

870131
13
2g

SEÑALAMIENTOS PARA EL MERCADO

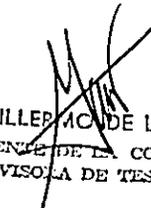
18 DE MARZO

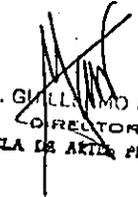
TESIS PROFESIONAL QUE PARA OBTENER
EL TITULO DE LICENCIADO EN DISEÑO
GRAFICO PRESENTA

**MARIA GUADALUPE
OSEGUERA BARRAGAN**

ESCUELA DE ARTES PLASTICAS
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD
NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
GUADALAJARA, JALISCO JUNIO DE 1989


ARQ. GUILLERMO DE LA TORRE
PRESIDENTE DE LA COMISION
REVISORA DE TESIS


ARQ. y Ma. GUILLERMO DE LA TORRE
DIRECTOR
ESCUELA DE ARTES PLASTICAS

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN





UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

| | PAGINA |
|---------------------------------------|--------|
| INTRODUCCION | 4 |
| I. LOS REYES | 6 |
| a) SITUACION GEOGRAFICA | 7 |
| b) ANTECEDENTES HISTORICOS | 9 |
| c) IMPORTANCIA | 11 |
| d) ECONOMIA | 13 |
| II. EL MERCADO 10 DE MARZO | 15 |
| a) ANTECEDENTES HISTORICOS | 16 |
| b) IMPORTANCIA | 19 |
| c) ORGANIZACION | 21 |
| d) CLASIFICACION DE LOS COMERCIOS. | 24 |
| e) PUBLICO DEL MERCADO | 26 |
| III. ELEMENTOS DE DISEÑO | 28 |
| a) TIPOGRAFIA | 29 |
| b) COLOR | 32 |
| c) FORMA | 37 |
| d) IMAGEN | 42 |
| . REPRESENTACIONAL | 42 |
| . FOTOGRAFIA | 43 |

| | |
|---|----|
| . ILUSTRACION | 44 |
| . ABSTRACCION | 45 |
| . ESTILIZACION | 45 |
| . SIMBOLICO | 46 |
| . SIMBOLO | 46 |
| . SIGNO | 48 |
| IV. SISTEMA DE SEÑALAMIENTOS | 49 |
| a) SEÑAL | 50 |
| b) SEÑALAMIENTO | 51 |
| c) RELACION DE LOS SEÑALAMIENTOS. | 55 |
| d) CRITERIOS DE LEGIBILIDAD. Percepción | 56 |
| e) MEDIDAS-MATERIAL | 60 |
| V. PROCESO DE DISEÑO | 64 |
| a) ASPECTOS SEMIOTICOS | 65 |
| 1) SEMANTICA | 65 |
| 2) SINTACTICA | 66 |
| 3) PRAGMATICA | 66 |
| b) BOCETO | 67 |
| c) RETICULA Y MATRIZ GEOMETRICA. | 69 |
| d) POSITIVO Y NEGATIVO. | 70 |

| | PAGINA |
|---------------------------------------|--------|
| e) ORIGINAL | 71 |
| f) COLOR | 72 |
| VI PROPUESTA DE DISEÑO | 73 |
| a) FERRETERIA | 76 |
| b) CARNE | 78 |
| c) COMIDA. | 80 |
| d) DULCES | 82 |
| e) FRUTAS Y VERDURAS | 84 |
| f) POLLERIA | 86 |
| g) SANITARIOS | 88 |
| h) ARTESANIAS | 90 |
| i) CREMERIA | 92 |
| j) FLORES | 94 |
| k) ALFABETIZACION GRAFICO VISUAL | 96 |
| l) UBICACION DE SERALAMIENTOS(MAPA) | 98 |
| CONCLUSION | 109 |
| BIBLIOGRAFIA. | 110 |

INTRODUCCION

Los sistemas de signos gráficos -- sirven de guía visual a cualquier tipo de persona, ya que constituyen uno de los elementos más dominantes en el medio ambiente.

El objetivo a seguir es asegurar la legibilidad de los gráficos para que sirvan de ayuda en el proceso de aprendizaje para leer símbolos; proveer una flexibilidad que permita responder adecuadamente a los problemas que se presenten como:

La velocidad en que el lector puede captar el mensaje es muy corta, por lo cual la información no debe de ser larga, el lenguaje local es incomprensible para muchos usuarios.

Para el buen desarrollo y aplicación de un vocabulario establecido, es útil el uso de una retícula constante - como base para el acomodo del símbolo - para asegurar un orden en la legibilidad y reconocimiento de los símbolos, - es importante que la captación visual - de los elementos sea constante. Dentro de un sistema de símbolos debe conservarse la unidad en el tamaño de lo contrario resultaría difícil no solo para los usuarios, también para los diseñadores experimentados donde reconocen que los mismos elementos visuales funcionan en forma distinta en los diferentes ambientes.

Tomando en cuenta lo anterior, se diseñó las señalizaciones para el mercado 18 de marzo de la ciudad de los Reyes Michoacán, como un proyecto integral de un sistema gráfico que estoy segura será muy útil, ya que dicho lugar no cuenta actualmente con ningún sistema de comunicación que facilite a los usuarios la localización de sus instalaciones.

I LOS REYES

A) SITUACION GEOGRAFICA

La ciudad de Los Reyes se encuentra a 1280 m. sobre el nivel del mar, y ocupa un área de 723.65 km.²

Ubicado en el estado de Michoacán cercana a los límites con el estado de Jalisco. Su fuente principal de ingresos es la agricultura.

Comprende gran parte de sierra, de donde se exportan sus maderas, su clima es templado y en verano es caluroso.

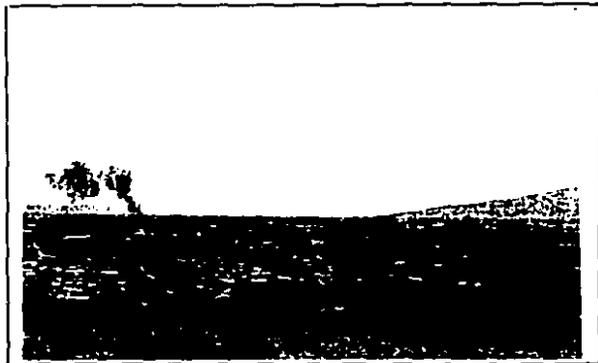


La ciudad de Los Reyes a lo lejos se ve rodeada por montañas de color esmeralda, (por lo que se le llama el valle esmeralda).

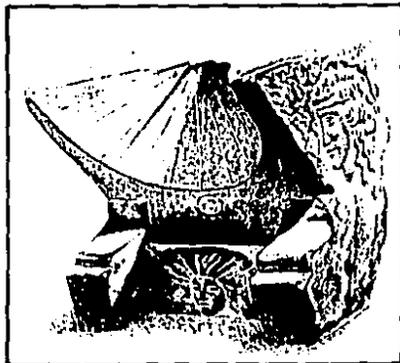
Es atravesada por dos ríos, uno de ellos, el río Los Reyes, divide por la mitad a la ciudad, y el río Agua Blanca pasa por uno de sus extremos.



También cuenta con dos ingenios de azúcar de caña, los cuales se encuentran ubicados en extremos opuestos de la ciudad. Uno de ellos se llama Santa Clara y el otro San Sebastián.



B) ANTECEDENTES HISTORICOS



Los Reyes se creó por petición - de Fray Francisco de Abóitiz, formuló - el proyecto de fundación Don Antonio Espino de Figueroa, juez de la congregación y corregidor, mandándolo a Don - - Luis de Velazco, virrey de la Nueva España el 12 de mayo de 1594, a partir -- del 25 de mayo de 1594, se procedió a - trazar el pueblo. Conforme a las leyes de Indias, se debía señalar los lugares donde se construiría Iglesia, Plaza, Casa de la comunidad, el trazo de calles y manzanas, también se señalaba la entrada y salida, las tierras de labrar, aguas y monte.

Finalmente se promovió entre los habitantes la elección de dos alcaldes y dos regidores nativos que durarían un año en el cargo.

La orden Franciscana impuso a la población el nombre de LOS SANTOS REYES o LOS TRES REYES, ya que en los primeros años así se le llamaba, con los dos nombres.

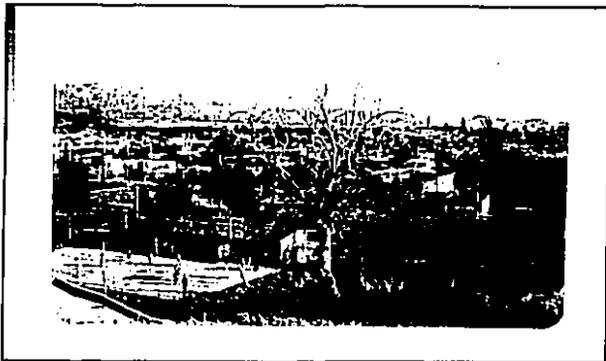


Los Reyes, por su importancia económica y demográfica, se convirtió en el año de 1873 en el principal centro urbano del valle y alrededor de la meseta tarasca.



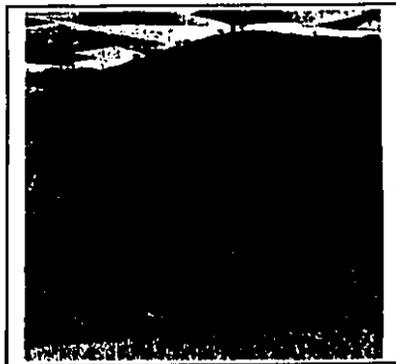
C) IMPORTANCIA

La mayor parte de sus calles se encuentran pavimentadas hay infinidad de tiendas, dos mercados, hoteles, restaurantes, una plaza enorme, farmacias, oficinas municipales, el templo principal es de estilo churrigueresco, y además hay siete templos de construcción más reciente.



Su población es en su mayoría mexicana, la ciudad de los Reyes en su último censo reporta un número de habitantes de 80 000 con una extensión territorial de 241 hectáreas.

Con respecto al resto de ciudades del estado, ocupa el sexto lugar en importancia, debido a la producción de caña que abastece a los dos ingenios azucareros, también a la producción de aguacate, que se exporta al extranjero y distribuye por toda la república.



D) ECONOMIA

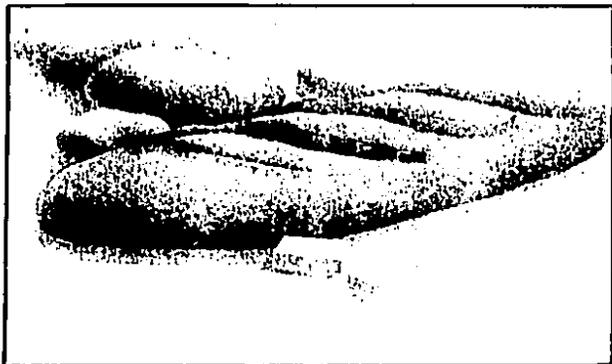
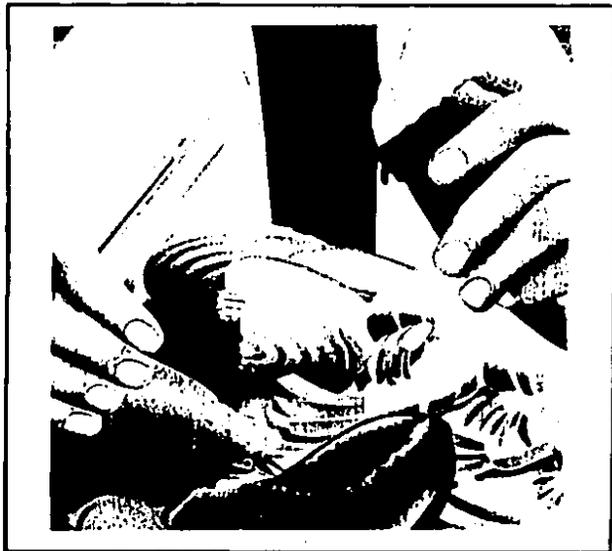
La población de Los Reyes tiene su fuente de ingresos económicos basados en la agricultura, ya que su situación geográfica es satisfactoria para la producción de caña, debido al clima y al tipo de tierra, que es muy fértil para este tipo de recurso alimenticio.



La ciudad se encuentra rodeada por cañaverales, que son las fuentes de producción para los dos ingenios, que son abastecidos durante la zafra que dura desde el mes de diciembre hasta el mes de Junio.

El Ingenio Santa Clara se localiza a la entrada de Los Reyes, llegando por la carretera Zamora-Los Reyes. El Ingenio San Sebastián se encuentra en línea recta, pero al final de la ciudad.

Otro de los recursos de producción de la ciudad es el aguacate, el cual se encuentra en las partes más frías y montañosas, ya que es el clima ideal para este producto, el cual es inmejorable, ya que tiene una calidad de primera, por lo cual es exportada al extranjero además de enviarlo a otras partes de la república.



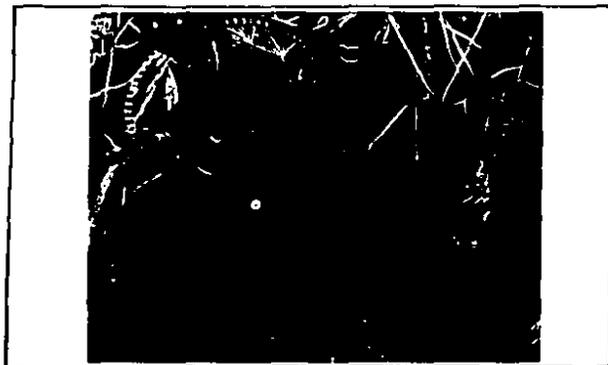
También el comercio representa otro de los recursos económicos de gran importancia para la economía de la ciudad, donde más se realiza esta actividad es en el mercado 18 de marzo ya que es el lugar donde se reúnen la mayoría de los comerciantes para ofrecer sus productos.

II EL MERCADO

18 DE MARZO

A) ANTECEDENTES HISTORICOS

En sus inicios el mercadeo se ha cía sólo los domingos en la plaza municipal, formando una línea recta que llegaba hasta el curato del templo.



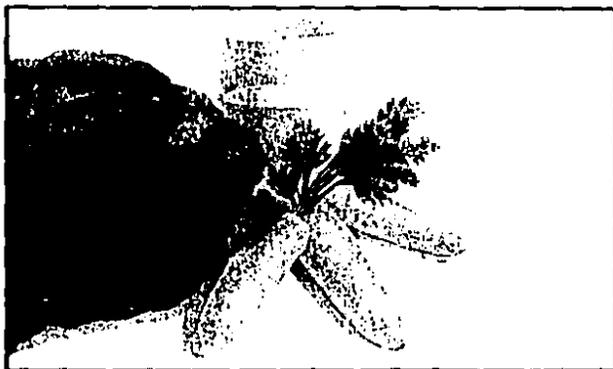
Como la población fue creciendo rápidamente, pronto se tuvo la necesidad de que se construyera un mercado, - donde la gente pudiera ir a abastecerse de lo necesario para su alimentación, - con un lugar ya establecido permanentemente sin tener que esperar hasta el domingo.





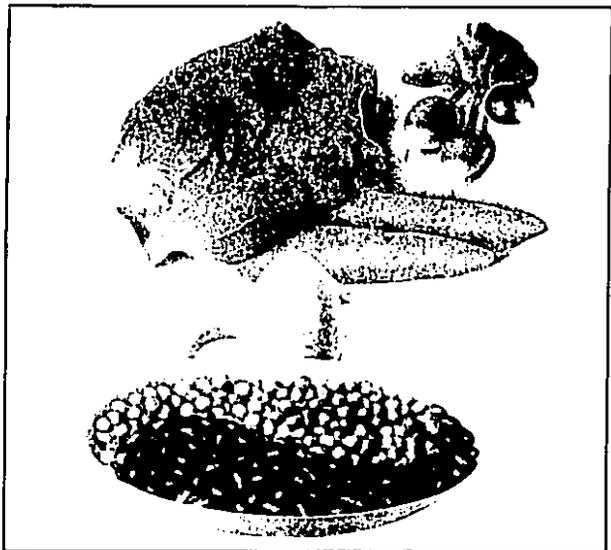
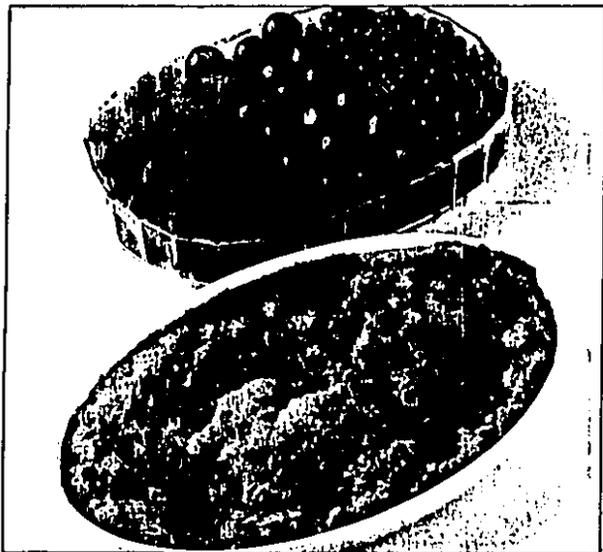
El mercado 18 de marzo tiene dos etapas de construcción, la antigua, que se inauguró en Agosto 4 de 1945, y que se empezó a construir el 5 de Julio de 1944.

Y la nueva ampliación que se -- inauguró el 14 de septiembre de 1986.



La construcción nueva está junto a la primera y se comunican directamente sin necesidad de subir o caminar demasiado, la persona que llega por primera vez al mercado no nota la diferencia fácilmente, la diferencia de una a otra construcción radica en que la parte antigua es un poco más obscura y no tiene pintura nueva.

El mercado se localiza en toda - una cuadra, quedando enfrente el templo a mano derecha la calle Allente Norte, a mano izquierda la calle 5 de Mayo y por la parte de atrás la calle 2 de abril, quedando la nueva ampliación - exactamente encima del río los Reyes.



B) IMPORTANCIA

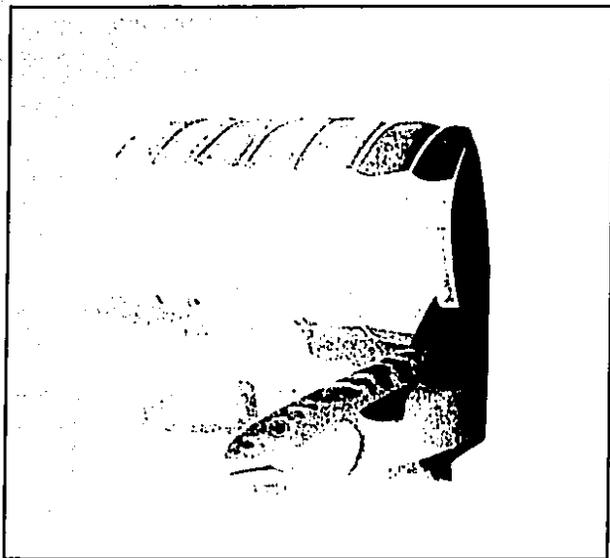
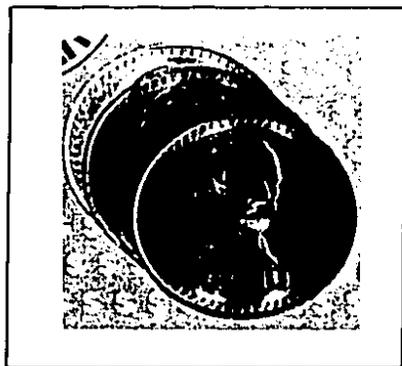


La ciudad actualmente cuenta con dos mercados, el mercado 18 de Marzo -- tiene mayor importancia, ya que es el -- más grande, mejor surtido y se encuentra en el centro de la ciudad. Por lo cual la mayor parte de la gente acude a hacer sus compras en este mercado.



Otros de los aspectos que lo hacen ser el más concurrido de la ciudad, es que tiene buenos precios y que en él pueden encontrar casi todo lo que se de sea en cualquier momento.

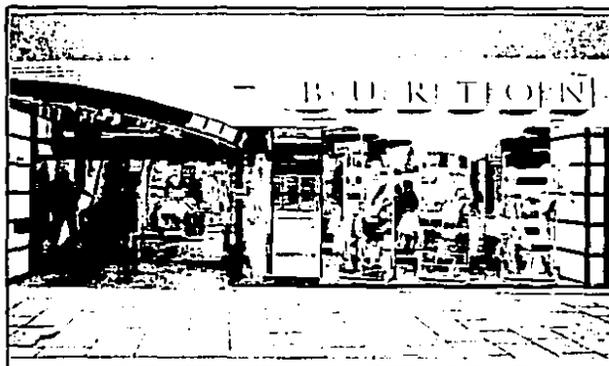
Existen en la ciudad tres Supers pequeños y una Conasupo, pero no reúnen todas las actividades del mercado, por lo cual no representan gran competencia para el mercado.



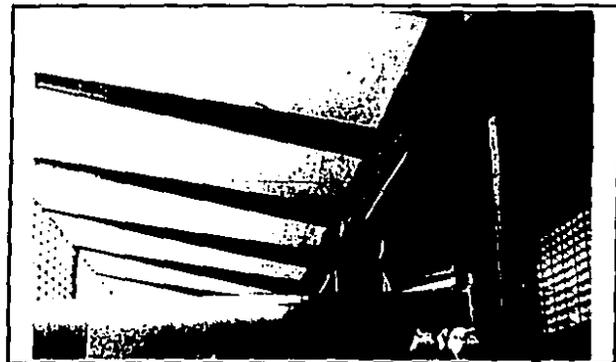
C) ORGANIZACION

El mercado se encuentra organizado por medio de uniones y cada una tiene su propio representante, lo cual regula los precios, y la limpieza del mercado, para dar mejor servicio a la clientela.

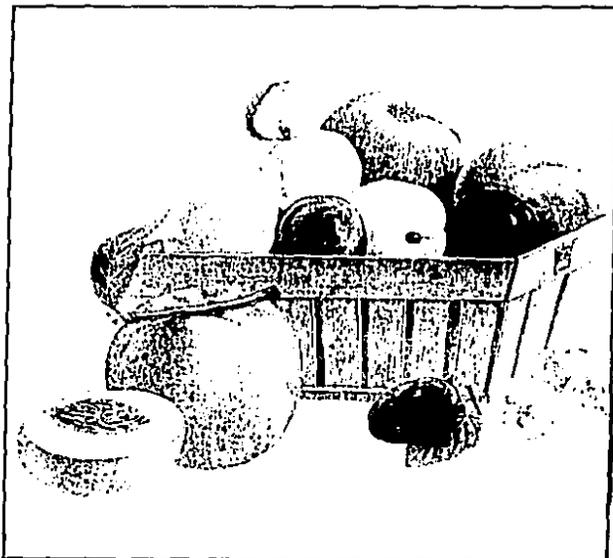
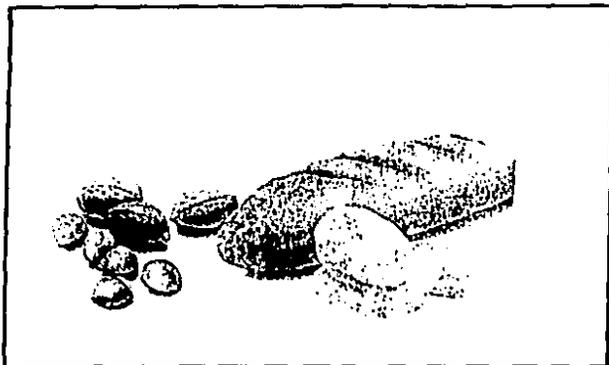
Los puestos son propiedad de los locatarios y tienen que pagar una cuota mensual al municipio.



Todos los puestos localizados en las orillas, tanto en la construcción vieja como en la nueva son de concreto y tienen una altura de 3 m. aproximadamente, y son las que sirven como soporte a las partes más altas.



Toda la construcción antigua es de concreto tanto la parte central como las orillas, su parte central cuenta -- con una altura de 6 m.





La parte central de la nueva -- construcción es de lámina de asbesto y fibra de vidrio, y tiene una altura de 7 m. lo cual permite una mejor iluminación.

Los techos centrales de ambas -- construcciones son de dos aguas, lo -- cual permite que en tiempo de lluvias -- no se encharque el agua y no se mine la construcción.

En el mercado se encuentra una -- buena circulación por los pasillos, ya -- que tienen 2.5 m. de ancho.

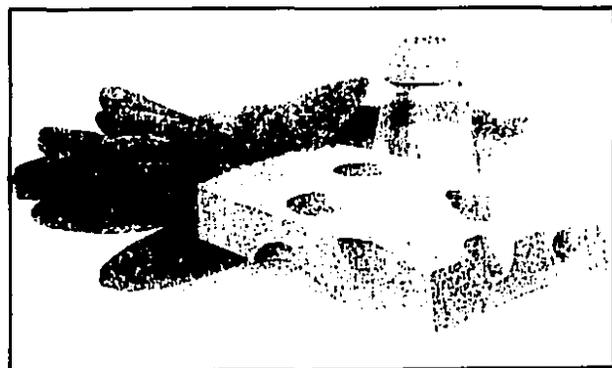
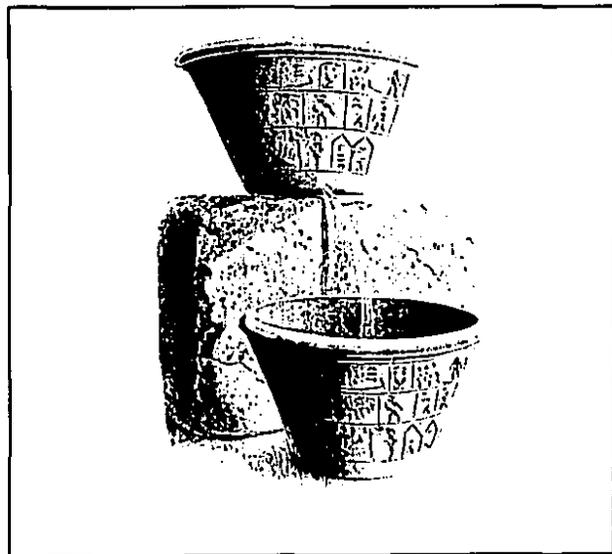


D) CLASIFICACION DE LOS COMERCIOS

| COMERCIOS | VIEJO | NUEVO |
|--------------------------------|-------|-------|
| a) Frutas, verduras y cereales | 6 | 18 |
| b) Carnicerías | 14 | 16 |
| c) Flores | - | 2 |
| d) Abarrotes | 4 | 2 |
| e) Cremerías | 4 | 2 |
| f) Sanitarios | - | 1 |
| g) Plásticos | 3 | - |
| h) Puestos de comida | - | 24 |
| i) Dulcerías | - | 4 |
| j) Estanquillos | 5 | 4 |
| k) Ropa | 1 | 8 |
| l) Zapatos | 3 | 15 |



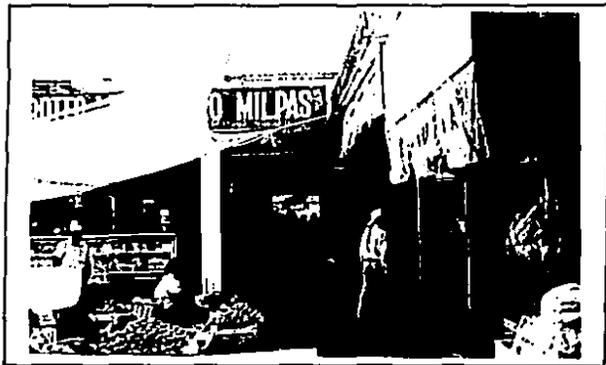
| COMERCIOS | | VIEJO | NUEVO |
|-----------|-----------------|--------|-------|
| m) | Paletterías | 2 | - |
| n) | Pinturas | - | 1 |
| ñ) | Estambres | - | 1 |
| o) | Boneterías | - | 10 |
| p) | Pollerías | 2 | 3 |
| q) | Rosticerías | - | 2 |
| r) | Artesanías | - | 2 |
| s) | Discos y casets | - | 1 |
| t) | Ferretería | - | 1 |
| u) | Joyería | - | 1 |
| v) | Pan | 4 | - |
| w) | Cereales | 2 | - |
| x) | Explanada | varios | |



E) PUBLICO DEL MERCADO

Las personas que asisten al mercado son generalmente las amas de casa o pequeños comerciantes que se surten para vender en sus pueblos o ranchos vecinos de la ciudad.

Las clases sociales que asisten al mercado son de todo tipo ya que es de uso popular.



La competencia existente es suficiente por lo que fue necesario que los locatarios se organizaran para dar los mismos precios en todo el mercado y no crear un desequilibrio en las ventas, - para que unos vendieran más y otros menos. Por tal razón se contempló esta posibilidad y los locatarios decidieron que todos sostuvieran los mismos precios para que así la gente compre donde se le antojase sin tener que pagar de más o de menos.



III ELEMENTOS DE DISEÑO

A) TIPOGRAFIA

"The Boss Works Here"

**STOP
WET-DAMP
BASEMENT
DAMAGE**

**OHIO'S MOST
REPUTABLE
BASEMENT
WATERPROOFERS**

**WET, DAMP
LEAKY**

BASEMENTS

**MADE DRY
PERMANENTLY**

WITHOUT DIGGING



Family in Basement (Continued from Pg. 10) Our only success is water-proofing. Offer us the full amount of your problem along with a Photo (Exterior, Interior, FBI) and exact diagnosis.

WRITTEN GUARANTEE

Reliable Waterproofer are the only BASEMENT WATERPROOFING COMPANY that gives you a written 100% unconditional lifetime Guarantee! We specialize in Hydro-Flu Drainage Systems.

**24-Hour
Phone
Service**

CALL

Serving
All of
Ohio



224-5599

WE PARTICIPATE IN ARBITRATION
FOR BUSINESS AND CUSTOMERS
THRU THE BETTER BUSINESS BUREAU

NAME _____
ADDRESS _____
CITY _____
STATE _____

RELIABLE

BASEMENT WATERPROOFING CO.
2503 S. HIGH ST., COLUMBUS, OHIO 43207

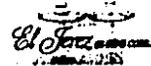
Su función es comunicar o informar, y son los elementos de toda comunicación gráfica más estrechamente ligados con los rasgos generales del diseño.



El Jerez.

Daleo con tu gusto a tu cuerpo.





En la actualidad hay miles de variantes de tipografía; esta abundancia representa un problema de elección para el diseñador, por lo tanto para realizar cualquier trabajo de diseño es necesario elegir la tipografía adecuada a lo que se esta diciendo, por lo tanto, en este caso para realizar señalamientos, es necesario elegir letras fáciles de leer, la letra debe ser legible y compatible con los símbolos y entornos como un complemento.

*ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTU VWXYZ&
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy z*

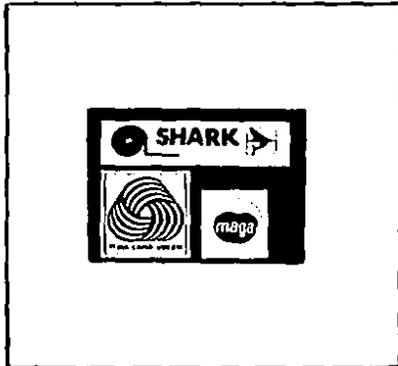
*ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTU VWXYZ&
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy z*

*ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTU VWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy z*

**ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTU VWXYZ&
 abcdefghijklmnopqrstuvwxy z**

ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTU VWXYZ&

ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTU VWXYZ&



La letra blanca sobre fondo oscuro, requiere un mayor espacio entre letra y letra, en comparación con la letra negra sobre fondo blanco.

La distancia entre las letras debe aumentar para conservar la legibilidad, a grandes distancias, el espacio entre las letras debe ser apreciado ópticamente, mejor que una separación mecánica, el uso de letras ascendentes y descendentes ayuda a la legibilidad.

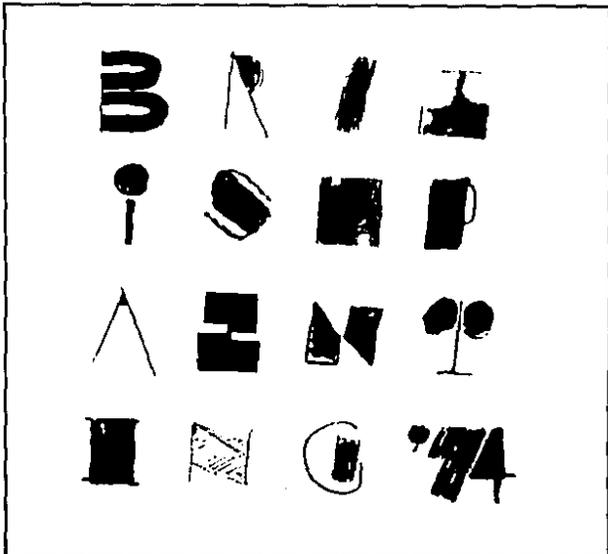
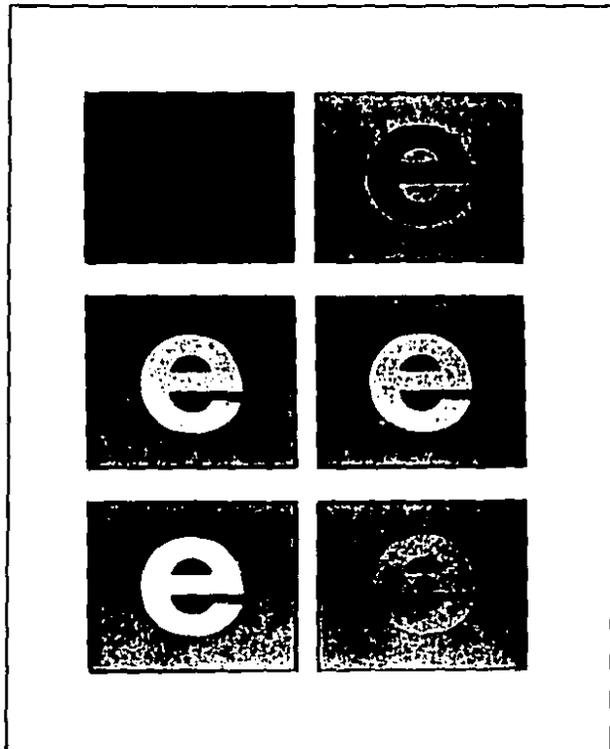


| | |
|---------|------|
| 6 pts. | Type |
| 10 pts. | Type |
| 14 pts. | Type |
| 18 pts. | Type |
| 24 pts. | Type |
| 36 pts. | Type |
| 48 pts. | Type |

B) COLOR

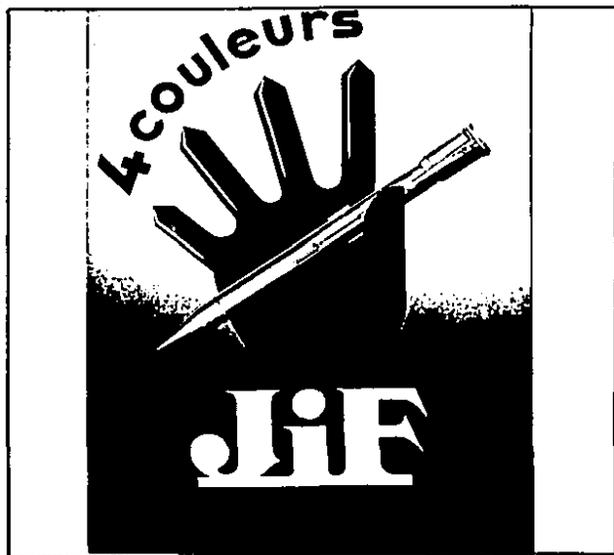
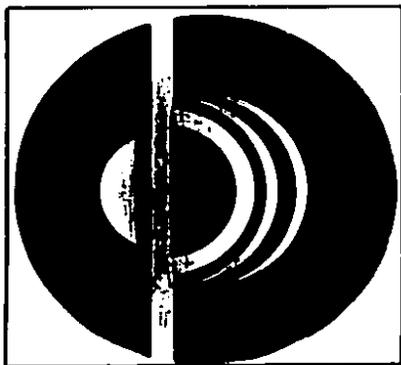
Toda apariencia visual es producida por el color y la claridad, la iluminación y el sombreado es el factor -- más importante para crear las formas -- tridimensionales. las formas se hacen -- visibles sólo por medio de las diferencias de color y la claridad que existe entre tinta y el papel.

Por lo tanto el color resulta de un fenómeno que tiene un efecto tanto psicológico como fisiológico.



LAS FUNCIONES QUE TIENE EL COLOR.

- 1) **ATRACCION VISUAL:** Un objeto tiene atracción visual cuando es claramente visible, cuando exija a la retina y cuando tiene alguna novedad.



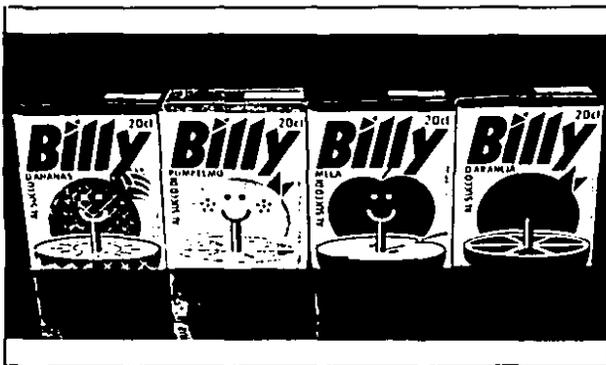
- 2) **ATENCION ACTIVA:**

Cuando inconcientemente se dirige el interés a determinado objeto. El color es el primer indicador de la ubicación del señalamiento, haciéndolo más fácil de reconocer.

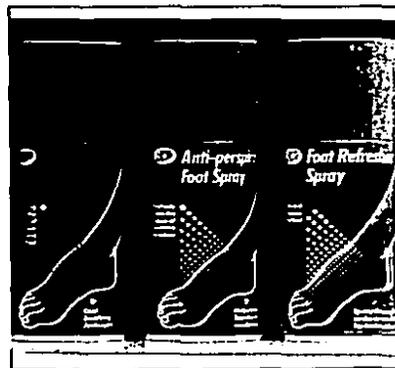
3) ATENCION PASIVA:

Cuando un objeto distrae porque impacta. El color sirve para llamar la atención.

La atención puede ser atraída haciendo uso de contrastes, utilizando colores complementarios o de diferente brillantez o intensidad.

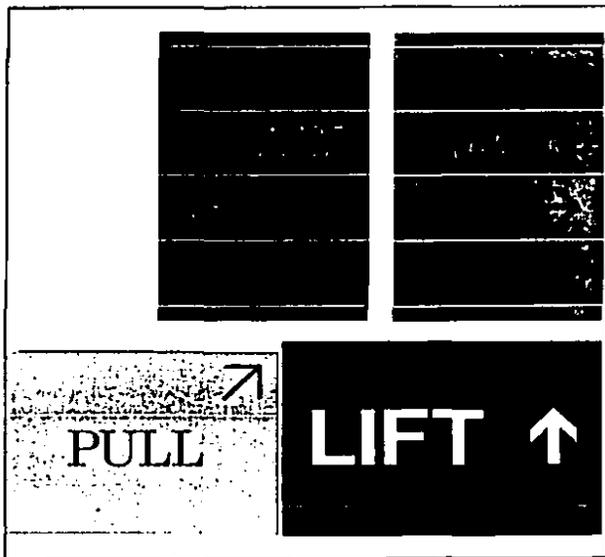
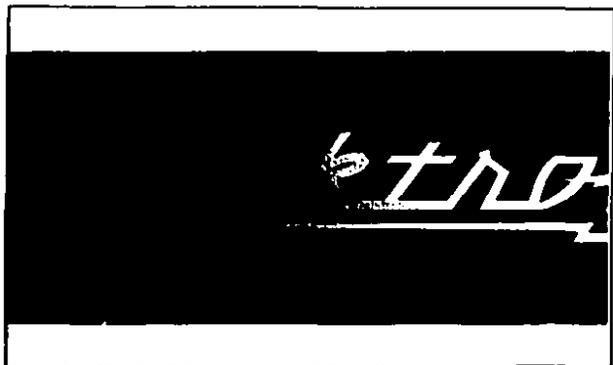


Para una buena legibilidad del símbolo, es necesario que el símbolo y su fondo dependan del color para la facilidad y rapidez de percibirlo.



La legibilidad puede ser afectada por relaciones de color, luz, espacio interno del dibujo y ángulos de visión.

El color puede ser sugestivo, -- puede tener relaciones con el símbolo y objetivo, ya que puede sugerir calor, -- frío, equilibrio, peso, categoría, etc.

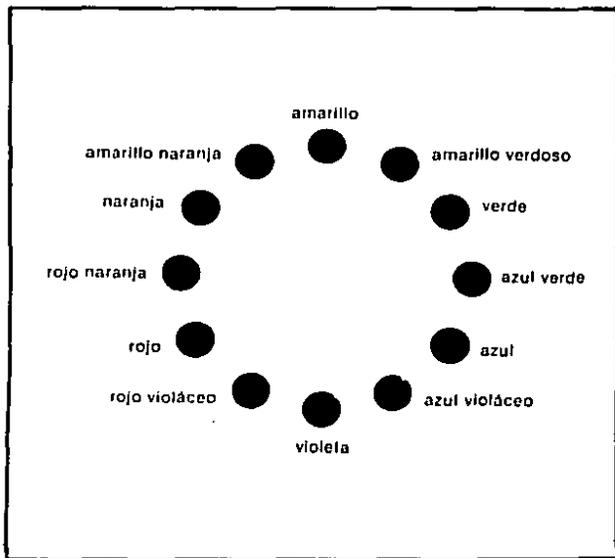
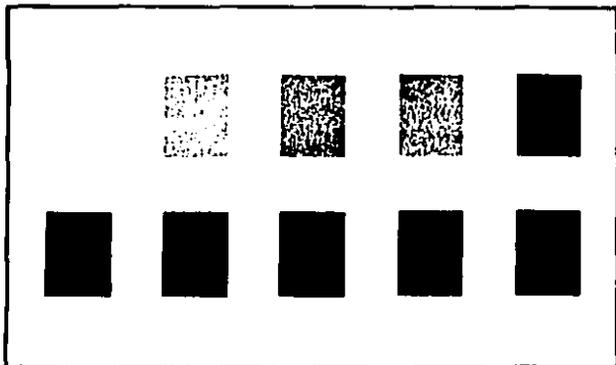
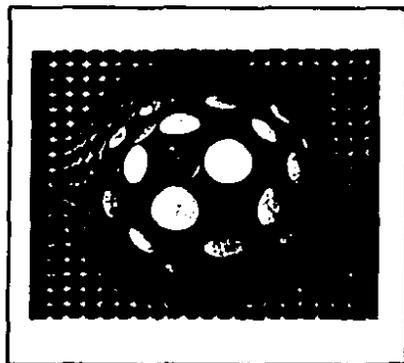


4) VISIBILIDAD

Un color puede verse diferente -- al cambiar el fondo. El color cambia -- dimensiones por ejemplo: El rojo y amarillo, parecen ser más largos que el -- área y pueden aparentar volumen.

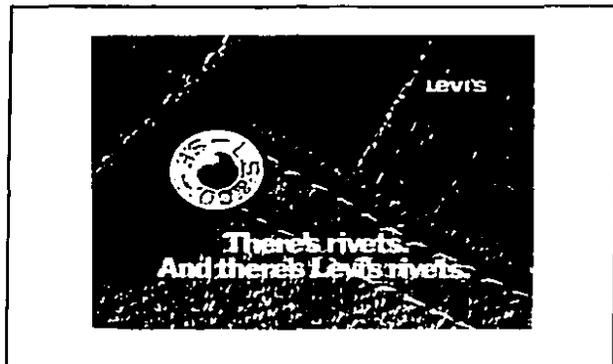
COMBINACION DE COLORES CON MAS VISIBILIDAD, DE MAYOR A MENOR.

- Negro sobre Amarillo
- Verde " Blanco
- Rojo " Blanco
- Azul " Blanco
- Blanco " Azul
- Negro " Blanco
- Amarillo " Negro
- Blanco " Rojo
- Blanco " Verde
- Blanco sobre Negro
- Rojo " Amarillo
- Verde " Rojo
- Negro " Rojo



C) FORMA

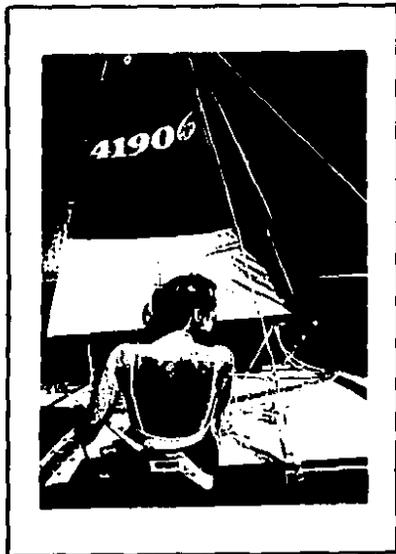
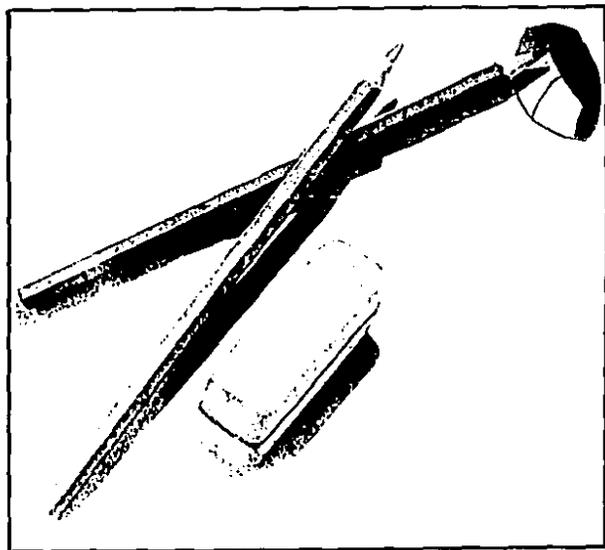
Estructura característica de un cuerpo con unidad de elementos interrelacionados que le identifiquen.



La característica principal de los objetos que son captados por la vista, son los aspectos exteriores de las cosas, lo más importante son los contornos de las masas.



Por lo tanto, las formas deben - de ser tan sencillas como el medio am- biente se lo permite, para que sea más fácil de captar o de percibir.



Las formas, según su organiza- ción se clasifican en:

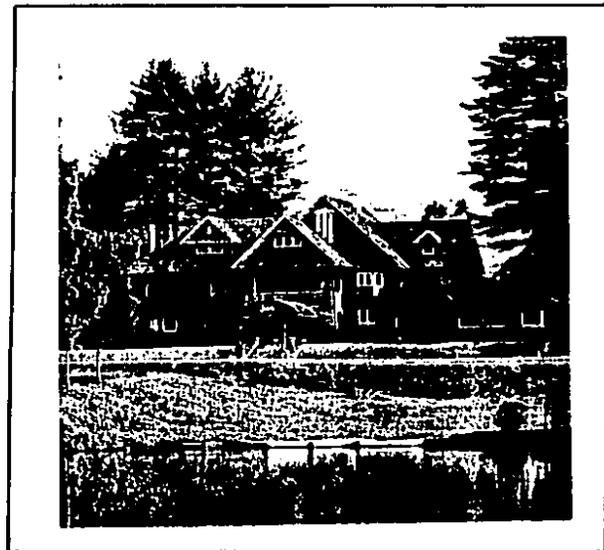
a) Regulares: Se ve un princi- pio de organización, estables y simétri cas.

Dentro de estas se encuentran --
las formas básicas, las cuales son:

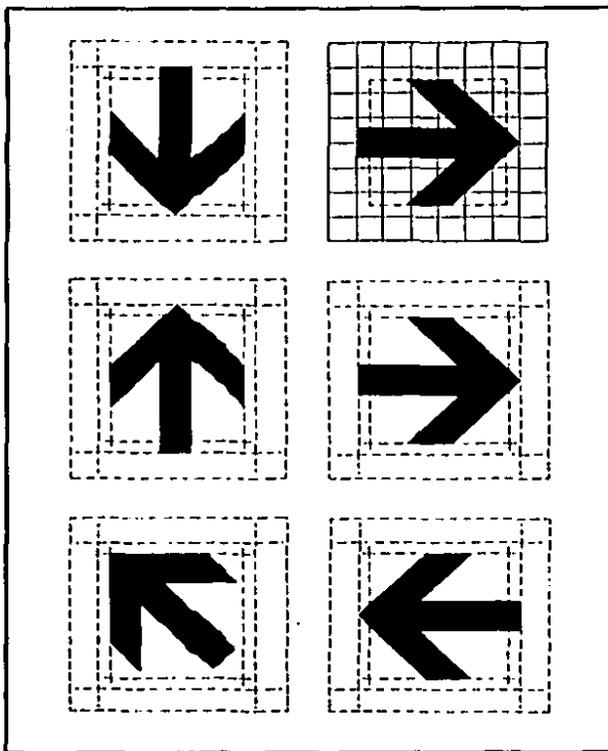
- El Cuadrado: Objeto simbólico que da la sensación de cerrado, sala de estar o ámbito habitacional, sugiere un suelo firme, techo, paredes, cobijo, etc.



- El Triángulo: En ángulos rectos, da la sensación de una habitación, posee algo inquietante; su ruptura angulada evoca el confortante claustro, seguro.



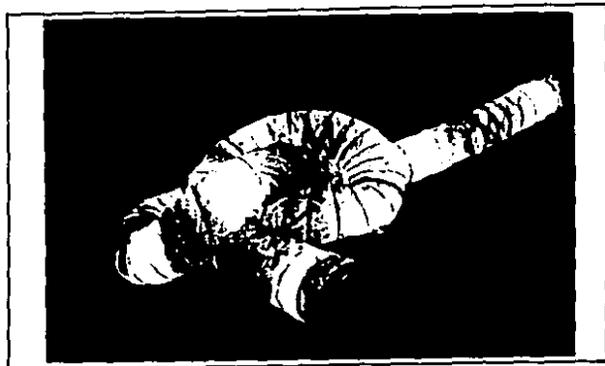
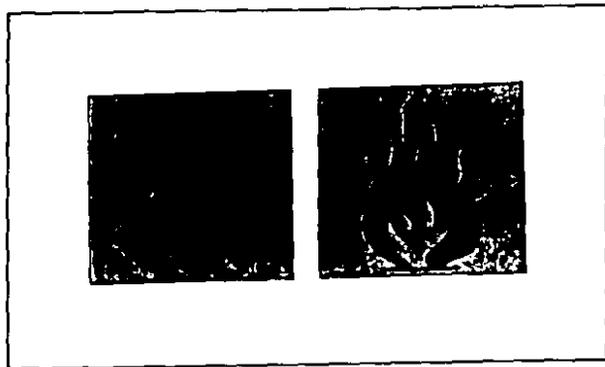
- El Círculo: Movimiento perfecto, dinámico, inestable, impone formas más suaves, más humanas.



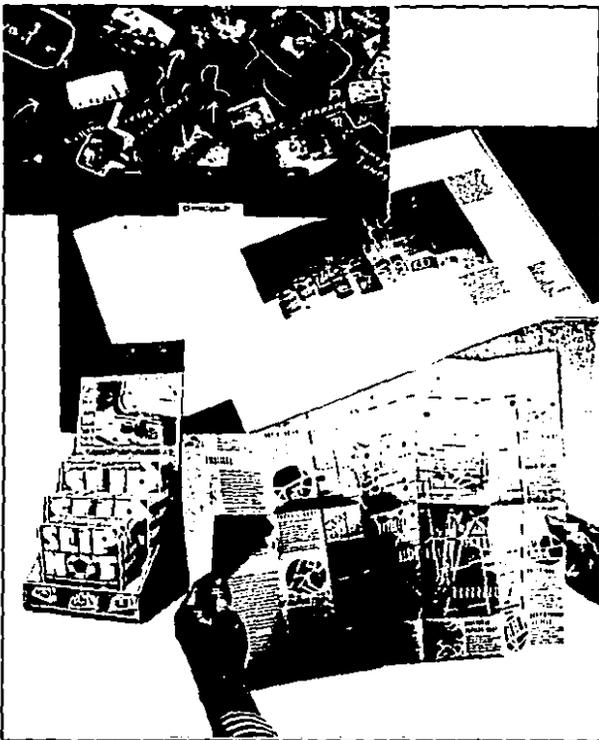
- Flechas: Establecen una relación entre símbolo, letras y flechas, se --
consibe la flecha como colocada den--
tro de un módulo cuadrado, indican --
dirección.

- Cruz: El punto de intersección de -
ambas líneas como una descripción.

b) Irregulares: Son las que --
tienen partes desiguales y no tienen--
relación entre sí.



D) IMAGEN



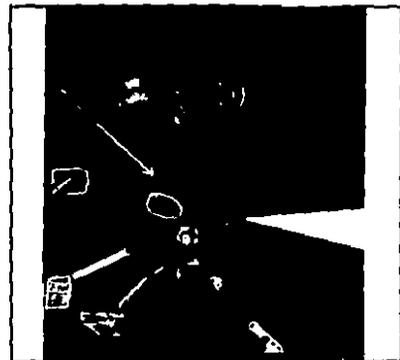
La utilización que se ha hecho - de las imágenes, se ha convertido en un punto activo dentro del proceso económico del mundo, como ejemplo está la cinematografía, prensa, revistas, publicidad, etc.

NIVELES DE LA IMAGEN

-REPRESENTACIONAL

Es aquella que vemos y reconocemos de la experiencia, es aquella que se aproxima más a la versión real.

Esta a su vez se divide en:



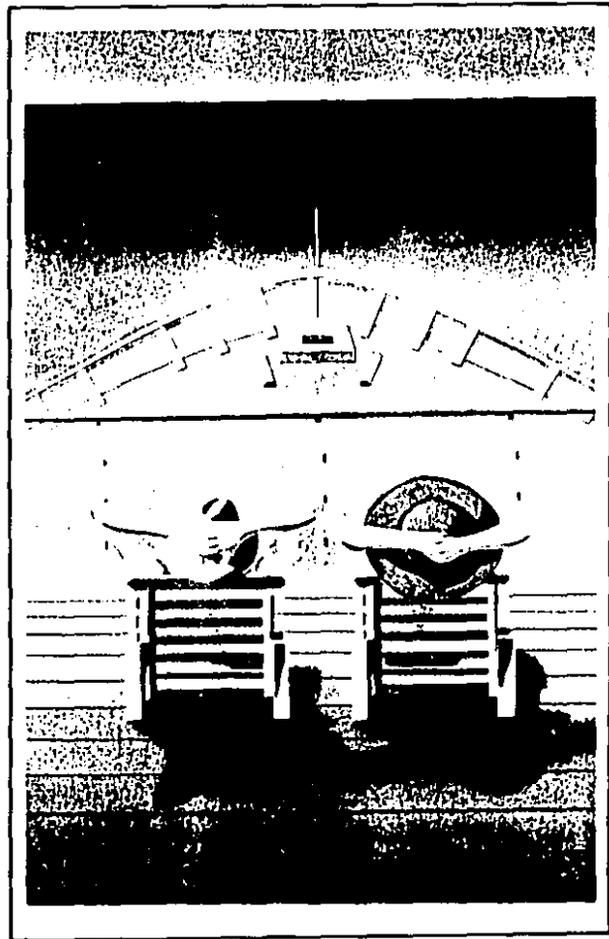
FOTOGRAFIA

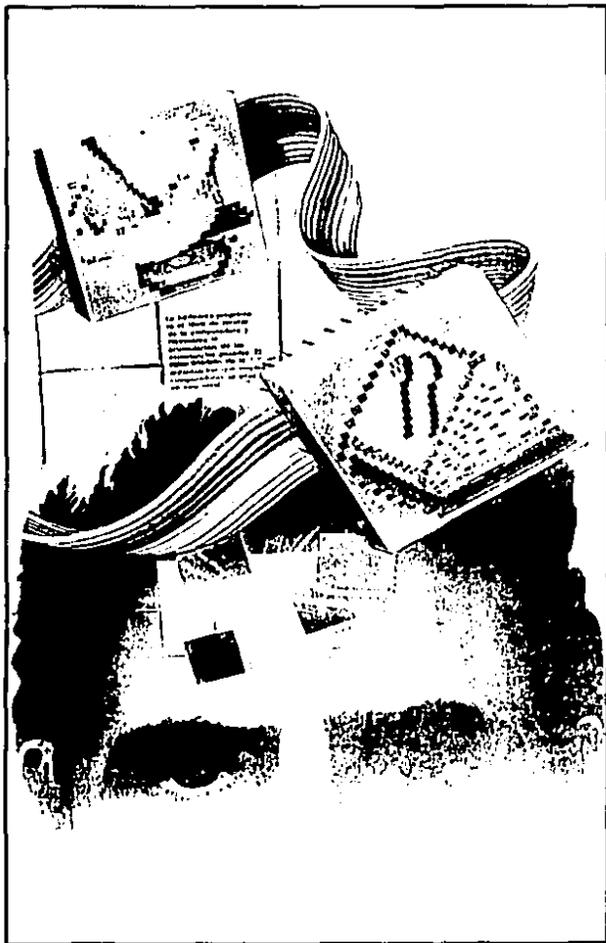
Es el primer medio de reproducción de la realidad visual que depende de lo técnico, su capacidad culmina en el cine que reproduce la realidad con mayor exactitud y después la televisión.



ILUSTRACION

Puede acercarse al mismo fin refiriéndose a la atención del artista haciendo que se parezca lo mejor posible a lo real.





—ABSTRACCION ESTILIZACION

La cantidad de detalles usados en los dibujos, deben reducirse al mínimo práctico para la -- creación de símbolos nítidos y directos.

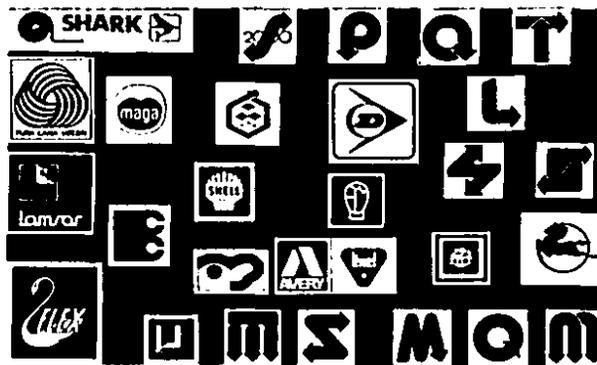
Es importante, ya que los símbolos son utilizados en ambientes ajetreados. Los detalles innecesarios pueden reducir la legibilidad.

Desde el punto de vista legibilidad y fácil reconocimiento es recomendable una coherencia general en la presentación de diagramas, estilo de letras, flechas, tamaños, colores iluminación, fórmula convenida de tamaño, distancia.

SIMBOLICO SIMBOLO

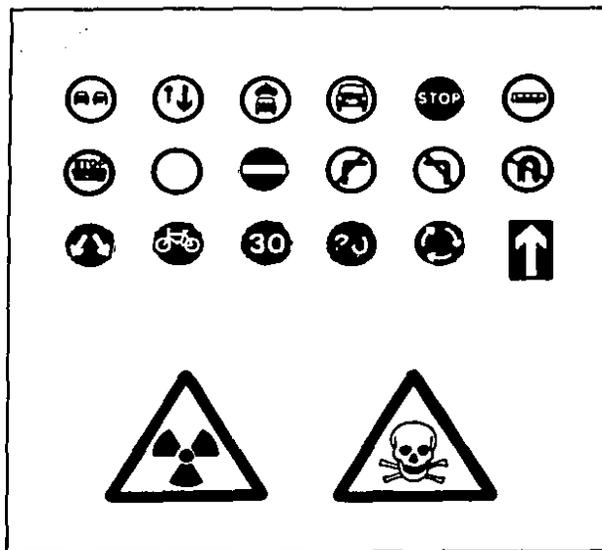
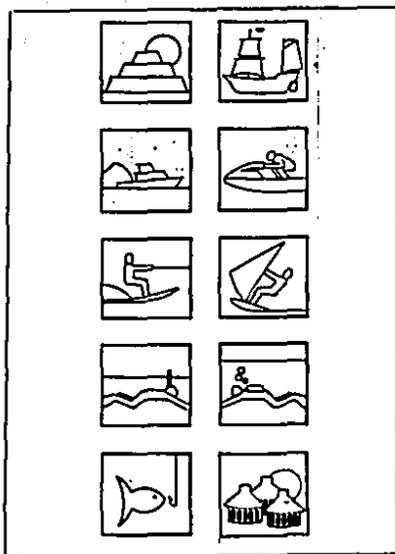
Un símbolo es una imagen gráfica que tiene -- significados convencionales, pueden ser religiosos, elementos de atracción comercial, a través de marcas o identidades corporativas, señalamientos, logotipos, colores, en todos los casos el entendimiento percibe su significado.

Lo más importante en un símbolo es la sencillez, aunque con frecuencia se materializan ideas muy complejas y condensan una considerable cantidad de información.



Debe captarse en un instante la atención, si se presenta a interpretaciones erróneas, si se olvida fácilmente o si resulta imposible que se asocie con la institución a la que representa, habrá fracasado.

Hay otros tipos de símbolos, quizá no muy elegantes, pero sí muy eficaces, como la representación pictórica - que caracteriza a las señales de tráfico y como las de los juegos olímpicos - que demuestran que un buen diagrama puede comunicar una idea completa.

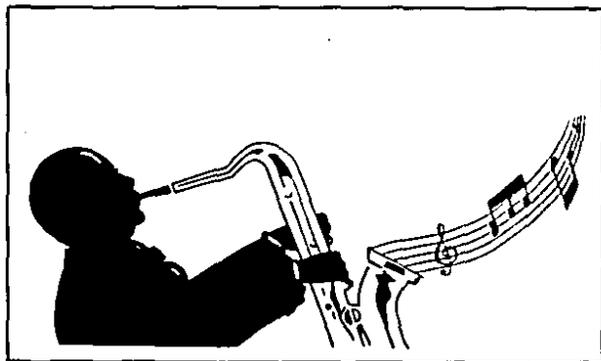


Para diseñar un símbolo, el mejor punto de partida es una relación de imágenes visuales próximas al motivo -- que trata de simbolizarse. Se hace una lista de todas las cosas que tengan que ver con el mismo, hasta agotar las posibilidades, a continuación se hace un dibujo sencillo alusivo a cada una de ellas y se trabaja sobre esa abundante información visual hasta dar con una buena representación simbólica.

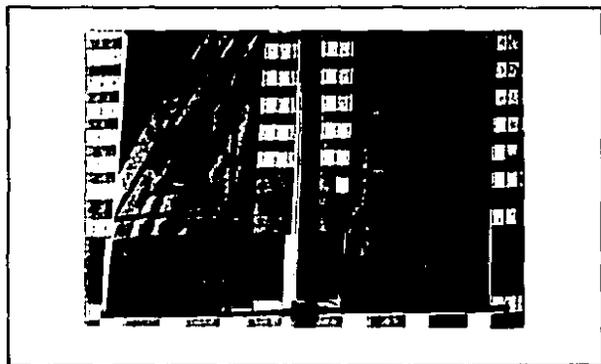
SIGNO

Los signos tienen un significado particular, y lograr una expresión de conceptos exactos en su contenido. Pueden ser cosas, dibujos, sonidos, números o letras y con el tiempo algunos alcanzan una expresión universal, como los números arábigos por ejemplo.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
α!£\$(,;:)



Diferencia entre signo y símbolo: Un signo tiene un significado particular, tiene conceptos exactos y el símbolo tiene un significado convencional en todo el mundo.

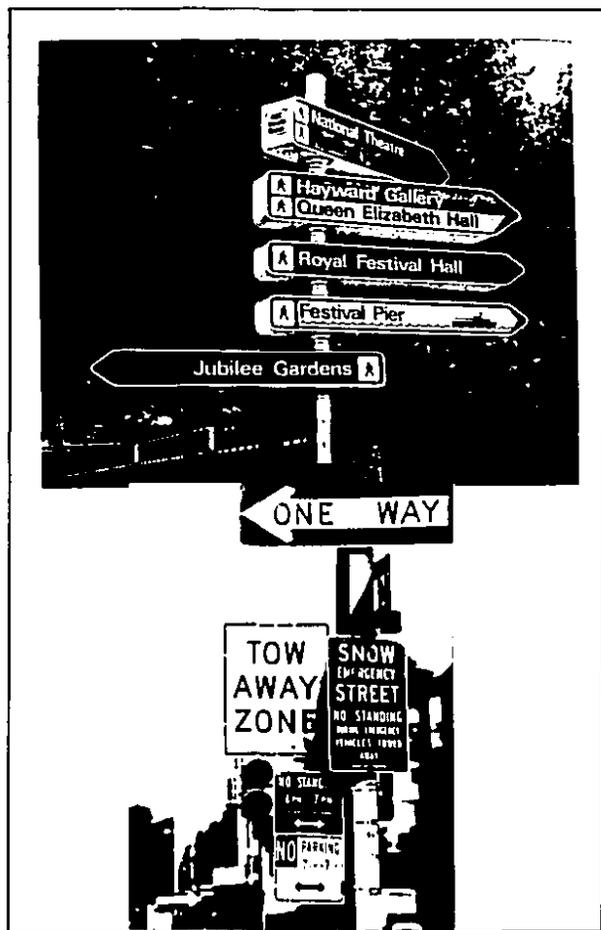
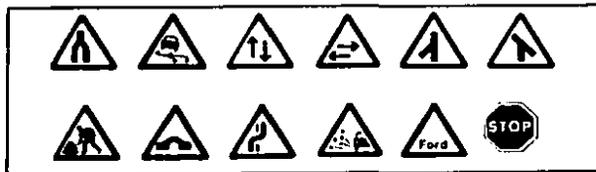


IV SISTEMA DE SEÑALAMIENTOS

A) SEÑAL

Las señales son tableros fijos - en postes o estructuras, con símbolos, - leyendas.

Elementos gráficos que tienen co - mo fin controlar el funcionamiento de - un sitio o ejecutar alguna cosa.



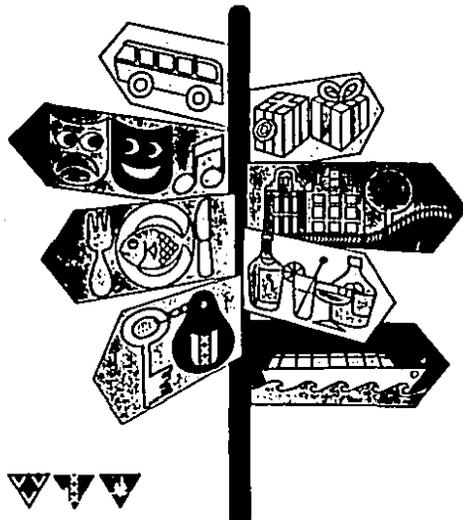
B) SEÑALAMIENTO

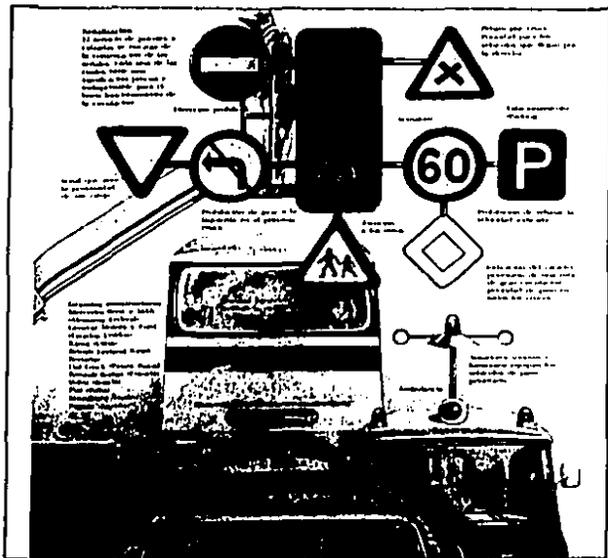
Sistema de señales que transmite una información su función es informar al usuario de la actividad con la que cuenta y espacios en que habitan.

SUS VENTAJAS:

- Información rápida y abreviada.
- Se dirige a diferentes tipos de personas.
- Transmite diversos tipos de información.

Amsterdam tourist and shopping information

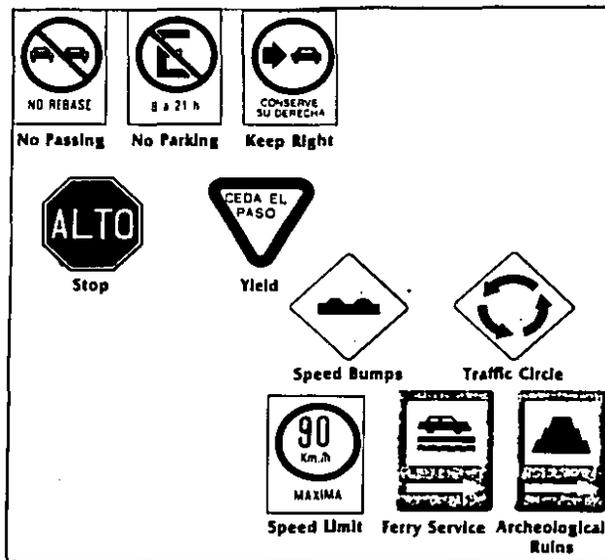




Es indispensable la ayuda que --
 prestan las señales e indicativos de di-
 rección, cuya comprensión proporcione -
 instrucciones funcionales, practica-
 mente accesibles a todo el mundo, al ins-
 tante y de forma inequívoca.

Los colores utilizados, basados-
 en acuerdos convencionales a nivel in-
 ternacional son los siguientes:

- Rojo = Prohibición y peligro.
- Amarillo = Prevención.
- Azul = Señalamiento de lugar y servi-
 cios, información en general.



EXISTEN TRES TIPOS DE SEÑALAMIENTOS
SEGUN SU FUNCIONAMIENTO.

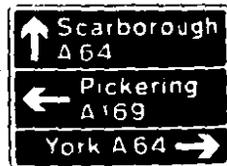
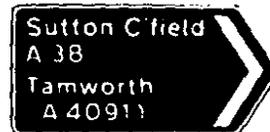
- **RESTRICTIVAS:** Se coloca en el punto mismo donde existe una restricción o prohibición, como no pasar, no estacionarse, etc.

- **ADVERTENCIA:** Se coloca antes del riesgo que se señala, como peligrosa, alta tensión, etc.



- **MANDATO:** Son de tipo imperativo y no permite ninguna disyuntiva, - se coloca en un lugar de decisión indicando la dirección hacia donde se encuentra el lugar o actividad señalada, - como circulación en un sólo sentido, velocidad máxima 40 Km/h, etc.

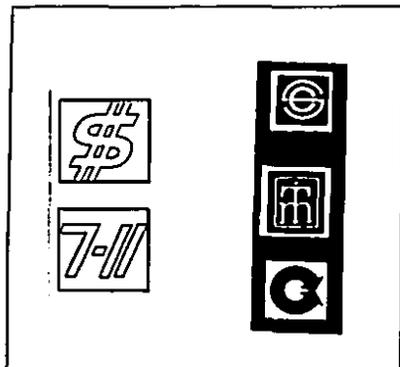
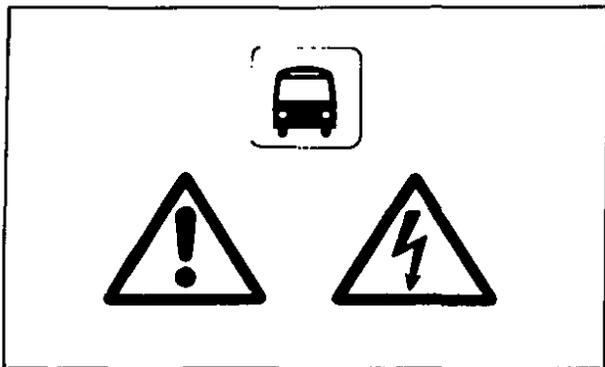
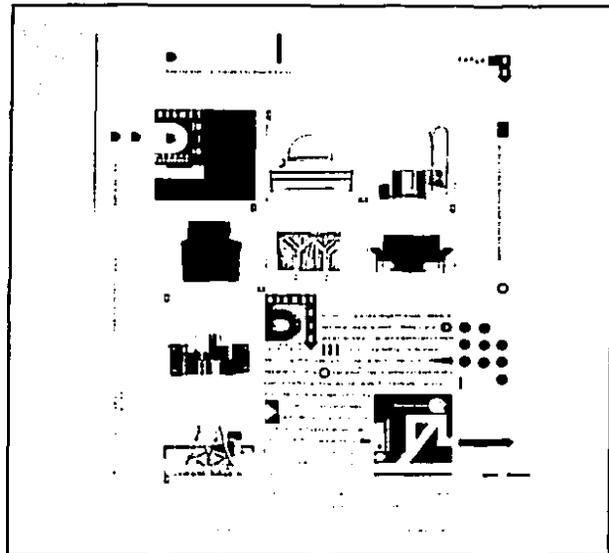
| | |
|-----------------|----|
| A 46 | |
| Lincoln | 12 |
| Newark | 28 |
| (Nottingham 48) | |
| Leicester | 63 |



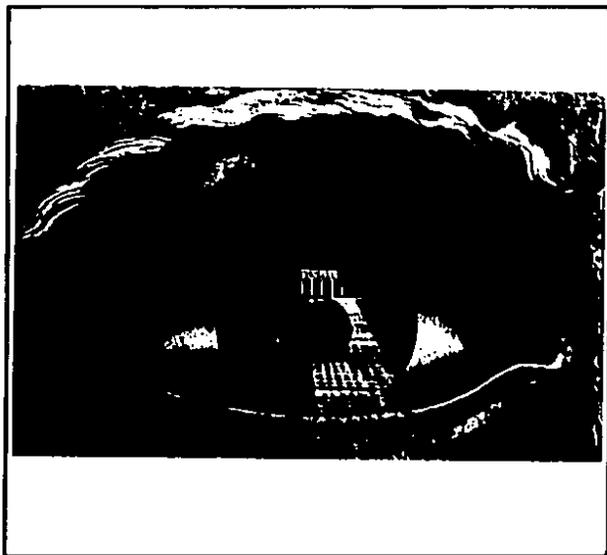
Por tal razón se debe tomar en cuenta la potencialidad de expresión de un gráfico, esto depende del número de interpretaciones que pueda expresar su significado.

Entre mayor sea su interpretación, mayor será su potencialidad, entre menor número de interpretaciones, menor será su potencialidad.

En un diseño gráfico es muy importante tener una baja potencialidad de interpretaciones.



D) CRITERIOS DE LEGIBILIDAD



PERCEPCION: Sensación interior-
que resulta de una impresión material -
hecha en nuestros sentidos.

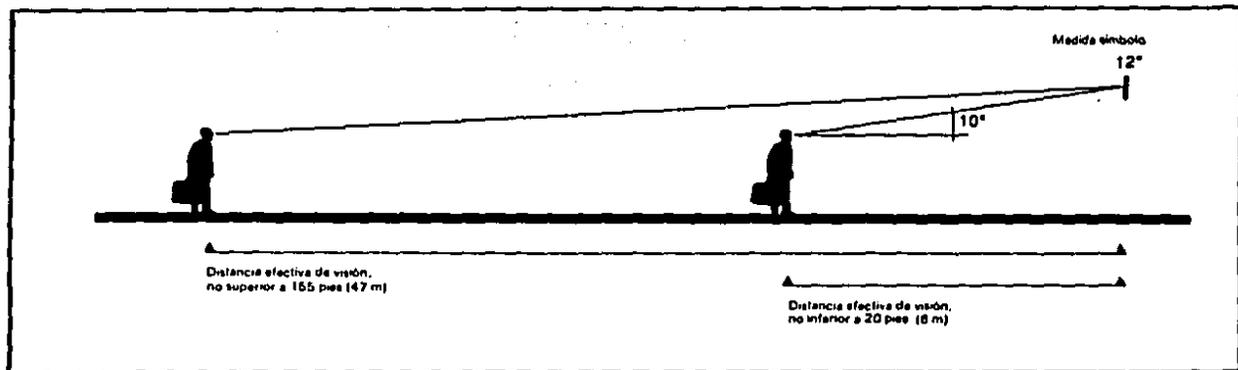
Todos los elementos adecuadamente
organizados, mediante las leyes composi-
tivas constituyen la forma agradable o-
buena forma, apta para emitir su lengua-
je y ser percibida por el lector o es-
pectador.

PERCIBIR: Recibir por uno de --
los sentidos las especies o impresiones
del objeto.

Reconocimiento de diversos ele-
mentos que hacen comprensible el señala-
miento sin ayuda de la palabra u otro -
condicionamiento previo.

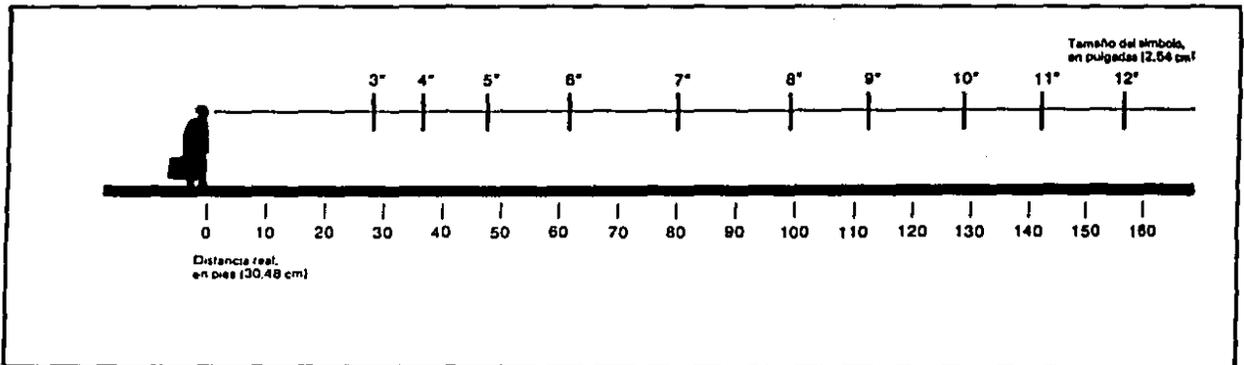
Para la ubicación correcta hay -
que tener en cuenta:

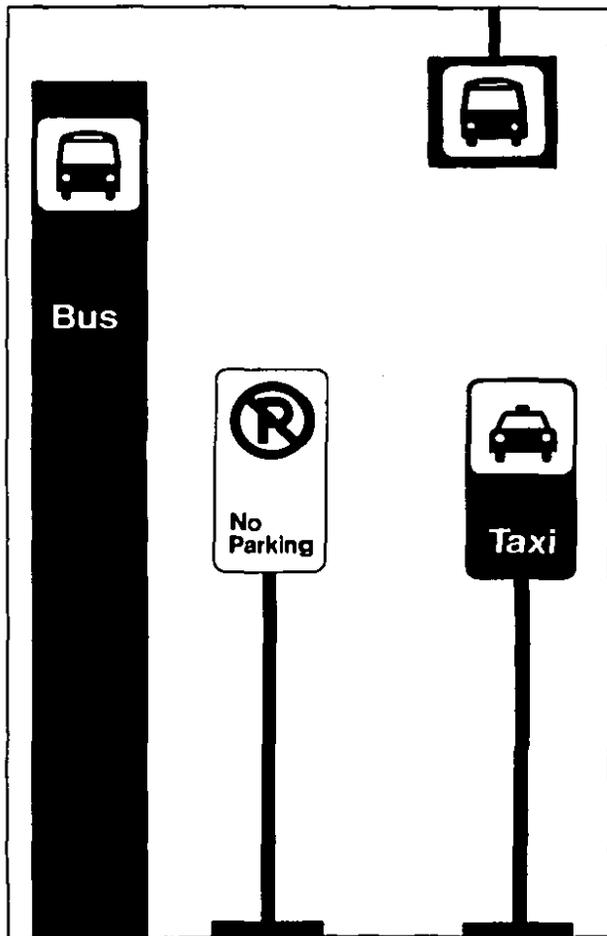
- Mejora cuando más se acerque a la línea de visión.
- Evitar una desviación superior a los 10° de la línea natural de la visión
- Si el ángulo de visión excede por -- condiciones físicas, la relación entre tamaños-distancia debe ser más grande que uno colocado a 3 m. o viceversa.
- La iluminación sobre materiales traslúcidos, debe ser mínima para impedir la pérdida de legibilidad que su pone la difusión de luz.



Para mejor funcionamiento de los señalamientos y gráficos se debe verificar que no haya interferencias visuales tomando en cuenta:

- La falta o exceso de luz.
- Las deformaciones que se pueden sufrir por accidentes naturales.
- La mala colocación del gráfico.
- Que se pierda entre los anuncios que ya están colgados.





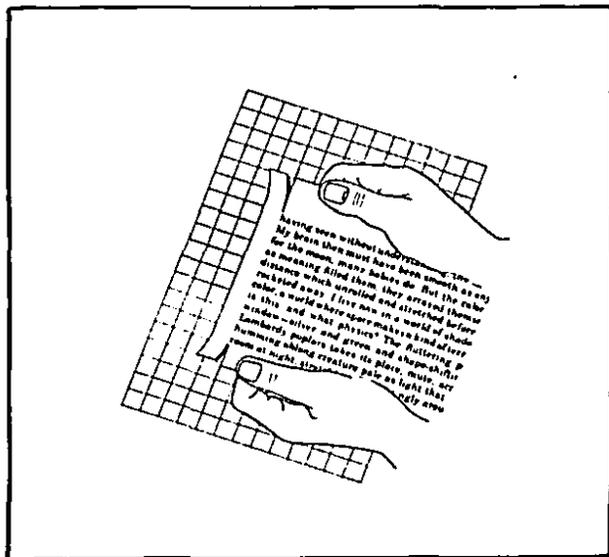
Se establecen normas para escoger los lugares adecuados donde deben colocarse los gráficos de acuerdo a su función y aplicación los principios básicos de visibilidad para automóviles y peatones.

Todos los elementos gráficos de carácter publicitario no deben ir sobre los edificios, sino en elementos especiales diseñados para tal efecto.

Cualquier elemento portador de anuncios o carteles deben de integrarse al contexto urbano de acuerdo al estilo de la época dominante.

El tamaño de los carteles deben estar sujetos a las medidas basadas en la escala humana, para carteles y porta símbolos, se ha tomado como base el módulo que ocupa un cartel estándar de 43 x 56 cms.

E) MEDIDAS - MATERIAL



Para el éxito del sistema convie ne un módulo en forma cuadrada, por las siguientes ventajas:

- Permite aprovechar al máximo el espa cio disponible para colocar el picto grama.
- Permite mayor flexibilidad en la co locación y manejo.
- Uniforma su aplicación en cualquier á mbito.
- Se apega a las tendencias de señala mientos internacionales.

Tendrá que tomarse en cuenta la al tura y a la distancia que sea visto.

El material que se elija debe te ner características como el que sea du rable, calidad, resistencia, que no sea muy pesado, considerando los lugares de su ubicación.

LOS MATERIALES PARA EXTERIORES PUEDEN SER:

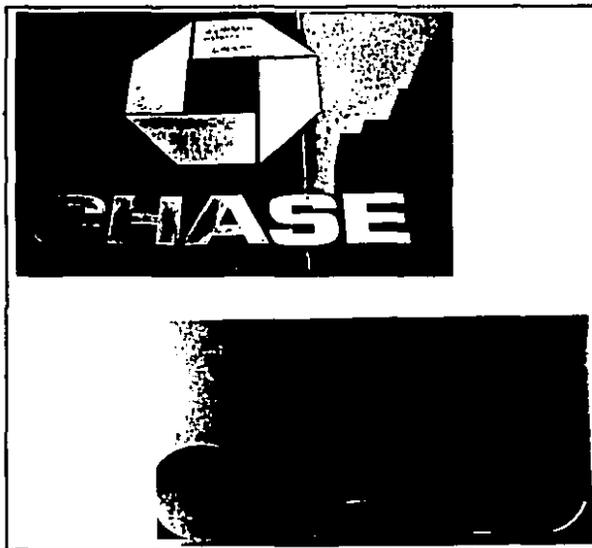
- ESMALTADO VITREO PLANCHA DE ACERO O COBRE: Es muy atractivo y tiene variación de colores.
- ALUMINIO: Es más rígido y fuerte.
- FORMICA SOBRE MADERA: Es como el aluminio.
- CONTRACHAPADO: Muy bueno para serigrafía o pintura para exteriores.

En cuanto a su colocación, según su material, las señales pueden fijarse de las siguientes maneras:

- Se pueden pegar con cintas adhesivas o pegamentos líquidos.
- Si son de materiales blandos o fibra prensada, se pueden clavar o montar, se hacen con alfileres, grapas, pegamentos, cintas adheribles o velcro y si se pintan o colorean es preferi-

ble superficies lisas y uniformes.

- Si son estructuras metálicas; se pueden construir con tirantes, pernos y sierra para metales, y se completan con entrepaños y paneles.



LOS MATERIALES PARA INTERIORES PUEDEN SER:

- PAPEL: Se puede montar en cartón rígido, madera o pegarlo a un muro.
- CARTON: Se fija a un soporte más rígido de madera, plástico, etc.
- CARTON PIEDRA: Se usa para señales-móviles.
- LAMINADO PLASTICO: Rápido y ligero. se puede trabajar directamente en su superficie.
- POLIESTER: Es liviano y fácil de cortar. No es muy durable, pero es muy bueno para exposiciones breves.



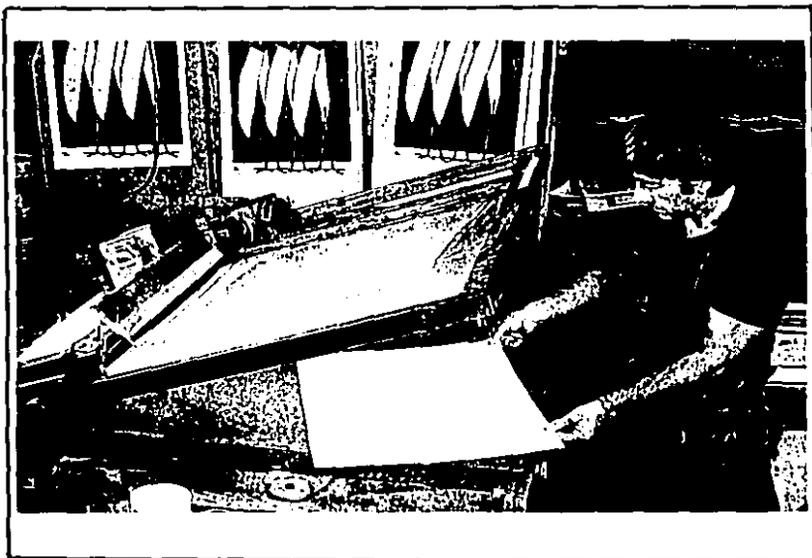
TECNICAS DE REPRODUCCION:

- Serigrafia: Se utiliza una maya de seda, se puede bloquear ya sea con papel, crayola, bloqueador, pantalla de tiner, emulsión, etc.

Se puede imprimir en papel, tela, vidrio, metal, plásticos, madera, corcho, etc. Es muy barato y se pueden reproducir varias copias.

- A mano: se pueden realizar en cualquier material y de cualquier tamaño sólo que es más lenta su reproducción.

- En el caso de utilizar papel o cartulinas delgadas se puede usar offset, litografía platina, o rotativa para pliegos, etc.



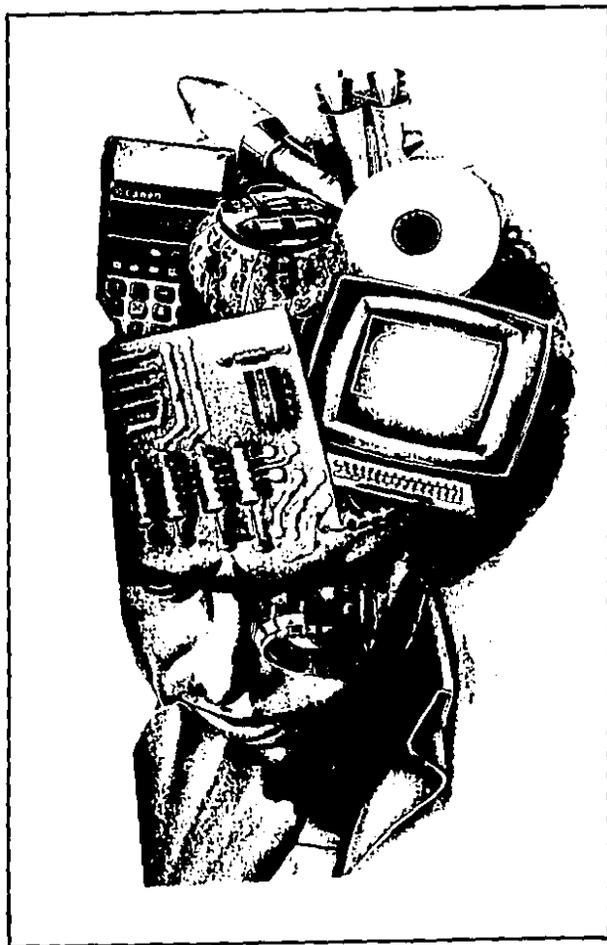
V PROCESO DE DISEÑO

A) ASPECTOS SEMIOTICOS

Es la ciencia que estudia el significado de los signos su objetivo, es estudiar todos los sistemas de signos - que de forma espontanea o intencional - nos dan mensajes visuales.

1) SEMANTICA Es el estudio de las relaciones que existen entre los --gráficos y los sujetos que denotan, el significado que tienen implícito.

¿En qué medida el símbolo representa el mensaje? ¿La gente llega a --comprender el mensaje que el símbolo de nota? ¿Puede ese símbolo ser mal enten dido por personas de diversas culturas- y edades?



2) SINTACTICA Es el estudio de las relaciones que tienen los significantes entre sí y con su propia escritura formal.

Se divide en dos:

- El estudio de los elementos visuales que integran su figura.
- El estudio de la relación de un significante con otro, como parte de un sistema.

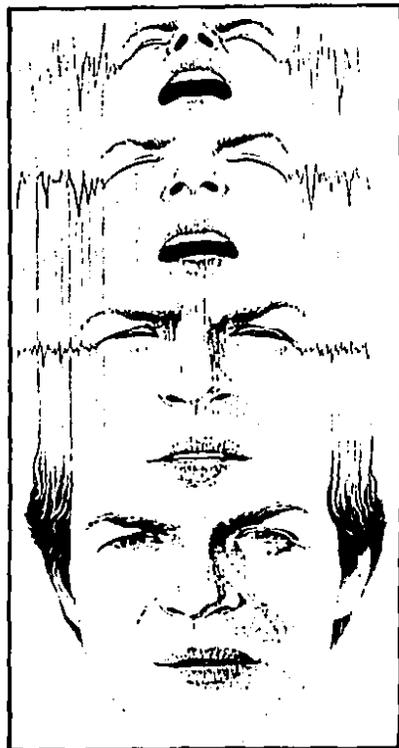
¿Qué aspecto tiene el símbolo?

¿En qué medida se relacionan sus partes entre sí? ¿En qué medida se relaciona con otros símbolos?

3) PRAGMATICA Estudia la relación que existe entre los significantes y los interpretes y por lo tanto el valor dominante es la expresión del significado.

Se divide en tres:

- La pertinencia y potencialidad de las expresiones.
- La actitud del interprete.
- El significado como consecuencia.

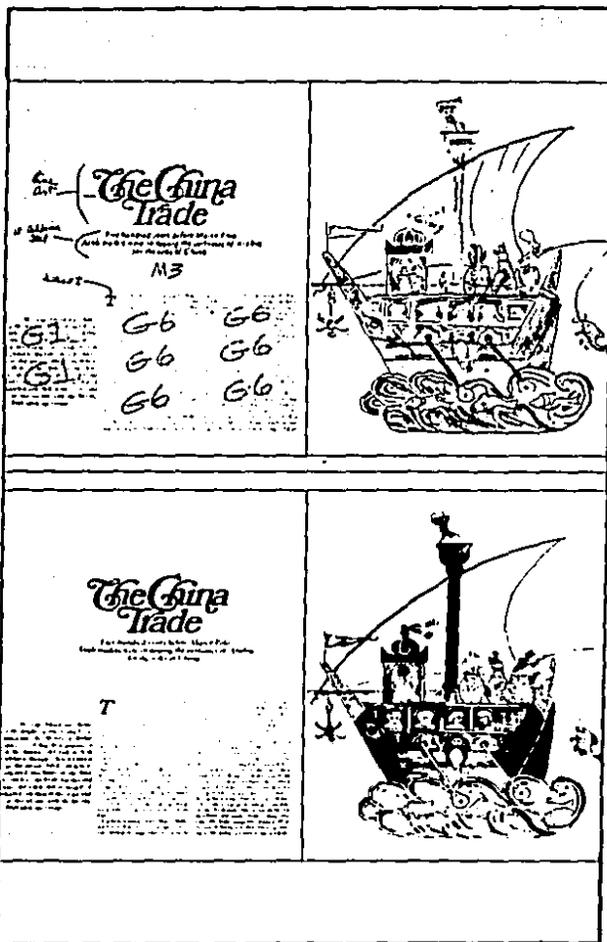


B) BOCETO

Da una idea aproximada del diseño final, aunque carece de su detalle y nitidez.

Como primer paso se realiza un estudio de los elementos hasta encontrar la composición correcta esto regularmente se hace a lápiz y es el primer boceto.

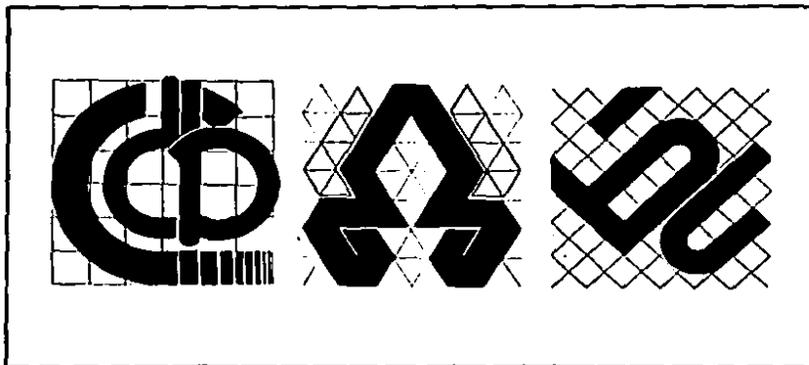
Un boceto formal se realiza al elegir que tipo de imagenes va a usar, dibujos, fotografias o combinación de ambos, si va a ser a todo color, en blanco y negro o una mezcla de similares.



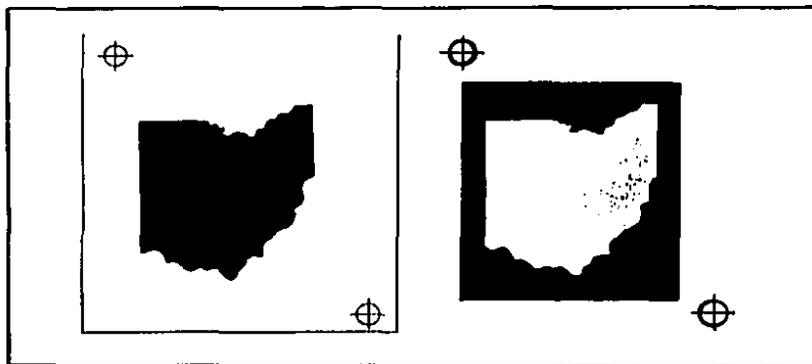
C) RETICULA Y MATRIZ GEOMETRICA

- **RETICULA:** Toda figura que --
compone cada señalamiento debe estar ba--
sado en una retícula que sirva para ubi--
carlo con precisión en un lugar determi--
nado, gracias a la practica de medidas--
o escalas predeterminadas, pero que al--
momento de ampliar o reducir se puede --
realizar fácilmente, y que todos los --
elementos de un sistema tengan algo en--
común.

- **MATRIZ GEOMETRICA:** Los pro--
yectos geométricos requieren de una --
exactitud de expresión que no deje duda --
alguna en la mente del observador. Es--
ta forma de documentación representa --
una descripción exacta, de la cual se --
obtiene directamente información preci--
sa, incluyendo de la que no se puede --
apreciar, para poder hacer el trazo de--
esa figura, con las mismas caracterfsti--
cas a cualquier tamaño sin perder pro--
porción ni detalle.



D) POSITIVO Y NEGATIVO



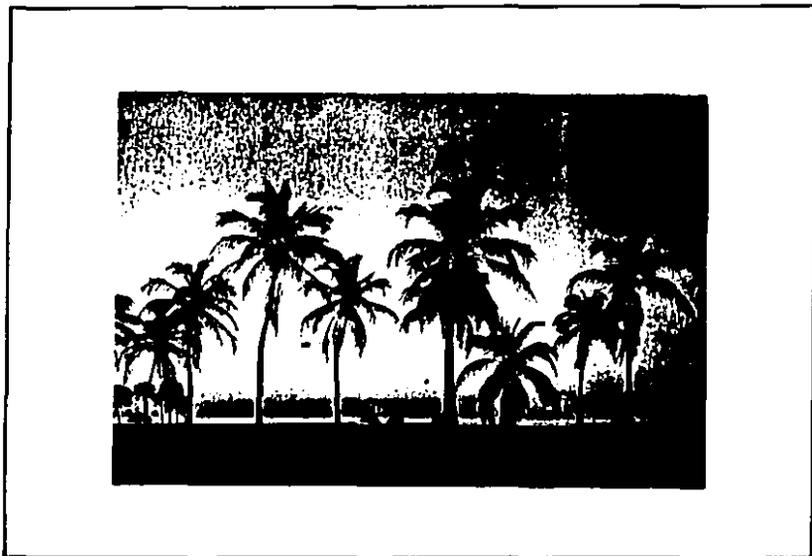
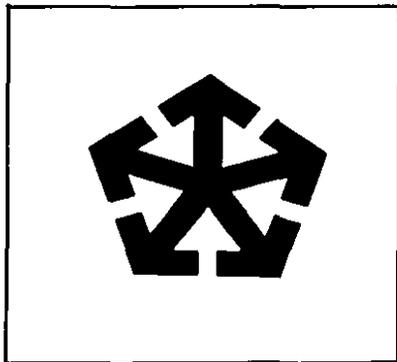
Construye el contraste bidimensional y simboliza lo opuesto, oscuridad (noche) y claridad (día) tan arraigado en la noción de la dualidad. Los contornos de ambos elementos adquieren una dureza.

Se realiza con la intención de verificar los diferentes efectos que -- causan, para saber cual tiene más fuerza de expresión y determinar la opción a seguir.

E) ORIGINAL

Manuscrito o impreso que se da a la imprenta para que con arreglos a él se haga la impresión o reimpresión de una obra, pueden ser: cualquier escrito, lámina, pintura o dibujo, que se tiene a la vista para sacar de ellos, las copias o impresos.

Hay originales de color, de línea y de tono.



F) COLOR



Se realizan pruebas de color para saber cuales son colores establecidos, los más representativos de la imagen que se desea, ya que el aspecto de una imagen consiste en el contraste de color.

La oposición máxima entre fondo y signo se consigue mediante el empleo de colores complementarios, el contraste mínimo se obtiene aplicando colores pertenecientes a la misma familia y diferenciando tan sólo por un leve desplazamiento tonal.

Por lo tanto es preferible utilizar los colores más contrastantes para que llamen la atención, ya que es un proceso normatizado para los señalamientos. Se percibe color antes que la forma.

VI PROPUESTA DE DISEÑO

PROPUESTA DE DISEÑO

- Para realizar las señalizaciones del mercado 18 de Marzo, se tomaron en cuenta todos los conceptos que se trataron en la investigación, además de las necesidades que había en este.

- Por tal razón decidí que el tamaño de los señalamientos sea de 45 x 45 cm², porque permite aprovechar al máximo el espacio disponible para colocar el pictograma, permite mayor flexibilidad en la colocación y manejo, uniforma su aplicación en cualquier ambiente se apegas a las tendencias de señalamientos internacionales.

- El material elegido es el acrílico porque tiene propiedades muy convenientes para los requerimientos de la colocación de los señalamientos tanto en exteriores como en interiores tales como:

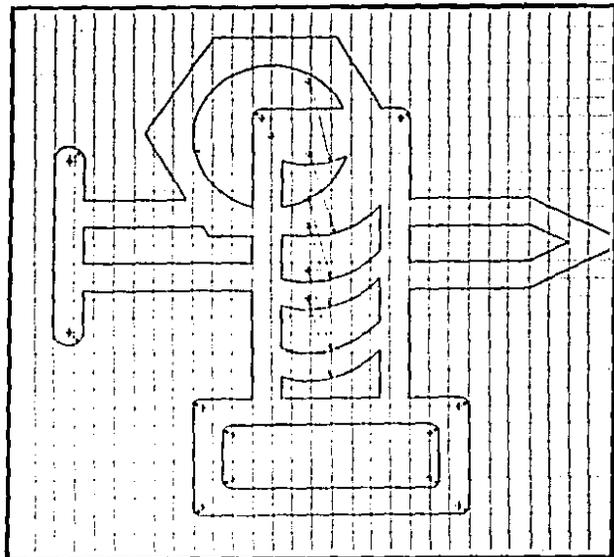
- * Color inalterable.
- * Resistencia al medio ambiente.
- * Limpieza.
- * Mantenimiento.
- * Costo.

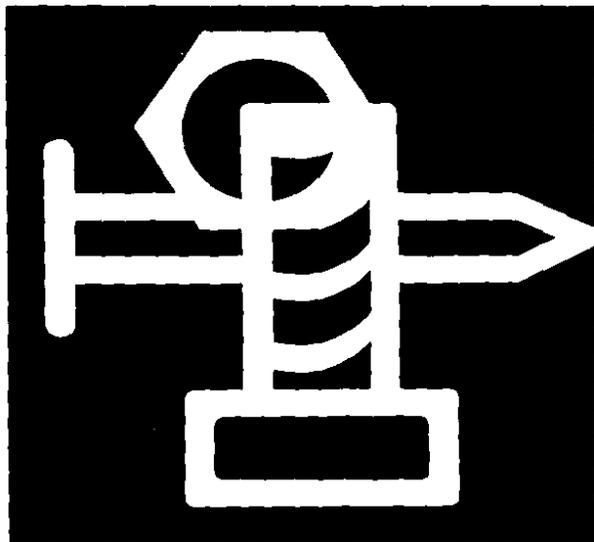
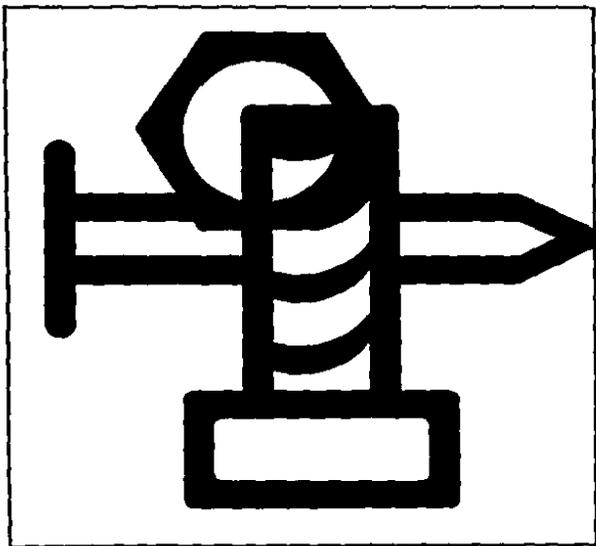
- La reticula es a cuadros sencillos de un centimetro cuadrado cada uno para mantener las proporciones originales en el momento de ampliar o reducir.

- El color utilizado es azul medio como fondo y blanca la figura como la muestra, porque de ser invertido los colores. El color blanco por ser muy brillante haria que se perdiera la figura.

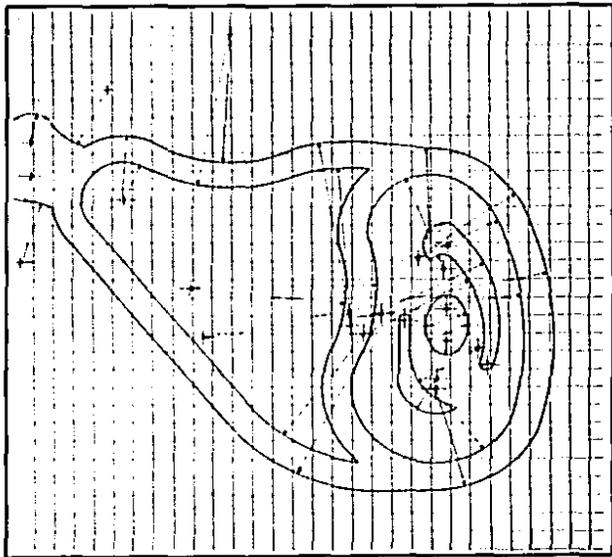
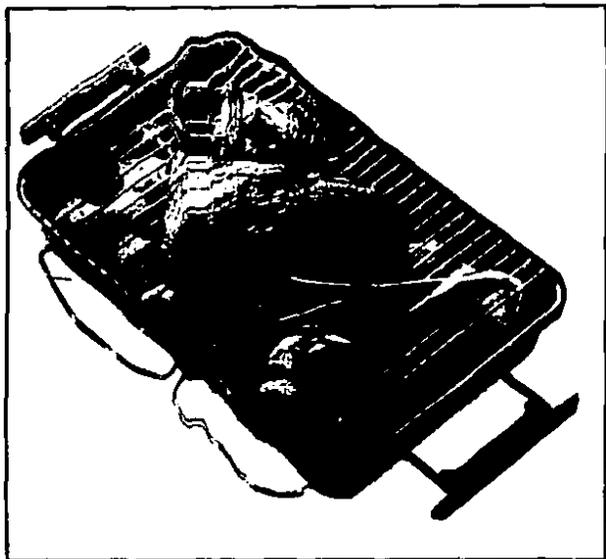
- Se decidió que las señalizaciones fueran a línea mediante un estudio hecho cuidadosamente para dar más facilidad a la percepción de los gráficos.

FERRETERIA

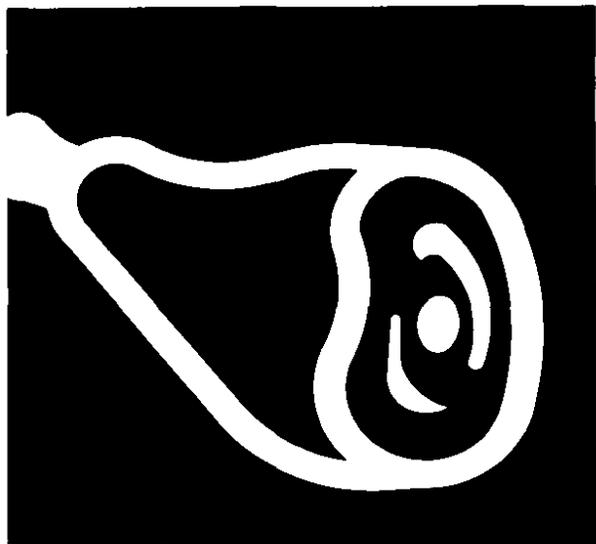
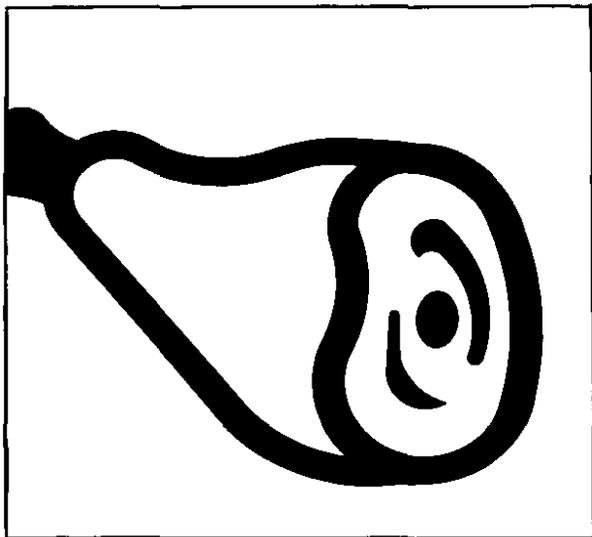




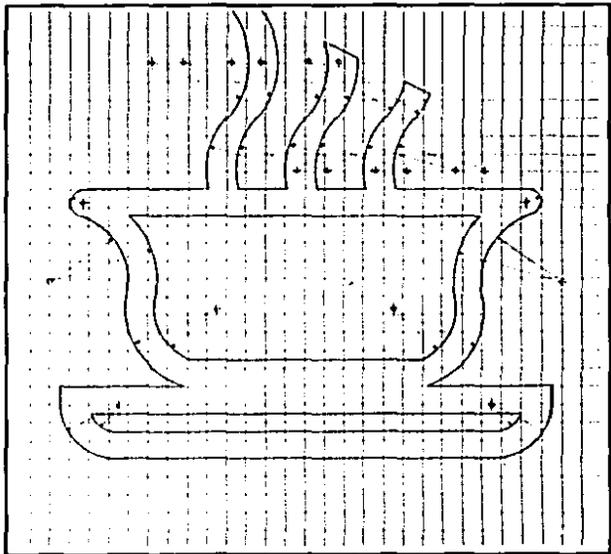
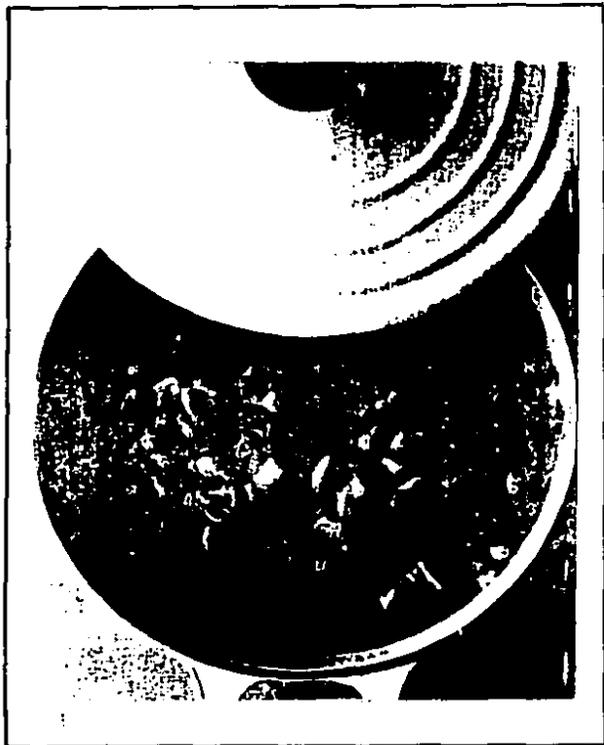
CARNE

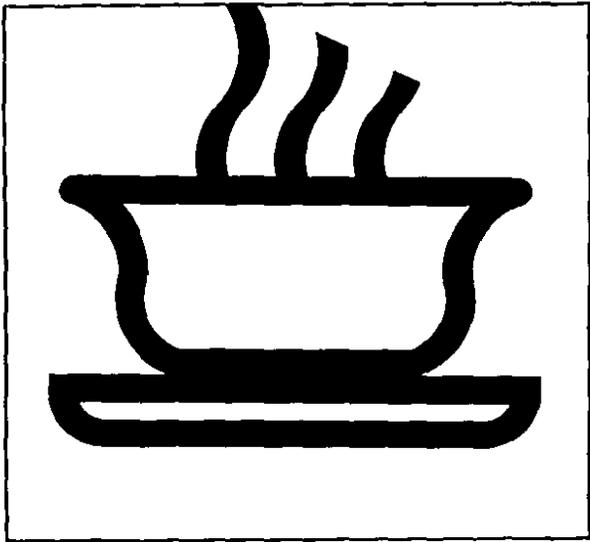


ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

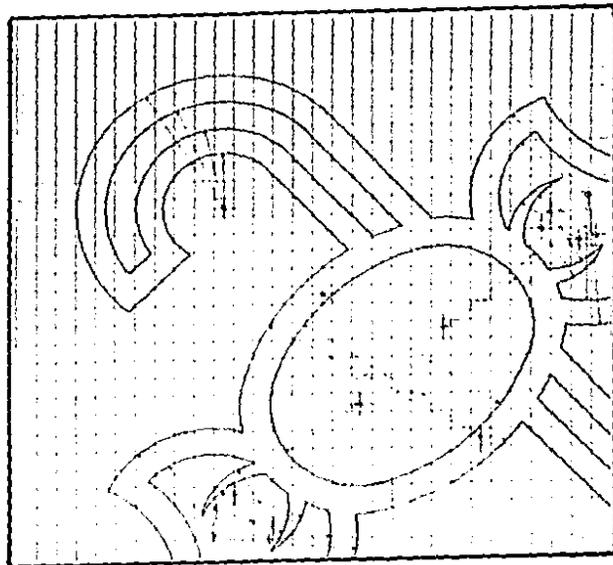
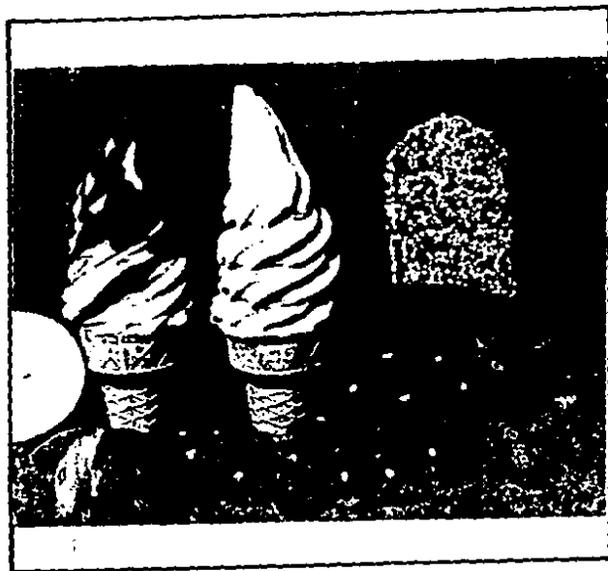


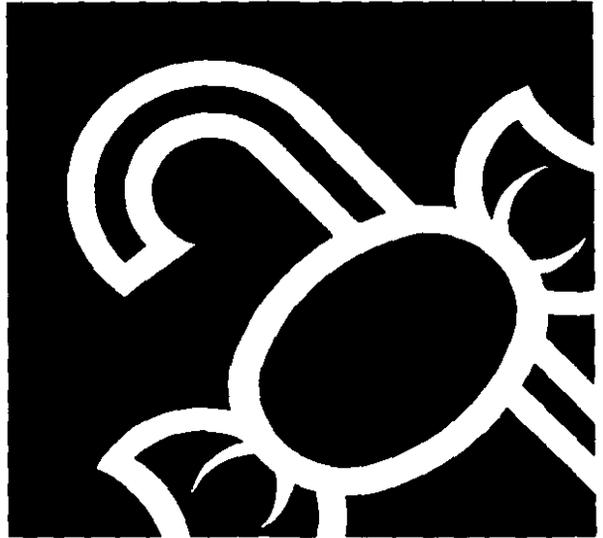
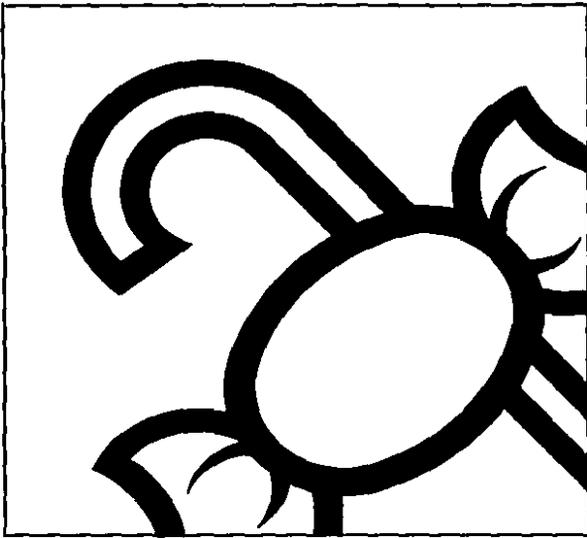
COMIDA



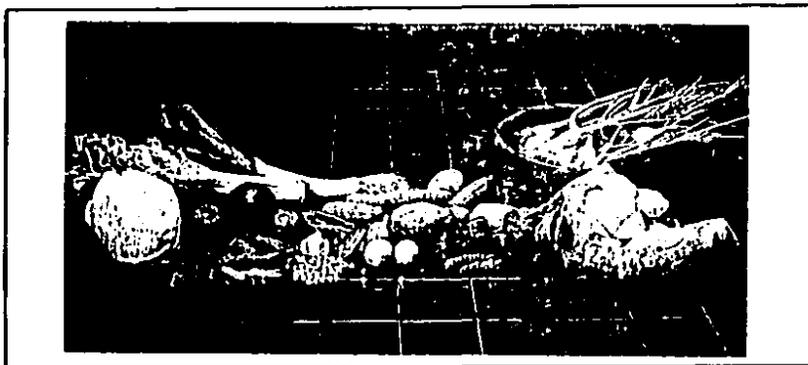
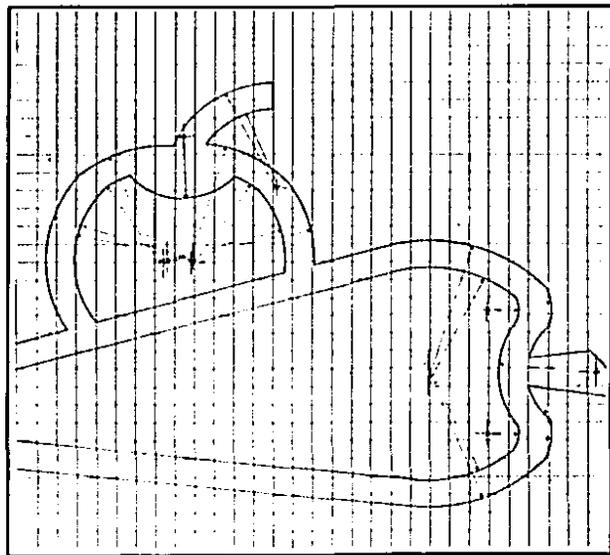


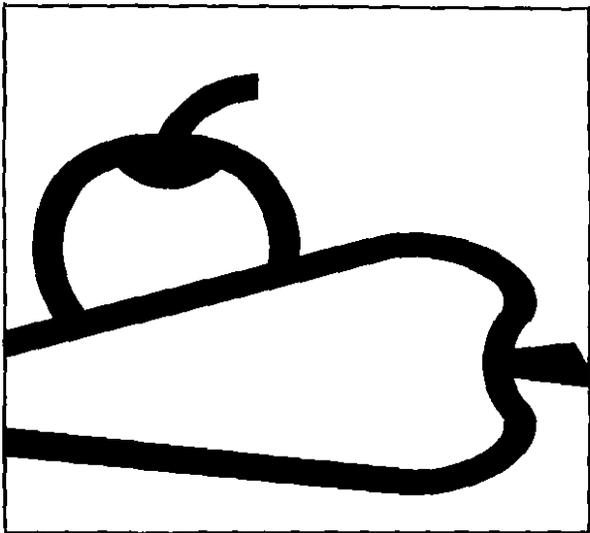
DULCES



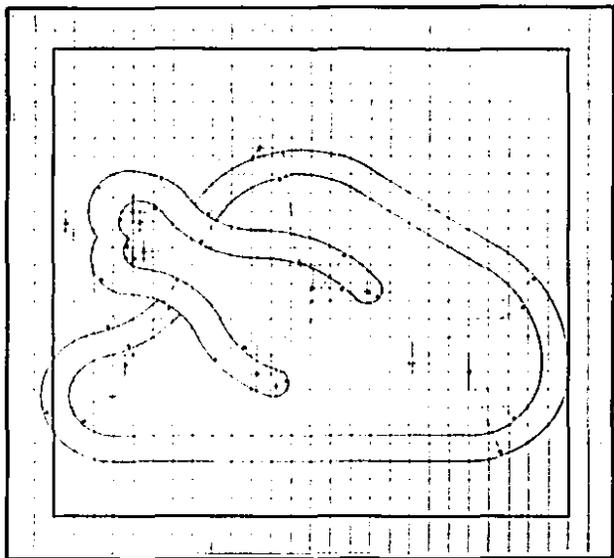


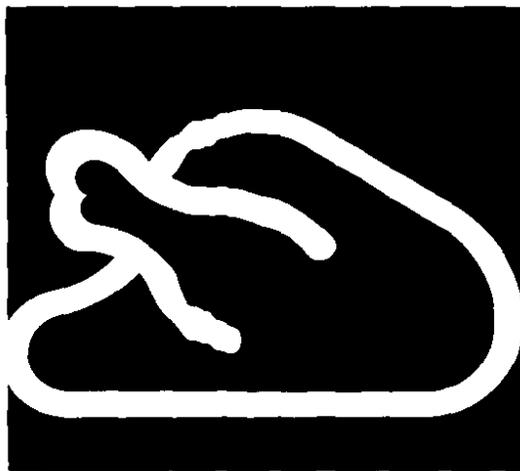
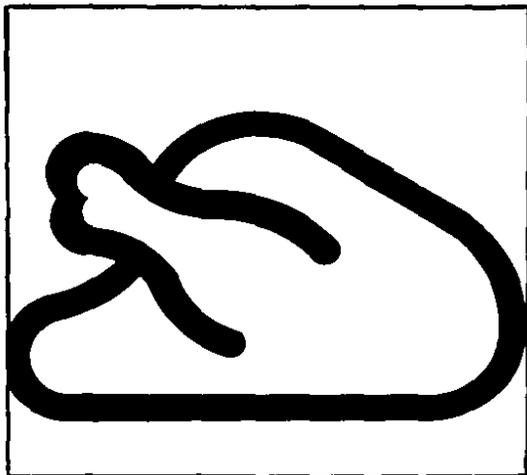
FRUTAS Y VERDURAS



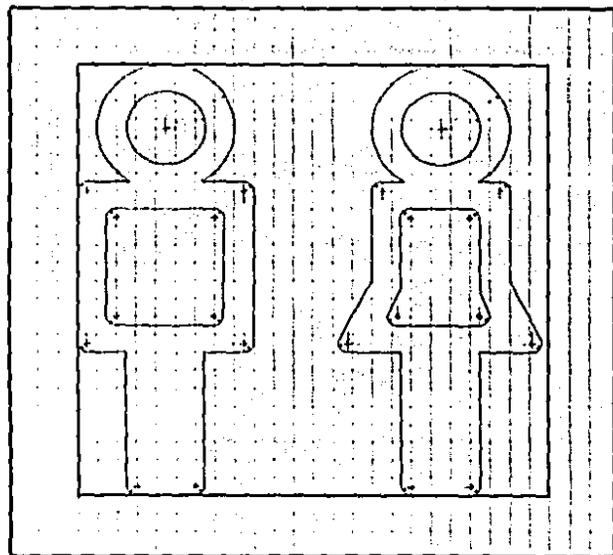


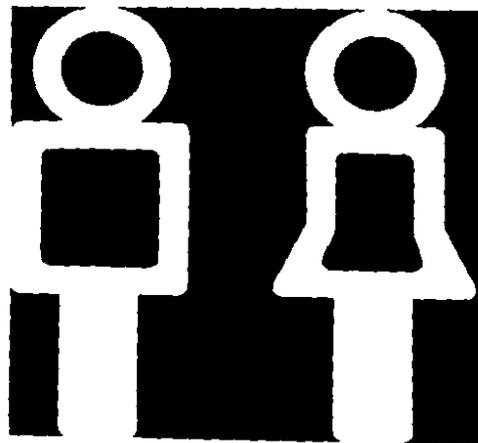
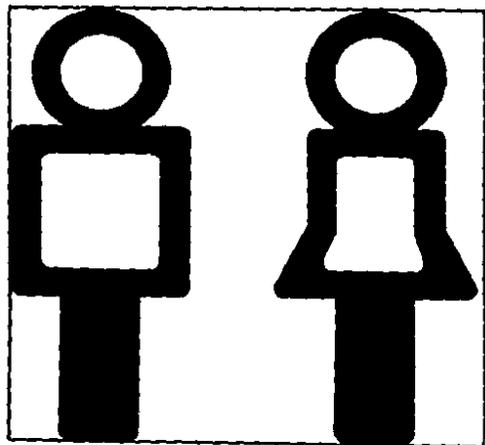
POLLERIA



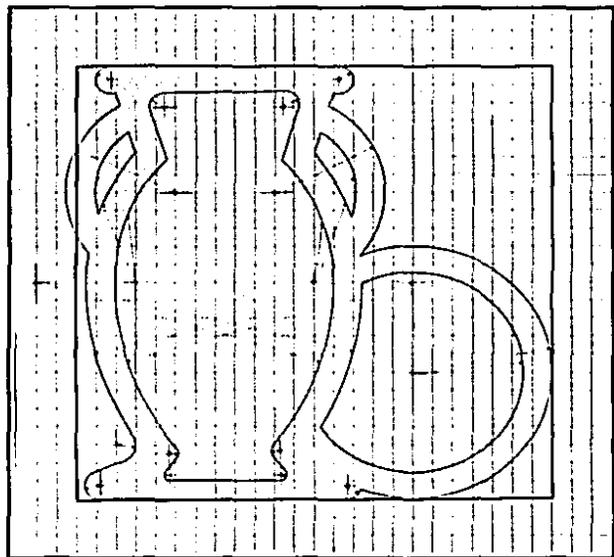
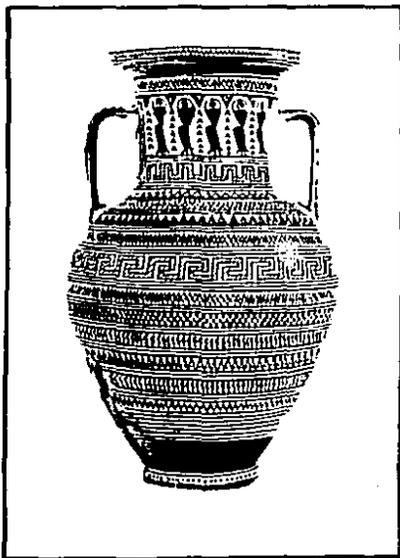


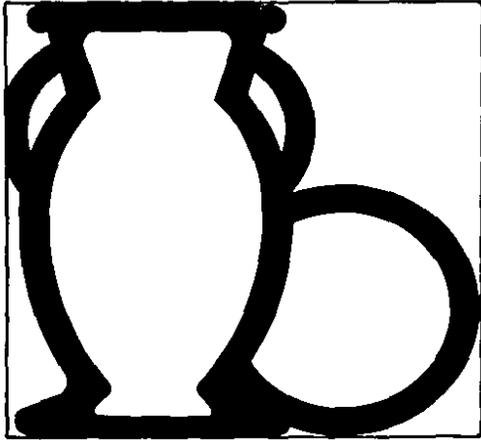
SANITARIOS



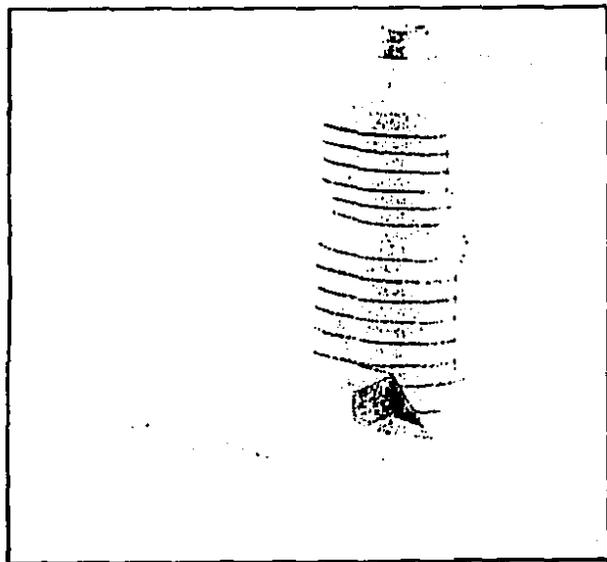
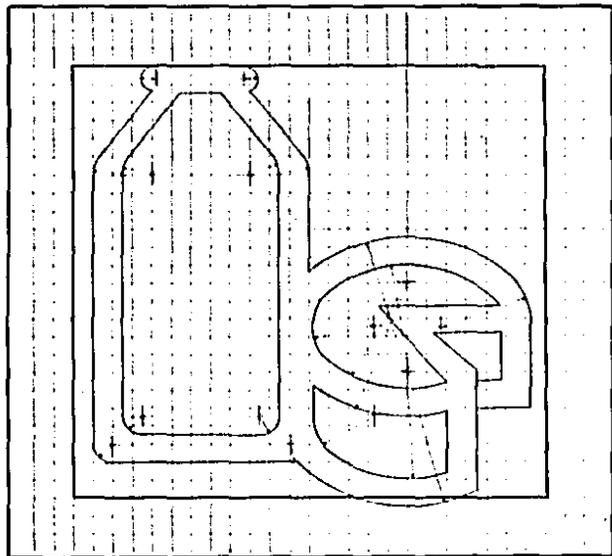


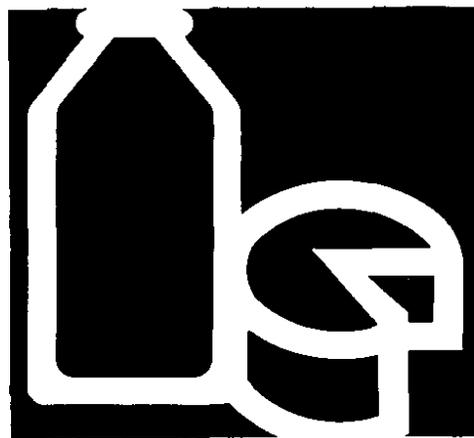
ARTESANIAS



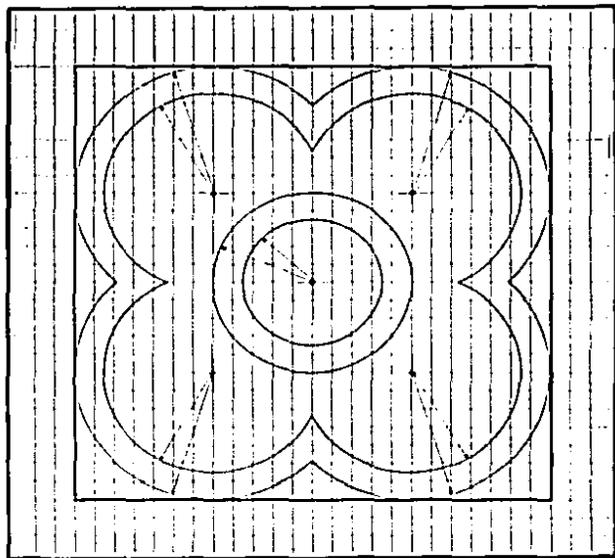
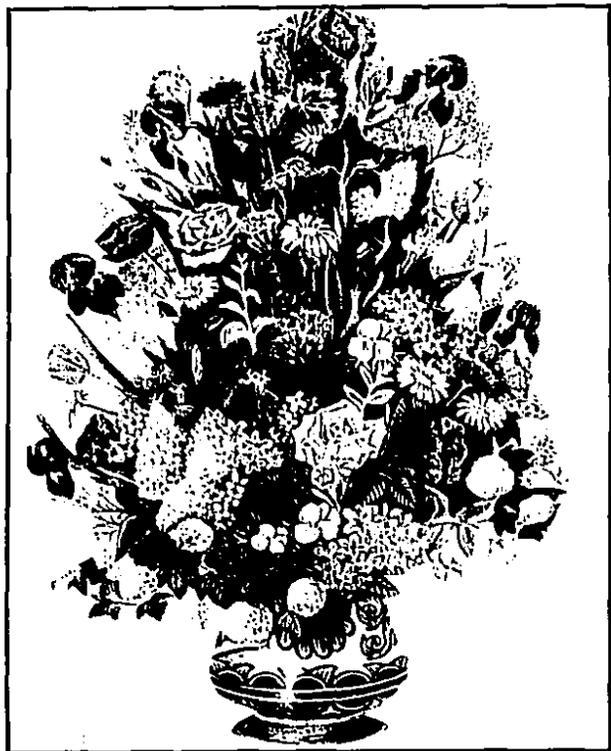


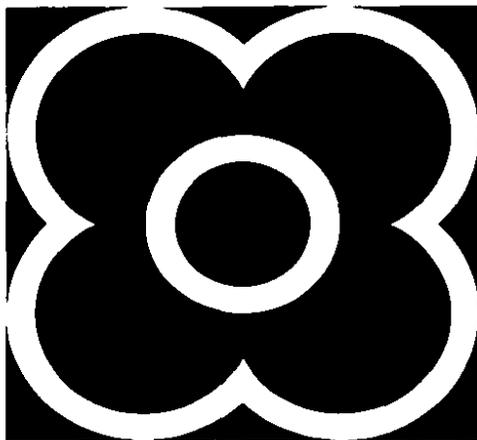
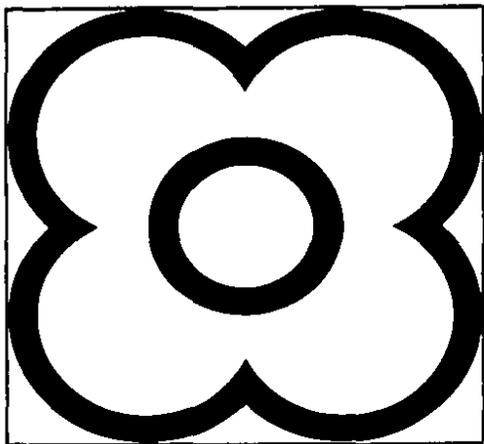
CREMERIA



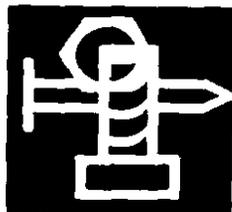


FLORERIA





K) ALFABETIZACION
GRAFICO VISUAL



FERRETERIA



COMIDA



CARNE



DULCES



FRUTAS Y
VERDURAS



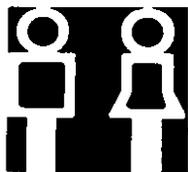
ARTESANIAS



POLLERIA



CREMERIA

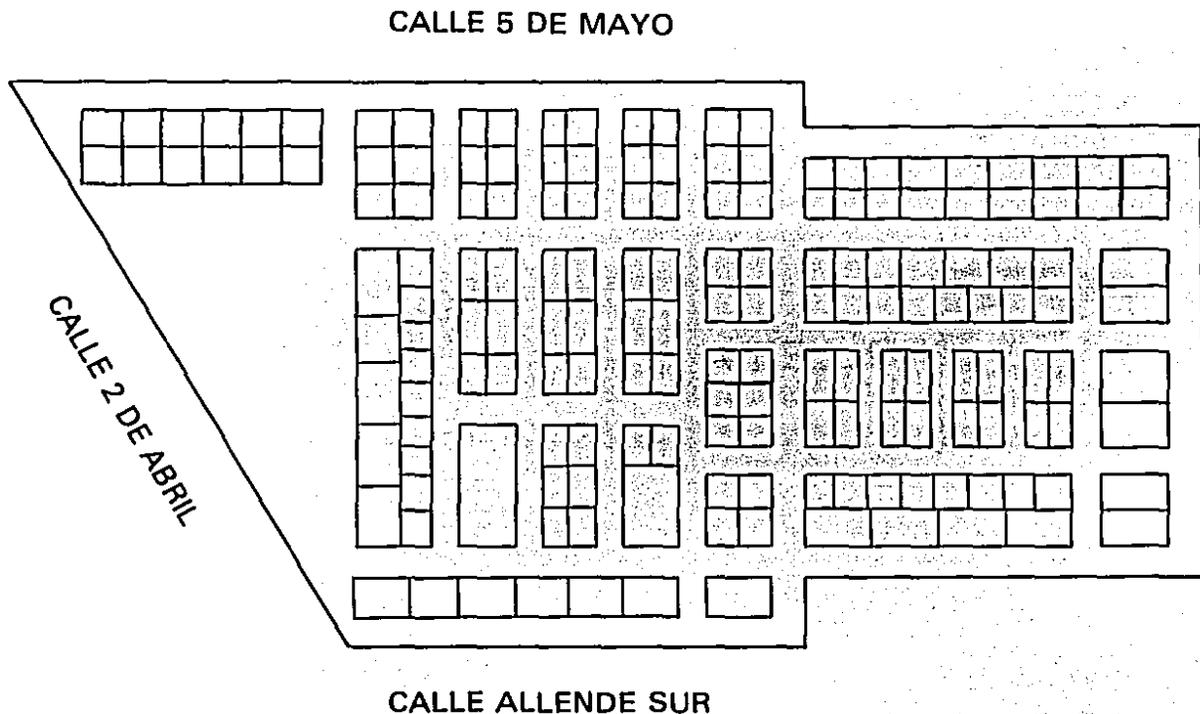


SANITARIOS

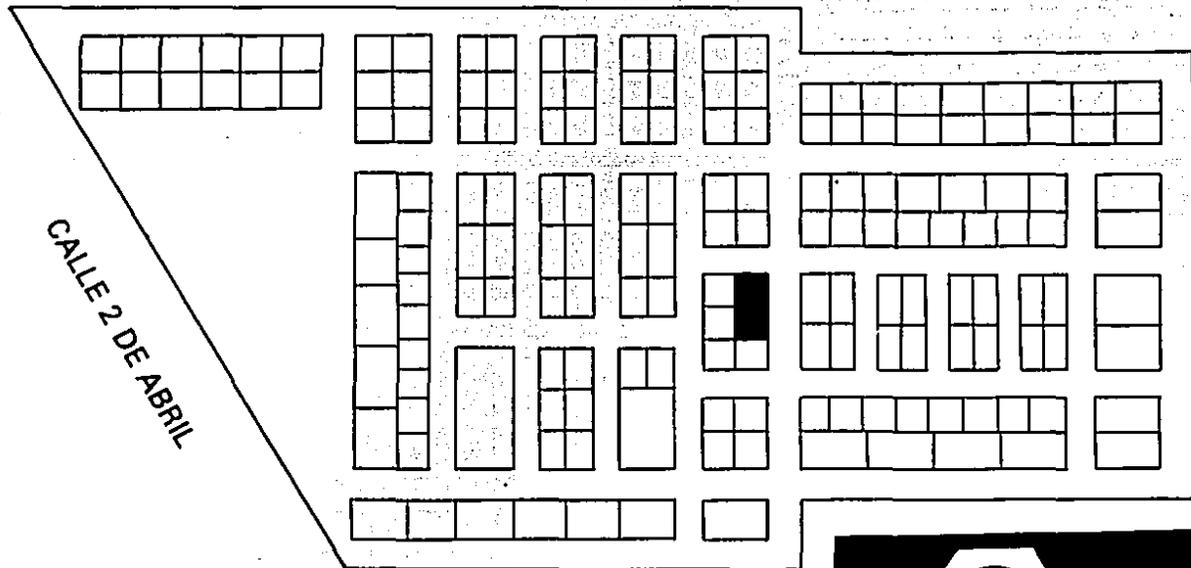


FLORERIA

L) UBICACION DE SEÑALAMIENTOS (MAPA)



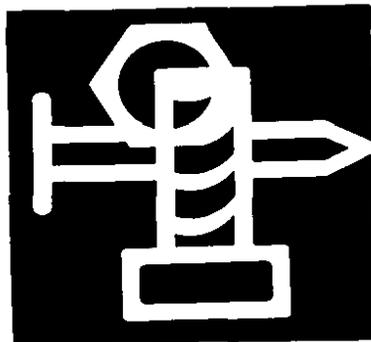
CALLE 5 DE MAYO



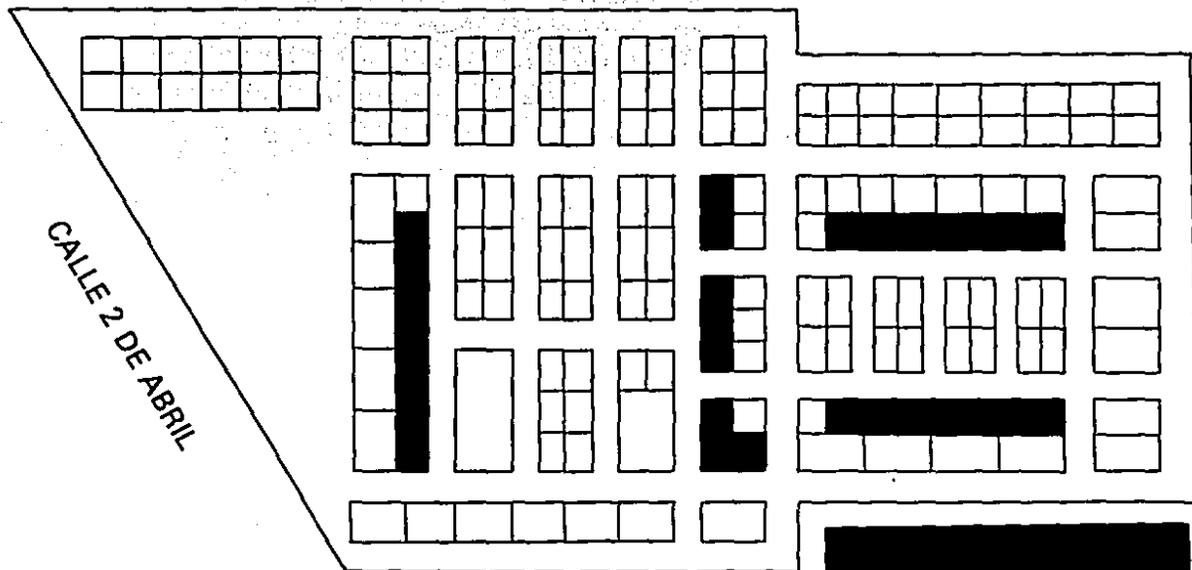
CALLE 2 DE ABRIL

CALLE ALLENDE SUR

FERRETERIA



CALLE 5 DE MAYO



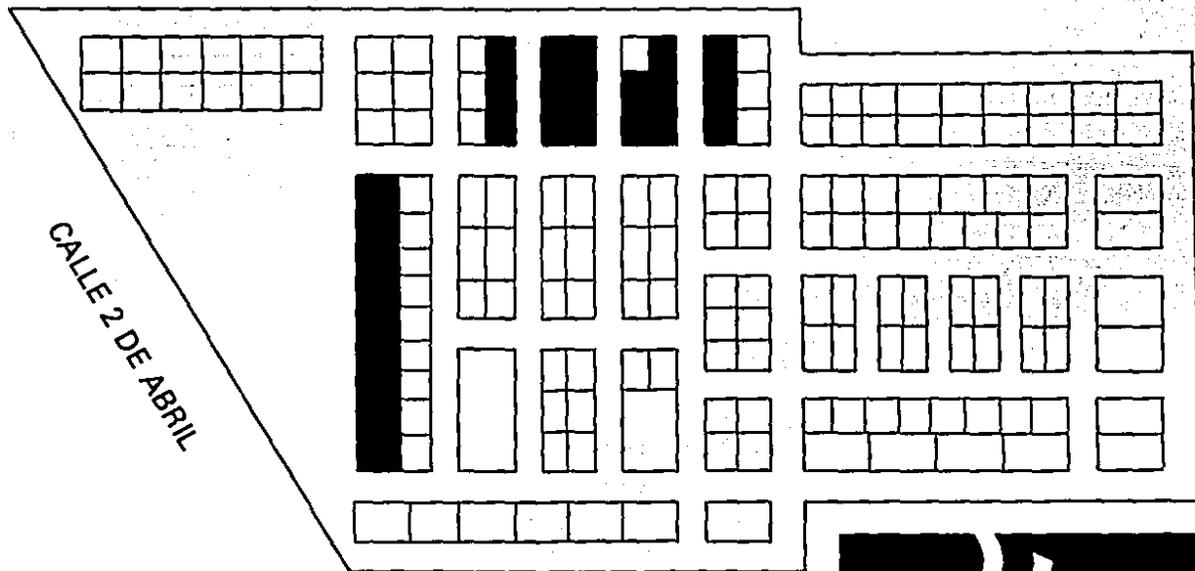
CALLE 2 DE ABRIL

CALLE ALLENDE SUR

CARNE



CALLE 5 DE MAYO



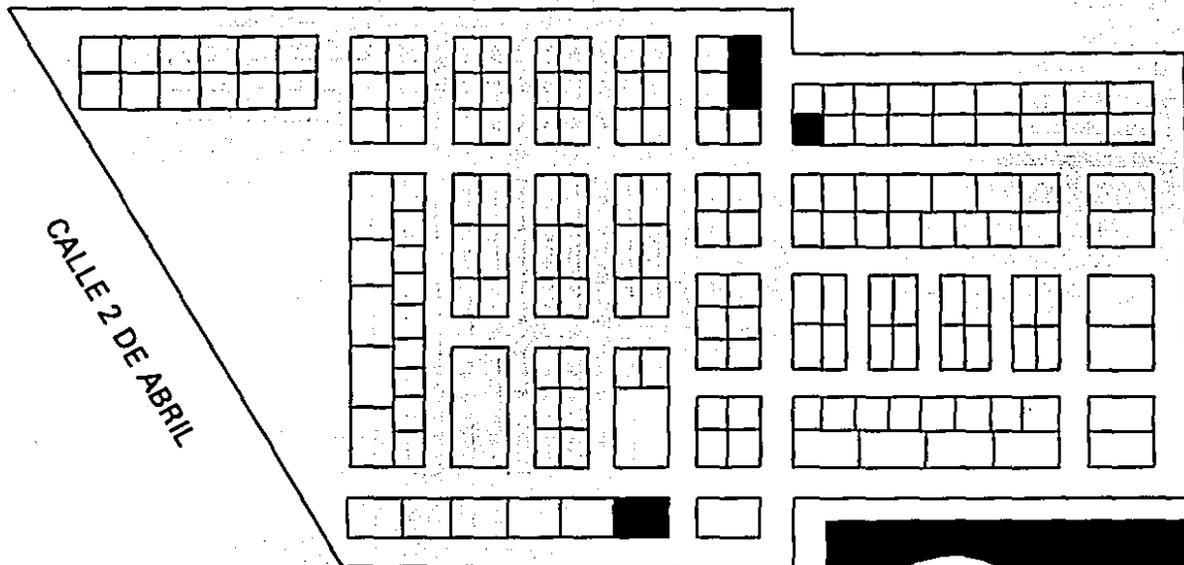
CALLE 2 DE ABRIL

CALLE ALLENDE SUR

COMIDA



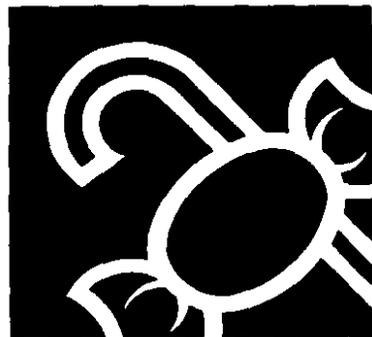
CALLE 5 DE MAYO



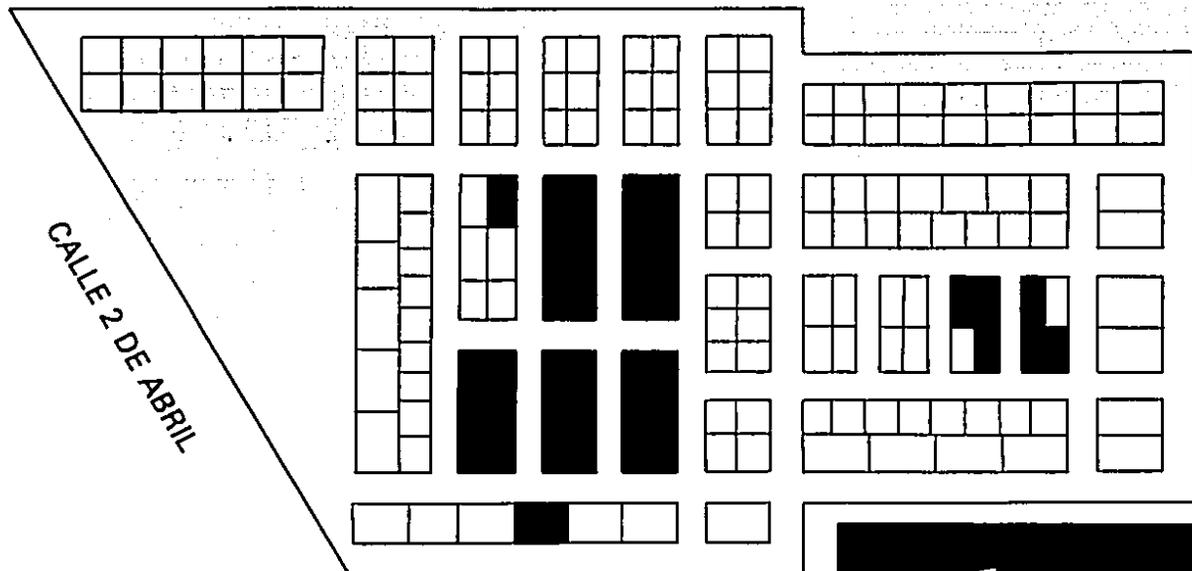
CALLE 2 DE ABRIL

CALLE ALLENDE SUR

DULCES



CALLE 5 DE MAYO



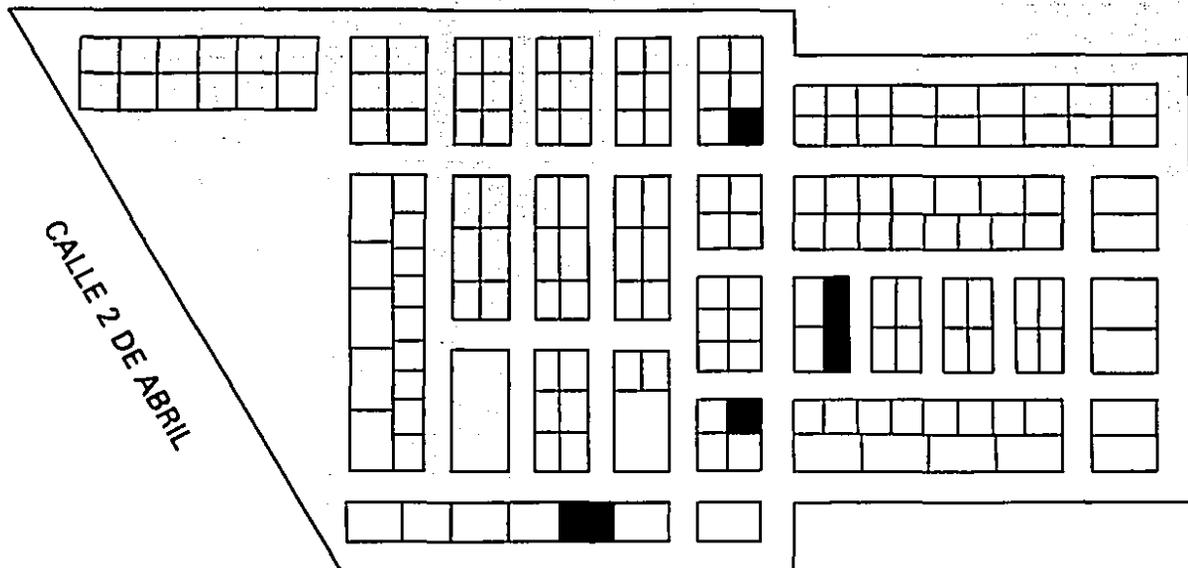
CALLE 2 DE ABRIL

CALLE ALLENDE SUR

FRUTAS Y VERDURAS



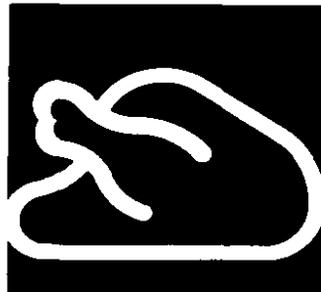
CALLE 5 DE MAYO



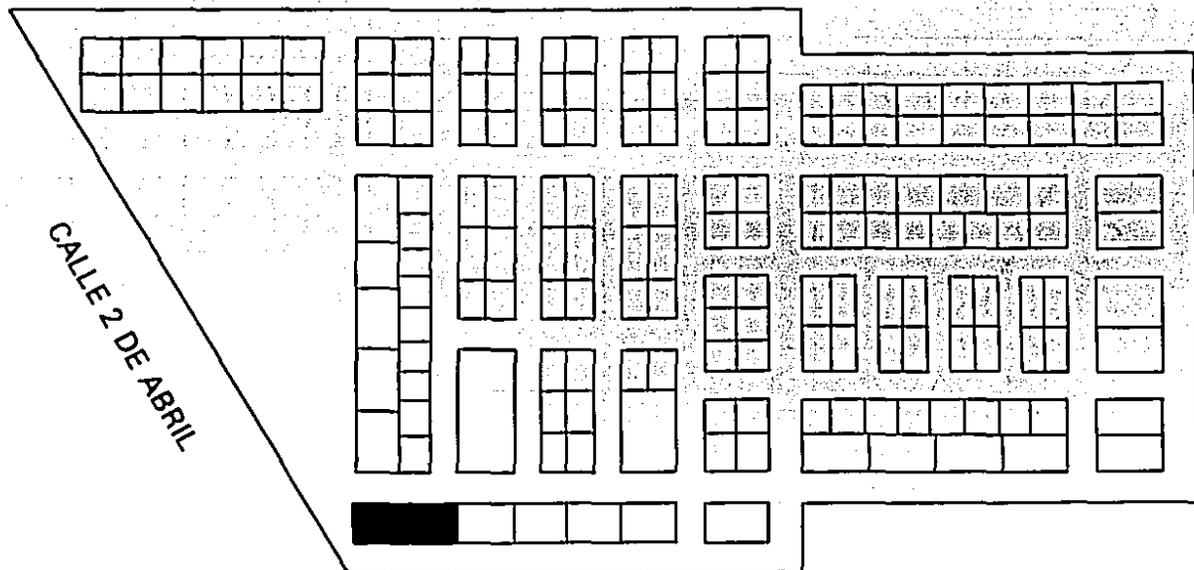
CALLE 2 DE ABRIL

CALLE ALLENDE SUR

POLLERIA



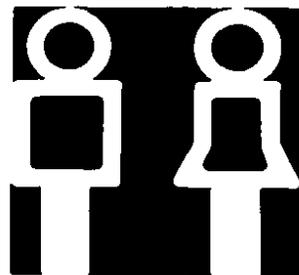
CALLE 5 DE MAYO



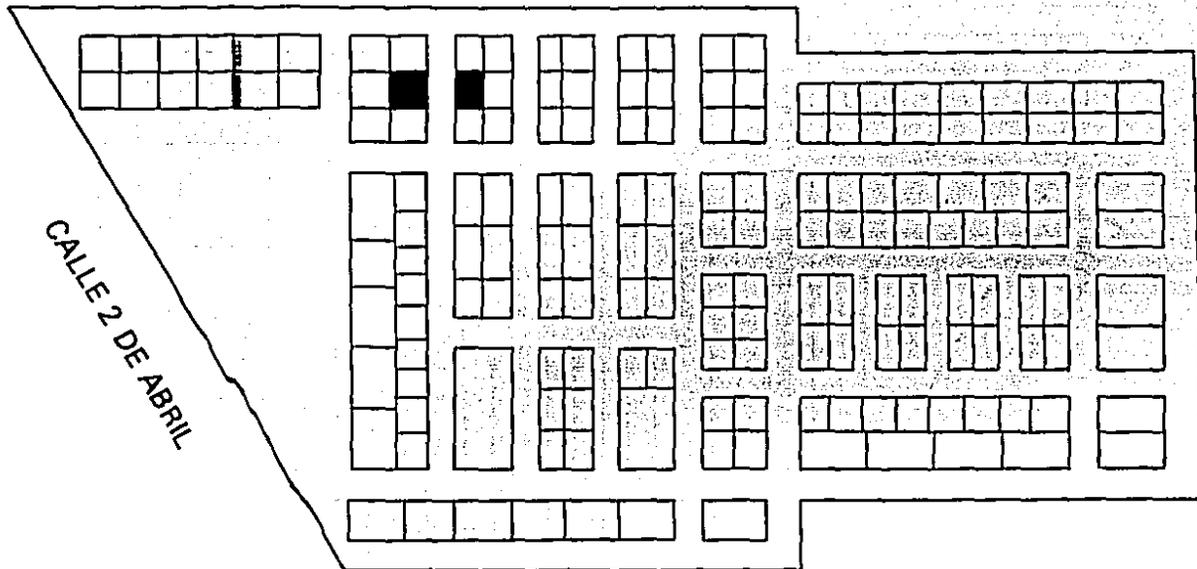
CALLE 2 DE ABRIL

CALLE ALLENDE SUR

SANITARIOS



CALLE 5 DE MAYO



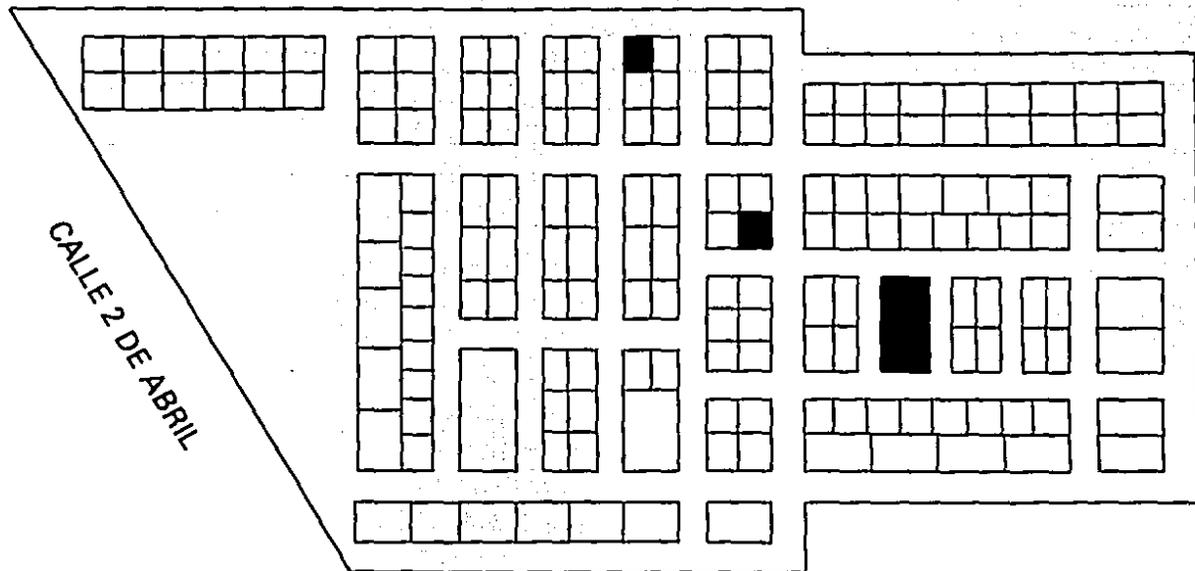
CALLE 2 DE ABRIL

CALLE ALLENDE SUR

ARTESANIAS



CALLE 5 DE MAYO



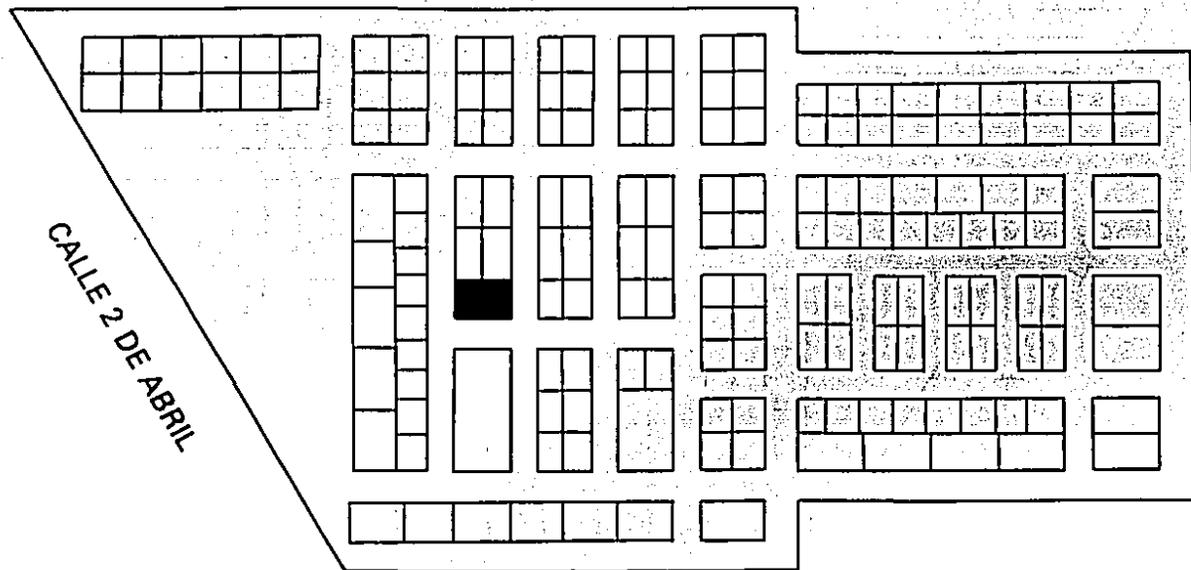
CALLE 2 DE ABRIL

CALLE ALLENDE SUR

CREMERIA



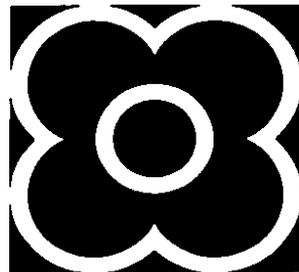
CALLE 5 DE MAYO



CALLE 2 DE ABRIL

CALLE ALLENDE SUR

FLORERIA



CONCLUSION

La finalidad de los Gráficos en el Mercado 18 de Marzo de los Reyes Michoacanes que sirvan de guías visuales a las personas para tener un rápido acceso en los diferentes departamentos del Mercado; ya que los gráficos constituyen un factor de suma importancia dentro de la organización del establecimiento.

Los Gráficos se diseñaron como un proyecto integral de un sistema gráfico que será muy útil para la localización de las diferentes instalaciones del Mercado.

BIBLIOGRAFIA

- GUIA COMPLETA DE PUBLICIDAD
TORII DOUGLAS
EDITORIAL HERMAN BLUMER
BARCELONA, 1986 224 pp.
- SIGNOS, SIMBOLOS, MARCAS, SEÑALES
ADRIAN FRUTIGER
EDITORIAL GUSTAVO GILI, S.A.
BARCELONA, 1981 286 pp.
- INTRODUCCION A LA SEMIOTICA DE LOS
GRAFICOS.
GUILLERMO DE LA TORRE Y RIZO.
EDITORIAL EN UNIVERSIDAD AUTONOMA
DE GUADALAJARA.
GUADALAJARA, 1987 53 pp.
- ARTE Y PERCEPCION VISUAL
RUDOLF ARNHEIM
EDITORIAL UNIVERSITARIA
BUENOS AIRES 1971 410 pp.
- HAGA USTED MISMO SU DISEÑO GRAFICO
JOHN LAING
EDITORIAL HERMANN BLUME
MADRID 1985 156 pp.