

14
297

Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela Nacional de Artes Plásticas
Serie Señalética para la Delegación de Xochimilco

**Tesis que para obtener el título de
Licenciado en Diseño Gráfico**

Presenta

Rosa Isela Cárdenas Zafra

Director: D.G. María Elena Martínez Durán
Asesor: D.G. José Jesús Molina Lazcano

Seminario de Simbología y Señalización.



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

México, D.F. 1997

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

PAGINACION VARIA

COMPLETA LA INFORMACION

*Todo lo hizo hermoso en su tiempo;
y ha puesto eternidad en el corazón
de ellos, sin que alcance el hombre a
entender la obra que ha hecho Dios
desde el principio hasta el fin.*

Eclesiastés 3.11

Te amo Dios.

*Gracias Papas por todo su apoyo,
confianza y cariño, LOS AMO.*

*A mis hermanos, Carlos, Arizbeth y
Aristarco, gracias por estar a mi
lado. Fany, te amo y a toda tu familia.*

*A cada una de las personas que me
han apoyado para realizar este tan
anhelado proyecto, GRACIAS.*

*Y mi más profundo agradecimiento
por su tiempo y dedicación a María
Elena Martínez y Jesús Molina.*

Índice

Introducción.

Capítulo I

Xochimilco «Sementera de flores»

I.I	Antecedentes históricos.	1
I.II	División Política.	3
I.III	Geografía.	4
I.IV	Atractivos Turísticos.	5
I.V	Infraestructura.	6
I.VI	Organización delegacional y servicios.	8
I.VII	Descripción de la gráfica actual.	9
I.VIII	Necesidad de una comunicación visual.	10
	Resumen Capitular.	11

Capítulo II

Comunicación y Diseño

II.I	La media naranja, Comunicación, (Uniendo ideas).	13
II.II	La otra mitad, el Diseño, (Generando Ideas).	17
II.III	La Comunicación y el Diseño, una perfecta relación.	19
II.IV	La Semiótica, El estudio de los signos.	20
II.V	Señalética, un medio de llegar al final.	24
II.VI	Importancia de una serie señalética.	26
II.VII	Analizando la gráfica existente.	27
	Resumen Capitular.	29

Capítulo III

Proyecto Gráfico

III.I	Recursos para una buena aplicación.	33
III.II	Las imágenes (como resultado gráfico).	34
III.III	Identificación de la Simbología.	37
III.IV	Reticula básica, (para la construcción de la señal).	38
III.V	Soluciones gráficas.	39
III.VI	El uso tipográfico en la señalética.	42
III.VII	El color, una personalidad propia.	44
III.VIII	Resultado final de las señales.	45
III.IX	Pautas ideales de construcción:	53
	a) El formato.	53
	b) El soporte.	54
	c) Los materiales (aplicando la imagen).	55
	d) Propuesta de impresión.	56
	e) Requisitos para el ángulo de visión.	57
	f) Colocación (sistema de sujeción).	58

Conclusiones.

Bibliografía.

Introducción.



*H*oy, vemos que el mundo que nos rodea está impregnado de imágenes visuales y auditivas, y somos nosotros como diseñadores y comunicadores visuales los encargados de cubrir con nuestro trabajo y conocimientos las necesidades de comunicación visual y de dar a esta carrera la importancia y valor que merece. Demostrar que somos los indicados para realizar una comunicación gráfica óptima, cubriendo los requerimientos que implican llevarla a buen término.

El siguiente proyecto de tesis, es un ejemplo de esto, ya que el diseñar la serie de señalética para la Delegación Xochimilco, nació de la necesidad de cubrir los requerimientos de comunicación visual de esta dependencia. Y

para llevar a buen término este proyecto hay que cubrir ciertos aspectos del diseño, comunicación, ubicación, materiales, etc., de los cuales hay que hacer una valoración para llegar a los resultados presentados en este trabajo.

En el primer capítulo, conoceremos un poco de los aspectos históricos, urbanos, sociales, ambientales y de servicio de la delegación Xochimilco; en el segundo capítulo se lleva a cabo un análisis de la importancia de la comunicación, del diseño, la semiótica y de la señalética dentro del proceso de diseño de una serie de señalética, para llegar, en el tercer capítulo al proyecto gráfico que muestra el resultado de diseño de las señales para la Delegación Xochimilco.

Xochimilco



11 Antecedentes históricos

Los primeros habitantes de esta población fueron las tribus preclásicas de Cuicuilco, Copilco, Tlatilco y durante el periodo Clásico, los Teotihuacanos. Su primer gobernante fue Acatonalli, quien dispuso intensificar el cultivo de la tierra, y propone sobreponer en el lago unas varas y cieno, creando así lo que hoy conocemos como chinampas, que comienzan a producir maíz, frijol, chile, calabazas y otros cultivos; motivo por el cual se le denominó Xochimilco, que significa «sementera de flores».

Sus lagos de Texcoco y Xochimilco, eran abundantes y a mediados del siglo XIV proveían de más de un millón de pescados al año a la población.

Para el año de 1559, Xochimilco fue designada ciudad por los españoles, y el trabajo de evangelización fue iniciada por Fray Martín de Valencia con ayuda de otros frailes, y durante el periodo colonial, la orden franciscana trabajó intensamente en



Copia del Lienzo de Xochimilco, que se encuentra en el Museo Nacional de antropología y que data del año de 1978.



Xochimilco. lugar de fiesta y tradición.

Xochimilco, en donde fundaron la capilla de San Pedro, la iglesia y el convento de San Bernardino de Siena, el hospital de la Concepción Tlacoapa y la primera escuela de Teología, Artes y Oficios.

El 4 de marzo del año de 1559, se le concede a Xochimilco el título de Noble Ciudad y su escudo de armas. En 1794, Xochimilco pasó a ser corregimiento de la intendencia de México, y a fines de la colonia ya pasaba el camino de México a Cuernavaca.

Durante la etapa insurgente y hasta que está se consuma en el año de 1821, Xochimilco contribuyó para lograr un triunfo contra los realistas y el Gobierno Colonial.

En el periodo del porfiriato, se realizaron grandes obras, como lo son: las cajas de agua, bombas y red hidráulica, para conducir el agua de los manantiales de Xochimilco a la Ciudad de México, que carecía del abasto de este recurso, y en julio de 1908, se inauguró el servicio de tranvías eléctricos por el presidente Porfirio Díaz.

Durante la época revolucionaria, en diciembre de 1914, tuvo lugar el histórico encuentro entre Francisco Villa y Emiliano Zapata, para firmar la alianza conocida como el «Pacto de Xochimilco».

El 15 de julio de 1911 toma posesión como encargado del gobierno de Xochimilco, el Lic. Modesto Romero Valencia quien es sucedido en el cargo por 10 presidentes municipales más, esto hasta el mes de enero de 1929 en que se crean las 13 delegaciones que en ese entonces conformaban el Distrito Federal, entre ellas Xochimilco, que incluyó a los pueblos de Mixquic, San Juan Ixtayopan y Tetelco.

El 15 de enero de ese mismo año, fue nombrado el primer delegado, el señor Pablo Rosas Velasco, y no es sino hasta 1931 que se da a Xochimilco la definición geográfica que se conoce actualmente.



I.I División Política

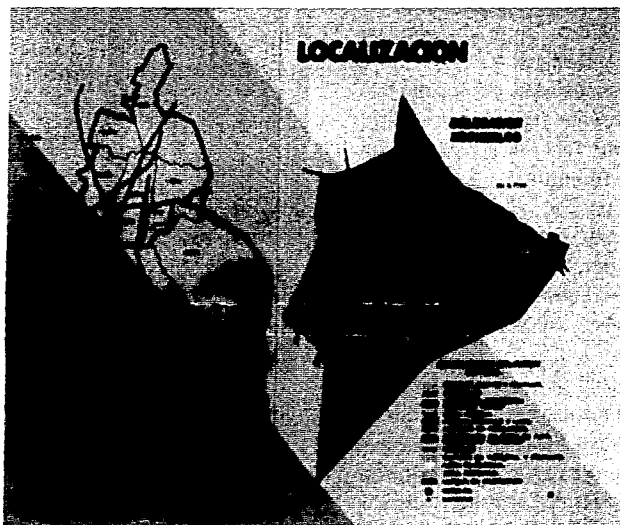
Además cuenta con 45 colonias
y 20 unidades habitacionales.

La Delegación Xochimilco cuenta con un territorio de 125.17 kilómetros cuadrados, que representan el 8.4% de la extensión total del Distrito Federal

Xochimilco colinda con las delegaciones de Iztapalapa por el norte y al noreste, Milpa Alta al sur y sureste, Tláhuac al este y Tlalpan al oeste y noreste.

La Delegación se divide en 17 barrios: El Rosario, Santa Crucita, Caltongo, San Lorenzo, San Diego, La Asunción, San Juan, San Antonio, Belem, San Cristóbal, San Esteban, La Santísima, La Guadalupe, La Concepción Tlacoapa y San Marcos.

14 pueblos: Santa María Tepepan, Santiago Tepalcatlalpan, San Mateo Xalpa, San Lorenzo Atemoaya, Santa Cruz Acalpixca, San Luis Tlaxialtemalco, Santa Cruz Xochitepec, San Lucas Xochimanca, San Francisco Tlalnepantla, Santa María Nativitas, San Gregorio Atlapulco y Santiago Tulyehualco.



Localización de la Delegación Xochimilco en el Distrito Federal.

I:III Geografía

Xochimilco tiene un sistema **oroográfico** que puede dividirse en tres zonas:

Primera zona: el norte de la sierra del Ajusco, entre los cerros de Teuhtli y Tzompole.

Segunda zona: de la parte media oeste entre Tlalpan y Xochimilco, los cerros Tehuanpaltepetl, La Cantera, Tetequilpo, Santiago y Xochitepec.

Tercera zona: de la llanura formada por depósitos aluviales y lacustres, donde se ubican los cerros Moyotepec, Xilotepec y La Noria.

Cuenta también con una **hidrografía** importante y la componen los canales que limitan a las chinampas y comunican entre sí. Sus principales canales son: Cuemanco, Apatlaco, Nacional, Del Bordo, Japón y el canal de Chalco, que también es límite de la delegación Tláhuac.

Su *clima*, es templado lluvioso, principalmente en verano y otoño. La vegetación esta formada principalmente por ahuejotes, típicos de la re-

El cultivo de la tierras, es uno de los principales medios de vida de muchos habitantes de Xochimilco.



El trabajo en las trajineras y venta de flores, es ya característico en los canales de este lugar.

gión, que sirven para fijar las chinampas, las casuarinas, sauces, alcanfores y eucaliptos. A la orilla de los canales se pueden ver espadañas y abundantes hojas de flecha y alcatraces, hay también pequeñas zonas de bosques mixtos con pinos, cedros, ahuehuetes, ocotes, encinos y tepozanes. En áreas de menor altura se encuentran capulines, eucaliptos, alcanfores, jarillas, pirús y tepozanes.

La fauna terrestre, acuática y aérea fue abundante, desgraciadamente poco a poco se ha ido desapareciendo como consecuencia del progreso, algunas especies se han extinguido y otras están en peligro de desaparecer. Los manantiales, el lago y los canales, han sido desviados o afectados por el hundimiento del subsuelo, lo cual ha causado un desequilibrio ecológico en toda la región. Por este motivo la FAO (Organización Mundial para la Alimentación y la Agricultura de las Naciones Unidas) a partir de 1986, tomó bajo su protección la zona rural y lacustre de Xochimilco. Conjuntamente el gobierno de la ciudad ha realizado obras muy importantes para rescatar la ecología de esta zona.

I.IV Atractivos Turísticos

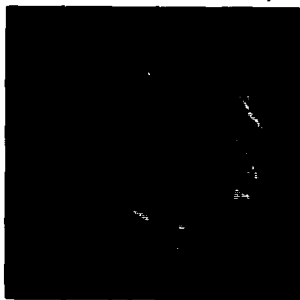
Dentro de los grandes atractivos turísticos que Xochimilco ofrece a sus visitantes, y que han hecho de esta zona del Distrito Federal, uno de los puntos más visitados y reconocidos a nivel nacional e internacional, se encuentran las tradicionales chinampas, únicas en el mundo por su gran valor para el cultivo y porque representan una gran herencia cultural legada por nuestros antepasados; así como con un invaluable patrimonio de vestigios prehispánicos; muestra de ello se encuentra en el museo arqueológico de Santa Cruz Acapulxica, en donde se exhiben muestran del gran esplendor de la cultura indígena; y el museo Dolores Olmedo, que alberga una gran colección pictórica de grandes exponentes de la plástica mexicana como Diego Rivera Y Frida Kahlo.

Otros atractivos son la zona arqueológica de Cuahilama, cuna de la cultura Xochimilca; sus monumentos coloniales, entre los que destacan la Parroquia de San Bernardino de Siena, las capillas de los pueblos y barrios tradicionales de Xochimilco;



Xochimilco, se distingue por la gran cantidad de Iglesias.

Pieza arqueológica, del Museo de Santa Cruz Acapulxica



189 kilometros de canales: 7 lagunas, además 9 embarcaderos turísticos, en donde los visitantes podrán disfrutar de recorridos por los canales, los bosques, los mercados de plantas y flores, los recientes Parques ecológicos; cinco ferias regionales, entre las que destacan la muy tradicional «La Flor más bella del Ejido»; la Feria de la Alegría y el Olivo; de la Nieve; del dulce cristalizado y la feria del maíz y la tortilla; más de 400 fiestas patronales, religiosas y populares, convirtiéndose en la delegaciones con más fiestas al año.

I:IV Infraestructura

La delegación ha crecido considerablemente en lo que ha creación y dotación de infraestructura urbana y de servicios se refiere. En la actualidad la delegación muestra que el área urbana tiene la siguiente cobertura:

- * agua potable, 93.0%
- * drenaje, 89.0%
- * alumbrado público, 86.9%
- * banquetas, 92.0%
- * guarniciones, 90.0%
- * pavimentos, 93.0%

En educación, la delegación cuenta con 47 escuelas del sector privado y 173 escuelas públicas de los tres niveles educativos: preescolar, primaria y secundaria; 2 CECYT; un plantel CONALEP; un plantel de Colegio de Bachilleres; un plantel de la Escuela Nacional Preparatoria y la Escuela de Artes Plásticas de la UNAM.

Para las actividades recreativas y culturales, están funcionando 12 centros, 17 bibliotecas y 19 centros comunitarios en donde se imparten talleres de capacitación. En el área deportiva cuenta con 32 deportivos en el centro de Xochimilco, el deportivo

ecológico de Cuemanco, 6 deportivos populares, 6 comunitarios y 18 módulos deportivos.

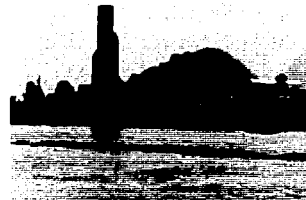
La delegación cuenta también con una red de abasto de 11 merca-

dos públicos; dos mercados de plantas, flores y hortalizas, 25 tianguis, que se complementan con 4,487 establecimientos mercantiles aproximadamente que se encuentra funcionando en esta parte de la ciudad.



Las obras públicas que se realizan en la Delegación, para cubrir las necesidades de sus habitantes son cada vez más.

El Parque Ecológico de Xochimilco, cuenta con lugares de esparcimiento para toda la familia.



Existen también 6 oficinas postales y una telegráfica. En lo que se refiere a servicios de salud, cuenta con una unidad médica del ISSSTE, 19 unidades del Sector Salud y el Departamento del Distrito Federal, que incluyen el Hospital Pediátrico Infantil.

En infraestructura vial y de transporte, Xochimilco cuenta con 4 vías de acceso: Prolongación División del Norte, Anillo Periférico, la carretera Xochimilco-Tulyehualco, y las avenidas Guadalupe I. Ramírez. Así mismo cuenta con una red de 12 rutas de transporte público concesionado, 27 rutas de autotransporte urbano Ruta 100, el tren ligero y un constante servicio de taxis y radiotaxis.



El trabajo en barro y la venta de las piezas hechas con este material, se puede encontrar en su famoso mercado de flores.



IV Organización delegacional y servicios

La delegación ofrece diversos servicios que están enfocados a ayudar a los habitantes de esta zona, y para esto cuenta con las oficinas de:

Coordinación de comunicación social; Subdelegación administrativa; Subdirección de Recursos Financieros; control y presupuesto, de control y presupuesto; de contabilidad; Subdirección de recursos humanos; contratación de personal y capacitación; centro delegacional promotor del empleo, capacitación y adiestramiento, subdirección de recursos materiales; adquisiciones, servicios generales, subdirección de informática, operación y producción, desarrollo de sistemas, subdelegación de desarrollo social, subdirector de servicios educativos y culturales, servicios sociales, subdirección de turismo, promoción turística, promoción y participación ciudadana, actividades deportivas, subdelegación jurídica y de gobierno, secretaría técnica y de control, servicios jurídicos, juzgados cívicos, coordinación poblacional y vía pública, coordinación de mercados,

reglamentos y licencias, Subdirección de recursos agrarios, registro civil, coordinación de enlace institucional, protección civil, coordinación técnica y de capacitación, ventanilla única, subdelegación de obras y servicios, construcción y mantenimiento de edificios públicos, parques y jardines, alumbrado público, limpia y transporte, planificación y licencias de construcción, subdirección de construcción y operación hidráulica, drenajes sanitarios, subdirección de contratos, presupuestos y concursos, dirección de desarrollo agropecuario, subdirección de desarrollo ecológico y acuícola, fomento forestal, subdirección de desarrollo regional, gestoría y participación vecinal, contralor interno, quejas y denuncias, auditoría de obras y servicios.

Todo esto con la finalidad de cubrir todos los servicios que los habitantes de esta delegación demandan..



Los lagos de Xichimilco son de lo más bello y encantador de esta delegación. en ellos se realizan los ya tradicionales «paseos en trajinera».

IVI Descripción gráfica actual

*E*s imposible imaginar que en la delegación, en donde los habitantes de esta demarcación política son los principales usuarios de las instalaciones, no se haya pensado en ayudarlos ofreciéndoles los señalamientos que indiquen a donde deben dirigirse o donde están ubicados los servicios que aquí se ofrecen cuando acuden por primera vez a estas oficinas; los usuarios tienen que llegar y preguntar a algún servidor público sobre donde queda x oficina. Sólo en algunas áreas existe un señalamiento, pero son unas señales hechas en computadora o a mano, algunas en acrílico, muy sencillas, no tiene una unidad de diseño, color, soporte y no hay nada que indique áreas restringidas, de protección, nada que pueda dar una referencia visual, dé ayuda al personal y usuario que acude a esta delegación.



I:VII Necesidad de la Comunicación Visual:

El diseño de una serie de señalética, sera la encargada de llevar a cabo la comunicación visual que apoye a los trabajadores de esta delegación y a los usuario que diariamente acuden a ella. Esta será de gran importancia y ayuda, ya que contar con una buena serie de señalética, funcional, preventiva e informativa, podrá ayudar a mejorar las áreas de trabajo, la información y ubicación de los servicios que la delegación ofrece, así como del propio personal.

Se pretende que está serie ayude a agilizar y darle mejor atención a los usuarios.



Resumen Capítular.

La Delegación Xochimilco, cuenta con una superficie de 125.17 kilómetros cuadrados y colinda por el norte con las delegaciones de Tlalpan, Coyoacán, Iztapalapa y Tláhuac; al este con la delegación Tláhuac; al sur, con la delegación Milpa Alta y al oeste con la delegación de Tlalpan.

Xochimilco está integrada por 17 barrios, 14 pueblos, 45 colonias, 20 unidades habitacionales, 6 ejidos y 4 tierras comunales. El clima predominante es el templado subhúmedo con bajo grado de humedad.

Dentro de los principales recursos con que cuenta esta delegación se encuentran: el subsuelo, que tiene reservas del agua más importante de valle de México, sus 189 kilómetros de canales, áreas boscosas, el agua tratada para la agricultura y el nuevo parque ecológico.

Debido a su gran riqueza histórica, cultural y ecológica, Xochimilco es uno de los principales puntos tu-



rísticos de la Ciudad de México, y se calcula que recibe un promedio de 20,000 visitantes cada fin de semana.

En la delegación Xochimilco, actualmente se está llevando a cabo un programa de excelencia, que tiene como fin brindar mejor y mayor atención a los habitantes de esta zona que diariamente acuden a sus instalaciones a tramitar diversos asuntos, es por esto y observando que la atención al

usuario es parte primordial del servicio que brinda la delegación, se va a realizar la señalización de las instalaciones, mejorando de esta forma los servicios y la atención al usuario como punto importante y relevante de este programa, del cual se requiere que cubra las necesidades de comunicación visual que las instalaciones y el usuario demandan.

Comunicación y Diseño



II.1 La media naranja, COMUNICACION (Uniendo ideas).

El determinar el momento exacto en que inició la comunicación sería un poco complejo, pero se piensa que desde el momento en que el hombre quiso expresar una necesidad, ya estaba comunicando, como ejemplo citemos las pinturas rupestres del arte Paleolítico (hace más de 25 mil años). También en el mundo antiguo, jugó un papel muy importante; con los Hebreos, Griegos y Romanos, los mercaderes ambulantes (pregoneros)¹ se comunicaban voceando sus productos así como los sucesos del lugar, los artesanos ilustraban con herramientas de su oficio la entrada de sus negocios, «Los griegos contaban con pregoneros que anunciaban la llegada de los barcos con cargamentos de vinos, especias y metales»²

Más adelante lo que vino a revolucionar al hombre, a su gran avance dentro de la comunicación, ayudando a que ésta creciera a pasos agigantados, permitiendo una mayor difusión de la información y con ello hacer una divulgación masiva, fue el invento de la imprenta de tipos movable por Juan Gutemberg, en los inicios del siglo XV, que «cambió los métodos de comunicación en todo el mundo»³

¹ «Los pregoneros se convirtieron después en el medio más común de anuncios públicos en muchos países europeos, como Inglaterra, y continuaron en boga durante muchos siglos»
Otto Kleppner's, Manual de Publicidad.

² Ibi
³ Opsin.

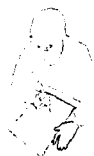
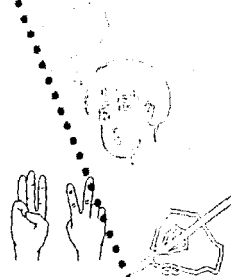
Pero, ¿Qué significa comunicación?, comunicación viene del latín *communicare*: poner en común. A continuación anotaremos algunas definiciones de varios autores respecto a este tema:

* Ciencia que estudia la transmisión de un mensaje directa o indirectamente de un emisor a un receptor y de éste a aquél, a través de medios personales o masivos, humanos o mecánicos, mediante un sistema de signos convenidos y que constituye un elemento básico para el nacimiento de una comunidad y de su fortalecimiento en el desarrollo futuro. Enciclopedia de la Comunicación, Ignacio H. de la Mota.

* La transferencia de la información por medio de mensajes. Pierce Guiraud.

* La interacción social por medio de mensajes. Fiske, John.

En estas definiciones resaltan tres elementos básicos dentro de la comunicación: el emisor, el receptor y el mensaje (que es parte fundamental para que ésta exista). Cuando el ser humano se comunica, será la fuente y el destino de cualquier tipo de comunicación, como emisor o como receptor.



Formas de comunicarse
Biblioteca de imágenes del programa Corel
Draw 5

Dentro de un proceso de comunicación hay varios elementos que intervienen para que esta se lleve a cabo; los siguientes elementos se basan en el modelo de comunicación de Roman Jakobson, quien plantea que para llevarse a cabo la comunicación, en donde actúa un: *Emisor* que cumplirá la función de transmitir la idea inicial de la cual surgirá el *contacto* con un *Receptor* que recibirá la información de este emisor, esta se dará por un *código* de relación entre la identificación de los implicados y la forma de transmitir esta comunicación, que es por medio de un *canal* que puede ser lingüístico, mímico, a señas, etc., que dependerá de la situación que las personas mantengan, que será el *Contexto*; y para llevar a cabo esta comunicación se encuentra el *medio* que es el soporte que se utiliza para llegar al receptor.

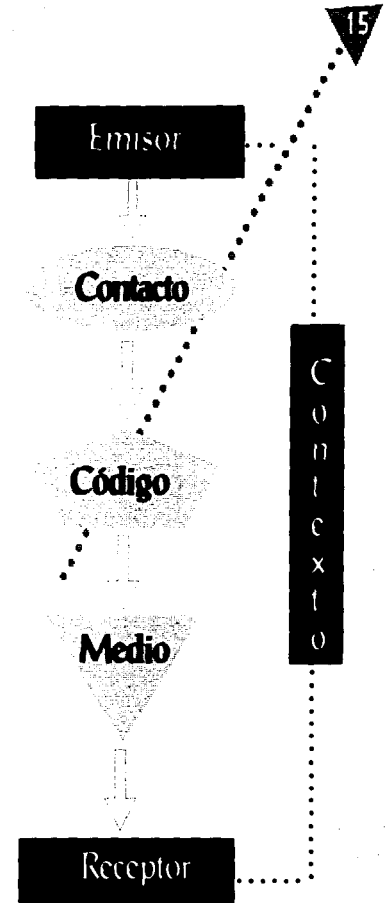
Contexto: son las circunstancias políticas, históricas, sociales, que rodean al emisor/receptor y en la cual se mantendrá la comunicación.

Emisor: es la persona o grupo de personas que comunican o dicen algo.

Receptor: es toda aquella persona que recibe la comunicación del emisor, y tiene a la vez la función simultánea de emisor.

Contacto: es el contenido o contacto que se realizará entre el emisor y el receptor.

Código: Es un sistema de significación compartida para un grupo de personas, que ayudara a mantener la comunicación en-



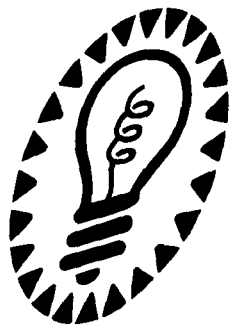
tre el receptor y el emisor.

Canal: es la vía física por la cual se trasmite el mensaje, éste puede ser un cable telefónico, una onda de luz, por ejemplo.

Medio: es el soporte que se empleará para hacer llegar el mensaje al receptor, medios auditivos, visuales, etc.

La *comunicación* esta presente dentro del contexto social que rodea al hombre, realizando un mensaje que lleva a crear una reacción más rápida y directa sobre el mensaje dado, ya desde la antigüedad, se piensa que la comunicación, para poder llevar a cabo su cometido y conforme las ciudades fueron creciendo y expandiéndose, la demanda de ciertos servicios fue aumentando, los elementos de identificación visual fueron mejorando, se ponía en primera instancia a la finalidad del mensaje o servicio ofrecido. Pero a la llegada de la revolución industrial⁴, a la aparición en masa de los productos y a la modernización de los medios informativos se dió un gran giro en la promoción visual y a su comunicación. Con la modernización de los medios de producción impresa, la creación de nuevos materiales industriales y apoyados por la implantación de grandes planes publicitarios, hicieron que los productos y las actividades ofrecidas se vieran por todos lados y que se pudieran conseguir casi en todas partes, dando a la comunicación y al diseño una parte importante en la creación de cualquiera de las actividades realizadas por el hombre. Estas dos actividades se vieron desde entonces muy involucradas para la creación de un nuevo producto, servicio o cualquier necesidad que la sociedad demandara.

⁴ Representa producción en serie, mediante el invento y uso de maquinaria que permitió un gran avance de todas las actividades realizadas por el hombre.



II. II La otra mitad, el DISEÑO

(Generando ideas)

Desde que hubo la necesidad de comerciar algo, de ofrecer un servicio, de enseñar y demostrar lo que se hace para otros; la manera de informarlo y en una solución gráfica, para esto se puede hablar de diseño. Se podría denominar como gráfico, artístico, tipográfico o de otras formas; lo importante es que el Diseño Gráfico ya es utilizado para solucionar problemas de carácter informativo.

«Los seres humanos estamos conformados de tal forma que lo visual ejerce un influjo definido en nuestra manera de percibir y comprender la realidad».⁵ En el ambiente que rodea al hombre y a cualquier lado que mire, siempre habrá algo que antes que éste se realizó fue generado por un proceso de diseño. No podemos excluir ningún elemento que nos rodea del diseño, ya que éste abarca todas las áreas que cubren las necesidades que la sociedad va requiriendo. El Diseño es fundamental en la vida del hombre, y el que cumpla una finalidad de comunicación es premisa de este campo.

⁵ *Comunicación, Humor e Imagen*, Luis Ernesto Medina, Edit. Trillas, México, p.7

⁶ *Colección Salvat Temas Clave*, Salvat Editores, 2a reimpresión, p.6

«Diseño», en castellano, equivale a «trazo» o *delineación de formas, por medios gráficos*⁶, pero esto sólo es una etapa de lo que encierra el proceso de diseñar, ya que, éste es un medio de satisfa-

cer o cubrir las necesidades que la sociedad va generando; el diseño lo encontramos en la ropa que usamos, en nuestra casa, en la calle, etc., todo a pasado por un proceso de diseño.

Ahora bien, el diseño gráfico comprende toda la comunicación visual que se pueda generar, por medio de la fotografía, la ilustración, el cartel, la t.v., el periódico, audiovisual, y por los medios impresos; todos ellos deberán tener una premisa inicial: que sean funcionales y responder a fines concretos, a un público anteriormente definido y adecuarse a los medios de carácter técnico o mecánico que retomará para llegar a concluir la idea inicial. *«En el campo del diseño tampoco es correcto proyectar sin método, pensar de forma artística buscando en seguida una idea sin hacer previamente un estudio para documentarse sobre lo ya realizado en el campo de lo que hay que proyectar, sin saber con qué materiales construir la cosa, sin precisar bien»*⁷

El diseñador gráfico debe llegar a una solución apropiada a un problema generado por las necesidades ya mencionadas. El buscar la solución más adecuada, el soporte idóneo, el color, la armonía, el equilibrio, la estética, son algunos de los elementos que el diseñador debe tomar en cuenta a la hora de realizar su propuesta gráfica. *«La belleza que se admira en las cosas suele ser resultado del orden, la proporción, la armonía o el contraste entre las diferentes sensaciones que se reciben de ellas»*⁸. Todo esto para poder comunicar de manera eficiente un mensaje, idea o propuesta.

⁷ *¿Cómo nacen los objetos?*, Bruno Munari, Edit. Gustavo Gilli, p.388

⁸ Colección Salvat Temas Clave, Salvat Editores. 2a reimpresión, p.28

II.III El Diseño y la Comunicación, *una perfecta relación.*

La relación de la Comunicación y el Diseño es enorme, ya que, ambos se apoyan para dar una mejor solución a un problema gráfico. Ambos se integran en lo que se denomina Comunicación visual «referida al campo del diseño, se quiere señalar la manera intencionada de decir algo y los medios adecuados a ese tipo de expresión»⁹

El diseño será una de las formas de llevar a cabo la comunicación, partiendo de los elementos que ya se mencionaron anteriormente: el emisor, receptor, mensaje, código y el medio. El medio será el punto que realmente atañe al diseño, «El diseñador, por tanto, no es el comunicador, sino el intérprete de los mensajes. Es el mediador entre el emisor y el receptor, y trata de elegir, disponer y estructurar los elementos y signos del lenguaje según las técnicas que mejor expresen el fondo del comunicado y, a su vez, impacten con mayor eficiencia en el receptor»¹⁰, determinar el medio adecuado, esto a partir de la proyección que se quiera dar al producto o servicio que se ofrece.

EL diseño puede llegar a distintos niveles de aceptación por parte del receptor, dependiendo de la selección del medio de co-

⁹ Colección Salvat Temas Clave, Salvat Editores, 2a reimpresión, p.39

¹⁰ Idem

municación que se emplee para su difusión, éste puede ser: la televisión, prensa, radio, cine, cartel, etc., cada uno de éstos tiene un nivel de penetración en el espectador dependiendo del respaldo que tenga el concepto gráfico. Esta comunicación apoyada en una buena solución gráfica tendrá alcances verdaderamente grandiosos y una captación enorme.

II.IV La Semiótica, el estudio de los signos.

Dentro del proceso de comunicación y diseño, se encuentra la semiótica, que deriva del griego: *sémeion*, signo; y es la ciencia general de los signos dentro de un contexto social. «El estudio de los signos y su funcionamiento se llama semiótica o semiología»¹¹. Y se encargará de dar a un proyecto una justificación por medio del significado de sus elementos.

Los elementos que integran el estudio semiótico, son el signo, el campo de uso de éste y la forma de responder del espectador al signo. Para Pierce Giraud, a quien se considera como fundador de la semiótica norteamericana, dice del signo «Un signo es algo que

¹¹ Introducción a la Comunicación. John Fiske.
Edit. Norma, p 34

de alguna manera o capacidad representa algo para alguien. Se dirige a alguien, es decir, crea en la mente de esa persona un signo equivalente o tal vez un signo más desarrollado.»¹².

La semiótica juega un papel fundamental para el diseño de una serie señalética; tanto así que la solución gráfica que se obtenga de las señales, hablarán de la buena aplicación que del signo de haga; ya que, cada señal debe significar una realidad inherente en cuanto a la actividad que se refiera dentro de una sociedad anteriormente delimitada y el signo que se diseñe debe ser funcional para su entorno.

Para Charles S. Pierce, las dimensiones del signo se dividen en 3 niveles de estudio: el objeto, el representante y el interpretante.

Dimensiones del signo*

● El *objeto*, se clasifica en tres dimensiones:

El *qualisigno*, son las cualidades inherentes al objeto que se este estudiando, diseñando, etc., con la limitante que son características aisladas, y estas pueden ser físicas y perceptibles.

El *sinsigno*, en este se integrarán las cualidades ya percibidas del signo, y que nos ayudará a identificarlo y saber lo que es.

¹² *Introducción a la Comunicación. John Fiske, Edit. Norma, p 34*

*Definiciones tomadas del seminario de Señalamiento y Simbología.

El *Legisigno*, es la idea de los elementos característicos del signo y que facilitarán la tarea de representarlo y el espectador reconocera mucho más rápido.

Reconociendo las características anteriores en un signo, será más fácil poder llegar a una representación coherente e idónea a lo que se pretende representar.

● Dentro de la *Representación*, están presentes el icono, el Index y el símbolo.

El *Icono*, es el signo real, es decir, la representación respecto a su objeto lo más parecido posible.

El *Index*, será un signo de conexión que no guarda o no tiene que ser necesariamente igual al objeto, pero sí debe tener alguna característica del objeto con la vivencia del autor, es una representación personal del objeto.

El *Símbolo*, es un signo de una similaridad adjudicada con un reconocimiento general y no tiene relación con el objeto representado, tiene un reconocimiento universal.

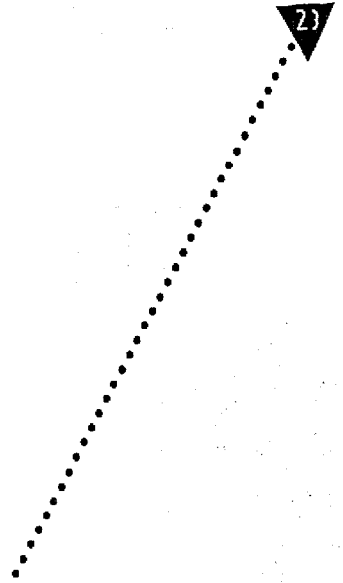
● Para el tercer nivel del signo, que es la *Interpretación*, tenemos el *Rema*, el *Dicent* y el *Argumento*.

El *Rema*, es una síntesis de la esencia, la cual representa y contiene las características principales para ser reconocida.

El *Dicent*, es la posibilidad de discernir, de organizar y de mostrar esos elementos de una forma conjuntada como una solución.

El *Argumento*, es a nivel de pensamiento, algo que no se percibe, lograda por el conjunto del mensaje ante el receptor, y llevada a cabo por el contacto y asimilación del mensaje. En base a estos elementos, vemos que dentro del proyecto de este trabajo, el diseño de señales, deberá clasificarse dentro de alguno de las definiciones anteriores.

Un signo deberá cubrir los requerimientos necesarios para el buen funcionamiento del mismo: legibilidad, color, formato, material, para poder ser funcional y que al ser ubicado el receptor se de cuenta de su presencia.



IIV Señalética, un medio de llegar al-final.

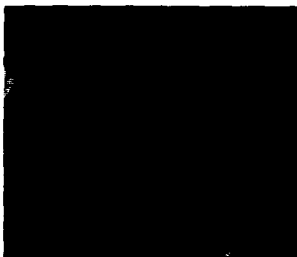


Fig. 1

No se puede afirmar desde cuando la señalética existía como hoy en día y lo que ella representa; para llegar a esto pasarían muchas cosas, no aisladas, sino conjuntas que repercutirían en la evolución del mensaje gráfico.

Se pueden mencionar tiempos, etapas en la historia de la evolución humana y de como el mensaje en la comunicación ha crecido al paso de los acontecimientos históricos o de donde a tomado sus elementos para mejorar en su propuesta gráfica e informativa.

En el mundo antiguo con los Romanos, por ejemplo, se encontraron en las ruinas de Pompeya, letreros en piedra donde se anunciaban tiendas y los servicios que ofrecían, «una hilera de jamones para una carnicería, una vaca para una lechería, una bota para una zapatería»¹³, etc., esto muestra que uno de los más antiguos medios de llevar a cabo la comunicación, es la señalética, la cual se encarga de dar información visual rápida, fácil y eficaz al espectador, cubriendo necesidades de información.

«Señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orienta-

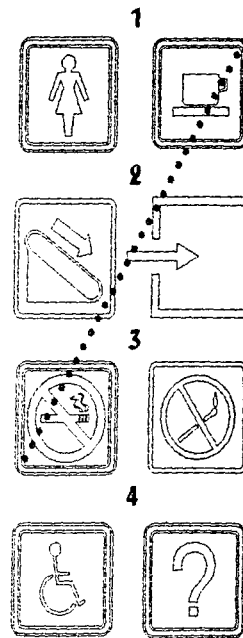
¹³ Manual de Publicidad, Otto Kleppner's, 9
Edición, Tomo I

ción en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones.¹⁴

El mundo de la comunicación y de los mensajes debe crear una atmósfera visual óptima para lo que han sido creados y satisfacer las necesidades requeridas. La señalética por su utilización, sus características y la gran facilidad de desenvolvimiento nos da la libertad de diseñar y ofrecer un concepto nuevo, que no se salga de parámetros establecidos y que de una nueva propuesta gráfica dentro del medio en que está se mueve.

Así, la señalética se clasifica en diversos tipos, dependiendo su campo de acción y representación. *Las señales se clasifican* en:*

- 1.-Señales de Identificación: son las que se encargarán de identificar algún servicio (sanitarios, teléfonos, cafetería, comedor, oficinas, etc.).
- 2.-Señales direccionales: indican el camino a seguir para encontrar un servicio
- 3.-Señales restrictivas: tienen como fin el indicar alguna prohibición de una actividad.
- 4.-Señales de emergencia: ayudan a encontrar los servicios en caso de algún accidente o percance.



¹⁴ Señalética, Joan Costa. Edn. CEAC, 1987. p.9
 Señales de la Biblioteca de imágenes de Corel Draw 5.
 * Clasificación de Joan Costa, Señalética,
 Enciclopedia del Diseño, Edn. CEAC.

III/VI Importancia de una serie de señalética

La funcionalidad de una serie señalética está sujeta a lugares específicos y su resolución gráfica dependerá de las características del receptor y de los medios de información que esta contenga. «La señalética se aplica, por tanto, al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio o lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones»¹⁵. La señalética se relaciona al lugar en donde se establezca de una forma inherente a ella.

Con la señalética el hombre facilita su entorno, permitiendo así un mejor tránsito del lugar en que se ubique, «Los espacios arquitectónicos, como una realidad que es generalmente previa a la señalización, varían también;...a ellos se añaden las variables de sus diferentes usos sociales a los que dichos espacios serán destinados»¹⁶, esto dará la pauta para saber el tipo de imagen que se utilizará o habrá de diseñarse, «hacerse un plan mental de cómo proceder, esto es; organizarse en función de las necesidades que se plantean»¹⁷

La propuesta señalética en este proyecto será solucionar el problema de comunicación en la Delegación Xochimilco, desde su in-

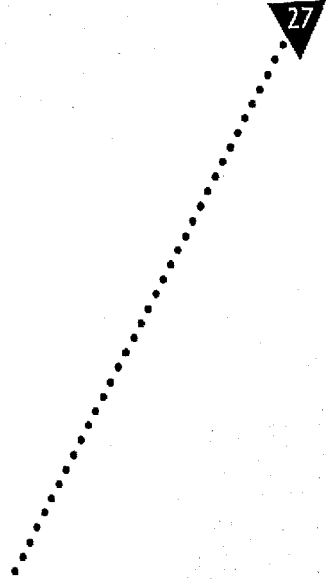
¹⁵ *Ibíd.*, Señalética, Joan Costa.

¹⁶ *Opin.*, p. 108

¹⁷ *Opin.*

terior como propuesta de información visual, ofreciendo un diseño funcional que juegue un papel de integración con el medio. Así como relacionar estos elementos con la imagen visual que identifica al lugar.

Para realizar una serie señalética, se debe seleccionar los servicios a los cuales se va a identificar, esto es primordial, ya que, facilitará el trabajo de bocetaje y teniendo seleccionado el área de trabajo, se enfocará mejor el problema a solucionar. El objetivo es difundir un mensaje por medio de una imagen con características que en conjunto con su aspecto de composición, cumplan el objetivo de atraer la atención del usuario y lograr con esto que el proceso de comunicación sea efectivo; alcanzando de esta manera los fines planeados.



II VII Analizando la gráfica existente.

Dentro de las instalaciones de la Delegación Xochimilco, la señales empleadas no respetan los principios de ésta área de aplicación. En primer lugar, no tienen una uniformidad de diseño, se retomaron algunos elementos gráficos ya existentes, como por ejemplo la imagen del teléfono, del extinguidor, de los sanitarios; en otros caso se elaboraron las señales a mano, algunas en una placa de plástico azul (que fueron sólo texto). No tenían, por esto mismo, una integración de elementos de ningún tipo, como color, imagen, material, ubicación, etc.

Teniendo como base esta información visual, se vió la necesidad de proponer la serie señalética para la Delegación Xochimilco, que es un proyecto que pretende resolver problemas de información, orientación y prevención, mediante representaciones gráficas referentes a las actividades de la institución dentro de un marco estructural urbano y social, adecuada a las necesidades de comunicación de la delegación.

Resumen capítular.

A través del tiempo, lo que a distinguido al hombre son sus tan variables formas de comunicarse: por medio de pictogramas en el arte paleolítico; como los antiguos imperios se distinguieron por su forma tan peculiar de hacerlo.

Por otro lado, dentro de los medios que llevaban a cabo esta comunicación de una forma gráfica, se encuentra el diseño, que se encarga de dar un impulso dentro de lo que se conoce como comunicación visual, que por medio de elementos gráficos justificados dan a la comunicación un atractivo mayor, ya que, en la actualidad el auge que tiene la imagen y todo lo que im-

plica al diseño; dentro de la vida de una sociedad determinan en gran forma su desenvolvimiento y desarrollo.

Dentro de una sociedad es importante que se marquen pautas a seguir dentro de un marco determinado de trabajo y desempeño social. Es la señalética -es un medio para llevar a cabo una buena comunicación visual con el receptor- quien se encargará de mantener una comunicación activa de dirección, prevención y dirección con los espectadores, facilitando su ir y venir en su andar cotidiano.

Como marco esencial para diseñar una serie señalética, esta la semiótica, que es el estudio de los signos, su uso y aplicación, que ayudará a dar una justificación válida a el diseño del signo a utilizar.

Es importante resaltar que se tienen los elementos que apoyan a una serie de señalética, tales como: el color, la tipografía, el soporte, la ubicación, etc, que distinguirán a ésta de otras series señaléticas.

Proyecto Gráfico



III.1 Recursos para una buena aplicación.

Los fundamentos que a continuación se detallan, son en conjunto los que determinan el efecto estético y psicológico pretendido para cada imagen diseñada, cada una crea una impresión física y ejerce una acción psíquica puesto que no sólo tienen un valor de apariencia sino que actúan sobre la sensación; cuando todos los elementos se aprecian conjugados será fácil advertir su doble potencia y sus diferentes posibilidades y acciones en un resultado final, ya que los señalamientos no son destinados exclusivamente a los trabajadores de la delegación, sino también a los usuarios que diariamente acuden a sus instalaciones.

Con la información recabada a lo largo de la investigación de este proyecto, se podrán validar todos y cada uno de los elementos que se considero para dar el resultado final de la serie señalética: el color, la tipografía, el formato, así como los materiales, su ubicación, etc., para lograr un equilibrio visual que justifique el porque de

esos elementos gráficos que conforman el proyecto, con el fin de que transmitan un mensaje que sea entendido y que cometa el fin para lo que fue diseñado.

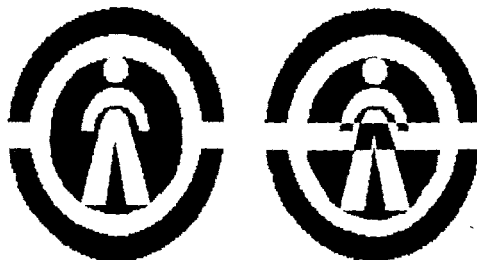
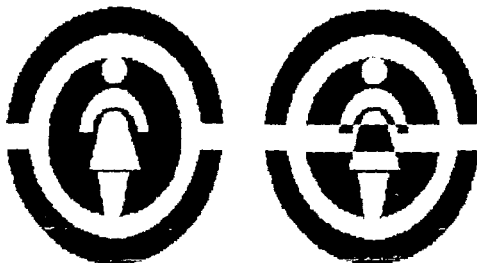
Otro de los aspectos importantes y básico, es la función; por muy estético y excelente que sea una imagen, forma o diseño, nunca será aceptable cuando es inadecuada a su finalidad; al seleccionarla o diseñarla, se ha de considerar de antemano su función, ajustando a éstas las cualidades de tamaño, color y las restantes características.

Es así que a continuación se justificarán cada uno de los elementos que conforman al diseño de todo el proyecto gráfico.

III.11 Las Imágenes, como *resultado gráfico.*

*L*a imagen como resultado del bocetaje para la aplicación del proyecto, tiene enorme importancia, ya que será la encargada de ubicar y ayudar al usuario a realizar la acción que se muestre. El diseñar una imagen, es el buscar la forma más idónea a las necesidades creadas u observadas.

Primeras imágenes

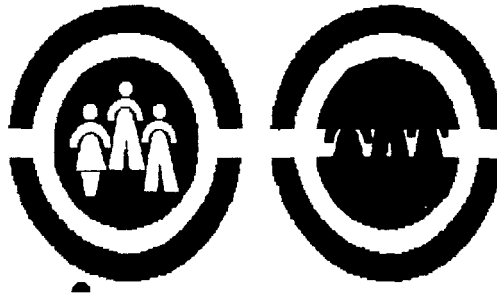


Las imágenes que se han diseñado para la serie señalética, tienen que cumplir con ciertas características, por ejemplo: que sea legible para toda clase de observador; que sea atractiva, funcional y sobre todo que cumpla con el fin para lo que fueron diseñadas, dar la información visual a los usuarios de las instalaciones donde estas se ubiquen. Así mismo, las imágenes, no solamente deberán ser estéticas, sino, también desarrollar un

tida a una finalidad utilitaria y acordada en muchos casos, a un determinado estilo o época, en relación con una significación social y adecuada a un particular sentido del gusto.

Las imágenes diseñadas deben expresar un espíritu y una atmósfera, algo que sea tangible y apreciable en su efecto. Toda creación debe contener un propósito a tono con necesidades, deseos y preferencias y en consonancia con un carácter.

Las primeras imágenes, fueron el resultado del trabajo de bocetaje que se realizó sobre una envoltente circular, que estaba ya delimitada por el Departamento de Comunicación Social del Distrito Federal, la cual tenía que respetarse; es así que los símbolos a diseñar tenían que estar dentro de esta envoltente.





III.III Identificación de la Simbología.

Esté es un método preciso de evaluación y verificación para determinar la dimensión semántica entre la imagen visual y su significado. En este caso, gráficamente se conforma de un círculo en aro (fig.1) considerado como la figura perfecta (principio y fin), que será interrumpida para darle el sentido de dar paso o seguimiento y que representa la finalidad de las dependencias de la Ciudad de México.

Al centro de este primer círculo habra otro más pequeño en plasta (fig.2) que será la envolvente de las señales y que estará diseñada con un criterio de clara comprensión.

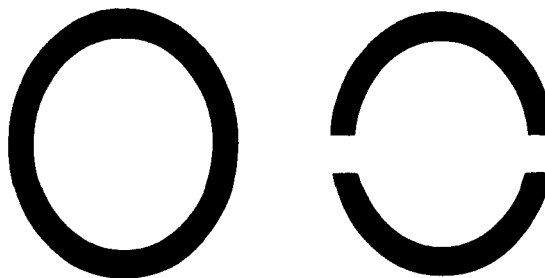


Fig.1 Círculo perfecto, que se cortará por el centro para darle un significado de dar paso a algo.

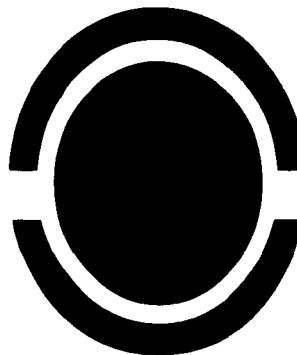
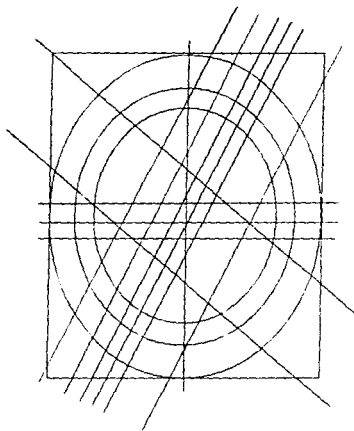


Fig.2 Dentro del círculo en aro se colocara otro círculo en plasta que será el área para diseñar la señales.

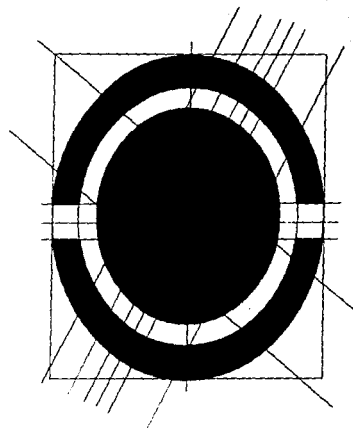
III.IV Reticula Básica para la construcción de las señal.

*E*sta reticula facilitará la construcción gráfica de la señal, en ella se ubican los cuatro elementos que conforman el área en que se podrá diseñar el símbolo a representar.

18



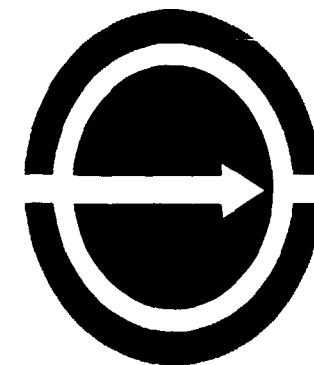
Reticula básica para la construcción de los símbolos a representar.

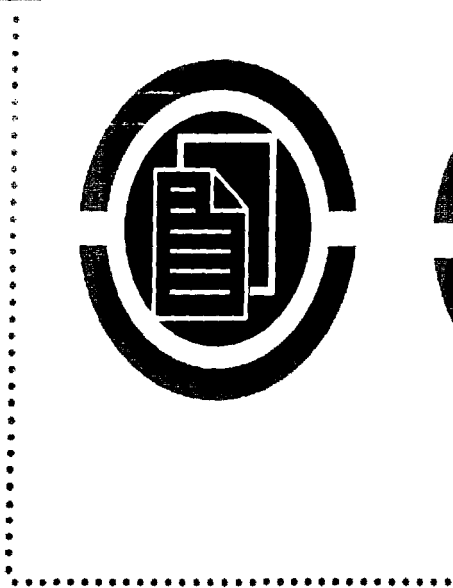
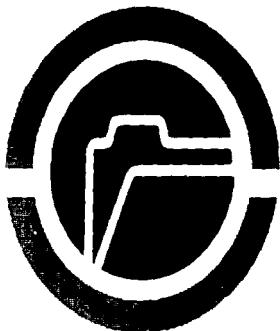


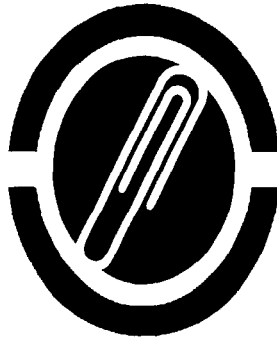
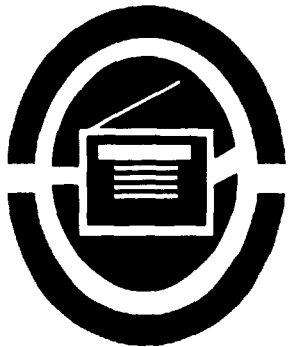
Area destinada para el gráfico representativo.

III.V Soluciones gráficas.

*E*stas imágenes fueron el resultado final del trabajo de diseño y que respetando los parámetros del Departamento de Comunicación Social del D.F., dan una unidad de identidad para el interior de la Delegación Xochimilco, así mismo representan los intereses primordiales de esta dependencia: servir a la comunidad de una forma clara y eficiente.







III VI El uso tipográfico en la señalética.

«Las tipografías utilizadas en la señalética corresponden, pues a las premisas de visibilidad e inteligibilidad inmediatas»¹⁸.

Es así que la tipografía en la señalética requiere de ciertas características para su aplicación como son la brevedad informativa, la claridad, síntesis, sencillas formal, funcionalidad, legibilidad a distancia y una comunicación inmediata con los observadores. Por este motivo es más recomendable la tipografía lineal de trazos uniformes.

La elección de la Familia Avant Garde para los textos que acompañan las señales, tiene una compatibilidad con el diseño de los símbolos, ya que los trazos que conforman esta familia tipográfica tiene mucha similitud con la envolvente de la señal.

Son más recomendables los caracteres lineales de trazo uniforme, por su equilibrio de relación entre su grosor del trazo, el diseño limpio y pro-

AvantGarde Md Bf

ABCDEFGHIJKLMN

SOPQRSTUVWXYZ

1234567890

abcdefghijklmn

sopqrstuvwxyz

1234567890

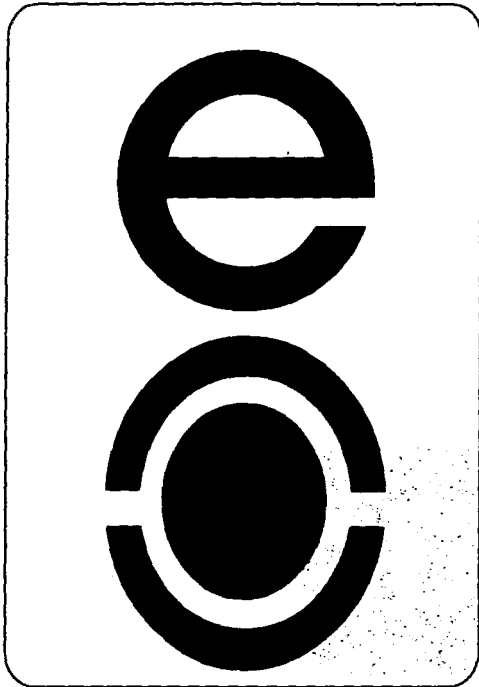


porcionado y la abertura del ojo de la letra.

Otros factores tipográficos para el buen uso y aplicación de ésta en la señalética, es no cortar palabras por falta de espacio, ya que es más difícil captar una palabra fragmentada. También el uso de letras minúsculas es más recomendable porque se asimila con mayor rapidez y se agrupan mejor, formando conjuntos diferenciados que facilitará una percepción más inmediata.

También el tamaño de la letra varía según la distancia de la lectura, es por esto el determinar una distancia promedio, que sea el mismo tamaño para todo el proyecto.

El texto debe constituirse como unidad dentro del conjunto aislado de los demás elementos de la señal, pero sin dejar de ser una parte integral de éste.



III/VII El color, una personalidad propia.

«**E**l uso del color en el diseño gráfico no comprende simplemente una inspirada concepción de la imagen, que ciertamente es importante, sino que también es un proceso muy práctico, que exige una firme comprensión de que es lo que funciona»²⁰, el color como parte integral de un diseño, permite y refuerza la atención que tenga el observador, no sólo ayuda a hacer más atractiva una imagen, sino que resalta en gran medida el fin que esta tenga. Su buena aplicación dara mejor resultado, provocando sensaciones en espectador y también el lograr que armonise con lo que esta a su alrededor y el resultado que se obtenga al observarla será en gran medida por la buena aplicación del color.

El color en esta serie de señalética, esta delimitado con anterioridad por el Departamento General de Comunicación Social del Distrito Federal, con el fin de dar una unidad visual a todas las dependencias del D.F., por esto la Delegación, tiene ya los lineamientos establecidos

institucionales a usarse y que hay que respetar, permitiendo para este proyecto el poder tener una propuesta de diseño y aplicación del color, sin salirnos mucho de los parametros establecidos.

Se ha seleccionado el color Terracota, para identificar a la ciudad de México y cuyo simbolismo universal representa a la tierra, la madurez, la construcción, solidez, lo natural, y re-

mite a los frisos prehispánicos.

El gris representa la plata y simboliza madurez, discreción y retrospectión, cuya combinación resulta armónica con el círculo principal de la señal y cuyo contraste resulta armónica. y complementando el blanco como fondo.

Estos colores son fáciles de reproducir, permanentes a la luz y su combinación resulta armónica.

muestra de color

Terracota (PMS 484)



Gris (PMS 422)

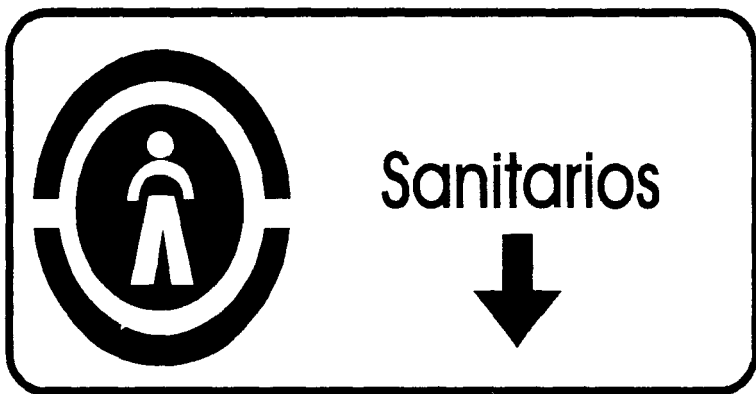


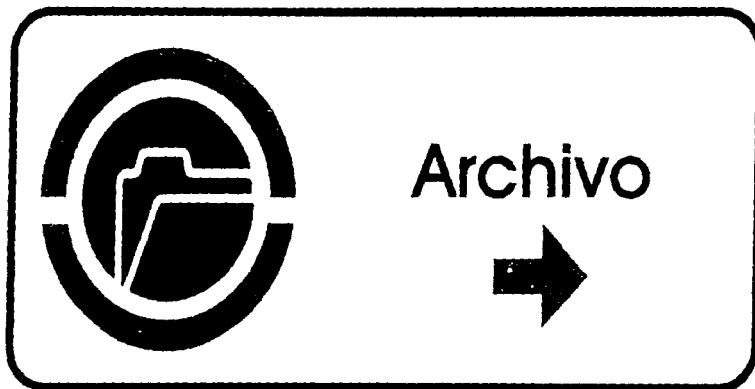
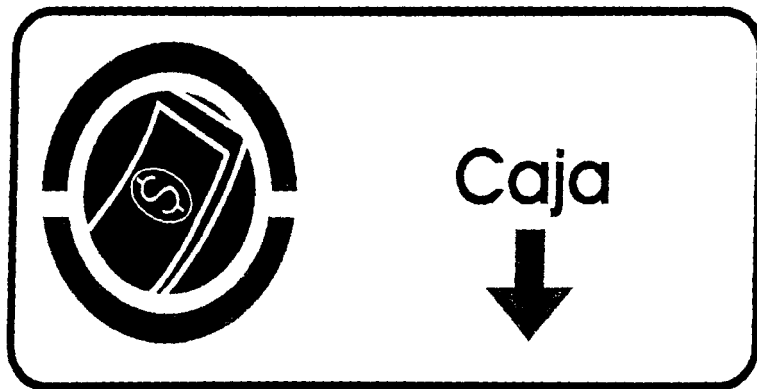
²⁰ El color en el Diseño Gráfico, Alan Swin.

III.VIII Resultado final de las Señales

*E*stas son las señales ya aplicadas en su formato y soporte final.









48





Auditorio



Sala de
juntas

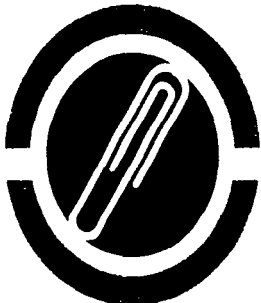





Desarrollo Social

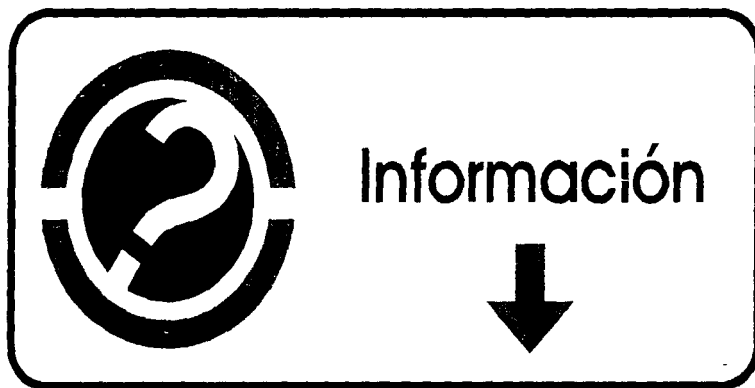


50



Papelería







Escaleras



Copias

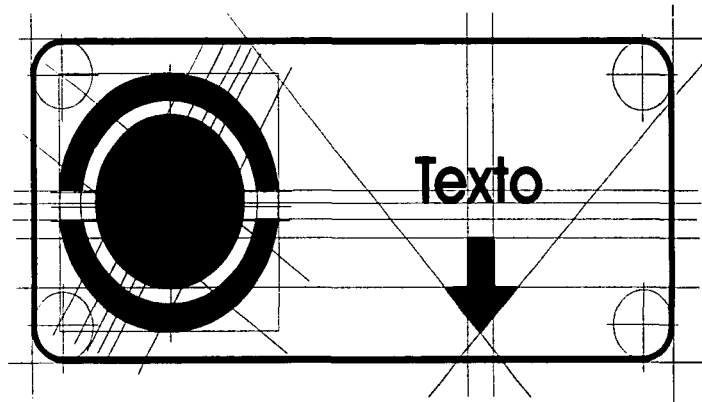


III.IX Pautas Ideales de construcción.

a) El Formato

*E*l límite delimitado entre el soporte gráfico y el espacio envolvente de la imagen y su función será resaltar la señal dentro de un campo visual. Este formato permitirá a al símbolo estar en un espacio libre de alteraciones visuales externas que perjudiquen su lectura.

La formato de la señal se determina por los requerimientos funcionales, ambientales, estructurales y estéticos de diseño, así como por el material, el proceso que se va a utilizar y el costo.



b) El Soporte.

«**P**or soporte se entiende cualquier elemento que sirve para sostener algo...»¹⁹, también tiene la función de exponer un servicio o como promotor visual de un producto y en nuestro caso de una señal. Hay una gran variedad de materiales para su fabricación, los hay de madera, vidrio, hierro, plástico, etc.,

4) Aéreos, estos van suspendidos en el techo por medio de barillas metálicas y también suelen usarse por ambas caras.

54

Los soportes de señales se clasifican en:

1) Adosados, que se realizan en diversos materiales, el más utilizado es aquel cuyos elementos se construyen en aluminio y cuyo soporte de rotulación lo forma una placa de PCV.

2) De sobremesa, estos se dividen en dos tipos, los de una sola cara y los de ambas caras. Puede ser de todo tipo de material, de preferencia de PVC, por su gran versatilidad.

3) Baderola, estos se caracterizan por que su fijación va a la pared por uno de sus extremos y suele utilizarse por ambas caras.

¹⁹ «introducción a la promoción visual» Biblioteca Atrium del Escaparatismo. p.14

c) Los materiales, *aplicando la imagen.*

Estos son en gran medida el resultado final de la aplicación del proyecto, para elegir el material que sea el más conveniente según los requerimientos del proyecto, el diseñador debe conocer las propiedades de los materiales a utilizar, que cumplan con las necesidades de duración, impacto y resistencia. Y así permitir la buena aplicación de la señal y su ubicación.

Para la aplicación del proyecto se eligió como material el *Sintra*, un plástico el cual por su comportamiento, su ligereza, resistencia, durabilidad, y costo, es el material más idóneo para el proyecto.

Este plástico es un material sintético, es decir, que no se encuentran en la naturaleza, aunque está hechos a partir de muchos materiales naturales como madera, aire, agua, petróleo, gas natural y sal. (Se utilizan complejas reacciones químicas para producir gran variedad de plásticos modificando ligeramente el proceso y los ingre-

dientes).

Sus características:

- *su versatilidad y costo
- * tiene gran resistencia y rigidez
- *resiste bien a la intemperie y a los agentes químicos
- *puede tener buena claridad y transparencia
- *buena resistencia a la abrasión
- *se reblandece a los 80 °C y puede formarse de nuevo a los 140 ó 200 °C

Sus métodos de producción son por medio de: extrusión, termoformado, inyección, soplado, rotación y espumado.

d) Propuesta de Impresión.

Para la impresión de las señales, se ha propuesto la serigrafía, por ser un medio de impresión de bajo costo, sin que por ello repercuta en su presentación final, tiene muy buena duración y es de fácil limpieza.

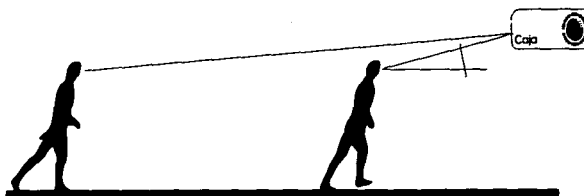
También se ha dejado como opción la impresión en vinil, ya que tiene muy buena presentación, y su duración depende del tipo de vinil que se emplee, es más cara que la serigrafía.

e) Requisitos para el Angulo de visión.

Asegurar la clara visión dentro del diseño de una serie de señales, dará como buen resultado el uso y aplicación de estas, como del reconocimiento y comprensión que se haga del símbolo.

La correcta ubicación de las señales será mejor cuando más se acerque a la línea natural de la visión humana. Se recomienda evitar una desviación que rebase los 10° de esta línea.

Esta distancia de visión determina una legibilidad de los textos, su tamaño y principalmente el tamaño de la señal. «*la visibilidad-legibilidad de las señales determina junto con la estructura arquitectónica la ubicación de las mismas y las alturas a las que deberán situarse estas señales*»²¹.



f) Colocación.

Ya que tenemos las señales bien definidas, su tamaño, material, color, ubicación, su forma de colocación será de dos formas, esto dependiendo de donde se ubiquen.

● De Banderola

1ª con tornillos de 3.5 pulgadas por el doble que se le hará al material a la hora de mandarlo cortar. Por medio del termoformado se le dejara del lado en que se fijara la señal de 3cm. para que se puedan colocar los tornillos sobre los taquetes de madera que previamente se colocaron en la pared. Fig.1

● Adosadas

También con tornillos de 3,1/2 pulgadas, las señales se fijaran sobre a la pared, en unas perforaciones que se les hará por los dos extremos superiro e inferior (fig.2).

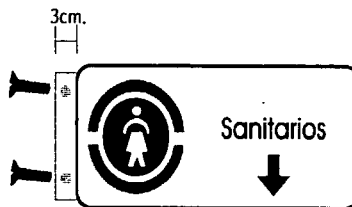


Fig.1



Fig.2



Conclusiones

Al concluir el proyecto de la serie de señalización, pude observar lo importante que es tener bien estructurado y determinado un sistema para poder llevar a cabo un proyecto de diseño, y lo visto en esta investigación se puede llevar a cabo para solucionar un trabajo de diseño al cual nos enfrentemos dentro de nuestro desempeño profesional.

Al diseñar esta serie de señalética, se buscó comunicar eficazmente mensajes de dirección, información y prevención, así como el señalar e identificar claramente las instalaciones y servicios de la Delegación, todo esto avalado con un soporte teórico y de una valoración sobre el material más idóneo en componentes y costos que en conjunto nos sirvieran para llegar a la aplicación de las señales y que su diseño cumpla con los requerimientos que la delegación necesitará.

Y lo más importante, es el haberme dado cuenta que la tesis no es sólo un requerimiento para titularse, sino un proyecto de investigación donde se reflejan los conocimientos que durante cuatro años puedan avalar mi paso por la Escuela Nacional de Artes Plásticas y el sentirme satisfecha de haber sido parte de la máxima casa de estudios la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MÉXICO.

Bibliografía.

- AICHER, Otl y Krampern Martin.
Sistemas de signos en la comunicación visual.
Gustavo Gilli, Barcelona, 1979.
- BIBLIOGRAFÍA, Delegación Xochimilco, Editada por el Gobierno de Mexico, 1993.
- BRIDGEWATER, Peter.
Introducción al Diseño Gráfico.
- COLECCION Salvat Temas Clave.
Salvat Editores, 2ª reimpresión.
- COSTA, Joan.
Señalética, Enciclopedia del Diseño, Edit. CEAC.
1ra. Edición, 1987. Barcelona.
- ECO, Humberto
Tratado de Semiótica General.
Editorial Tusquet Edit.
- EL GRAN LIBRO DEL COLOR.
Ed. M.A. Rshall
Blume Barcelona, 1982
- FISKE, John.
Introducción a la comunicación.
Edit. Norma
- FRUTTIGER, Adrian.
Signos, simbolos, marcas y señales.
Edit. Gustavo Gilli, 1981.
- INTRODUCCION a la Promoción Visual. Biblioteca Atrium del Escaparatismo.
- KLEPPNER'S, Otto.
Manual de la Publicidad.
Tomo I, 9ª Edición.
- MEDINA, Luis Ernesto.
Comunicación, Humor e Imagen
Edit. Trillas, México.
- MUNARI, Bruno.
¿Cómo nacen los objetos?
Edit. Gustavo Gilli, 1993.
- SIMS, Mitzi.
Gráfica del entorno.
Edit. Gustavo Gilli.
- SWANN, Alan.
El color en el Diseño Gráfico
Edit.