

55
20j



DEPTO. DE EDUCACIÓN
PARA LA FORTALECIMIENTO
ESCUELA NACIONAL DE
DE ARTES PLÁSTICAS
KOCHIMILCO, D.F.

UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLÁSTICAS

PROYECTO SEÑALÉTICO
PARA UNA EMPRESA DE CONFECION

TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN GRÁFICA
PRESENTA

MARIA MAGDALENA VARGAS SOTO

Director Mtra. MARÍA ELENA MARTÍNEZ DURÁN
Asesor Lic. JOSE DE JESUS MOLINA LUZCANO

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

México, D.F. 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.

GRACIAS SEÑOR

Porque me permites dar vuelta
a otra hoja del libro de mi vida,
que es la culminación de años
de grandes satisfacciones y anhelos
que he ido forjando al lado de
mis seres queridos.

¿Pero que traera del día que empieza?
¡Lo que tú quieras Señor!

Y te pido Fé para mirarte en todo
esperanza para no desfallecer
caridad perfecta en todo
lo que haga piense y quiera.
Dame paciencia y humildad
desprendimiento y
un olvido total de mi misma.
Dame Señor lo que tu sabes me conviene
y yo no se pedir.
Que pueda yo amarte cada vez más
Que sea yo grande en lo pequeño
Que siempre tenga el corazón alerta,
el oído atento, las manos y la mente activas,
el pie dispuesto.

SEÑOR, GRACIAS TE DOY

**A MI PADRE
ATANACIO VARGAS HERNÁNDEZ**

Al amigo y compañero que
siempre has sido,
hoy en la lucha de la superación.
Te doy mi repuesta a la confianza
y cariño que siempre
me has dado.

**A MIS HERMANOS
CARMEN, GUILLERMO, GUADALUPE,
ANGELES, LOURDES, ATANACIO,
JUANA Y GLORIA**

Mi cariño y agradecimiento a
todos y cada uno de ustedes
porque a su manera me han apoyado
en las decisiones más importantes
de mi vida

mi cariño y respeto
para cada una uno.

**A MI MADRE
FELISA SOTO ISLAS**

Tú has sido mi guía y mi sosten
has llenado con tu cariño y confianza
todos mis ratos y sueños.
A ti madre que en tus sueños y
anhelos del ayer pedias a Dios
verlos algún día,
hoy sean una realidad.

**A MIS SOBRINOS
LUIS ALFREDO Y SERGIO ALBERTO**

Para la nueva generación
que empieza a abrirse camino
en la vida, esperando les sirva
de aliento y motivación

INDICE

AGRADECIMIENTOS

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO 1

PANORAMA HISTORICO GENERAL

1. ANTECEDENTES
2. DESARROLLO PRODUCTIVO
3. ORGANIZAIÓN DE LA EMPRESA
4. UBICACIÓN EN EL MERCADO
5. LA COMUNICACIÓN POR MEDIO DE LA GRÁFICA
6. RESUMEN CAPITULAR
BIBLIOGRAFÍA

CAPITULO 2

LA COMUNICACION EN EL PROCESO DE DISEÑO

1. COMUNICACIÓN
 - 1.1 COMUNICACIÓN
 - 1.2 MODELO COMUNICACIONAL DE ROMAN JAKOBSON
 - 1.3 COMUNICACIÓN GRÁFICA

- 2 SEÑALETICA Y SEÑALIZACIÓN
- 2.1 SEÑALETICA
- 2.2 FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LA SEÑALETICA
- 2.3 CLASIFICACION DE LAS SEÑALES
- 2.4 REQUISITOS SEÑALETICOS EN EL PROCESO DE DISEÑO
- 3 SEÑALIZACIÓN
- 3.1 CARACTERÍSTICAS DE LA SEÑALIZACIÓN
- 3.2 CUADRO COMPARATIVO
- 4. SEMIÓTICA
- 4.1 LA SEMIÓTICA
- 4.2 INTERPRETACION DE LOS MODELOS
- 4.2.1 MODELO DE SAUSSURE
- 4.2.2 MODELO DE PEIRCE
- 4.3 PROCESO DE DISEÑO A NIVEL SEMIÓTICO
- 5. RESUMEN CAPITULAR
- BIBLIOGRAFÍA

CAPITULO 3 DESARROLLO DE LA SERIE SEÑALÉTICA

- 1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO
- 1.1 ANALISIS DE LA GRÁFICA EN LA COMPETENCIA

- 1.2 PANORAMA DE LA GRÁFICA EXISTENTE EN CONFECCIONES ESPECIALIZADAS MARTE S.A.
- 1.3 NECESIDADES DE LA EMPRESA EN CUANTO A DISEÑO
- 1.4 UBICACIÓN DE LA ÁREAS A SEÑALIZAR
- 2 PROYECTACIÓN
 - 2.1 PRIMERAS IMÁGENES
 - 2.1.1 VARIANTES
 - 2.1.2 RETÍCULA
 - 2.1.3 COLOR
 - 2.1.4 SELECCIÓN
 - 2.2 REFORZADORES TIPOGRÁFICOS
 - 2.2.1 PRIMERAS IMÁGENES
 - 2.2.2 VARIANTES
 - 2.2.3 SELECCIÓN
 - 2.2.4 PROYECTO FINAL
3. DETERMINACION DEL FORMATO
4. SOPORTE FÍSICO
 - 4.1 MATERIALES
 - 4.2 SISTEMA DE IMPRESIÓN
 - 4.3 MANTENIMIENTO
 - 4.4 SISTEMA DE COLOCACIÓN
 - 4.5 DISTANCIA VISUAL
5. COSTOS
6. RESUMEN CAPITULAR
BIBLIOGRAFIA GENERAL
CONCLUSIONES

INTRODUCCIÓN

Actualmente el desarrollo en la industria de la Confección en el país tiene una demanda importante, que ha obligado a los empresarios y dueños a que busquen formas y estrategias que los beneficie no solo en la producción sino también en sus centros y áreas de trabajo.

y es por medio de este documento que se muestra la realización de la serie señalética para la empresa Confecciones Especializadas Marte S.A., misma que tiene como objetivo el de orientar e informar de una forma clara y sencilla.

El desarrollo de este proceso se divide en tres capítulos.

El primer capítulo es un Panorama Histórico General de la empresa, los objetivos y metas que han logrado desde sus inicios, el desarrollo industrial que abarca el trabajo a empresas públicas y privadas, hasta campañas políticas, situación que los ha obligado a estar en el gusto de la gente abriendo nuevos mercados con la creación de su propia línea de ropa.

El segundo capítulo es la Comunicación en el Proceso de Diseño, en donde el hombre desde

que nace se ve en la necesidad de crear modelos con elementos que son la base de un mensajero es mediante la búsqueda de una mejor orientación y ubicación, crea señales que se clasifican de diferente forma.

De aquí surge la necesidad de estudiar el signo como un significado para ser comprendido de acuerdo al uso que se haga, estableciendo diferentes códigos y niveles planteados al proyecto gráfico.

El tercer capítulo es el Desarrollo de la Serie Señalética y es por medio de una investigación de campo que se analiza la gráfica existente, tomando en cuenta las necesidades, estructura y filosofía y antecedentes de la empresa.

La serie señalética cuenta con pictogramas y reforzadores tipográficos mismos que son impresos sobre una base de trovicel y vinil blanco, el material que se utiliza es de cuero aladurabilidad y resistencia mismas que se tomarán en cuenta de acuerdo a las características del lugar.

Es así como queda establecida la serie señalética para Confecciones E specializadas Marte S.A.

CAPITULO 1

PANORAMA HISTORICO GENERAL

1. ANTECEDENTES

Confecciones Especializadas Marte S.A. es una empresa mexicana que con el paso de los años ha tenido un desarrollo industrial importante, mismo que les ha permitido tener una mayor producción.

*Precisamente es en 1954 cuando es fundada por los hermanos Sair, Chafit y Alfredo Karám, que tienen la inquietud de formar una sociedad o «UNION» que estuviera encaminada a la industria textil, a la cual llamarían «La Unión», razón social que posteriormente tendrían que modificar, porque existía otra empresa registrada con el mismo nombre, misma que se localiza en el estado de Tlaxcala. «La Unión», tenía la opción de agregar un nombre de cuatro letras por lo que se determinó denominarla «LA UNION AZUL»¹

La finalidad principal de ésta «Unión» era la de crear nuevas fuentes de trabajo y producir ropa industrial como overoles, batas, camisolas, pantalones, filipinas, etc. *Contando con la maquinaria necesaria e indispensable como la de codo, overlon de tres hilos, de ojal, máquinas de puntada de seguridad, cortadoras y planchas por mencionar algunas, situación que los obliga

a solicitar el personal y empezar con la producción, misma que no ha parado desde sus inicios*

2

Es así como año tras año se producen grandes cantidades de ropa industrial y que ante el crecimiento y la gran demanda surge la necesidad de crear otra empresa que tuviera la posibilidad de abrir otros mercados para así, poder crear y producir una nueva línea de ropa como la deportiva y casual.

Es en el año de 1984 cuando nace la nueva empresa a la que se denominó «CONFECCIONES ESPECIALIZADAS MARTE S.A.» que es fundada por el Sr. Alfredo Karám Gaytán, actual dueño y administrador de la empresa. 3



2 Entrevista realizada al señor Alfredo Karám Gaytán en Sept 96

3 Ibidem

2. DESARROLLO PRODUCTIVO

Para cualquier empresa la producción es un factor muy importante, para Confecciones Especializadas Marte S.A. no es la excepción, ya que desde sus inicios ha tenido un crecimiento considerable que empieza con la creación de uniformes industriales, giro comercial con el que se dan a conocer y que les ha permitido relacionarse con empresas Públicas y privadas.

- PETROLEOS MEXICANOS
- COMISION NACIONAL DE AGUA
- INSTITUTO DE SEGURIDAD Y SERVICIOS SOCIALES DE LOS TRABAJADORES DEL ESTADO

Empresas a las que se les ha fabricado uniformes como (overoles, batas, filipinas, camisolas, pantalones, colchas y sabanas para hospitales)

* 4

Pero no sólo es esta línea de ropa la que se ha manejado, con la apertura de un nuevo mercado existen alternativas y posibilidades para trabajar a empresas con un giro comercial muy diferente al anterior, siendo principalmente ropa

casualy deportiva

Un claro ejemplo de este cambio, podemos mencionar algunas de estas tiendas.

SEARS

AVON

ARABELA

SUBURBIA

Dentro de este desarrollo nacen otras alternativas, y la fabricacion de promocionales para la campaña del Dr. Ernesto Zedillo y campañas políticas en el estado de Hidalgo.

3. ORGANIZACION DE LA EMPRESA.

El crecimiento de una empresa puede ser el factor principal para que de inicio a una organización fundamental, ya sea el tener una producción de mayor alcance que los beneficie considerablemente en un futuro. Confecciones Especializadas Marte S.A. actualmente es un empresa que de acuerdo a su crecimiento y producción se ha visto en la necesidad de organizarse de una forma sencilla.

Actualmente esta dividida en cuatro áreas

La primera área es la de corte, lugar donde llega y se descarga toda la materia prima con la que trabaja la empresa, cuenta con tres máquinas cortadoras de 8 y 10 pulgadas respectivamente

La segunda área está destinada para la realización del trabajo de los pequeños empresarios con los que trabaja permanentemente, aquí la producción es lencería, cuenta con 16 máquinas que se clasifican de acuerdo a su capacidad, estas son neumáticas y sirven para pegar elasticos de cintura, para virar o girar la prenda, máquinas precilladoras.

La tercera área está destinada a la creación de ropa deportiva casual; producción que varía de acuerdo al cliente, actualmente esta área cuenta con 25 máquinas que se clasifican en diferentes categorías; la de ovelon para hacer dobladillo, resorteras y máquinas tapacostura

La cuarta área está destinada a la ropa industrial, cuenta con 20 máquinas que se clasifican en diferentes categorías

De acuerdo a las características de cada área se puede establecer que la tercera y cuarta área son las de mayor producción.

Actualmente la empresa está manejando un número importante de telas con diferentes texturas como :

ALGODON 100%
FELPA
CARDIGAN
MANTA
MEZCLILLA
GABARDINA
LIKRA

4. UBICACION EN EL MERCADO

El desarrollo de la industria de la confección que existe en el país actualmente, ha obligado a que muchas empresas busquen formas para darse a conocer como campañas de publicidad, estudios de mercado, sondeos; estrategias que permitan tener un marco de referencia más amplio con respecto a otras, mejorando la producción y capacidad.

Situación que permite de acuerdo a los recursos y posibilidades de cada empresa a especificarse en diferentes áreas de la confección como las maquiladoras, los pequeños empresarios que trabajan por su propia cuenta; en fin un número importante de empresas textiles que ante la actual situación económica están esforzándose en tener un lugar en el mercado.

Y es precisamente ante la demanda, la competencia ha sido un factor importante para Confecciones E specializadas Marte S.A., que actualmente tiene un lugar que se ha ganado con años de duro trabajo y gran responsabilidad para con los clientes.

Durante los años de servicio, Confecciones Especializadas Marte S.A. ha tratado de especiali-

zarse en ciertas áreas, mismas que le han permitido permanecer en el gusto de los clientes, creando su propia línea de ropa.

Confecciones Especializadas Marte S.A., se ha caracterizado por ofrecer a sus clientes un buen servicio, una excelente calidad, que es lo que los ha distinguido de los demás.

5. LA COMUNICACION POR MEDIO DE LA GRAFICA

Confecciones E specializadas Marte S.A., se ha preocupado con el paso de los años por tener una buena organización y productividad.

El desarrollo de la empresa ha motivado a que se diseñe una serie señalética que vaya de acuerdo a la filosofía de la empresa y que se enfoque a las necesidades de la misma.

Necesidades que surgen con el crecimiento de la empresa, y a las constantes visitas de clientes y proveedores que desean conocer las instalaciones y su funcionamiento, permitiéndoles con esto tener un amplio marco de referencia para con los clientes y para los propios empleados.

La señalética estará integrada de pictogramas que ayudarán a una mejor ubicación de las diferentes áreas de trabajo, salida de emergencia, ruta de evacuación y otros servicios.

Esta serie señalética resolverá las necesidades de comunicación fundamentales para la empresa. Dentro de esta serie señalética se tomara en cuenta el tipo de material en el cual se imprimi-

rá contando con ciertas características en
funcionalidad, contemporaneidad y resistencia

6. RESUMEN CAPITULAR

Confecciones Especializadas Marte S.A., empresa mexicana fundada por los hermanos Karâm, con la finalidad de formar una sociedad que este encaminada a la industria textil y a la creación de nuevas fuentes de trabajo.

En 1954 nace «La Unión Azul» como empresa que se dedica a la fabricación de ropa industrial como overoles, batas, pantalones y camisolas. Con la maquinaria indispensable se ve en la necesidad de solicitar el personal y empezar con la producción, que con el paso de los años ha permitido abrir otros mercados, creando una nueva línea de ropa como la deportiva, la casual, de niños, etc.

Con este crecimiento y debido a la gran demanda surge en 1984 una nueva empresa a la que se le denominó «Confecciones Especializadas Marte S.A.» fundada por el señor Alfredo Karâm Gaytán actual dueño y administrador.

El desarrollo productivo que ha logrado con el paso de los años le ha permitido relacionarse con empresas públicas y privadas

- PETROLEOS MEXICANOS

- ISSSTE
- COMISION NACIONAL DEL AGUA
- SEARS
- AVON
- SUBURBIA
- ARABELA

Empresas a las que se les han fabricado uniformes y con las que se han abierto nuevos mercado, y es dentro de este desarrollo que surgen alternativas en la fabricación de promocionales para las campañas políticas del Dr. Ernesto Zedillo y para el estado de Hidalgo.

Con el paso del tiempo, la empresa va teniendo un crecimiento industrial importante .

Actualmente la empresa está dividida en cuatro áreas de trabajo, la de corte, la de lencería, ropa casual y deportiva e industrial respectivamente.

En el país existe una gran competencia en el campo de la industria textil, y es esta la que los ha obligado a ir mejorardía a día y que les ha mantenido en el gusto de los clientes.

El objetivo principal de la empresa es el de ofrecer un buen servicio y una excelente calidad.

Y ante este gran objetivo, la empresa se ve en la necesidad de diseñar una serie señalética que vaya de acuerdo a la filosofía de la empresa, cumpliendo con los objetivos y necesidades.

BIBLIOGRAFIA

*Entrevista realizada al señor Alfredo Karám
Gaytán en Sept 96*

CAPITULO 2

LA COMUNICACION EN EL PROCESO DE DISEÑO

1. COMUNICACIÓN

1.1 COMUNICACIÓN

Indudablemente el hombre desde que nace y se manifiesta como un ser viviente ha buscado la forma para transmitir mensajes.

Con el paso del tiempo fué desarrollando sus sentidos como el de la vista, del del tacto y el del habla por mencionar algunos, ayudandole a observar, reconocer figuras y formas de objetos que hoy son parte de un proceso comunicativo.

Dentro de las actividades que realizaba; la pintura fué un claro ejemplo ya que por medio de los jeroglíficos permitieron dar una interpretación a la vida primitiva dando un paso para que existiera la comunicación.

Proceso comunicativo que ha sido desde el lenguaje más elemental, hasta los metodos más complejos en donde intervienen y participa un emisor, un contacto y un receptor.

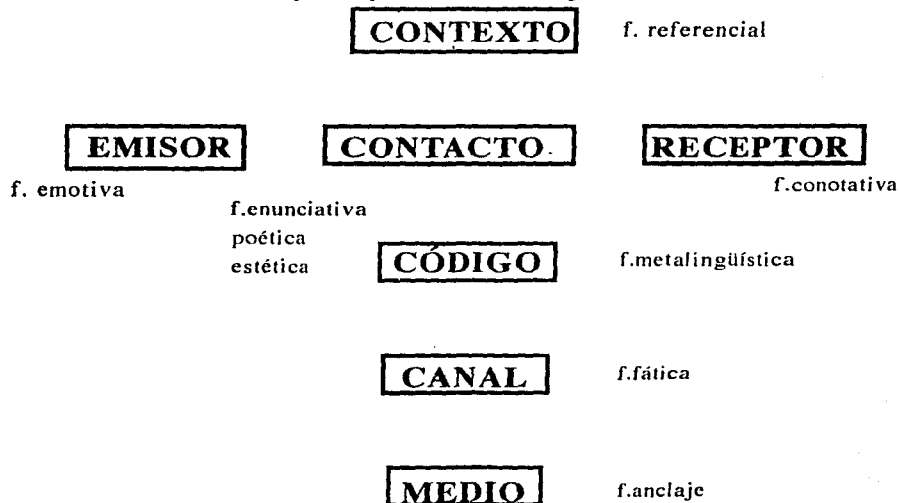
1.1 MODELO COMUNICACIONAL DE ROMAN JAKOBSON

La concepción que se ha tenido de la comunica-

ción y la forma de llevarla acabo ha evolucionado junto con el hombre, creando modelos de comunicación que son la base de un mensaje logrando con esto un entendimineto entre los individuos

Según el modelo de «Roman Jakobson», los elementos realizan diferentes funciones, mismas que estableciendo jerarquías.

En cada una de estas funciones se determina y se analiza la estructura principal de un mensaje



EMISOR: Es el encargado de transmitir el mensaje por medio de un contacto, interviniendo la función emotiva que es la que determinará el mensaje.

CONTACTO: Es la forma de transmitir el mensaje por medio de un soporte gráfico o físico como el cartel, un tríptico que vendrían siendo la función enunciativa y que por medio de la función poética y estética quedará bien estructurado el contenido.

RECEPTOR: El público es el encargado de desarrollar la función conotativa determinando el efecto y el mensaje.

CONTEXTO: Es el entorno político, social o económico en donde se desarrolla el mensaje, la función referencial es la que determina los elementos que darán la pauta para la realización del mensaje.

CÓDIGO: Son estrategias establecidas que determinan la comunicación en donde la función metalingüística los identifica definiendo el significado de un lenguaje establecido.

CANAL: Es la ruta física que permite que el mensaje llegue a su destino y mediante la fun-

ción fática tenga abierto el canal de comunicación.

MEDIO: Es el sistema por donde se difunde un mensaje, teniendo como función el anclaje que sirve para tener contacto con diferentes medios masivos.

1.2 COMUNICACIÓN GRÁFICA

La comunicación gráfica es el proceso de transmitir mensajes por medio de imágenes visuales que generalmente están en una superficie plana 1)

La comunicación gráfica surge de una necesidad en nuestra existencia en donde los mensajes tienen diferentes significados, y es el diseño gráfico el encargado de representar los mensajes en diferentes soportes gráficos, utilizando herramientas y conceptos como la tipografía, las líneas, los colores.

Elementos que se justifican con teorías y leyes de composición.

El diseñador se encarga de transmitir en diferentes presentaciones el mensaje siendo el intermediario entre el cliente que representa al emi-

sor y el público como el receptor.

2 SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN

2.1 LA SEÑALÉTICA

* Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos* 2)

La señalética surge de la gran demanda de servicios públicos y privados que requieren de una orientación para los usuarios, y es precisamente la gran diversidad de público que ocasiona que halla códigos universales que son captados de una forma clara, segura e instantánea.

La señalética se caracteriza por dar mensajes individuales que en el momento de haber cumplido con su función se borra de la mente del receptor.

En la señalética existe un lenguaje en donde se combinan el signo alfabético (interviene el discurso) y el cromático (señal óptica), dando con esto el signo icónico (pictograma).

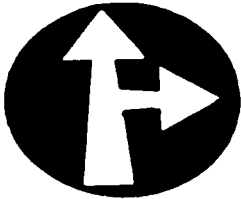
La señalética tiene una finalidad al no dejar huella en los individuos, ya que su interpretación es individual ya que al mismo tiempo cumple su cometido que es el de orientar. 3)

2.2 FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LA SEÑALÉTICA

La señalética es un medio de comunicación diferente a los demás porque de manera determinante actúa tanto en interiores como exteriores como en instituciones públicas o privadas

- Ayuda a la identificación de lugares y sitios estratégicos
- Crea una identidad y una diferenciación.
- Es diseñada de acuerdo a la arquitectura, contexto y filosofía de la empresa.
- El mensaje debe de estar adaptado a cada caso particular .
- Adaptabilidad con respecto al medio en donde va a funcionar.

- Direccionales
- Informativas
- Identificación
- Restrictivas o prohibición
- Emergencia



24 REQUISITOS SEÑALETICOS EN EL PROCESO DE DISEÑO.

En todo proceso de diseño a realizar existen condiciones y especificaciones que nos ayudaran a resolver y cubrir las necesidades que la empresa requiera como:

ADAPTABILIDAD: El material gráfico debe de tener cierta consistencia la cual permitirá sea adaptable en el lugar señalado.

AMBIENTALIDAD: La estructura arquitectonic determinará los elementos a utilizar. Las señales deben de formar parte del contexto y estilo ambiental.

COHERENCIA FORMAL: Debe de ser diseñado de a cuerdo a ciertas especificaciones.

CONTEMPORANEIDAD: Que con el tiempo no pierda su estilo con respecto a las características de la empresa

3. SEÑALIZACION

La señalización es la acción de aplicar señales axistentes a priori a problemas siempre repetidos 4)

La señalización es una serie de símbolos ya establecidos que forman parte de una cultura en donde a diario hay un contacto directo con estos, por ejemplo; al cruzar la calle, cuando hay peligro, cuando se maneja ejemplos que existen y que sin embargo en muchas ocasiones pasan desapercibidos.

3.1 CUADRO COMPARATIVO

SEÑALIZACIÓN

- La señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior.
- Es un sistema determinante de conductas.
- El sistema es universal y está ya creado como tal íntegramente.
- Las señales preexisten a los problemas itinerarios.-
- El código de lectura es conocido a priori.
- Las señales son materialmente normalizadas y homologadas, y se encuentran disponibles en la industria.

Es indiferente a las características del entorno.

- Aporta el entorno factores de uniformidad.
- No influye en la imagen del entorno.
- La señalización concluye en sí misma.

SEÑALÉTICA

- 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)

- Es un sistema más optativo de acciones. Las necesidades son las que determinan el sistema.

- El sistema debe de ser creado o adaptado en cada caso particular.

- Las señales y las informaciones escritas, son consecuencia de los problemas precisos.

4. SEMIÓTICA

4.1 LA SEMIÓTICA

*Ciencia que estudia el significado de los signos*4)

Esta ciencia se basa primordialmente en el estudio de las cosas o de las propiedades de las mismas y nos lleva a analizar a el signo como un significado el cual se selecciona con una creación humana para ser comprendido en función al uso que se haga y partiendo de establecer una organización y se crean diferentes códigos que de acuerdo a una necesidad se van abriendo canales de comunicación operando para su propia existencia.

Se ha establecido que el estudio de los signos forman parte de un sistema de comunicación donde el modelo puede analizar rasgos generales.

4.2 INTERPRETACION DEL SIGNO SEGUN LOS MODELOS DE SAUSSURE Y PEIRCE

MODELO DE SAUSSURE

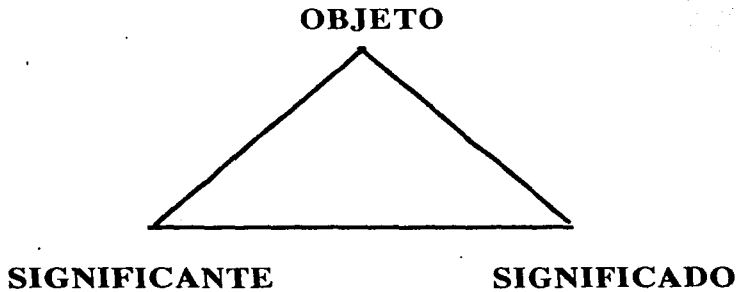
Al hablar del signo, podemos mencionar un objeto que físicamente representa algo y este puede tener un significante y un significado.

OBJETO: Es la muestra física de algo con un significado y un significante.

SIGNIFICANTE: Es la imagen del signo tal y cual la percibimos como una señal, un sonido, una marca, etc.

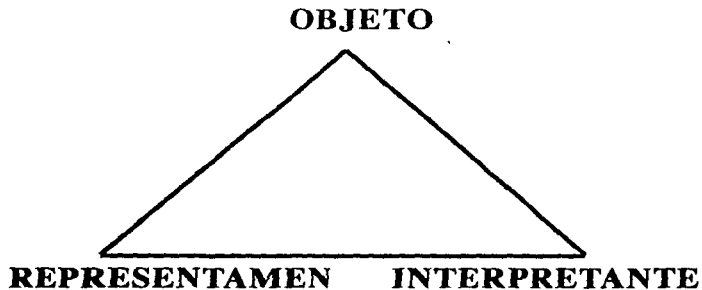
SIGNIFICADO: Es la idea que se comparte con

MODELO DE SAUSSURE



4.22 MODELO DE PEIRCE

El signo es algo que de alguna manera o capacidad representa algo para alguien, se dirige a alguien, crea en la mente de esa persona un signo equivalente o tal vez un signo más desarrollado
5)



El modelo de Peirce se divide en tres tipos en donde se representa de la siguiente manera.

O	CUALISIGNO	SINSIGNO	LEGISIGNO
R	ICONO	INDICE	SIMBOLO
I	REMA	DICENT	ARGUMENTO

OBJETO

CUALISIGNO: En este proceso se estudian las cualidades del objeto.

SINSIGNO: Es la agrupación de los rasgos de un signo.

LEGISIGNO: Es una ley establecida por los hombres.

REPRESENTAMEN

ÍCONO Se parece de alguna manera a su objeto.

ÍNDICE No hay lazo con respecto a su existencia.

SÍMBOLO No existe ninguna relación, es el resultado de los convencionalismos.

INTERPRETANTE

REMA Son los elementos que contienen un mensaje, mismos que son legibles para su mejor comprensión.

DICENT Es el elemento real que necesariamente involucra a un rema con la funcionalidad y estética necesaria para entenderlo.

ARGUMENTO Globaliza todo el mensaje cuando llega a su receptor.

4.3 PROCESO DE DISEÑO A NIVEL SEMIÓTICO

Cuando nos referimos a las funciones del diseño, nos enfocamos a las funciones físicas y psicológicas que nos ayudan a dar una interpretación, y en base a la serie señalética se justificará a los niveles semánticos, dando una interpre-

tación de cada nivel, quedando de la siguiente manera

NIVEL PRAGMÁTICO En este nivel la señalética actúa y se determina como un objeto, cumpliendo con ciertas características.

- ORIENTAR
- BUENA VISIBILIDAD
- FUNCIONALIDAD
- PRACTICO

NIVEL SINTÁCTICO Nivel semántico que está determinado por un representam, se enfoca al diseño de la serie señalética en donde el impacto visual es un factor importante.

- TIPOGRAFIA
- GRÁFICOS
- COHERENCIA
- UNIDAD GRÁFICA

NIVEL SEMÁNTICO Este nivel está representado por un interpretante que tratara de dar un significado con ciertas características que se basara en.

- LEGIBILIDAD
- MENSAJE CLARO.

6. RESUMEN CAPITULAR

Desde la antigüedad el hombre buscó formas para comunicarse, desarrolló algunos de sus sentidos que le ayudaron a observar y descubrir figuras y formas que son parte hoy de un proceso comunicativo en diferentes ámbitos y es mediante la comunicación gráfica que transmitimos mensajes por medio de imágenes visuales como la ilustración, la fotografía, el dibujo y medios audiovisuales por mencionar algunos.

Imágenes que son representadas en diferentes soportes, señales y símbolos con diferentes significados; será el diseñador gráfico el encargado de representar con ciertos elementos como la tipografía, el color, los signos básicos y ciertas características que hablan por sí solas, cumpliendo el objetivo de comunicar.

De acuerdo al modelo de Jakobson los elementos que intervienen son: Emisor, Contacto, Receptor, Contexto, Código, Canal y Medio.

La vida social en diferentes servicios tanto públicos como privados originan necesidades de comunicación como el de contar con una serie señalética que logre orientar y ubicar al usuario. Es por eso que la semiótica es la ciencia de la

comunicación visual que estudia los signos de orientación en el espacio, de acuerdo a las necesidades se crean signos y códigos universales que cumplen con el objetivo de informar de una forma clara, rápida y sencilla; y que ayuda a la identificación de lugares estratégicos con una identidad y diferenciación que vaya de acuerdo a la filosofía de la empresa al igual que su contexto.

BIBLIOGRAFIA

- COSTA, Joan Imágen Global
Editorial CEAC Barcelona 1987
- COSTA, Joan Señalética
Editorial CEAC Barcelona 1987
- FISKE, John Introducción al estudio de la comunicación
Editorial Norma 1984
- GUIRAUD, Pierre La Semiología
Editorial Siglo XXI
- PEIRCE, Charles La ciencia de la semiótica
Editorial Nueva vision
- THRUNBULL, Arthur Comunicación Gráfica
Editorial Trillas 1986CAP

CAPITULO 3

DESARROLLO DE LA SERIE SEÑALÉTICA

1. INVESTIGACION DE CAMPO

1.1 ANALISIS DE LA GRAFICA EN LA COMPETENCIA

El estudio que se realizó a empresas de la industria textil, resulto muy interesante, ya que por medio de este estudio se resolvieron algunas dudas con respecto a la serie señalética a realizar, y un claro ejemplo es.

«Bianqui Internacional», empresa textil que produce y diseña su propia línea de ropa, su giro comercial es de ropa interior para dama y caballero. La serie señalética con la que cuenta ubica diferentes áreas de trabajo como guardarropa, áreas de seguridad, áreas administrativas y áreas de máquinas por mencionar algunas. El soporte grafico que utiliza es trovicel impreso en serigrafia

1.2 PANORAMA DE LA GRAFICA EXISTENTE EN CONFECIONES ESPECIALIZADAS MARTE S.A.

Al hablar de la gráfica que existe actualmente podemos tomar como punto de referencia la deficiencia en la inadecuada señalética. Por medio de un analisis podemos establecer que

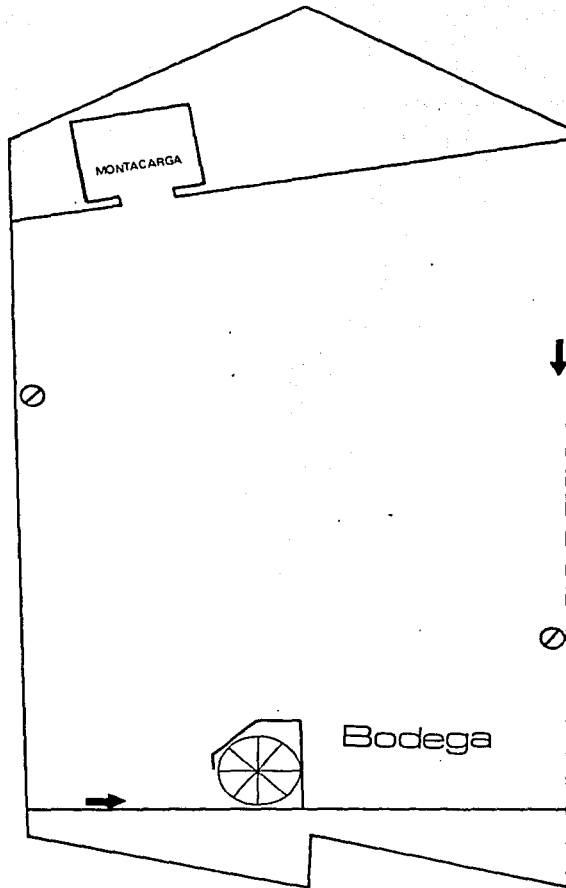
esta señalización se elaboró en un papel delgado que no provoca ningún impacto visual y por consiguiente no existe una coherencia hacia la unidad e identidad, con respecto a esta última su tipografía obedece a moldes de gioser y no hay una diagramación que las sustente por tanto no hay tal unidad.

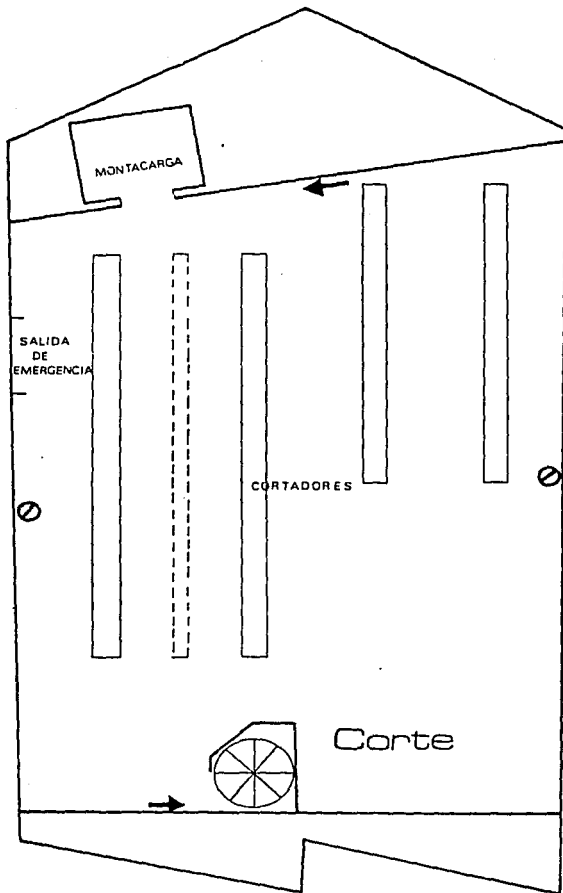
1.3 NECESIDADES DE LA EMPRESA EN CUANTO A DISEÑO.

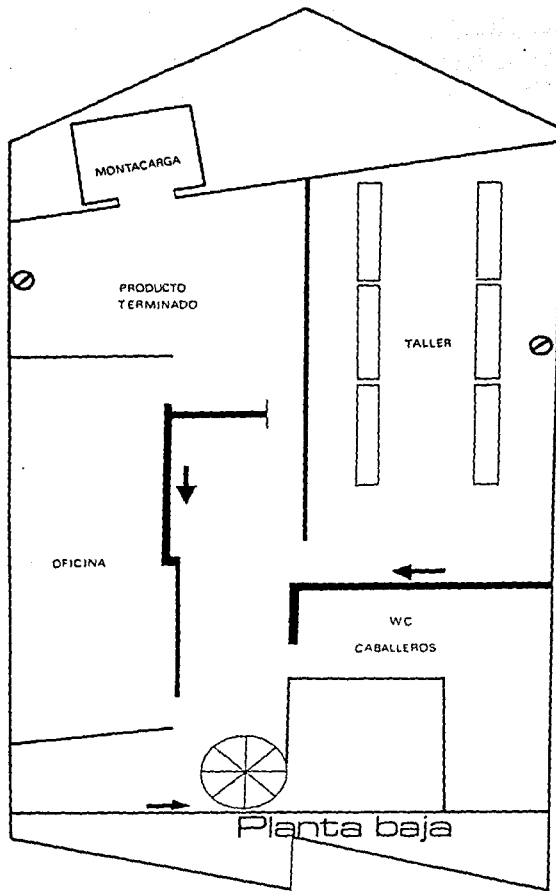
La gran productividad que a últimas fechas ha tenido la empresa ha motivado a que cuenten con una serie señalética, que determinará áreas de trabajo, de seguridad y ubicación dando con esto una mejor presentación tanto a los clientes como a los propios trabajadores.

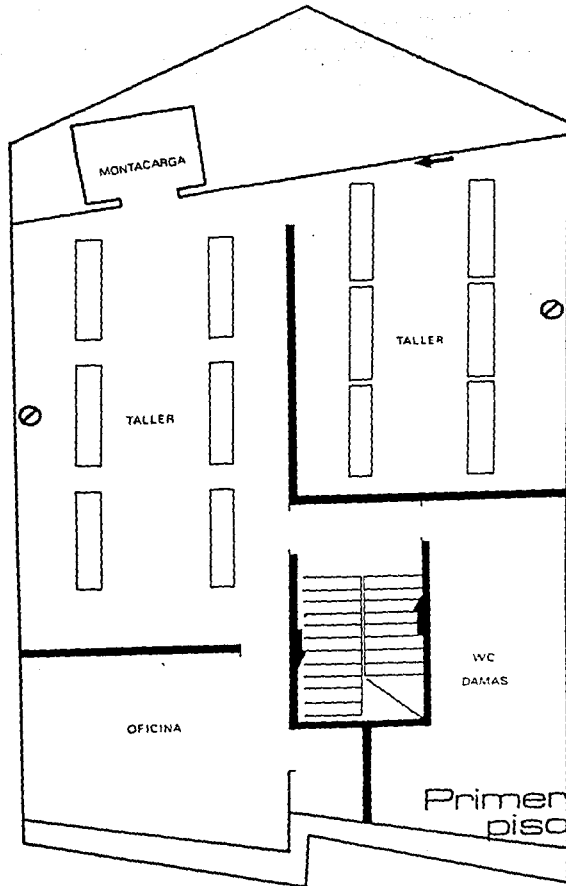
1.4 UBICACIÓN DE LAS ÁREAS A SEÑALIZAR.

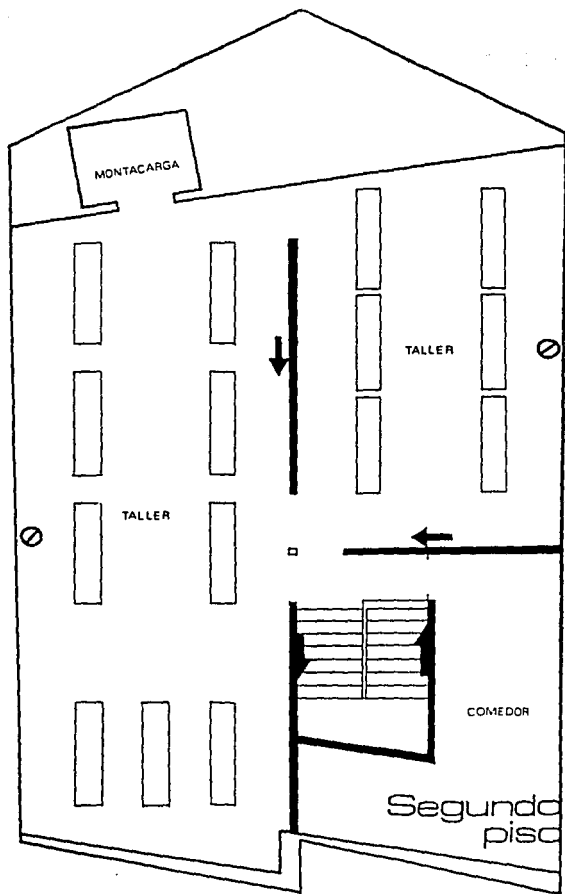
La ubicación de las áreas a señalar se dividen de acuerdo a los niveles de la empresa.









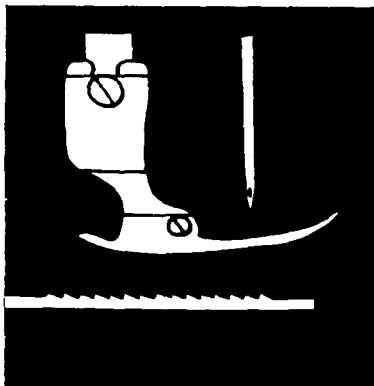


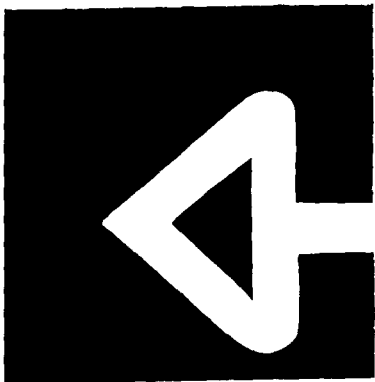
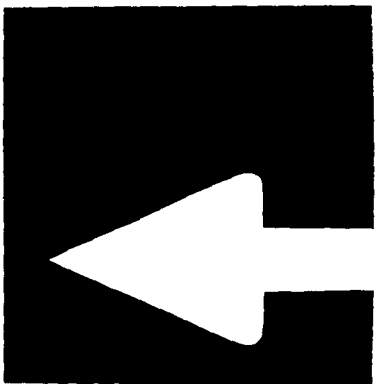
2. PROYECTACION

Teniendo como base las necesidades que presenta la empresa se procede a realizar una serie señalética que opere en funcionalidad para la misma.

21 PRIMERAS IMÁGENES





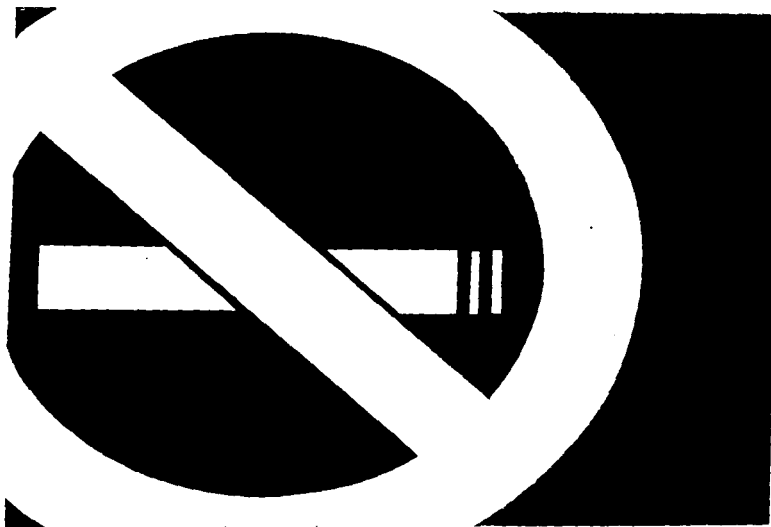


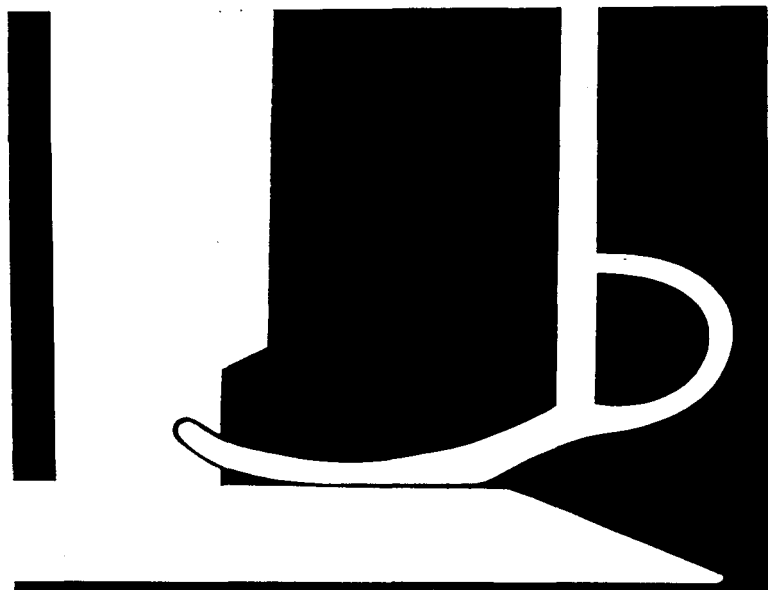
21.2 COLOR

El color que se utilizó para la serie señalética fué tomado en base al color que manejan en su identidad gráfica .

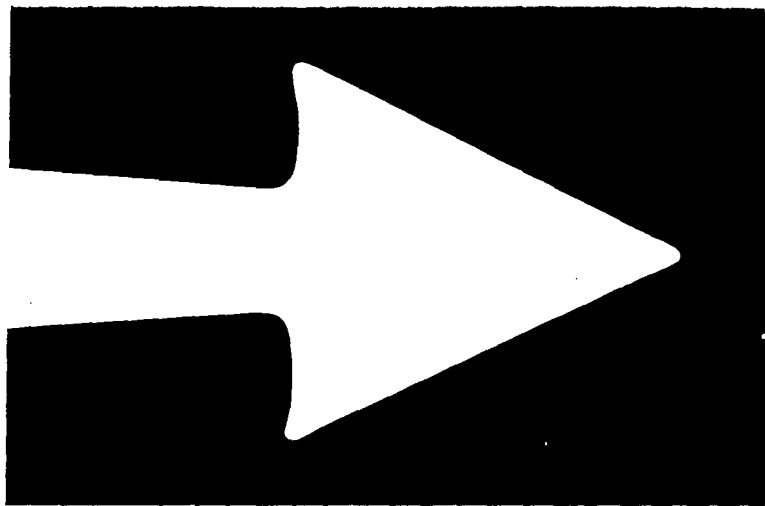
21.3 SELECCIÓN

En base a las primeras imágenes la serie señalética queda establecida de la siguiente manera.









22 REFORZADORES TIPOGRAFICOS

Dentro de las familias tipográficas existen algunas con ciertas características que se toman como base para rotular y diseñar carteles, anuncios, etc.

Características que se sustentan en el diseño como el interletraje, el interlineado, la legibilidad y sobre todo una buena impresión.

Es por eso que para la serie señalética se tomaron algunos ejemplos de algunas familias tipográficas

221 PRIMERAS IMÁGENES

NUEVA YORK

BODEGA

TALLER

SALIDA DE
EMERGENCIA

TIME

BODEGA
TALLER
SALIDA DE
EMERGENCIA

TIME BOLD ITALIC

BODEGA
TALLER
SALIDA DE
EMERGENCIA

SELECCION

HELVETICA

BODEGA

**SALIDA DE
EMERGENCIA**

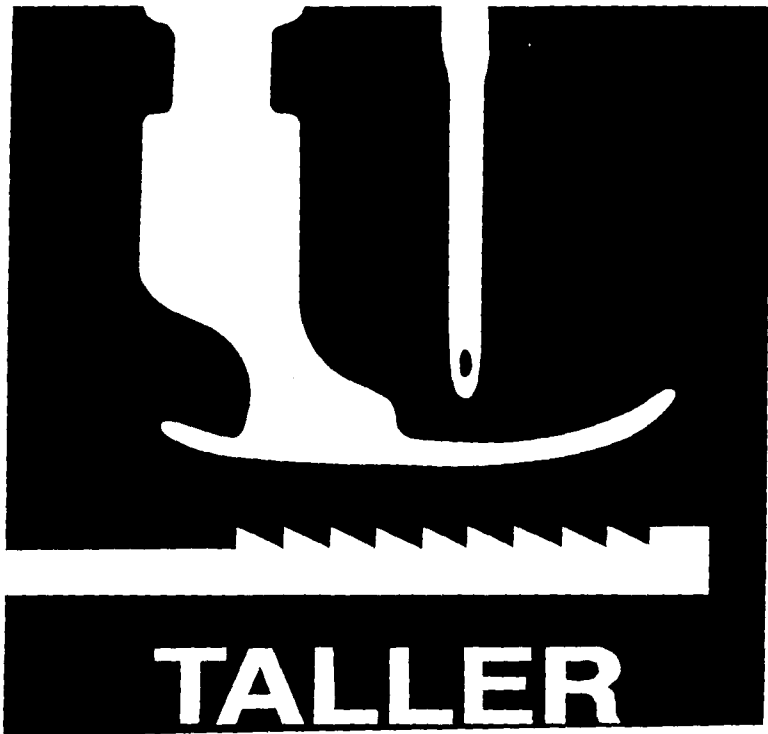
**RUTA DE
EVACUACION**

**PRODUCTO
TERMINADO**

MONTACARGA

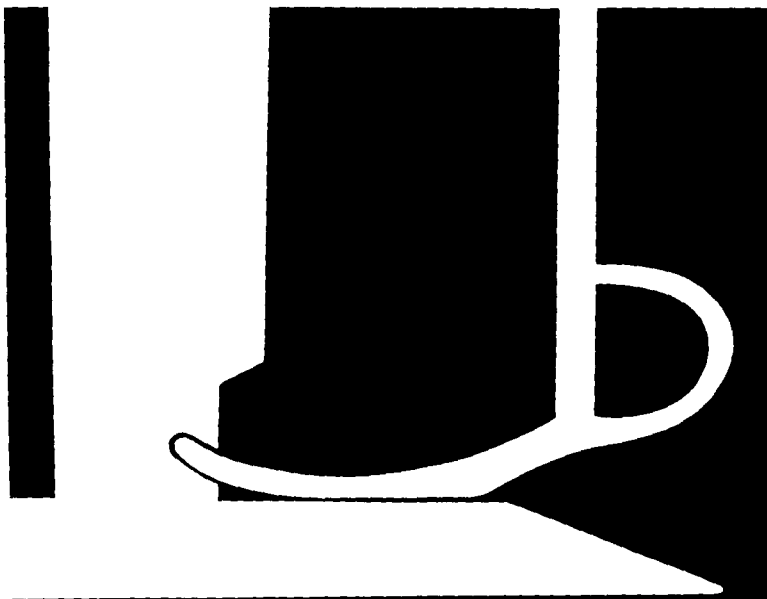
OFICINA

223 PROYECTO FINAL





NO FUMAR



CORTE



**RUTA DE
EVACUACION**

EST. 1980 NO. 0501
SALUD DE LA COMUNIDAD

**PRODUCTO
TERMINADO**

MONTACARGA

BODEGA

**SALIDA DE
EMERGENCIA**

OFICINA

3. DETERMINACION DEL FORMATO

El estudio y analisis a la empresa como a la competencia fue determinante para establecer el formato.

Quedando establecidos de la siguiente manera.

Pictogramas 30 x 25 cm

Reforzadores tipográficos 25 x 15 cm

4. SOPORTE FÍSICO

Para la selección del soporte fisico se revisaron diferentes soportes .

P.V.C

ACRILICO

TROVICEL

Materiales que de acuerdo a las características de cada uno se selecciona el trovicel de 3 mm de grosor, material que reuna las características del lugar.

4.1 SISTEMA DE IMPRESIÓN

El sistema de impresión sera vinil de mediana resistencia en una base de trovicel de 3 mm de grosor.

Em cuanto a este se refiere no tendra ningun problema al respecto.

4.2 MANTENIMIENTO

De facil y practico mantenimiento, ya que por medio de una tela humeda quedara en perfectas condiciones.

4.3 SISTEMA DE COLOCACIÓN

La colocación de la serie señalética quedara empotrada en una superficie de madera y concretoestas se colocaran con una cinta adhesiva de doble cara, especial para este tipo de implantaciones.

4.4 DISTANCIA VISUAL

Establecido el formato de los pictogramas se establece la distancia y la altura visual en donde iran colocados, tomando como base 1.60 mts de altura promedio con un ángulo de visión de 30 grados hacia arriba, permitiendo con esto una mejor ubicación.

5. COSTOS

SAIN PLUS

Canal de Garay No. 20
San Nicolas Tolentino

Serie señalética que consta de 33 pictogramas en base de trovicel con una medida de 25 x 30 rotulados en vinil de mediana resistencia

Precio unitario \$ 3700

10 reforzadores tipográficos en base de trovicel con una medida de 15 x 25 rotulados en vinil de mediana resistencia

Precio unitario \$ 18,00

33 x 37 = \$ 1,221.00

10 x 18 = \$ 180.00

\$ 1,401.00

I.V.A \$ 210.00

\$ 1,611.00

BIBLIOGRAFIA GENERAL

COSTA, Joan Imágen Global
Editorial CEAC Barcelona 1987

COSTA, Joan Señalética
Editorial CEAC Barcelona 1987

FISKE, John Introducción al estudio de la comunicación
Editorial Norma 1984

GUIRAUD, Pierre La Semiologia
Editorial Siglo XXI

PEIRCE, Charles La ciencia de la semiótica
Editorial Nueva vision

THRUNBULL, Arthur Comunicación Gráfica
Editorial Trillas 1986CAP

6. RESUMEN CAPITULAR

Cuando nos referimos al estudio y análisis de la gráfica en competencia, podemos establecer ciertos parámetros que sirvan de base a la serie señalética que se realiza. Con parámetros que rigen al diseño gráfico en un sustento teórico.

De aquí nace la necesidad de las empresas que con el deseo de superarse cumplen ciertas características y objetivos estableciendo áreas que en todo caso serán determinantes en su proyección.

Con la proyección de las primeras imágenes se pretende establecer por medio de una síntesis algunas de las imágenes que mediante una buena visibilidad y con variantes sirvan para una mejor selección.

Pero para poder basar en un buen proyecto es necesario el soporte de una retícula, que permita mayor unidad formal. Pasando posteriormente a la determinación del formato definitivo para poder dar salida a los gráficos, pero sin olvidar el soporte gráfico, el sistema de impresión, el mantenimiento y la cotización.

CONCLUSIONES GENERALES

En el desarrollo del documento se muestra la serie señalética para Confecciones Especializadas Marte S.A., en donde el principal objetivo es el de orientar, informar y ubicar.

Investigación que se basa en estudios y parametros que de acuerdo a modelos de comunicación ayudaron a resolver problemas de legibilidad que presentaba la señalética de la empresa.

Con el diseño del proyecto gráfico se pretende dar una mejor orientación y ubicación tanto a empleados como a los posibles visitantes.

El proyecto gráfico esta sustentado de acuerdo al estilo y características de la empresa y en base a una investigación previa.

De este modo queda integrada la serie señalética para la empresa Con fecciones E specializadas Marte S.A.

**Este documento se realizó
en plataforma Macintosh en el
programa Adobe Page Maker
versión 6.0 se imprimió y em-
pastó en los talleres chandler
S.A de C.V. con un total de 15
ejemplares.**

Marzo de 1997