esencia y los valores de la empresa, alineada con su producto y sus servicios. Esta tarea se materializa mediante la combinación de elementos visuales y narrativos que comunican de manera sólida, efectiva y sugerente la personalidad de la marca. La coherencia es el principal retorno que la identidad de marca debe ofrecer, siendo un factor determinante para alcanzar un alto nivel de reconocimiento. Tras analizar el contexto en el que se desarrolla *Salty*, la estrategia comienza al tener una comprensión clara de la identidad de la marca y al trabajar en la construcción de un estilo visual y narrativo consistente con dicha identidad.

La aspiración de que la identidad de marca resulte coherente, reconocible, entendible y creíble posiciona a la empresa en el mismo nivel que las empresas líderes en branding.

El análisis sobre quién es *Salty* y qué objetivos quiere alcanzar conduce a la definición de los aspectos esenciales que debe transmitir su identidad como empresa. Una marca de éxito es aquella que ha logrado que se la identifique claramente con los aspectos esenciales de su actividad, filosofía, valores, actitud y estilo.

La prioridad es que la marca sea fácilmente reconocible, y para lograrlo, aunque los elementos visuales son lo más importante aquí, para la consultora, la forma de comunicar también juega un papel esencial. Independientemente de que la marca sea visible, se han proyectado todo un conjunto de elementos circundantes asociados a su estilo visual y narrativo, con la intención de ser identificables al instante.

La valoración de la sencillez como una cualidad deseable en teorías y modelos es uno de los enfoques donde se centra la consultora, ya que sugiere elegancia y eficacia en la explicación de fenómenos complejos. Esta búsqueda de la sencillez promueve la eficiencia y la accesibilidad en la comunicación de conocimientos y la resolución de problemas. El resultado de esta reflexión y asimilación por parte de la firma, junto con su creatividad y capacidad de síntesis, se traduce en la habilidad para despejar lo superfluo y formular mensajes adecuados. Cuanto más simples, claros y directos son tanto la imagen como la comunicación de *Salty*, mejor entendimiento y conexión con sus potenciales clientes o usuarios.

### 6.2 Marcas referentes y marcas inspiradoras

La investigación de otras marcas ha sido fundamental para identificar la singularidad de la propuesta de *Salty*, la cual se distingue por su enfoque innovador y su conexión con la

artesanía y el entorno específico de la isla. Su estrategia de comercialización y las limitaciones inherentes a la obtención de ciertos materiales son elementos clave que delimitan su identidad. Estas limitaciones no solo representan retos, sino también oportunidades; al trabajar dentro de ciertos límites, *Salty* desarrolla una profunda comprensión de su ubicación y de los recursos disponibles. Esta conciencia contextual no solo impulsa su actividad comercial, sino que también moldea un estilo de vida que evoluciona junto con la empresa.

Este análisis exhaustivo del mercado con el objetivo de comprender el contexto en el que se desenvuelve la firma sirve como estudio para la estrategia. Este análisis ha sido crucial para desarrollar una estrategia que permita diferenciarse y obtener una visibilidad óptima de los valores propios de *Salty*. Gracias al conocimiento de las limitaciones inherentes a la actividad empresarial de *Salty* y a una visión honesta, la consultora de diseño puede ajustar su enfoque de manera precisa.

En el proceso de creación de la identidad, la consideración y análisis tanto de las marcas referentes como de las marcas inspiradoras proporciona una perspectiva donde comparar los elementos diferenciadores y similitudes con el fin de alcanzar unos valores y aspiraciones similares en la firma. Este análisis guía la estrategia a seguir gracias al estudio de campo. Las marcas referentes, como *Honext*<sup>3</sup>, una empresa con sede en Barcelona que fabrica tableros reciclables no tóxicos mediante el reciclaje de fibras industriales en un material de construcción saludable y sostenible, *Apical*<sup>4</sup>, que destaca por su diseño sensible, fabricación ética y producción contemporánea, artesanal y local, y Álvaro Aramburu Artesano<sup>5</sup>, un artesano que trabaja en madera y reside en la zona rural del oeste de Suecia por los recursos materiales excepcionales, sirven como ejemplos de empresas con valores marcados que abogan por la sostenibilidad, aspecto que cuadra con el concepto de *Salty*. También se estudian marcas como *Benchmark*<sup>6</sup>, cuyo compromiso con el uso de materiales sostenibles y prácticas laborales éticas sirve de referencia para *Salty*.

Por otro lado, las marcas inspiradoras, como *Deus ex Machina*<sup>7</sup>, conocida por su filosofía de vida relacionada con el surf que conecta directamente con la práctica de este deporte en La Oliva, el estudio *Mesura*<sup>8</sup>, cuyo proceso de trabajo se basa en una forma de pensar transdisciplinar que busca puntos de conexión entre los distintos campos en los que trabajan, y *Patagonia*<sup>9</sup>, una marca comprometida con la defensa de los espacios naturales y la promoción de la energía de propiedad comunitaria, proporcionan un ideal aspiracional para *Salty*. Estas marcas comparten atributos con *Salty* y se consideran modelos a seguir en términos de filosofía de vida, metodología de trabajo y compromiso con el medio ambiente.

La integración de marcas referentes y marcas inspiradoras en el análisis estratégico de *Narita* permite al estudio abordar aspectos intangibles e inspirarse en un amplio universo de marcas afines que promueven valores similares a los de *Salty*. Aunque *Salty* no comparta el mismo modelo de negocio que una marca de equipamiento, los valores impulsados por esta última pueden servir como fuente de inspiración para la firma, permitiendo así el desarrollo de su actividad y la implementación de una filosofía coherente en su negocio. Este enfoque estratégico permite a *Narita* explorar más allá de los límites de su propio sector y aprovechar el conocimiento y las mejores prácticas de otras industrias afines. Al integrar tanto marcas referentes como marcas inspiradoras en su análisis, el estudio puede

identificar patrones y tendencias que trascienden las fronteras sectoriales, permitiendo una visión más holística y enriquecedora del mercado y del entorno empresarial de *Salty*. Además, al tomar como referencia a marcas que comparten valores similares, *Salty* puede identificar oportunidades de colaboración y alianzas estratégicas que refuercen su posición en el mercado y le permitan crecer de manera sostenible y coherente con su identidad y su visión empresarial.

## 7. Diseño

### 7.1 Logotipo y símbolo

La construcción del logotipo (Ver figura 2) implica un proceso de indagación en aspectos no tan evidentes, que supera la mera elección tipográfica influenciada por tendencias estéticas. Este enfoque se fundamenta en una metodología de investigación rigurosa, que abarca diversas facetas del contexto

Los detalles connotativos integrados en la tipografía de *Salty* no solo aportan distintividad a su identidad visual, sino que también establecen un vínculo visual con la actividad en la que la compañía se desenvuelve. La selección de esta tipografía va más allá de lo meramente estético; se ha realizado con precisión para reflejar la imagen y el posicionamiento de *Salty* en el mercado. De esta manera, la tipografía comunica de manera efectiva los valores del gremio.

Para este proyecto el estudio ha trabajado en colaboración con David López, Doctor en Bellas Artes, Tipógrafo y profesor de la Universidad de Granada, que ha realizado un estudio analítico de la forma para preservar la legibilidad y la coherencia compositiva del logotipo (Ver figura 3).

El tipógrafo David López asesora la selección tipográfica y aplica meticulosas modulaciones para convertirla en un modelo único cargado de significado:

*La propuesta se basa en un modelo geométrico compacto, ligeramente condensado y con los rasgos suavizados. El contraste entre elementos axiales y oblicuos es interesante y coherente. Ofrece aspectos connotativos singulares como la forma de la “A” que remite a una forma de mobiliario o la singular forma de la “S” que remite a una herramienta*

Adicionalmente a la construcción del logotipo, encontramos la creación de un símbolo diseñado por *Narita* para *Salty* (Ver figura 4). Este símbolo se centra en encapsular la esencia de la marca de manera sintética y autónoma respecto al texto. La letra capitular se convierte en el emblema distintivo, añadiendo una capa adicional de significado y profundidad a la identidad visual.

La síntesis del logo en un símbolo con la letra capitular no solo genera un objeto simétrico y dinámico, sino que también añade matices abstractos que enriquecen la expresión

visual de la marca. Esta combinación de elementos visuales permite una identificación instantánea y memorable de *Salty*, reforzando su presencia y reconocimiento en diversos contextos.

El símbolo ha sido construido bajo características técnicas específicas que permiten su implementación sobre madera, lo que facilita su integración con el entorno natural de *Salty*. Esta adaptabilidad del símbolo a diferentes medios y superficies contribuye a que la identidad de la marca se fusione de manera íntegra con su entorno, constatando su compromiso con la sostenibilidad.



3



2



4

**Figura 2.** Logotipo Salty

**Figura 3.** Estudio analítico de la forma tipográfica realizado por David López.

**Figura 4.** Símbolo de Salty.

Fuente: Narita Estudio.

## 7.2 Gama cromática

La importancia de generar una paleta cromática con un sentido definido ha sido uno de los enfoques clave en el proceso creativo. Inspirándose en el paisaje de La Oliva (Ver figura 5), *Narita* ha trabajado meticulosamente para crear una paleta de colores que no solo otorgue contexto y atmósfera a la comunicación visual de la marca, sino que también establezca una conexión emocional con su audiencia.

El reconocimiento del color como código esencial en la comunicación visual, capaz de generar empatía cultural con los receptores del mensaje impulsa una investigación exhaustiva sobre las convenciones culturales y las asociaciones simbólicas de los colores, asegurándose de que la selección cromática se alinee con los valores y las expectativas del público objetivo de *Salty*.

Además, la consultora ha trabajado en estrecha colaboración con el equipo de *Salty* para comprender la esencia única de la marca y traducirla en elementos visuales coherentes y significativos. Esta colaboración permite una integración fluida de la gama cromática en todos los aspectos de la comunicación visual de *Salty*, desde el logotipo hasta la aplicación de esta en todo el universo de la marca.

## 7.3 Iconografía y layouts

Los iconos de *Salty* han sido cuidadosamente diseñados para enriquecer el universo de la marca, tomando como referencia elementos arquitectónicos relevantes y paisajes característicos de Fuerteventura. En este proceso, *Narita*, se adentra en el análisis de la semántica y la semiótica para garantizar un enfoque investigativo riguroso y significativo.

Desde los Molinos de Villaverde en La Oliva hasta los aeromotores que adornan el paisaje, pasando por la piedra volcánica y la exuberante flora que se extiende por toda la isla, incluyendo palmeras, *tuneras* y *piteras*, cada icono ha sido seleccionado con el objetivo de representar la identidad cultural y natural de Fuerteventura.

La comprensión del significado de los elementos utilizados en los iconos requiere un estudio de la semántica. En este caso, los molinos, los aeromotores, la piedra volcánica y la flora natural tienen un profundo significado cultural y geográfico en la isla. Representan la historia, la geografía y la vida cotidiana de sus habitantes, lo que les otorga una carga simbólica importante.

La consultora recurre a la investigación de la semiótica y al estudio de los signos y símbolos, y cómo se utilizan para comunicar significados. En el diseño de los iconos de *Salty*, se emplean signos abstractos que evocan los elementos naturales y arquitectónicos mencionados (Ver figura 6). Estos signos no sólo comunican visualmente la esencia de la marca, sino que también generan asociaciones con la cultura y el paisaje de Fuerteventura.

Los iconos, siendo irregulares y abstractos, se utilizan estratégicamente en los *layouts* para generar variaciones de color y textura, lo que añade una riqueza gráfica identitaria. Más allá de su función estética, estos iconos buscan enriquecer la experiencia del espectador, evocando emociones y recuerdos asociados con la identidad cultural y natural de la isla.



**Figura 5.** Paisaje de La Oliva, Fuerteventura. Fuente: Salty



**Figura 6.** Fotografía de flora en Fuerteventura. Fuente: Freepik.com - Síntesis de una pitera y composición con logotipo. Fuente: Narita Estudio

## 8. La importancia de los códigos visuales

Los códigos visuales no existen en un vacío; están intrínsecamente vinculados con la cultura. Esta relación entre códigos y cultura moldea la percepción del mensaje visual, estableciendo conexiones trascendentales entre el diseño gráfico y las distintas disciplinas. Al entender esta relación, la consultora ha sido capaz de crear un mensaje visualmente significativo que se integra en la cultura visual del momento.

Los códigos sociales en diseño gráfico son fundamentales para establecer conexiones significativas con la audiencia, y *Narita* lo reconoce. Estos códigos se basan en convenciones culturales y sociales fácilmente reconocibles, como colores específicos, símbolos con un trasfondo cultural y gestos visuales. Al aprovechar estos códigos, *Narita* ha logrado crear contenido alineado con la identidad y el espacio que la firma habita.

El entendimiento de los códigos visuales no sólo como vehículos estéticos, sino también portadores de significado cultural y social es fundamental para interpretar adecuadamente la comunicación visual en diversos contextos. Los códigos visuales, como lengua universal del diseño gráfico, permiten que los mensajes trasciendan barreras y conecten con el público. Al comprender y aplicar estos códigos visuales en el desarrollo de la identidad, *Narita* ha logrado transformar lo visual en una efectiva forma de comunicación respaldado por una estrategia con base metodológica.

## 9. Aporte de *Narita* a la investigación

El aporte de la investigación realizada por *Narita* aborda el diseño y la comunicación con el objetivo de comprender mejor cómo la artesanía y la arquitectura pueden fusionarse de manera eficiente en la sociedad contemporánea. La identidad corporativa y su plan estratégico surge como un puente entre la artesanía tradicional y las nuevas narrativas arquitectónicas, demostrando que el diseño desempeña un papel vital en la preservación cultural y la transición hacia prácticas más sostenibles en la construcción. La consultora estratégica, al elevar las expectativas y la visión de la empresa, busca que el equipo interiorice una filosofía común y proyecte una imagen acorde con la calidad de su producto. El conocimiento del potencial valor por parte de *Narita* facilita el reposicionamiento de la empresa, resaltando sus elementos clave y permitiendo una mejor comprensión externa de *Salty* y sus valores definidos en el mercado.

En última instancia, es crucial reconocer que *Salty* es un proyecto en desarrollo continuo. En este análisis, se ha explorado y expuesto el enfoque y abordaje de la marca, aprovechando estrategias previamente consolidadas por *Narita* en colaboración con otras marcas. Este proceso de análisis y adaptación constante es fundamental para garantizar que *Salty* evolucione de manera acorde con sus valores y objetivos, manteniendo su relevancia en un mercado dinámico y en constante cambio. Con un compromiso firme con la sostenibilidad, la innovación y la excelencia en el diseño, la firma está preparada para seguir desarrollando su actividad en el ámbito de la arquitectura y el diseño.

## Notas

1. Narita | Consultoría estratégica en diseño y branding. (Consultado el 8/2/2024). <https://narita.es>
2. *Salty.es* (Consultado el 10/2/2024). <https://salty.es/inspiration>
3. Honext® - Materiales circulares para el sector de la construcción (Consultado el 10/2/2024). <https://honextmaterial.com/es/>
4. Mobilier Design | France». *Apical Studio* (Consultado el 10/2/2024). <https://www.apicalstudio.fr>.

5. Aramburu, Alvaro —*Furniture & crafted objects* -. (s. f.) (Consultado el 14 de marzo de 2024). <https://www.alvaro-aramburu.com>
6. *Benchmark US*. (Consultado el 10/2/2024). <https://us.benchmarkfurniture.com/>
7. *Deus Ex Machina*. (Consultado el 10/2/2024). <https://deuscustoms.eu/>
8. *Mesura*. (Consultado el 10/2/2024). <https://www.mesura.eu/>
9. *Patagonia*. (Consultado el 10/2/2024). <https://eu.patagonia.com/es/en/home/>

## Bibliografía

- Bautista, Laura. “La madera, el hoy y siempre del desarrollo del archipiélago”. *Canarias*. (1970).
- García Postigo, M. G., & Jiménez Aguilar, J. Maskom en el Teatro Soho Caixabank. Un ensayo de retórica visual. *UMÁTICA. Revista sobre Creación y Análisis de la Imagen*, 4. Málaga (2021)
- Rodríguez Martín, J. Á. *Economía y Sociedad en Canarias*. Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias. Dirección General de Ordenación e Innovación Educativa. España (1997)

## Artículos en línea

- Arquitectos mf* | *Fuerteventura—Málaga*. (s. f.). Recuperado 14 de marzo de 2024, de <https://www.arquitectosmf.com/>
- Canaria, L. B. / L. P. de G. (1970, enero 1). *La madera, el hoy y siempre del desarrollo del archipiélago*. *Canarias7*. <https://www.canarias7.es/canarias/la-madera-el-hoy-y-siempre-del-desarrollo-del-archipelago-YY6919357>
- Deus ex Machina Europe*. (s. f.). *Deus Ex Machina Europe*. Recuperado 14 de marzo de 2024. <https://deuscustoms.eu/>
- El pino canario*. (s. f.). Recuperado 14 de marzo de 2024 [https://www.rinconesdelatlantico.com/num4/18\\_pinocanario.html](https://www.rinconesdelatlantico.com/num4/18_pinocanario.html)
- Geografía canaria*. (s. f.). Recuperado 14 de marzo de 2024 [https://www3.gobiernodecanarias.org/sanidad/scs/scs/1/plansalud/psc02/psc02\\_11.htm](https://www3.gobiernodecanarias.org/sanidad/scs/scs/1/plansalud/psc02/psc02_11.htm)
- Gobierno de Canarias (Consultado el 6/2/2024). <https://www3.gobiernodecanarias.org/noticias/industria-y-comercio-inicia-una-campana-de-impulso-de-la-artesania-canaria-con-vistas-al-turismo-y-la-formacion/>
- Industria y Comercio inicia una campaña de impulso de la ar...* (s. f.). Recuperado 14 de marzo de 2024 <https://www3.gobiernodecanarias.org/noticias/industria-y-comercio-inicia-una-campana-de-impulso-de-la-artesania-canaria-con-vistas-al-turismo-y-la-formacion/>
- Molinos de Villaverde » guía de Fuerteventura. . *Fuerteventura Explora*. Recuperado el 19 de mayo de 2022. <https://fuerteventuraexplora.com/la-oliva/molinos-de-villaverde/>
- Redexos*. (s. f.). Recuperado 14 de marzo de 2024 <https://www3.gobiernodecanarias.org/cptss/sostenibilidad/biodiversidad/redexos/app/guide/species/agave-americana>

*Tunera—Cabildo de gran canaria—Portales web cabildo gc.* (s. f.). Cabildo de Gran Canaria. Recuperado 14 de marzo de 2024 <https://cabildo.grancanaria.com/juncalillo/el-medio-vegetacion-tunera>  
Pitera (Consultado el 10/2/2024). <https://www3.gobiernodecanarias.org/cptss/sostenibilidad/biodiversidad/redexos/app/guide/species/agave-americana>

---

**Abstract:** This research addresses the design work developed by Narita, a strategic consulting firm. The work promotes a comprehensive connection between wood craftsmanship and contemporary architectural trends under the *Salty* brand. Based on the development of the corporate identity of said company based in the Canary Islands, specialized in the manufacture of wooden elements for architectural projects, the transmission of values such as the preservation of the environment, local culture and commitment to sustainability is proposed. These innovative projects position the brand as a transformative agent, aiming for a deeper understanding of how craftsmanship and architecture can harmoniously converge in today's context.

**Keywords:** sustainability - architecture - crafts - wood - culture - aesthetics - art - identity - communication

**Resumo:** Esta pesquisa aborda o trabalho de design desenvolvido pela *Narita*, uma empresa de consultoria estratégica, que promove uma conexão integral entre o artesanato em madeira e as tendências contemporâneas da arquitetura sob a marca *Salty*. A partir do desenvolvimento da identidade corporativa desta empresa sediada nas Ilhas Canárias, especializada na fabricação de elementos de madeira para projetos arquitetônicos, propõe-se a transmissão de valores como a preservação do ambiente, a cultura local e o compromisso com a sustentabilidade. Estes projetos inovadores posicionam a marca como um agente transformador, visando uma compreensão mais profunda de como o artesanato e a arquitetura podem convergir harmoniosamente no contexto contemporâneo.

**Palavras-chave:** sustentabilidade - arquitetura - artesanato - madeira - cultura - estética - arte - identidade - comunicação

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

---