

55  
29.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**  
**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS**

**Proyecto Señalético para**  
**El Museo de El Camen**

**Seminario de Titulación: Simbología y Señalización**

**Tesis profesional que para obtener el título de**  
**LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO**  
**presenta**

**BENIGNO EDUARDO NAVARRO SANCHEZ.**

**Mtra. Ma. Elena Martinez Durán.**  
**Directora**

**Lic José de Jesus Molina Lazcano.**  
**Asesor**



**DEPTO. DE ASESORIA**  
**PARA LA TITULACION**  
**ESCUELA NACIONAL**  
**DE ARTES PLASTICAS**  
**XOCHIMILCO D.F.**

**TESIS CON**  
**FALLA DE ORIGEN**

**México D. F.      Abril 1997.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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 esta 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.

**A DIOS por permitirme vivir.**

**A mi Madre por darme la vida y su enorme apoyo y esfuerzo en mi formación.**

**A mi Padre por sus consejos.**

**A Carmen que en todo momento me brindó el apoyo y el estímulo para poder culminar éste proyecto.**

**A mis amigos por sus atenciones, en especial al Ing. Hugo Romo y familia por su amistad, sinceridad y afecto.**

# INDICE

PAG.

## ♦ Introducción.

### ***CAPITULO UNO***

#### ***Museo de El Carmen.***

♦ Historia del museo.	1
♦ Plano de ubicación	3
♦ Objetivos.	4
♦ Actividades culturales.	5
♦ Gráfica existente.	6
♦ Necesidades de comunicación.	7
♦ Resumen Capitular.	8

### ***CAPITULO DOS.***

#### ***Fundamentos del Diseño Gráfico.***

♦ La comunicación.	10
♦ Diseño gráfico.	11
♦ Metodología de Diseño	12
♦ Modelo de comunicación de Roman Jakobson.	13
♦ Semiótica.	14
♦ Señalización.	15
♦ Señalética.	16
♦ Diferencias entre señalización y señalética.	17
♦ Resumen Capitular.	19

**CAPITULO TRES.**  
***Proycción Señalética***

◆ <b>Análisis de la gráfica existente.</b>	<b>21</b>
◆ <b>Primeras Imágenes.</b>	<b>23</b>
◆ <b>Color.</b>	<b>24</b>
◆ <b>Tipografía.</b>	<b>25</b>
◆ <b>Materiales.</b>	<b>25</b>
◆ <b>Estructura del formato</b>	<b>27</b>
◆ <b>Red de apoyo.</b>	<b>28</b>
◆ <b>Solución gráfica.</b>	<b>29</b>
◆ <b>Ubicación.</b>	<b>38</b>
◆ <b>Colocación.</b>	<b>39</b>
◆ <b>Resumen Capitular.</b>	<b>40</b>
<b>Conclusiones.</b>	<b>41</b>
<b>Bibliografía.</b>	<b>42</b>

## INTRODUCCION

El museo de El Carmen en San Angel, tiene el objetivo de difundir la historia de la orden de los carmelitas descalzos. A través de un recorrido por lo que fue el colegio carmelita nos enseñan muchos aspectos de lo que fue su forma de vida y sus principios representativos: sobriedad, humildad y pobreza.

Es un recorrido muy interesante en el que se analiza la conquista espiritual y la resistencia por parte de los indígenas así como la herencia colonial en el México actual: la lengua, el arte, la religión, las instituciones, la desigualdad social y el patrimonio cultural formado por los monumentos históricos.

El sitio es muy agradable - es visitado tanto por público nacional como público extranjero - pero las señales internas son muy deficientes y poco informativas, por eso

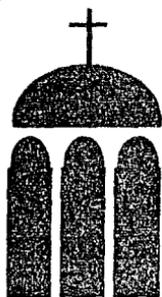
se diseñó un sistema señalético basado en un amplio estudio de los símbolos, signos y señales.

Así comienza la investigación y en el capítulo uno se habla del museo, sus antecedentes y características.

En el capítulo dos hablamos de lo que es el diseño gráfico y la función de la comunicación dentro del mismo. Hacemos referencia a las características de la señalización y de la señalética así como también de sus diferencias.

Finalmente en el capítulo tres, viene la fase de proyectación en donde se realiza un análisis de las señales existentes y surgen las primeras imágenes. De donde se derivan las elegidas, se habla de tipografía, color, materiales y de la forma de colocación.

MUSEO DE EL CARMEN



**CAPITULO 1**

# MUSEO DE EL CARMEN

## HISTORIA DEL MUSEO\*

El exconvento carmelita de San Angel, hoy el Museo Colonial de El Carmen, y la iglesia católica del mismo nombre, se encuentran en Av. Revolución núm. 4 y 6, San Angel, Cd. de México. A fines del s.XVI, el cacique indígena de Coyoacán, don Felipe de Guzmán Itzolinque donó a los carmelitas de México unos terrenos en Chimalistac. Poco después, dos bienhechores: don Andrés de Mondragón y su mujer doña Elvira Gutiérrez, adquirieron del mismo don Felipe otras tierras en Tenenitla, para entregarlas de inmediato a los carmelitas. De esta forma los religiosos se vieron con un extenso terreno donde

podían establecer una nueva casa.

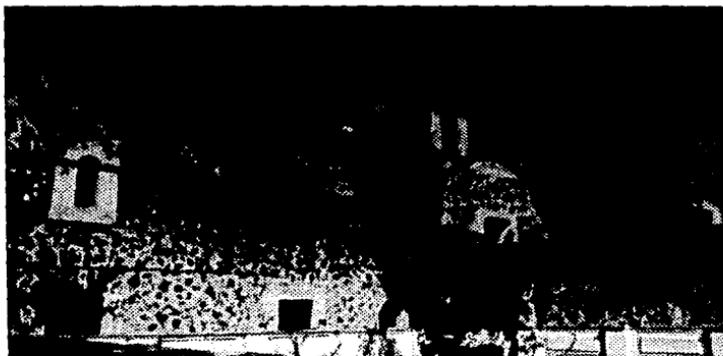
La fundación definitiva del colegio carmelita, dedicado desde su comienzo al santo mártir San Angel, se hizo en 1613 precisamente en el área donada, próxima al establecimiento dominico de San Jacinto Tenenitla.

Para la edificación del colegio llamaron al hermano lego fray Andrés de San Miguel, quien contaba con experiencia suficiente para diseñar y dirigir la nueva obra. Así el 29 de Junio de 1615 se colocó la piedra angular de la nueva casa carmelita. Pasó por varios cambios de nombre, pero en lo cotidiano se seguía



\* El Carmen de San Angel, Minigula, INAH.





designando con el nombre de San Angel.

La labor carmelita y los beneficios que acarrecaba su enorme huerta al vecindario hicieron que gradual y naturalmente fuera llamado al pueblo como San Angel.

La promulgación de las leyes de Reforma, particularmente la desamortización de los bienes del clero y la exclaustración de las órdenes religiosas hacia 1859 fueron el punto de

partida para la aniquilación del colegio y su edificio, la huerta y a la larga de la provincia carmelita entera.

En 1921, parte del edificio fue entregado a la SEP para su cuidado y ocho años después ya se instalaba un museo en él. Cuando surge el INHA en 1939, se le entregó esa parte del inmueble en custodia, tal y como hasta la fecha lo tiene, Ya entonces se les designaba como el convento y el Museo de El Carmen.

# PLANO DE UBICACION

## MUSEO DE EL CARMEN



## OBJETIVOS

El objetivo primordial del museo es difundir la historia de la orden de los Carmelitas Descalzos. El acervo consta principalmente de pintura religiosa de los s.XVII y XVIII.

La dinámica del museo puede contribuir a la comprensión de los siguientes aspectos del programa de enseñanza de primaria y secundaria:

- a) La conquista espiritual y la resistencia indígena.
- b) La herencia colonial en el México actual:

- ◆ la lengua,
- ◆ el arte,
- ◆ la religión,
- ◆ las instituciones,
- ◆ la desigualdad social.

- c) El patrimonio cultural: los monumentos históricos.



## ACTIVIDADES CULTURALES

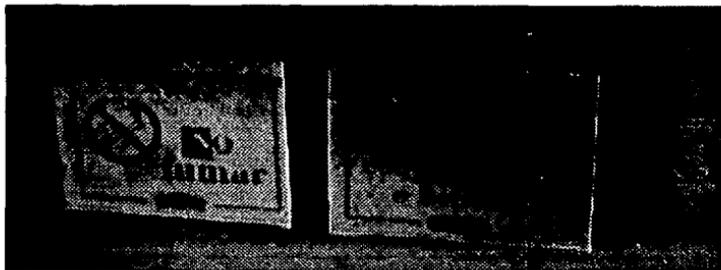
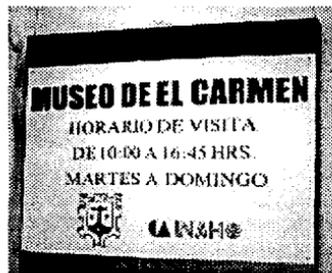
**El museo pone a disposición de la población las siguientes actividades culturales:**

- ◆ **Exposiciones permanentes.**
- ◆ **Exposiciones temporales.**
- ◆ **Visitas guiadas.**
- ◆ **Cursos.**
- ◆ **Música.**
- ◆ **Talleres.**
- ◆ **Teatro.**
- ◆ **Conferencias.**
- ◆ **Presentaciones de libros.**

## GRAFICA EXISTENTE

El museo cuenta con un plano de ubicación en la entrada, el cual está realizado en madera pintada de color guinda, en color blanco se señalan las aulas y los números de clasificación. La tipografía con los nombres de las aulas están en dorado, siendo ilegible.

La poca señalética que existe está realizada en cartulina azul con tipografía en negro, en soportes de acrílico.



## RESUMEN CAPITULAR

**A** fines del s.XVI el cacique indígena de Coyoacán, don Felipe de Guzmán Itzolinque donó a los carmelitas de México, (orden religiosa) unos terrenos en Chimalistac y Tenenitla. El colegio se funda en 1615 y se le dedica al santo mártir San Angel. El estilo arquitectónico está en concordancia con los principios de sobriedad, humildad y pobreza. Tiene una huerta la que se sembraron diferentes árboles frutales y flores con lo cual se ganó un prestigio y se le empezó a llamar al pueblo como San Angel. En 1921 el colegio es aniquilado y se entrega a la

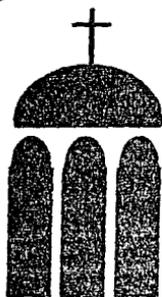
SEP para su cuidado. En 1929 se instala un museo en él.

En 1939 se entrega el edificio al INHA tal y como está hoy.

El objetivo primordial del museo es difundir la historia de la orden de los carmelitas descalzos. El acervo consta primordialmente de pintura religiosa de los siglos XVII y XVIII.

En él se llevan a cabo gran número de actividades culturales. La gráfica con la que cuenta el museo actualmente es muy pequeña, no tiene unidad, hay fotocopias y es necesaria el diseño de una serie señalética.

MUSEO DE EL CARMEN



**CAPITULO 2**

# FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRAFICO

## LA COMUNICACION

La comunicación es un elemento vital para el hombre. Éste no sólo se comunica a través del habla sino que establece muchas formas de comunicación a las que la mayoría de las veces no damos mayor importancia. Mantiene comunicación escrita por medio de la correspondencia, comunicación pictórica en los folletos ilustrados; al escuchar mantiene una comunicación oral, al hacer movimientos con la cabeza se comunica gestualmente; cuando se reúne con otras personas tiene como resultado una comunicación grupal y

cuando decide y discute soluciones para la sociedad, entra a la comunicación de masas. Y esto es algo en lo que participamos a lo largo del día según sea nuestro trabajo. Nos comunicamos constantemente por medio de diversas formas de comunicación. “La comunicación facilita la especialización, diferenciación y maduración del individuo”<sup>1</sup>.

1. 'Comunicación', G. Bateson, p 20

**El hombre se comunica para:**

- ♦ **Recibir y transmitir mensajes y obtener información.**
- ♦ **Operar con la información existente a fin de deducir nuevas conclusiones que no habían sido directamente percibidas y para reconstruir el pasado y anticipar hechos futuros.**
- ♦ **Influir y dirigir a otras personas y acontecimientos externos.**

## **DISEÑO GRAFICO**

Uno de los campos de acción del diseño gráfico es transmitir mensajes, los cuales son "el conjunto de las comunicaciones funcionales: institucional, comercial, publicitaria, informativa, didáctica, señalética y de identidad. Siendo el diseño gráfico, el

universo de los signos y de los símbolos"<sup>2</sup>.

Son muchos los elementos que intervienen para que el diseño gráfico sea efectivo. Estos elementos son los soportes, los signos gráficos, el mensaje y la forma de ordenar todos los elementos, es decir su estructura y composición. Por soporte entendemos la base en la que se disponen los elementos o signos visuales de carácter gráfico y es el papel o cualquier otro material que pueda contener los elementos. Las letras, colores, líneas, texturas, tonos, espacios vacíos, etc., se consideran signos y a través de ellos la vista se siente atraída y hacen que el mensaje llegue y penetre en el espectador.

En el proceso de diseño está desde la concepción del trabajo hasta su formulación final.

*2. Imagen Global, J. Costa, p. 10*



# METODOLOGIA DE DISEÑO

Para la realización de este trabajo se siguió la metodología propuesta por Joan Costa y consiste en:

**INFORMACIÓN** en ella se recogen datos y la lista de elementos a tener en cuenta.

**DIGESTIÓN DE DATOS** aquí se analizan los datos obtenidos y se generan las hipótesis.

**IDEA CREATIVA** es la lluvia de ideas en donde sale una posible solución.

**VERIFICACIÓN** es el desarrollo de las ideas y sus correcciones.

**FORMALIZACIÓN** es la puesta en forma de la solución

propuesta y la reproducción y difusión de la solución.

De aquí se pasa a otras tareas:

- ♦ La producción técnica del producto o del mensaje, su producción seriada.
- ♦ La difusión a través de los mass media y otros canales de transmisión y de distribución.<sup>13</sup>

Por medio de los mensajes transmitimos información acerca de los objetos, servicios, los productos, el medio que nos rodea, las ideas, etc..

# MODELO DE COMUNICACION DE ROMAN JAKOBSON

Roman Jakobson, lingüista  
interesado por el  
significado y la  
estructura

Emisor  
F. Emotiva



F. Enunciativa / Estética

Código

F. Metalingüística

Canal

F. Fática

Medio

F. Anclaje



Receptor

F. Conativa

interna del  
mensaje,  
propone un  
modelo en donde le  
dá a cada factor de la  
comunicación una función.  
La parte fundamental del  
proceso es el CONTACTO,  
es la materialización de la  
información. Aquí se da la  
forma y el contenido. La  
función enunciativa valga  
la redundancia, enuncia  
algo, en ella va la

información poético-  
estética.

El Contexto es toda la  
información que envuelve  
al mensaje (moral, político,  
económico, etc.) todo lo que  
está en el entorno. Nos da  
la intencionalidad del  
emisor y la  
capacidad del  
receptor.

Es determinante  
antes de que se abra  
el proceso. Está  
apoyado por la función  
referencial.

El Emisor y el receptor  
tienen un segundo papel, ya  
que cada uno juega de  
emisor y de receptor  
alternadamente. La  
función emotiva le dá

**intencionalidad y orientación al mensaje, y la función connotativa tiene la capacidad de entendimiento.**

**El Código es la aplicación de un sistema de signos, los cuales comparten el emisor y el receptor. La función metalingüística nos ayuda a reconocer el código utilizado y su codificación especial.**

**El Canal es la vía física por donde va a viajar el mensaje y la función fática es la que permite mantener abierto el canal de comunicación, lo cual es muy importante para el desarrollo de la comunicación por medio de interrupciones o redundancias.**

**En el Medio se involucran los recursos para difundir de manera extensiva el mensaje, hablamos de**

**televisión, radio, prensa, cine, etc., por el cual se mantiene al usuario conectado y se le va dando la información, aquí se ejerce la función de anclaje.**

## **SEMIOTICA**

**La semiótica es la ciencia que estudia a los signos y se compone de todos los procesos culturales en los cuales se da la comunicación.**

**Tiene tres áreas de estudio principales:**

**a) El signo mismo: en donde se estudian los diferentes tipos de signos, los significados y quienes lo usan.**

**b) Los códigos o sistemas de organización de los signos: se encarga de ver el desarrollo de los códigos en la satisfacción de necesidades en la sociedad.**

c) La cultura en donde se utilizan los signos y los códigos.

Según Peirce el signo es la representación de algo y tiene una convencionalidad. Él establece los niveles del signo:

OBJETO	Cualisigno Sinsigno Legisigno
REPRESENTAMEN	Icono Índice Símbolo
INTERPRETANTE	Rema Dicent Argumento

El Cualisigno establece las cualidades más elementales primarias y evidentes las cuales operan de manera independiente y no tienen mayor significado que su cualidad.

El Sinsigno es la unión verdadera de varios cualisignos.

El Legisigno es la convencionalización de los

signos, cuando un signo se convierte en ley.

El signo se materializa en tres formas:

Icono y es lo que más se parece a lo que representa.

Índice son los signos que guardan una relación parcial con su objeto y tienen un carácter social.

Símbolo es el signo en su máximo nivel de convencionalidad y en muchos casos alcanza dimensiones universales.

Interpretante:

El rema es un signo para el interpretante de cualidades, representa al objeto posible. Se refiere a la solución o conjunción de elementos.

El dicent es un signo de existencia real, se encuentra o establece la retórica y la estética como representamen del mensaje.

El argumento es un signo que se entiende que representa a su objeto como carácter de signo. Es la funcionalidad del proyecto cuando lo aprueba el receptor.

## SEÑALIZACION

La señalización es el sistema de señales que se utilizan para satisfacer necesidades de comunicación e información en lugares precisos. Son signos que han sido memorizados y han llegado a ser universales. 'En la señalización los problemas son conocidos previamente gracias a la observación empírica, también lo son las señales y sus códigos'<sup>4</sup>

La señalización no se adapta al entorno. Ya que se utilizan los mismos signos independientemente del estilo de una ciudad a otra.

Sus factores principales son la normalización ( la universalidad) y el empirismo.

<sup>4</sup>. La Señalética, J. Costa, p. 102

## SEÑALETICA

La señalética es la respuesta a la necesidad de información o de orientación que se dá ya sea en servicios públicos y privados en todos los ámbitos: civil, cultural o comercial.

Sirve para orientar al individuo en un espacio o lugar determinado, teniendo así un acceso más rápido a los servicios, así como una mayor seguridad en el desplazamiento.

La señalética es un sistema instantáneo e inequívoco de información a través de señales visuales o mensajes espaciales de comportamiento.

Es discreta y no pretende dejar huella en la memoria de los individuos ya que después de cumplir con su función orientadora se borra del campo de consciencia del individuo.

Joan Costa propone las siguientes diferencias entre señalización y señalética.<sup>5</sup>

## DIFERENCIAS ENTRE SEÑALIZACIÓN Y SEÑALETICA

### Señalización.

1. La señalización tiene por objeto la regulación de flujos humanos y motorizados en el espacio exterior.
2. Es un sistema determinante de conductas.
3. El sistema es universal y está ya creado como tal íntegramente.
4. Las señales preexisten a los problemas itinerarios.
5. El código de lectura es conocido a priori.
6. Las señales son materialmente normalizadas y homologadas, y se encuentran disponibles en la industria.
7. Es indiferente a las características del entorno.

### Señalética.

1. La señalética tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado (interior y exterior).
2. Es un sistema más optativo de acciones. Las necesidades son las que determinan el sistema.
3. El sistema debe ser creado y adaptado en cada caso particular.
4. Las señales, y las informaciones escritas, son consecuencia de los problemas precisos.
5. El código de lectura es parcialmente conocido.
6. Las señales deben ser normalizadas, homologadas por el mismo diseñador del programa y producidas especialmente.
7. Se supedita a las características del entorno.

5. *La Señalética*, J. Costa, p. 120

8. Aporta al entorno factores de uniformidad.
9. No influye en la imagen del entorno.
10. La señalización concluye en sí misma.

Las variables del vocabulario señalético pueden agruparse en tres conjuntos: lingüístico, icónico y cromático. El campo lingüístico comprende a las familias tipográficas y sus combinaciones semánticas en forma de enunciados.

8. Aporta factores de identidad y diferenciación.
9. Refuerza la imagen pública o la imagen de marca de las organizaciones.
10. Se prolonga en los programas de identidad corporativa, o deriva de ellos.

El icónico abarca los grafismos pictográficos, ideográficos y emblemáticos. Por último, el campo cromático, comprende la gama de los colores.

## RESUMEN CAPITULAR

**E**l hombre mantiene diversas formas de comunicación.

Se comunica para recibir y transmitir mensajes y así obtener información.

- ♦ El diseñador gráfico transmite información acerca de los objetos, servicios, los productos, el medio que nos rodea siempre con una intención.
- ♦ En éste proyecto nos basamos en el modelo comunicacional de Roman Jakobson y en los niveles de los signos establecidos por Peirce.
- ♦ La semiótica tiene tres áreas de estudio principales: a) el signo mismo, b) los códigos o

sistemas de organización de los signos y c) La cultura en donde se utilizan los signos y los códigos.

- ♦ La señalización es un conjunto de señales que satisfacen necesidades de comunicación, son signos universales. No alteran el entorno ni transmite características del lugar.
- ♦ La señalética es un sistema de mensajes que actúan de manera exacta en lugares específicos en donde se desenvuelven los individuos. Estudia las características y personalidad del lugar para el diseño de una serie señalética



MUSEO DE EL CARMEN

**CAPITULO 3**

# PROPUESTA SEÑALETICA

## ANALISIS DE LA GRAFICA EXISTENTE

Encontramos una carencia de señales en el museo, y de las que están son de pequeñas dimensiones, realizadas sobre cartulina azul impresas por sistema de fotocopiado ocasionando deficiencias de tonalidad generando ilegibilidad.



La disposición de éstas no guarda un orden en la ubicación ya que algunas las encontramos pegadas a la pared casi en el piso, otras están colgadas del

techo y como son pequeñas no son legibles. Y se encuentran dentro de un soporte de acrílico transparente.

Las señales utilizadas en el museo, no tienen un orden formal, varía su tamaño, por lo tanto no hay un estilo gráfico.

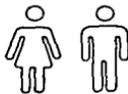
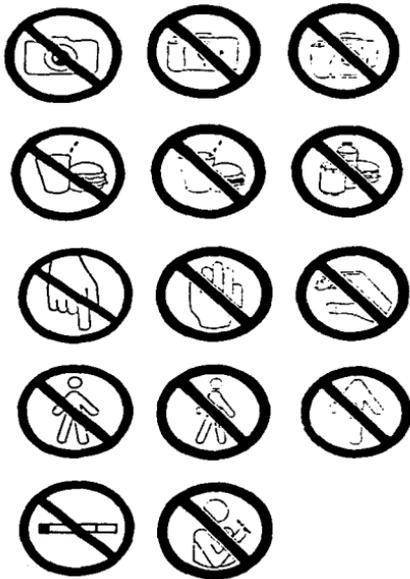
Los elementos dispuestos no mantienen una justificación, el color utilizado no es el propio dando como resultado carencia de impacto visual. Los formatos de las señales varían, así como también los materiales los que no guardan ninguna relación con su entorno. Además de que su permanencia es muy efímera.

Las señales del museo no transmiten con claridad y rapidez la información requerida por la falta de legibilidad, composición gráfica, colores, tamaños ni tienen una distribución en la ubicación.

Por ello es indispensable realizar una señalética que cumpla con todos los requisitos para una mejor función informativa en el museo de El Carmen.



## PRIMERAS IMAGENES



## COLOR

El color es un elemento de gran importancia dentro de la señalética ya que nos sirve como indicador de mensajes y sensaciones específicas. Existen colores **n o r m a l i z a d o s** internacionalmente, se señala al Rojo como el más indicado para las señales de prohibición o advertencia como la de NO FUMAR, ALTO, EXTINTOR, etc.

El color VERDE para las salidas de emergencia.

El color AZUL se propone para señales informativas como estacionamientos, módulos de información, etc.

El color se selecciona a través de los siguientes criterios:

- 1) Criterios de identificación: su función es la de identificar áreas por medio del color, muchas veces se encuentra con texto.
- 2) Criterios de contraste: su objetivo es resaltar elementos señaléticos ya sea pictograma, el texto, la flecha, con respecto al panel informativo y su ambiente.
- 3) Criterios de connotación: todos los colores tienen una reacción psicológica en el individuo, después de un análisis y tomando en cuenta los resultados es como se selecciona el color indicado.
- 4) Criterios de integración: los colores deben de tener una relación de armonía con el estilo arquitectónico y su entorno.
- 5) Criterios de pertenencia a la identidad corporativa o imagen de marca: es

cuando se mantiene una unidad con respecto al color utilizado en la imagen gráfica con las señales. Esto se dá cuando la identidad gráfica es previa al sistema de señalización.

En la señalética del museo de El Carmen se utilizará madera de pino y caoba y se aprovechará el color natural de la madera, dándole así mayor armonía con su entorno.

## TIPOGRAFIA

Por medio de la tipografía, transformamos la palabra hablada en mensajes escritos. Hoy en día encontramos una gama muy extensa de familias tipográficas.

La tipografía es un elemento esencial dentro

del diseño. Ya que por medio de ella podemos expresar muchas cualidades y características del mensaje que deseamos transmitir.

Una tipografía señalética debe ser legible, funcional y de acuerdo al tipo de señal. La señalética propuesta para el museo de El Carmen no llevará reforzador tipográfico ya que éstas son bastante claras y concisas en su mensaje.

## MATERIALES

Encontramos una gran cantidad de materiales para realizar señalética. De acuerdo a las características que presenta cada uno, se hace una selección de los más idóneos tomando en cuenta las características del lugar, el estilo

arquitectónico y las condiciones climáticas en las que va a estar.

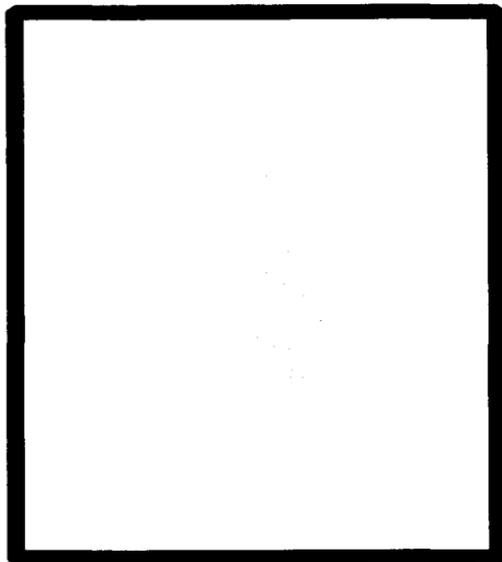
Dentro de los materiales seleccionados para la señalética tenemos:

- ◆ Vidrio.
- ◆ Plásticos: acrílicos, estireno.
- ◆ Madera.
- ◆ Piedra.
- ◆ Trovicel.
- ◆ Sintra.

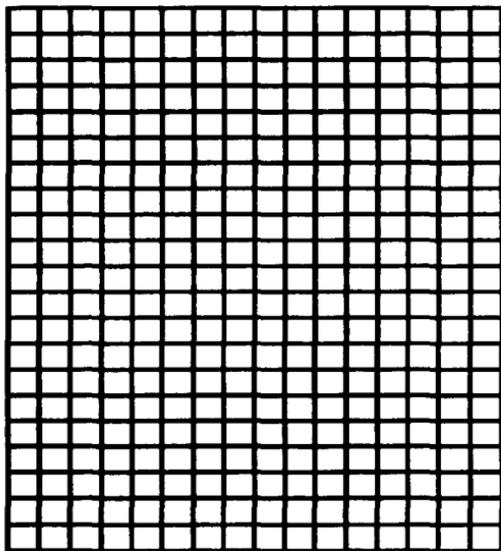
Para la señalética del museo de El Carmen se utilizará madera tanto de pino como chapa de caoba. El soporte será de madera de pino de 17 x 22 cm. y se le aplicará la chapa de caoba dando apariencia de huecograbado.

Así de esta forma el material escogido tiene una relación directa con el entorno.

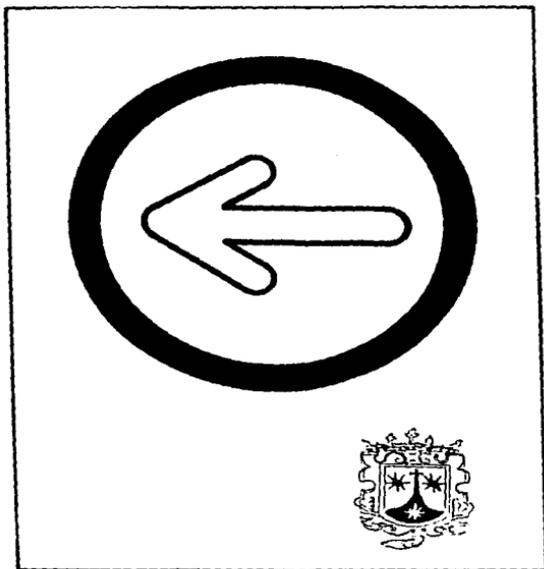
# ESTRUCTURA DEL FORMATO

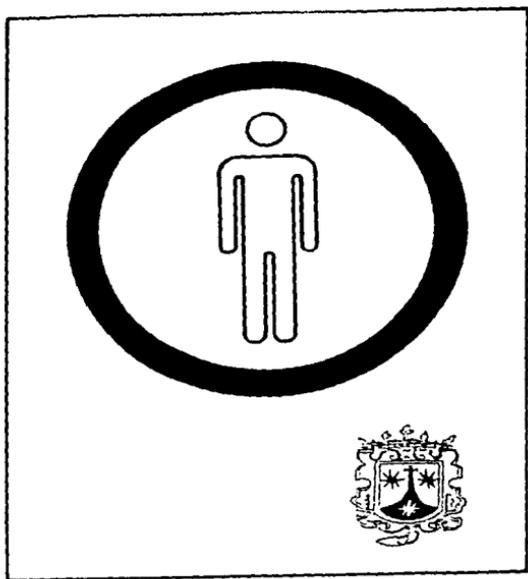


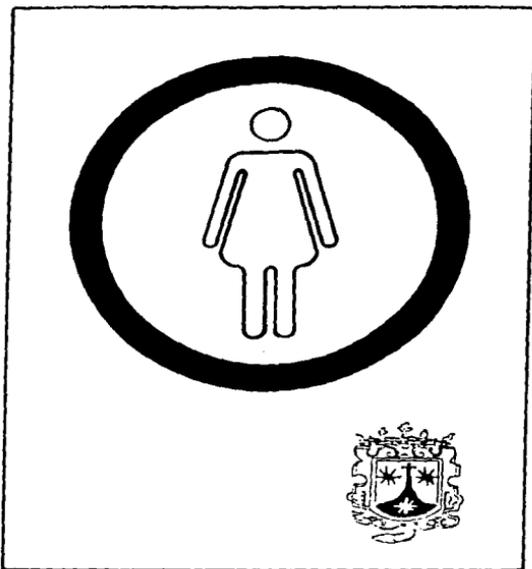
## RED DE APOYO



# SOLUCION GRAFICA





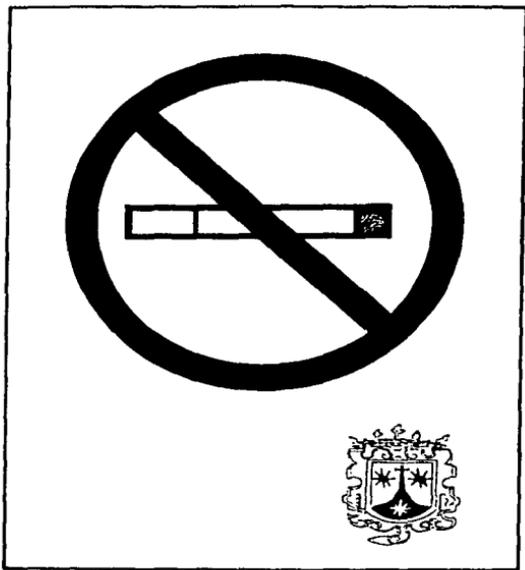






ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA







## UBICACION DE LAS SEÑALES

Para ubicar cada una de las señales se tomaron en cuenta los movimientos de la cabeza que tienen un límite horizontal y vertical, de tal manera que se amplía o reduce nuestro ángulo de visión, el movimiento de rotación de la cabeza tiene un alcance aproximado de  $45^{\circ}$  a la derecha o izquierda, y el movimiento de flexión del cuello es de  $0$  a  $30^{\circ}$  aproximadamente.

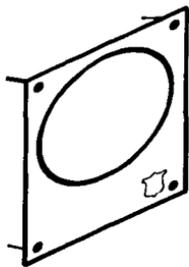
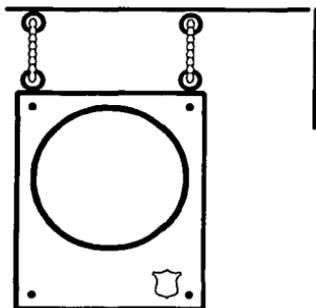
La altura promedio del nivel del ojo humano es de 1.70 mts., de ésta medida se parte para colocar las señales. Dentro del museo el visitante encontrará rápidamente la señal debido a los espacios reducidos de los pasillos y de las salas.

## COLOCACION

Las señales estarán colocadas de dos maneras dependiendo el caso.

♦ Se colocará una escuadra en la pared y se atornillará en uno de sus extremos ofreciendo un buen apoyo a la escuadra. En el otro extremo que es el más prolongado colgarán dos cadenas en cuyas terminaciones habrá argollas que sujetaran a la señal.

♦ La otra forma para la colocación de las señales será el atornillar en sus cuatro esquinas en la pared quedando de esta forma fija.



## RESUMEN CAPITULAR

**L**o que corresponde al tercer capítulo es la revisión semiótica de las señales existentes y pasar a la fase de proyectación. Basándonos en el análisis de la información obtenida en el capítulo uno y dos.

De ahí se pasó a la selección del color, en éste caso se aprovechará el color natural de la madera; y a la manera de colocación de la serie señalética.

## CONCLUSIONES

Un museo es un lugar visitado tanto por estudiantes como por público en general y cuando éste lugar tiene antecedentes importantes, es un lugar aún más visitado tanto por el público nacional como por público extranjero.

Tenía un problema grande de comunicación, le hacía falta un sistema señalético por medio del cual existiera una mejor circulación, acceso e información dentro del mismo.

Podemos decir que esa importante necesidad ha sido cubierta siendo primordiales para su aplicación el Diseño gráfico, los elementos que integran la comunicación y los niveles semióticos.

De esta forma el usuario tendrá una visita placentera y podrá identificar los servicios que ofrece el museo de El Carmen.

## BIBLIOGRAFIA

- AICHER, Otl,  
"Sistema de signos en la comunicación visual",  
Gustavo Gili, México, 1984.
- BATESON, Gregory,  
"Hacia la comunicación",  
Paidós, Barcelona, 1984.
- COSTA, Joan,  
"Imagen global",  
CEAC.S.A., Barcelona  
España, 1987.
- COSTA, Joan,  
"Señalización",  
CEAC. S.A., Barcelona  
España, 1987.
- PEIRCE, Charles, Sanders,  
"La ciencia de la  
semiótica",  
Nueva Visión, Buenos Aires,  
1974.
- DE CORSI, Amerlink,  
"El Carmen de San Angel"  
Miniguía INAH, México,  
1992.
- FISKE, John,  
"Introducción al estudio de  
la comunicación",  
Norma, México, 1984.
- FRUTIGER, Adrian,  
"Signos, símbolos, marcas y  
señales",  
Gustavo Gili, México, 1981.
- Guiraud, Peirce  
"La semiología",  
Siglo XXI, México, 1991.
- "Símbolos de  
señalización",  
American Institute of Arts  
Graphics (A.I.G.A.)  
Gustavo Gili, Barcelona  
España, 1984.