



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

69
201
JUN 20 1998
BIBLIOTECA

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

PROGRAMA SEÑALETICO PARA EL MUSEO
DOLORES OLMEDO PATIÑO

TESIS QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO
PRESENTA
LETICIA RODRIGUEZ DE SAN MIGUEL AREVALO

DIRECTOR DE TESIS: LIC. MARIA ELENA MARTINEZ DURAN
ASESOR DE TESIS: LIC. JOSE DE JESUS MOLINA LAZCANO



MEXICO, D.F.

1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

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

265776



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.

A mis padres

A mis hermanos

por su apoyo

INDICE

CAPÍTULO UNO

I. HISTORIA DEL MUSEO DOLORES OLMEDO PATIÑO

1. Origen del Museo Dolores Olmedo Patiño	1
2. Funciones del Museo	
A) Las Funciones	4
B) Contenido temático de las Exposiciones	5
C) Los visitantes del Museo	8
3. Descripción física del Museo	
A) La arquitectura del Museo	9
B) Distribución del Museo y sus servicios	12
4. La gráfica existente	16
Resumen Capítular	21

CAPITULO DOS

II. DE LA COMUNICACIÓN AL DISEÑO

1. Comunicación y Semiótica

A) La comunicación y el diseño (comunicación visual)	23
B) La Semiótica	33
C) El modelo de Charles Sanders Peirce	37

2. El Diseño

A) Definición y función del diseño	45
B) El diseño actualmente	46

3. La Señalética

A) La Señalética y la Señalización	48
B) Tipos de señales y sus funciones	52
C) Metodología y elementos para el diseño de señales	54

Resumen Capitular	65
-----------------------------	----

CAPÍTULO TRES

III. PROCESO DE DISEÑO

Metodología para el diseño del programa señalético para el Museo Dolores Olmedo Patiño	67
---	----

1. Fase de reconocimiento del problema

A) Espacio y Función	68
--------------------------------	----

B) Usuario	68
C) Gráfica existente	69
2. Fase de información del espacio (arquitectura)	
A) Áreas y servicios	70
B) Tipos de señales	71
C) Arquitectura	72
D) Levantamiento fotográfico	72
3. Fase de Diseño	
A) Retícula y módulo compositivo	73
B) Pictograma	74
a) Primeras imágenes	75
b) Imágenes finales	77
C) Tipografía y flecha direccional	84
D) Color	96
4. Fase de ubicación y elaboración de las señales	
A) Legibilidad de la señal	102
B) Materiales y cotización	108
C) Mapa de ubicación	110
Resumen Capítular	111
CONCLUSIONES	112
GLOSARIO	
BIBLIOGRAFÍA	

INTRODUCCIÓN

Hoy en día los museos son una parte importante en la formación cultural de las personas, ya que en ellos podemos encontrar una gran diversidad de formas de expresión de varias culturas cuyos fines son diversos; uno de ellos es el de la comunicación. Comunicación en la que siempre se expresa o intenta expresar una idea o función específica.

El Museo Dolores Olmedo Patiño al servir como un medio (vehículo) de comunicación nos da a conocer y difunde el arte mexicano en un lugar que va muy de acuerdo con este fin. El Museo se encuentra en lo que fue el casco de una Hacienda llamada la Noria, ahora reconstruida y dirigida a contener obras de arte como son la colección privada más importante de la producción artística de Diego Rivera, obras de Frida Kahlo y Angelina Beloff, además de más de 600 piezas prehispánicas, muebles, objetos de la época virreinal y piezas de arte.

Pero no solo en un objeto de exposición o en elementos museográficos existe la comunicación. Cuando vamos a una visita, por lo general nos gusta ser guiados, es decir llevar un orden, y poder encontrar de manera fácil los servicios que requerimos dentro del museo. Para esto, se ha establecido la señalética, como un sistema de imágenes que nos dan a conocer acciones que en algunos casos podemos o no realizar y en otros se nos condiciona su realización.

En nuestra vida diaria nos comunicamos con las personas que nos rodean y gracias a ella es posible llevar a cabo muchas de nuestras actividades. Hay actividades en las que la comunicación no nos es facilitada por personas

directamente, sino que hay elementos en el ambiente a nuestro alrededor, los cuales también comunican, como son elementos publicitarios, letreros, anuncios, etc. Uno de esos elementos son las señales. que se presentan a diario ante nosotros y que cualquiera que sea su función específica, primero nos comunican algo. Como es una señal de tránsito, o una señal del metro que nos indica a dónde dirigarnos, por ellas se nos facilita una actividad y nos ahorra problemas en cuanto a información. De ahí la importancia de este tipo de comunicación que podemos encontrar en muchos lugares, como en los museos.

La señalética nos facilita el trabajo de ubicar lugares, por su característica de presentarse en un área cerrada (en un interior, no en la vía pública), no es necesariamente conocida por todos, pero sí es necesario que sea comprendida por el público que lo visite, que es un factor muy importante, ya que es el usuario de ésta.

La semiótica nos dará una ayuda para poder simplificar un significado de una imagen y como diseñadores hacerla comprensible para dicho público y darle una relación con el ambiente que la va a rodear, ya que se necesita una coherencia entre las imágenes pero también de la imagen, su soporte y el ambiente que la rodea.

Al introducir un sistema de señales en el museo Dolores Olmedo, se pretende que éstas logren una relación con el ambiente en cuanto al diseño y sobre todo que sea efectivo en su labor de comunicar, de manera que el visitante logre estar orientado e informado en cuanto a los servicios que el Museo presta.

El problema de comunicación surge a partir de la necesidad de cierta información que los visitantes de un museo requieren en su visita; ya sea información de flujo, para que sepan por donde dirigirse, o servicios como la cafetería o la librería. Todo esto con el fin de lograr que la visita al museo sea más eficaz en cuanto a lo mencionado. El diseñador es capaz de dar solución a este problema planteado. Se enfrenta a la necesidad de resolver un problema comunicativo dirigido a un grupo de personas. Es importante que las personas visiten los museos, de sus facilidades depende que la gente no tenga problemas en localizar áreas o servicios. En el Museo Dolores Olmedo Patiño, la ubicación de las zonas es importante.

Como objetivo para la realización de esta tesis, se contempla primero, la realización de una serie de señales que en conjunto con un mapa de ubicación conformen un programa señalético para resolver parte de los problemas de comunicación visual considerados con el fin de orientar al visitante.

Se consideran objetivos de las señales, la función adecuada de la comunicación, la coherencia de las imágenes en su estructura, de las mismas en cuanto a la señal integrada a una envolvente y del conjunto de señales realizadas. Su relación en cuanto al entorno es una necesidad misma de la señal, un objetivo que va de la mano con el anterior.

La tesis consta de tres capítulos, trabajados de acuerdo a una lógica de relación entre ellos. En el capítulo uno la temática girará en torno al conocimiento de el contexto del Museo Dolores Olmedo Patiño. El contexto en su parte histórica, de función como institución cultural y su compromiso con los visitantes, en la parte física del Museo, sus cambios, arquitectura y acondicionamiento, así como la distribución de sus áreas y servicios. De manera indispensable para comprender la ideología en torno a que se desa-

rollan las actividades del museo. Se hablará de manera general de la Señora Dolores Olmedo y su labor por conservar la obra de Diego Rivera en nuestro país, además de las colecciones que el museo alberga. Se analizará también a los visitantes a quienes se dirigen las señales, así como las señales existentes en el museo.

En el capítulo dos se tratará el tema de la comunicación como parte necesaria en el Diseño Gráfico. La comunicación será contemplada como visual y como comunicación desde el punto de vista de la semiótica, de la que se conocerán sus orígenes y teorías principales para comprender su conveniencia dentro del Diseño Gráfico. De estas teorías el modelo de Charles Sanders Peirce se explicará como elemento principal en el estudio de la semiótica.

Será visto el tema de la señalética, su diferencia con la señalización, los tipos de señales en general y sus aspectos. Es en este capítulo donde se incluyen elementos constitutivos del diseño de señales y se planteará una metodología para su elaboración. Se incluyen también conceptos para comprender los niveles en los que la semiótica trabaja como parte del diseño.

En el capítulo tres se utilizará la metodología para la solución de señales, de esta manera se diseñará en base a una lógica ordenada, considerando los datos recabados en los capítulos anteriores. Se conocerán los resultados finales de diseño y el proceso para llegar a ellos, sustentando cada paso y explicándolo.

HISTORIA DEL MUSEO DOLORES OLMEDO PATIÑO

I. HISTORIA DEL MUSEO DOLORES OLMEDO PATIÑO

1. ORIGEN DEL MUSEO

El 5 de septiembre de 1994 se inaugura el Museo Dolores Olmedo Patiño por el Presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari y el 17 de septiembre este Museo comienza a recibir a sus visitantes gracias a la labor de la Señora Dolores Olmedo Patiño a quien debe el nombre el Museo. Una labor de muchos años hecha realidad para brindar a los mexicanos la oportunidad de conocer la obra de Diego Rivera.

Para referir el tema de este Museo es necesario hablar de la Señora Dolores Olmedo Patiño, de esta manera podremos comprender mejor el por qué de la creación de el Museo Dolores Olmedo Patiño.

Dolores Olmedo recibe desde pequeña, por influencia de su madre, la profesora María Patiño Suárez, enseñanzas con respecto a México y a su cultura que crearon en Dolores Olmedo una fuerte convicción por cuidar dicha cultura, por quererla y respetarla. Además de recibir la influencia de intelectuales y artistas como Salvador Novo, Jaime Torres Bodet o Clausell, por mencionar a algunos, que desde su niñez estuvieron presentes. Estudia en la Academia de San Carlos cursos de historia del arte y piano en el Conservatorio Nacional de Música, posteriormente realiza estudios de historia del arte y museografía en el extranjero.

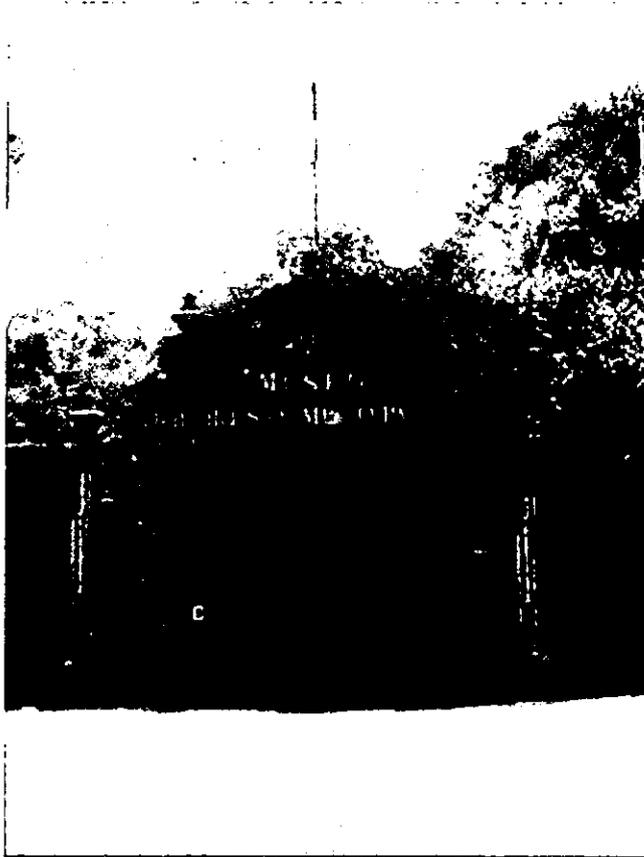


Fig. 1 Portada del Museo Dolores Olmedo Patiño



Fig. 2 Entrada por el camino central al Museo Dolores Olmedo

A lo largo de su trayectoria desempeña también cargos como el de Coordinadora General del Consejo Nacional de Turismo, que le permiten dar a conocer la obra de Diego Rivera y Frida Kahlo en el extranjero.

Conoce a Diego Rivera en México, en la Secretaría de Educación Pública, donde Rivera le pide permiso a la profesora Patiño para realizar unos dibujos de su hija, de esta manera, Dolores Olmedo se convierte en modelo y amiga de Diego Rivera. En 1955 Diego Rivera la nombra Presidenta Vitalicia del Fideicomiso Diego Rivera instituido en el Banco de México, al mismo tiempo, la colección que Dolores Olmedo había comenzado de las obras de Rivera, crece. El mismo año es nombrada Directora Vitalicia de los museos Anahuacalli y Frida Kahlo.

De esta manera es como la Señora Dolores Olmedo, se da a la tarea de reunir la obra de Diego Rivera principalmente, lo que ha hecho a través de los años, además de obras de Frida Kahlo y Angelina Beloff; para que no quedaran solo en colecciones privadas sino que todo el pueblo de México y quienes visitan el Museo tengan el acceso a conocer la obra, a ver lo que México representa para Dolores Olmedo.

El Museo Dolores Olmedo Patiño, ubicado en Av. México 5843, Col La Noria, Xochimilco, ocupa lo que anteriormente fue una Hacienda. Adquirida en 1962 por Dolores Olmedo, la propiedad tiene una superficie total de 32 000 m² y más de 6000 m² de construcción.



Fig. 3 Camino del Museo

En el lugar que fue llamado antes de la conquista como Tzonmolco (lugar que se desgaja) y posteriormente Coatitlán (lugar de serpientes), se construyó la Hacienda "La Noria" entre 1538 y 1568, a la cual se hacen modificaciones en los siglos XVI y XVII. Durante la época de la Revolución Mexicana, Emiliano Zapata se establece en Milpa Alta y deja un destacamento en la finca. En 1920 es adquirida por el Sr. Richter quien la vende a la Señora Dolores Olmedo.

Inicialmente la propiedad constaba de 15 000 m², a la que se anexaron terrenos destinados para jardines. La condición de la finca al ser adquirida por Dolores Olmedo no era buena, en realidad era el casco de la Hacienda, se encontraban intactas la capilla, una recámara principal, la mayoría de los muros y la herrería. Todo ha sido reconstruido, dando la apariencia de una hacienda tradicional, y manteniendo elementos originales de la Hacienda.

Como resultado de este gran trabajo y años de esfuerzo surge la Fundación Dolores Olmedo Patiño que constituye el Museo del mismo nombre. Museo que "indudablemente es un vehículo de comunicación...", como menciona José Juárez, ex Director General Vitalicio del Museo. Museo en que se encuentra la obra de Diego Rivera, como patrimonio de los mexicanos, donada por Dolores Olmedo.

2. FUNCIONES DEL MUSEO

A) Funciones del Museo

Las funciones del Museo Dolores Olmedo resultan muy claras, las colecciones que alberga este Museo son sumamente importantes, por lo que su cuidado es una de las funciones fundamentales. El cuidado o protección de ellas es no solo llevado a cabo por quienes forman parte del Museo sino también del Banco de México que hace una aportación económica. La otra función considerada importante por el Museo es "atender las necesidades de todos los visitantes"¹. Esto se muestra en las actividades que realiza el Museo y los servicios que presta. Una función relacionada con el objetivo de esta tesis: prestar un servicio a los visitantes del Museo por medio de la orientación que las señales brindan.

Es también objetivo del Museo Dolores Olmedo mantener relación con escuelas, universidades y el público en general para interactuar con ellos, de manera que el conocimiento, el aprendizaje logrado sea más efectivo. El contacto con ellos es lo importante, por la riqueza cultural que este museo por su contenido representa.

Con respecto al punto anterior se considera que tener una vocación definida, realizar una labor de difusión son funciones del Museo beneficiando al mismo de manera que el público lo visite. Prestar buenos servicios en talleres, exposiciones, la conformación de una biblioteca, mejoras en los servicios existentes, por ejemplo realizar las visitas guiadas de manera más amena o interesante son importantes para la difusión del Museo por su condición de ser un Museo joven, de reciente creación, además de otros servicios; se contemplan dentro de una función importante en atención al visitante.

¹ MUSEO DOLORES OLMEDO PATIÑO,
*Introducción por José Juárez, Ed. Fondo
Editorial de la Plástica Mexicana,
México 1994, pág. 23.*

B) Contenido Temático de las Exposiciones

Las exposiciones presentadas en este Museo son de dos tipos: permanentes y temporales. Siendo las más características las exposiciones permanentes, ya que denotan una "filosofía" del Museo Dolores Olmedo Patiño en sí, mostrando a la cultura mexicana por medio de diversas expresiones, como son pintura, litografía, arte popular, entre otras.

Las exposiciones permanentes del Museo Dolores Olmedo se conforman principalmente por la obra de Diego Rivera en primer lugar, la de Frida Kahlo, Angelina Beloff y una colección de obras prehispánicas y la de arte popular.

En la sala Angelina Beloff se presentan obras de la artista del mismo nombre. Originaria de San Petesburgo, Rusia, es la primer esposa de Diego Rivera. Estudia en una Academia de Artes nocturna en Rusia, posteriormente viaja a París a continuar sus estudios. Es en París donde conoce a Diego Rivera, también estudiante en esta etapa y se casan en 1911. La mayor parte de la colección de esta autora son pequeños dibujos y grabados principalmente, así como acuarelas y bocetos realizados en su mayoría estando casada con Diego Rivera.

Frida Kahlo, tercera esposa de Diego Rivera, es reconocida como una de las artistas mexicanas más importantes. La proyección de su obra en el extranjero ha sido bien aceptada. En la sala Frida Kahlo se presenta la colección de esta artista, la cual consta de veinticinco obras. Trata de manera recurrente el tema su estado físico, representado en algunos casos con símbolos. Hace alusión en casi todos a la mujer.

La obra de Diego Rivera, principal colección de este Museo, tiene como tema más sobresaliente, entre otros, la cultura mexicana. Reconocido mundialmente principalmente por su trabajo como muralista, en la colección del Museo Dolo-



Fig. 4 Detalle de imágenes prehispánicas en jardín

res Olmedo se presentan trabajo de caballete y dibujos donde podemos observar los diferentes periodos de su trabajo como pintor. Pasando por sus obras de estudiante en España y Francia, el cubismo y el impresionismo, hasta sus últimas obras. Es esta la colección más importante de Diego Rivera, exhibiéndose 137 de sus obras.

La colección de arte prehispánico consta de 600 piezas, provenientes de la colección de Diego Rivera y de la colección de la Sra. Dolores Olmedo. Piezas de culturas como la Tarasca, Olmeca, Zapoteca, Mixteca, Totonaca y Maya. Estas piezas representan una herencia de las culturas de Mesoamérica, las cuales, como el museo en general exaltan la historia y valor de nuestras raíces, junto con la colección de arte popular, forman un espejo de nuestra cultura. En la exposición de arte popular podemos ver expresiones artísticas de México, en forma de cerámica, máscaras, lacas, alfarería, muebles, entre otros. Con gran variedad de materiales, colores, texturas y temas, como son el religioso, de uso cotidiano, decorativo o ceremonial. Todos ellos provenientes de diversos lugares de la República Mexicana.

Las exposiciones temporales se presentan en dos lugares, dependiendo de la exposición. Una exposición de grandes dimensiones es presentada en la Sala Ma. Patiño Suárez Vda. de Olmedo, por las características de este espacio. Los temas pueden ser variados. De reciente creación es una sala contigua (sin nombre por el momento), la cual fue inaugurada con la exposición "Homenaje a los artistas de Montparnasse, los contemporáneos de Diego Rivera", exposición que ocupa ambas salas.

Una exposición de menor dimensión es presentada en las Galerías, en la Sala Fernando Gamboa. que presenta un espacio más reducido para estas exposiciones.

Se puede considerar como parte de la temática del Museo el contexto que lo envuelve, árboles y plantas de origen mexicano. Además de animales de origen prehispánico, como son el Xoloitzcuintle, una especie de perro que data del tiempo de los Aztecas, o el hueyxolotl o guajolote. Aunados a la arquitectura del lugar son la representación de México.

C) Los visitantes del Museo

El Museo Dolores Olmedo Patiño recibe un promedio de 200 a 400 visitantes de martes a viernes y de 1000 a 1500 los sábados y domingos. Estas cifras varían dependiendo de si es temporada alta o baja, en una temporada baja, en que no hay exposiciones temporales fuertes o de interés para el público las anteriores son las cifras promedio.

En temporada alta, ya sea por las exposiciones temporales o por periodos de vacaciones, los jueves y viernes incrementa el número de visitantes, siendo junto con los sábados y domingos los días más visitados del Museo. En un periodo como semana santa, los jueves y viernes llegan de 1000 a 1500 visitantes.

De acuerdo a empleados del Museo el público asistente no se define por un tipo de personas en particular. Todo tipo de gente lo visita, de diferentes orígenes, edades e ideologías. Es visitado por Presidentes de diferentes naciones, embajadores, artistas de diversas disciplinas, así como gente de diferentes niveles socioeconómicos, amas de casa, estudiantes de diversos grados, niños, personas de edad avanzada, etc. Los visitantes extranjeros encontrados comúnmente son de nacionalidades japonesa, norteamericana, francesa, alemana e italiana.

Las necesidades de los visitantes, por sus características son variadas, personas diferentes tienen diferentes actitudes al visitar un museo, pero la comunicación es esencial. Conociendo qué público lo frecuenta se establecen criterios para atender sus necesidades. En el tema de la señalética, este punto es importante de manera que se unifica y crea un sistema de señales que pueda ser comprendido por el público, por medio de imágenes más universales.

3. DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL MUSEO

A) *La arquitectura del Museo*

El Museo actualmente es una ex hacienda remodelada primero para habitación y después para albergar la obra que conforma el Museo, pero conservando los elementos característicos de la hacienda que todavía pueden apreciarse. Data de finales del s. XVI y principios del s. XVII, tiene como características principales "...las formas clásicas, poca ornamentación, elementos muy bien definidos, clásicos griegos como las columnas con los capiteles..."², patios y corredores característicos de las haciendas, así como la capilla.

Los datos de remodelación se obtuvieron "Teniendo el dato de la época y demás, ya se conocía el estilo, y teniendo también los vestigios de lo que se encontraba en pie, entonces de ahí ya se tomó la base para poder hacer la restauración adecuada"³, restaurándose las techumbres y reparándose daños de la estructura en el casco, que forma la construcción principal. Es un elemento original también, la troje, donde se encuentra la sala Ma. Patiño Suárez Vda. de Olmedo, se reconstruyó la techumbre, se realizaron las bóvedas y se adecuó para ser una sala de exhibición.



Fig. 5 Jardín interior del Museo

² Entrevista con Lus Hernández, Arquitecto del Museo Dolores Olmedo Patiño

³ Ibid



Fig. 6 Cafetería con estilo porfiriano

⁴ *Entrevista con Luis Hernández, Arquitecto del Museo Dolores Olmedo Patiño*

Cuando se piensa donar la ex hacienda como museo se construyen edificios para diversos fines. El lugar que ocupan la librería, Servicios Estudiantiles y las oficinas corresponden a una primera etapa de restauración en 1988. Al igual que la construcción de la Sala Fernando Gamboa, la cual se readapta, creando una fachada y se construye un nivel para galería y se cubre, tomando elementos clásicos, además de elementos de la zona, de pueblos cercanos, como San Mateo, Santiago y la Catedral de Xochimilco.

Para las remodelaciones los materiales y elementos retomados de la ex hacienda y la zona son el contrafuerte, el tipo de piedra, la forma de colocación, las almenas, la forma de las ventanas, los arcos.

En 1994 viene otra etapa de restauración donde se construye el área de talleres, ya cercana a la inauguración.

Posteriormente se construye la cafetería "estando el Museo ya en funcionamiento, y esa se construye en el año de 1995, ... y se le da un estilo porfiriano, para darle un poquito de ligereza a la estructura y al lugar"⁴.

En 1998 se termina una sala de exposiciones contigua a la sala Ma. Patiño Vda. de Olmedo, para complementarla. Es de un estilo clásico que pretende ser respetado y no competir con la hacienda, aunque tiene elementos no clásicos como puertas de vidrio que son más modernas.

Se buscan materiales y estilos parecidos a los originales, lo más parecidos ya que algunos materiales no existen. La mayoría de los muros son de color blanco, se presentan también



Fig. 7 Jardín interior del Museo, arquitectura

elementos de piedra, como en las columnas, arcos o marcos de las puertas. Los techos son de teja sostenidos por vigas de madera, elemento presente en marcos de ventanas. La piedra es el elemento principal en los pisos y bardas pequeñas.

El Museo cuenta con un camino principal alrededor del que se distribuyen los edificios y jardines. Los jardines tienen vegetación y fauna por lo que se encuentran limitados por pequeñas bardas o barandales para no deteriorarlos. Estos jardines y bardas se encuentran decorados con plantas en macetas (encontradas en el lugar) e imágenes prehispánicas principalmente y en abundancia. Van de acuerdo al ambiente creado.

Puede apreciarse de manera general que se ha hecho lo posible por mantener la originalidad del edificio, agregando elementos que enriquezcan el ambiente.

B) Distribución del Museo y sus servicios

La distribución del Museo se ha ido conformando de acuerdo a sus necesidades, donde se ha tratado de dar una distribución de las áreas respetando lo más posible las áreas verdes, consideradas como una parte muy importante del Museo.

La distribución de acuerdo con el mapa es la siguiente:

1. Entrada principal al Museo Dolores Olmedo Patiño.
2. Área de seguridad y Taquilla.
3. Entrada del Museo.
4. Área de Servicios Educativos y Relaciones Públicas.
5. Librería Coatitlán.
6. Sanitarios.
7. Sala de Exposiciones Temporales Ma. Patiño Suárez Vda. de Olmedo.
8. Oficinas.
9. Jardín de los Magueyes.
10. Coatitlán.
11. Perros Xoloizcuintles.
12. Mirador.
13. Busto de Diego Rivera.
14. Sala Angelina Beloff.
15. Sala Principal.
16. Capilla.
17. Sala Maya.
18. Cocina.
19. Objetos Personales del autor
20. Autorretratos de Diego Rivera.
21. Sala puestas de Sol.
22. Sala Litografía.
23. Sala Dibujo.
24. Sala Frida Kahlo.
25. Patio de los Naranjos.
26. Sala Cubista.
27. Foro abierto Quirino Mendoza.
28. Salón de Actos.
29. Sanitarios (damas).
30. Sala Fernando Gamboa.
31. Sanitarios (caballeros).
32. Cafetería.
33. Talleres.

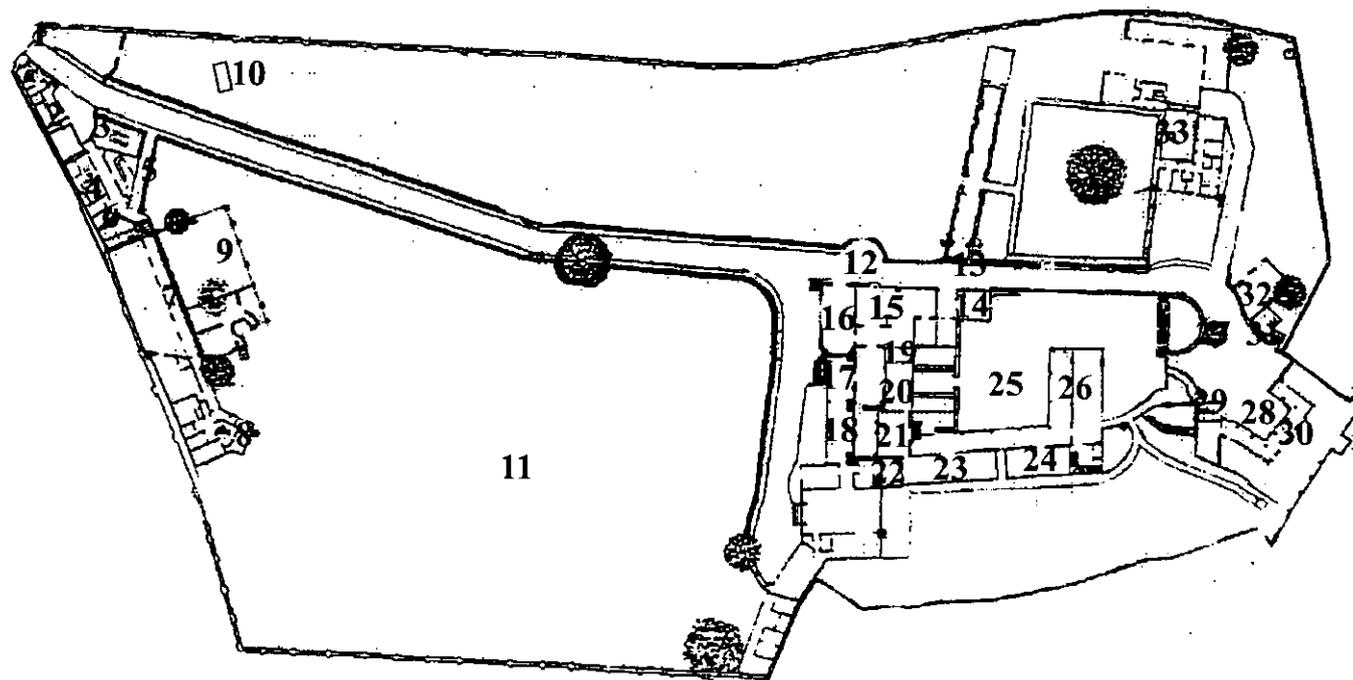


Fig. 8 Distribución del Museo

AREAS

Sala de Exposiciones Temporales Ma. Patiño Suárez Vda. de Olmedo.

En esta sala se presenta actualmente la exposición temporal: "Homenaje a los artistas de Montparnasse, los contemporáneos de Diego Rivera".

Talleres.

Es el área donde se ubican los talleres de curaduría, arquitectura, diseño, servicios generales, entre otros, que se ocupan de sus áreas en el museo.

SERVICIOS

Servicios Educativos y Relaciones Públicas.

Aquí se prestan servicios a los estudiantes y se pueden contratar los servicios de las visitas guiadas, entre otras actividades como son los cursos.

Librería Coatitlán.

Dirigida principalmente a la cultura mexicana, se especializa en Diego Rivera, Frida Kahlo y arte mexicano contemporáneo, además de material acerca de culturas prehispánicas. Tiene a la venta objetos alusivos al museo como postales, agendas, etc.

Cafetería Tzonmolco.

Ofrece un menú y refrigerios a los visitantes.

Visitas Guiadas.

El Museo ofrece visitas guiadas en español y para grupos especiales en inglés y francés. En español informes en servicios educativos, extensiones 139 y 140. Para visitas especiales, en Relaciones Públicas, extensiones 141 y 142.

Audioguías.

Este servicio tiene el fin de hacer un recorrido por el Museo, en el que se explica por medio de una grabadora las obras indicadas con un número.

Renta de Espacios.

Este servicio se ofrece para conferencias, recepciones, cenas, comidas, cocteles, presentaciones de libros y vino de honor.

Cursos.

Los cursos se publican en el Boletín de actividades del Museo. Son cursos y talleres abiertos al público en general relacionados a las exposiciones del Museo. Informes en Servicios educativos.

Se presentan también actividades como conciertos y eventos en el Foro abierto Quirino Mendoza

La admisión es de martes a domingo de 10:00 a 18:00 hrs. La entrada general es de \$ 10.00. Estudiantes y Maestros con credencial pagan \$ 5.00 y la entrada es libre a visitantes con credencial del INSEN y niños menores de seis años.



Fig. 9 Imagen de Coatlán

4. LA GRÁFICA EXISTENTE

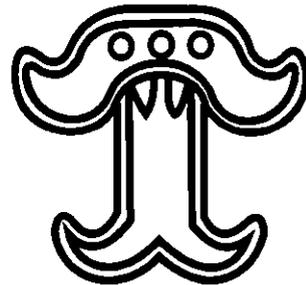
La gráfica existente, es decir el diseño de imágenes existentes en el Museo, conveniente para analizar por los fines de esta tesis son dos: por una parte está la identidad gráfica con que cuenta el Museo y por otro lado, las señales que hay en el Museo.

LA IDENTIDAD

La identidad es el elemento gráfico que hace presente a una institución, por medio de la cual la reconocemos. Coatlán es la identidad que representa al Museo Dolores Olmedo Patiño. Esta imagen tiene origen en un motivo prehispánico, Coatlán, al cual se hicieron algunas variaciones. Esta identidad va de acuerdo a la zona en que se ubica el Museo que, como ya se ha mencionado anteriormente, la zona se llamó Coatlán, que significa "lugar de serpientes", las que en alguna época existieron en la zona. Esta imagen representa precisamente a una serpiente.

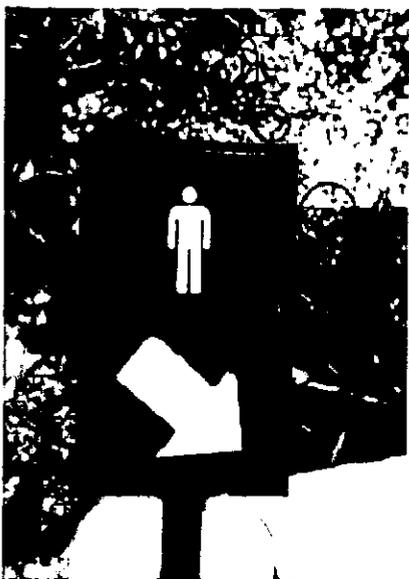
En un contexto netamente mexicano representante de la cultura prehispánica mezclada con elementos de una época colonial como es el casco de la exhacienda, los jardines y exteriores del Museo, Coatlán (la imagen) nos refiere a este ambiente. Por lo que se considera una imagen adecuada a los fines e ideología del Museo.

La imagen funciona como un símbolo, no propiamente como identidad, pero al unirse a él la tipografía, se constituye la identidad del Museo. Por esta característica de manejarse como un símbolo, no existe un manual o guía que defina colores, usos de la imagen ni condiciones especiales, pero una característica es que en impresos se presenta en línea (out line), no siempre acompañado de la tipografía. La tipografía es de la familia Times Bold, la característica de los patines trata un poco de unificarse con el contexto.



Museo Dolores Olmedo Patiño

*Fig. 10 Identidad (Coatlán) del Museo Dolores
Olmedo Patiño*



Figs. 11 y 12 Señal con herrería y señal en el entrono



SEÑALES

Las señales que forman parte del Museo son limitadas en cuanto al diseño. La gráfica de señales se compone principalmente por flechas direccionales y tipografía y la compuesta únicamente por tipografía o flechas direccionales.

La tipografía en las señales es de la familia Times Bold, color crema en un soporte de trovisel negro. La tipografía varía en tamaño y estilo dependiendo de si es condensada, cursiva, etc., en cada señal, no hay un criterio de unidad en tamaños.

Las flechas direccionales están unificadas en cuanto a tamaño, el color es crema, en un fondo negro de trovisel.

Las señales tipográficas como las flechas direccionales están soportadas en un marco de herrería en color verde con ornamentación alrededor para no mostrarla muy moderna e ir un poco de acuerdo al contexto que la rodea. Hecha sin una planeación al igual que las señales, por cuestiones de tiempo.

El color negro del fondo no es el adecuado si se considera que los exteriores son jardines con árboles, animales y decoración que dan como resultado una gran variedad de texturas, colores, elementos que saturan el espacio. Un color oscuro se llega a perder en este ambiente. Al igual que el tamaño de las señales, principalmente el de las flechas, las cuales son pequeñas, de 13 cm aproximadamente. Pareciera no se pretende llamen la atención o fueran a "opacar" el entorno. Algunas colocadas de manera "tímida" por decirlo de alguna manera,

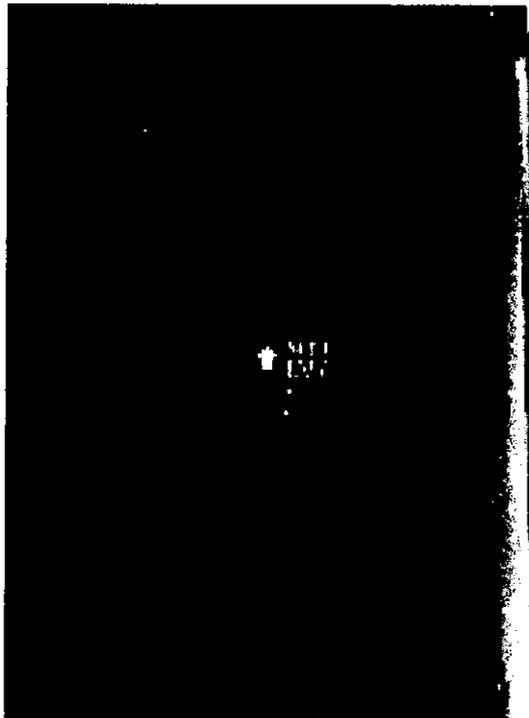


Fig. 13 Señal pendiente de salida

como si fueran un elemento que desvirtuar el contexto., y que a fin de cuentas se llegan a perder. Las encontramos en distintos puntos del museo. Algunas están colgadas, otras tiene un soporte en el suelo.

Las señales que presentan imágenes son las de los baños y las restrictivas. Las de los baños son señales de acrílico encontradas fácilmente en lugares donde se venden artículos para oficinas o negocios.

Las señales restrictivas son una serie de señales contenidas en el mismo formato a manera de lista. Las imágenes son en color negro, con un icono restrictivo en color rojo, presentadas en vidrio montado en herrería.

Son señales que prohíben entrar con alimentos, cámaras fotográficas, animales, etc. Se ubican en la entrada del Museo.

Las zonas como taquilla y guardarropa así como otros servicios no cuentan con una representación gráfica que los identifique sin necesidad de la tipografía que solo es en español .

Lo anterior es en cuanto a la parte externa del Museo. Para la presentación de cada sala existen también deficiencias. El flujo lo indican flechas fuera de la sala, no muy perceptible. Como información extra, resulta una serie de numeración que se encuentra en todo el recorrido, son papelitos de unos 3x3 cm. de color azul o verde, pegados en algunos lugares como entradas de las salas, junto o bajo algunas piezas de exhibición. Estos son número relacionados a la audioguía, un servicio prestado por el museo. Son papeles mal pegados que dan una mala presentación.

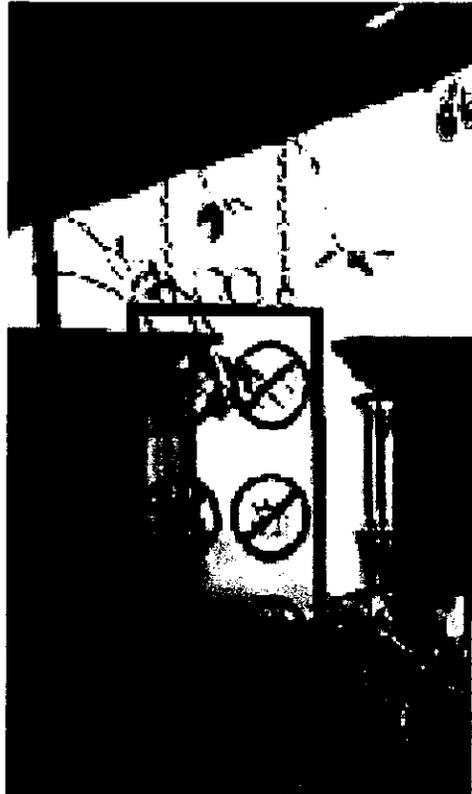


Fig. 14 Señales restrictivas en la entrada

En conclusión, hay en el Museo quienes dicen que no existe un sistema de señales, o que es deficiente, aunado a la información recabada, queda claro que un planeamiento o análisis al respecto no se ha hecho, por cuestiones desconocidas. Es necesario este análisis para dar un mejor servicio, ya que esta deficiencia no es solo en el exterior, sino en el interior en que en algunas salas, por determinado motivo, no existe ni la indicación de salida de las salas.

RESUMEN CAPITULAR

El Museo Dolores Olmedo Patiño es un museo dedicado a la cultura mexicana, principalmente a la obra de Diego Rivera, Frida Kahlo, Angelina Beloff, arte prehispánico y arte contemporáneo, dentro de un ambiente colonial con algunos matices de otras épocas, resaltando la importancia de la ecología, de la flora y fauna mexicanos; así como de la historia local y su protección. Se puede decir que las tradiciones mexicanas son la ideología que rige a este Museo desde su planteamiento inicial. Una condición que se presenta entre otros motivos por ser un museo relativamente joven, de reciente creación, razón por la cual trata de crecer en muchos aspectos como son los servicios, el contenido de las exposiciones y la relación con los visitantes. Otro aspecto es el de la señalética, considerada deficiente, a la que se tiene presente sin mejorarla. En su labor principal quiere dar a conocer la obra de Diego Rivera como un patrimonio de los mexicanos, heredado por él y presentado por Dolores Olmedo Patiño.

DE LA COMUNICACIÓN AL DISEÑO

1. COMUNICACIÓN Y SEMIÓTICA

A) *La comunicación y el Diseño Gráfico (Comunicación Visual)*

Dentro de nuestras actividades diarias nos encontramos con la gran necesidad de entablar relaciones con las personas que nos rodean, hecho tan antiguo como el hombre. El hombre desde sus inicios tiene la necesidad de relacionarse, como una manera de subsistir, primero dentro de una comunidad, hoy en día dentro de una sociedad o grupos de sociedades muy amplios. La comunicación es la manera en que se entablan dichas relaciones, entendida como una forma de expresar ideas, conceptos, pensamientos, etc.

Expresión, surgida en las culturas antiguas en forma de pinturas rupestres, petroglifos y pictogramas, los dos últimos ya de manera estilizada y sencilla que parecían letras, con diversos fines, entre ellos el ritual o tal vez como una forma de comunicar ideas sencillamente.

Expresión que ha evolucionado y ahora es muy diversa, desde la escritura, el lenguaje, hasta la danza o las artes visuales, pasando por los "medios masivos de comunicación" como se les conoce actualmente como la televisión, la radio, los periódicos y hasta el internet, entre otras. Cualquiera que sea la forma de expresión, la comunicación nos ayuda a introducirnos en el entorno que nos rodea y a tener mejor comprensión

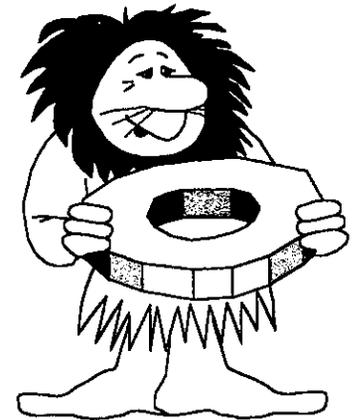


Fig. 15 *Hombre antiguo*

de lo que en él sucede. Es tan vital, que a quienes no transmiten sus ideas, o se relacionan con las demás personas se les llama "inadaptados sociales".

En el vasto terreno de la comunicación encontramos que no hay una sola concepción de comunicación, sino que por sus diversas expresiones se ha estudiado desde diversos puntos de vista. Dependiente también de los intereses del autor que la estudia o el área que se aplica.

Uno de los conceptos convenientes por su simplicidad y que sin embargo engloba un gran contenido, es el de John Fiske, quien designa a la comunicación como la "interacción social por medio de mensajes"¹, interacción entendida como el hecho de relacionarse, mencionado anteriormente, en un ámbito social, aplicada al diseño es conveniente por que éste se crea para un grupo de individuos denominado sociedad, al cual se envía un mensaje, en la mayoría de los casos esperando si no una respuesta, una actitud ante el mensaje, a la información llevada por el mismo.

De manera general se puede denominar a la comunicación como un proceso de relación, consistente en transmitir y recibir mensajes con el fin de influir en un grupo de individuos.

Los mensajes contienen información que son estímulos captados o percibidos por medio de nuestros sentidos. La información de los mensajes puede ser de cualquier clase, y con variados fines.

*1 Fiske John, INTRODUCCION
A LA TEORÍA DE LA COMUNI-
CACIÓN, Ed. Norma, Colombia,
1984, P. xx*

En cualquier tipo de comunicación realizada, encontramos a un emisor, quien es el interesado en enviar un mensaje (lo que desea expresar), el cual llega a un receptor (lo recibe) quien se encarga de interpretarlo. Estos son los elementos básicos en la comunicación (su relación básica), los cuales surgen de un modelo lineal (para fines de origen técnico):

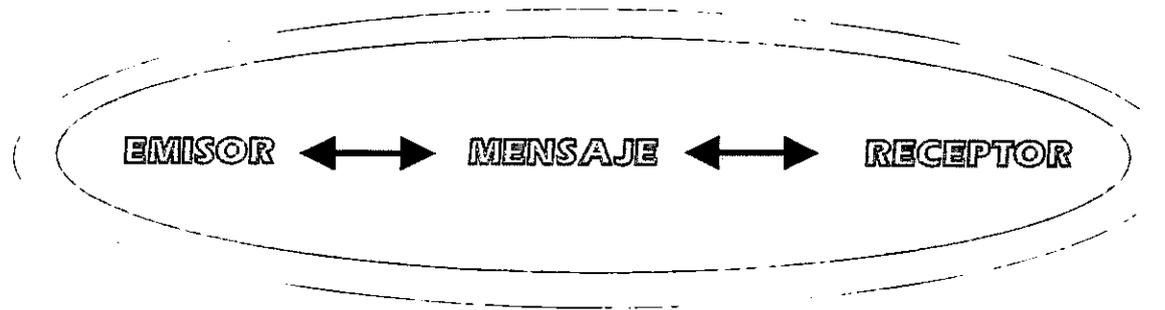


Fig. 16 Proceso básico de comunicación

El lugar del emisor, del mensaje y del receptor se pueden observar en el esquema, relacionados de manera que sin alguno no habría comunicación. Con las flechas se ejemplifica que un emisor puede mandar un mensaje codificado y que el receptor lo recibe (descodifica, para su comprensión), de esta manera el mismo receptor se puede convertir en emisor, mandando un mensaje a un receptor. Las flechas indican un flujo de comunicación. La comunicación ha sido óptima cuando el mensaje descodificado por el receptor tiene el mismo significado dado por el emisor. Esta es una consideración importan-

te en diseño, puesto que dependiendo de las experiencias o cultura del receptor es que el diseño sea comprendido adecuadamente o no.

Para Diseño Gráfico conviene una estructura (no un modelo lineal) de comunicación, por esta razón un modelo lineal no satisface sus necesidades, en él no se contemplan elementos influyentes en la comunicación, es muy básico. Así, tomando en cuenta al modelo de Roman Jakobson (una estructura), los elementos involucrados en la comunicación tienden a ser lineales en su esquema, pero son estudiados por su significado, por ser Jakobson un lingüista. Su estructura es importante por los elementos implementados por él, los que proporcionan un significado al mensaje (importante para el Diseño), sin los que no puede existir la comunicación.

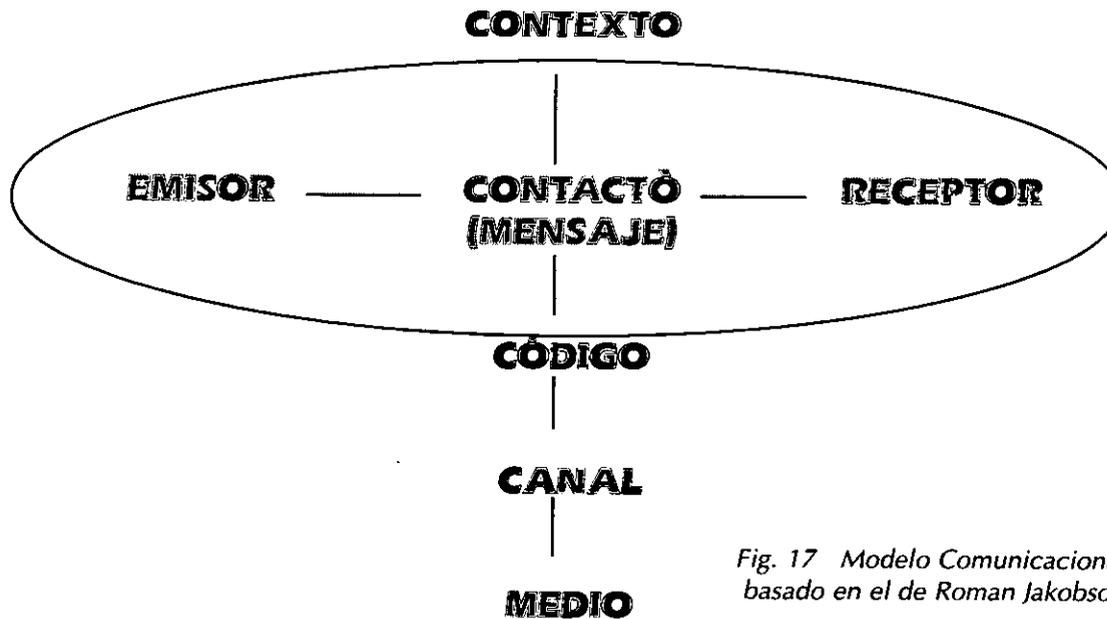


Fig. 17 Modelo Comunicacional basado en el de Roman Jakobson

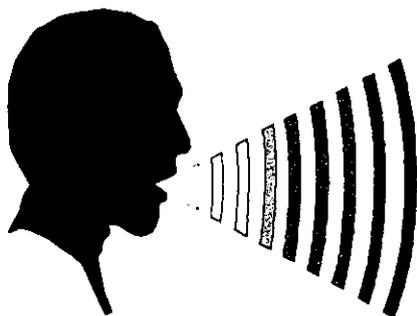


Fig. 18 Emisor de un mensaje

El emisor llamado por Jakobson remitente, es quien envía un mensaje a un receptor o destinatario, como se vio en es esquema básico de comunicación, quien responde al enviar un mensaje y convirtiéndose en emisor al mismo tiempo, pero su mensaje será influido por una serie de elementos con una función específica asignada a cada uno de ellos. El mensaje en esta estructura es llamado CONTACTO, de manera que el mensaje existirá al ser comprendida la información por el receptor, sino lo comprende, en realidad no hay mensaje, pero hubo ese contacto. Por la conveniencia y conocimiento general del término, utilizamos para esta tesis el término mensaje como ese contacto.

La función del EMISOR es la llamada EMOTIVA por ser el emisor quien tiene la necesidad de codificar (organizar) y enviar un mensaje, en el que intervienen la variables anímicas o ideológicas de lo expresado.

El RECEPTOR tiene una función CONNATIVA, de la que depende la actitud que tome el receptor en cuanto al mensaje, su aceptación o rechazo. Está relacionada con la emotiva.

La función asignada al MENSAJE (contacto) es la ENUNCIATIVA. Como su nombre lo indica enuncia una información, presentada a manera de discurso, donde intervienen diversos elementos para darle una forma al contenido. También es poética obedeciendo a cuestiones estéticas de la construcción del mensaje.

Los elementos que ayudan al proceso de comunicación en su formación son:

CONTEXTO: Es el elemento de carácter socio-cultural, determinante de la precisión del mensaje en cuanto a los datos manejados dentro de un ambiente. Es la condición en que se da el mensaje, por lo cual dependerá de la diferencia socio-cultural entre el emisor y el receptor, que la información del mensaje sea comprendida, tomada en cuenta o no.

Su función es la referencial, determinante del sentido del discurso por las variables que se presentan en el contexto, las cuales actúan o influyen sobre la conducta del emisor. Es a lo que hace referencia el emisor al comenzar su mensaje para ubicar al receptor en un contexto.

CÓDIGO: Es la organización de una serie de signos específicos en una estructura que conforma al mensaje. Son signos convencionales enlazados para ser comprendidos por diferentes grupos de individuos dependiendo de su conocimiento (ej. braille, código morse, semáforo, determinada lengua, etc.)

Corresponde al código la función METALINGÜÍSTICA encargada de identificar el código utilizado en el mensaje. Puede también descifrar códigos paralelos o secundarios a un principal.

CANAL: Es la vía física en que se transmite el contacto (mensaje). Puede ser un cable conductor, el aire, agua, etc.).

La función FÁTICA "Se orienta hacia el factor contacto, hacia las conexiones físicas y psicológicas que deben existir"², es decir, a mantener la relación entre emisor y receptor. En el discurso estructurado se incluyen hechos de experiencias las cuales sustentan el discurso con el fin de mantener la comu-

² Fiske John, *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN*, Ed. Norma, Colombia, 1984, P. 30

nicación. Se apoya en elementos redundantes principalmente para verificar y mantener el contacto con el otro individuo.

MEDIO: Es un recurso técnico o físico que posibilita la construcción del enunciado (órganos de los sentidos, aparatos de transmisión, antenas, etc.).

Su función es de ANCLAJE, llama la atención del sujeto para mantenerlo involucrado e interesado en la comunicación.

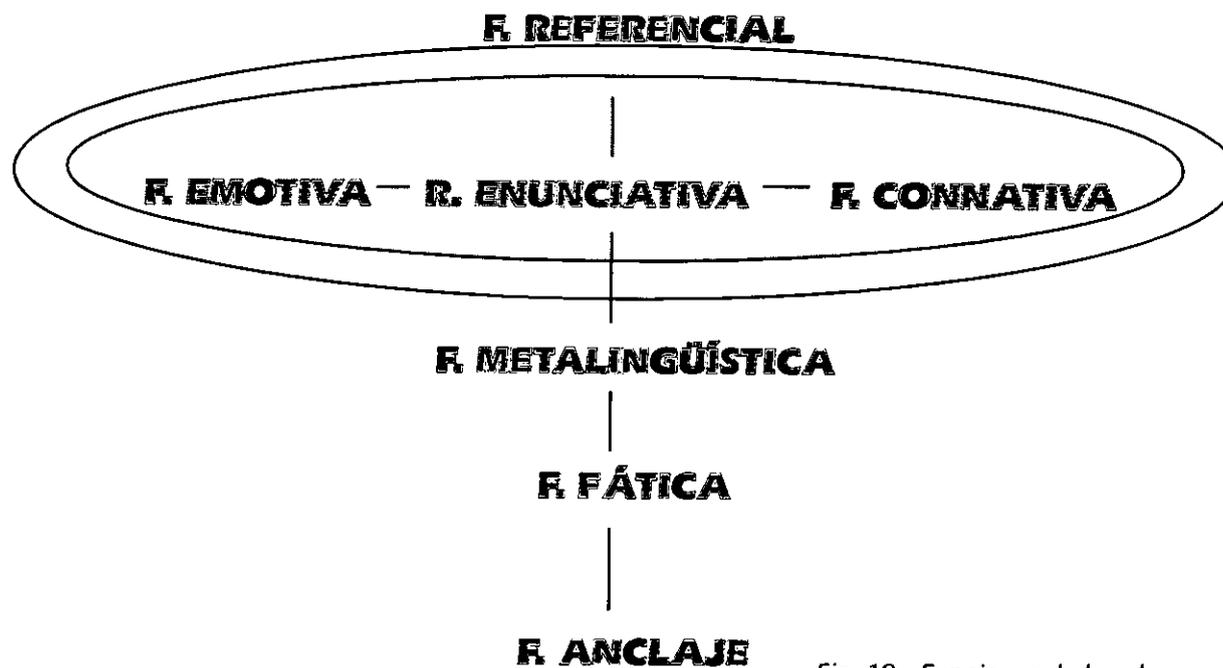


Fig. 19 Funciones de los elementos en el Modelo de Jakobson

La comunicación implica todos estos elementos que de manera consciente o inconsciente utilizamos cuando expresamos algo, ya sea de manera verbal, con gestos, imágenes u otros medios. En el Diseño Gráfico estos elementos se presentan en los diseños realizados, en muchos casos no se incluyen conscientemente, ni llamándolos como aquí se les designa; en muchas ocasiones, no se les considera, pero como parte de un discurso, aseguran un discurso bien diseñado y estudiado para los fines propuestos, con mayor éxito que un diseño carente de estos elementos (el significado puede ser comprendido de manera más eficaz). El diseñador será el productor de los mensajes. Analizando un contexto el diseñador sabe a quién se dirige, cuál es su ambiente, qué individuos atenderán a su diseño, considerará el código adecuado para comunicarse con ellos (colores, formas, textos, etc.), así como el canal, en este caso el empleo de señales, las cuales llegan a nosotros por un medio visual, por el órgano de la vista, que identifica los signos utilizados por el diseñador en su discurso visual.

El Diseño Gráfico se vale de medios visuales para su expresión. Se ha hablado de comunicación general, se explicó el modelo de Roman Jakobson como parte de una comunicación en general, posteriormente explicada en base al diseño. La comunicación puede considerarse verbal o no verbal, siendo el diseño, no verbal. La comunicación verbal es una lengua hablada, la no verbal son expresiones en las que no se requiere hablar (señas, muecas, actitudes, comunicación por medio de los sentidos, escritura, etc.), para el diseñador, imágenes, lo que se puede ver, comunicación visual.

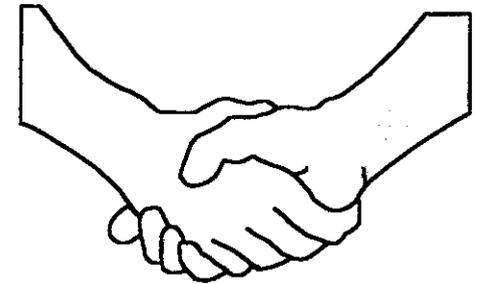


Fig. 20 Ejemplo de omunicación no verbal

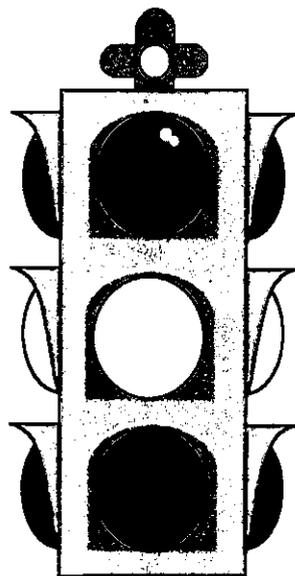


Fig. 21 Medio de comunicación no verbal a base de código de colores

Al enviar un mensaje, generalmente se hace de forma verbal, de manera que quienes entienden un lenguaje (código en que se envía el mensaje), logran comprender el significado del mensaje, es una comunicación directa (interpersonal, como la de Roman Jakobson), en la que por lo general no hay intermediarios. Cuando se trata de enviar un mensaje de manera no verbal, en un mensaje visual por ejemplo, surge el problema de la rapidez con que pueda ser leído y comprendido. Este tipo de mensajes (carteles, espectaculares, volantes, anuncios comerciales, etc.), en la comunicación y diseño gráfico deben ser eficaces e influir en el receptor, es persuadido para llevar a cabo un acto o cambiar una actitud, por ejemplo.

La comunicación visual es en nuestros días muy extensa (nos encontramos saturados de ella). Es fácil mirar hacia cualquier lado y encontrar comunicación visual en el entorno. La comunicación gráfica es una parte de la comunicación visual, es la que se vale del diseño gráfico. La encontramos presente en la publicidad, en la televisión, en forma de carteles, revistas y todo tipo de información que nuestra vista capte e identifique como imágenes manipuladas por el hombre con un fin.

Es por esto que si se han mencionado elementos comunicacionales en relación al diseño es por que forman parte de la comunicación visual, a la que se adaptan los términos y conceptos de la comunicación en general. En el diseño se utilizan los signos gráficos para expresar ideas, como de manera escrita se utilizan los signos conocidos como letras o alfabeto.

Se generan mensajes con significados con buena o mala intención, son recibidos por los individuos, interpretados por éstos, generando diversidad de ideologías.

El diseño gráfico se vale de una serie de elementos formales por medio de los cuales genera un discurso visual, un diseño que va a funcionar emitirá información a quien lo observe.

El abuso de estos medios es notorio en la cultura mexicana, siendo poco objetivos o creando estereotipos, proponiendo y persuadiendo de ideas tal vez ficticias o reales, pero para las que siempre hay un individuo receptor. Es deber del diseñador diseñar de la manera más adecuada en favor de la sociedad.

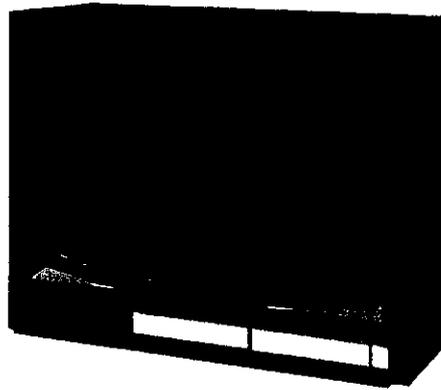


Fig. 22 Conocido y popular medio masivo de comunicación

B) La Semiótica

La diferencia entre un modelo lineal y una estructura surge a partir de estudiar la comunicación desde dos puntos de vista: la ESCUELA DEL PROCESO y la ESCUELA DE LA SEMIÓTICA. Estudios que han evolucionado a través del tiempo dirigidos a disciplinas diversas, principalmente la lingüística, pero que se han adaptado a otras disciplinas.

La ESCUELA DEL PROCESO considera que en la comunicación lo importante es la codificación, es decir, una organización de ideas o conceptos, realizada por el emisor, el proceso en sí de cómo se lleva a cabo un acto de comunicación, de aquí que tiende a ser funcionalista. Le interesa la exactitud y la eficacia del proceso, refiriéndose a los medios no impresos. En esta escuela, el mensaje es lo que el emisor le dé como significado, por esta razón no es adecuada para fines de diseño, donde el significado depende de la comprensión de los individuos receptores.

La ESCUELA DE LA SEMIÓTICA se basa en los medios impresos como objeto de estudio. La significación es lo que el receptor descodifica. Dicho de otra manera, es una disciplina comunicacional dedicada a estudiar los signos y sus estructuras, los cuales son leídos para dar un significado. La semiótica estudia los textos y la cultura. Se enfoca más en las relaciones sociales producidas o en las involucradas en la comunicación. Es la semiótica importante para el Diseño Gráfico por su característica de involucrar más de dos individuos en la comunicación, ya que habla de cultura, de sociedad, donde el individuo se relaciona. Para esta escuela el centro de estudio en cuanto al mensaje es la interpretación que el emisor haga de él, tomando en cuenta también lo que el emisor quiso expresar, de acuerdo a sus experien-

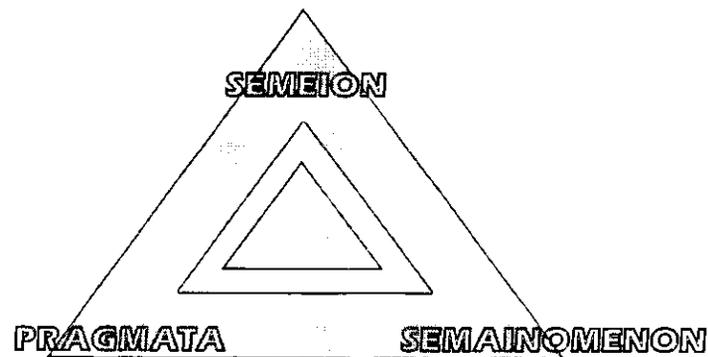
cias y conocimientos previos de los signos involucrados en el mensaje, signos estructurados.

Se entiende entonces, que signos y significados son lo principal en el estudio de la semiótica para fines del diseño gráfico. Los signos están presentes en cualquier tipo de comunicación.

El signo es algo que representa o es similar a una cosa, un objeto. Dentro de las culturas se le da un concepto o se le asigna a un objeto, así cada cultura tiene su grupo de signos ya sea por convención o por cuestiones culturales. En esta reflexión radica la dificultad de generalizar diseños para los individuos de distintos grupos sociales. El signo debe ser conocido por el grupo al que se dirige, de otra manera no cumple con su función de informar, puesto que el signo nace de los grupos sociales en que se emplea. Cuando el signo es conocido, su lectura forma un discurso que el diseño nos envía, si el significado del mensaje designado por el receptor concuerda con lo que el emisor quiso expresar y hay una respuesta ante el mensaje, entonces los signos en su código fueron correctos.

Los signos tienden a universalizarse. Un signo representa un objeto o concepto ausentes y para traerlos a la vista de receptor, se utilizan imágenes (en cuanto al diseño gráfico), incluidos los textos, no solo uno sino un conjunto, ordenados en un código, algunos signos resultan primarios, otros secundarios, pero su significado depende de cómo sean leídos. La relación de los signos con otro signos, es llamada sintáxis. Por lo tanto, los signos son básicos en la comunicación visual, sin ellos no se daría este fenómeno.

La semiótica también es contemplada de acuerdo a los intereses de quien la estudia, partiendo siempre de estudios previos establecidos desde la época de los griegos y a través de toda la historia pasando por la Edad Media y el Renacimiento. Platón y Aristóteles fundan las bases para lo que se conoce como la semiótica actual, considerando al signo en una estructura triangular (trivium medieval) donde la relación esta dada por los siguientes elementos:



SEMEION: es el signo en sí

SEMAINOMENON: es lo que el signo nos dice

PRAGMATA: es a lo que el signo se refiere

Fig. 23 Modelo del Trivium Medieval

Esta estructura llamada triada ha cambiado con el paso del tiempo, ha sido reinterpretada por diversos autores y sus elementos han cambiado de nombre. De estos autores es Charles Sanders Peirce quien hace una interpretación que ha quedado como la base de estudio del signo y que es para el diseño gráfico de gran utilidad por ser no solo una estructura sino una base lógica de relación de elementos para materializar proyectos de diseño.

C) *El Modelo de Charles Sanders Peirce*

Charles Sanders Peirce (1931-1958), filósofo y científico norteamericano, es considerado padre de la semiótica actual, por las bases que estableció para el estudio del signo. Peirce se aleja del estudio del signo en la lingüística exclusivamente (la mayoría de los estudios se dirigían a ella), para concebir el signo en un sentido más amplio que solo el lenguaje. Es por esta razón que su estructura de la triada para el signo es de gran utilidad para el diseño. Su explicación del signo como las relaciones del mismo con el objeto y con el interpretante son adecuadas para las funciones del diseño.

El signo según Peirce "...es algo que, para alguien representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter"³. Refiriéndose a una silla, la silla es el objeto, el signo es una representación de una silla, de la que se crea un signo mental, una imagen mental del objeto referido (la silla), llamándolo interpretante.

Esta es comunicación en la que pueden intervenir los elementos del modelo de Jakobson, pero que giran en torno a cómo se significa el signo y de qué manera la estructura da el significado.

³ López Rodríguez, Juan Manuel; *SEMIÓTICA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA*. Ed. EDINBA-UNAM, Azcapotzalco, México, 1993. P. 163

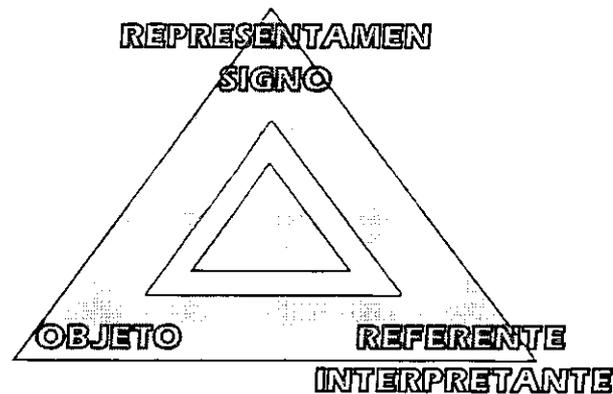


Fig. 24 Modelo Triangular de Peirce

El OBJETO, llamando también referente por Peirce, es lo que conocemos para poder crear un signo, para tener una referencia de él.

El SIGNO, llamado significante o representamen, se refiere a algo que representa algún aspecto o carácter del objeto. Es "vehículo significante" como lo dice Juan Manuel López, ya que mediante él se abstrae el objeto ausente a la mente del receptor. Trae un significado.

El INTERPRETANTE o significado, es cómo se interpreta el signo para dar el significado. El significado solo puede existir si hay alguien que lo interprete, sin la interpretación de alguien no hay signo, ya que los elementos del modelo son interdependientes.

Nótese que en esta triada no tenemos elementos de comunicación como emisor o receptor o códigos tal cual, es por esto que este modelo se puede aplicar al modelo de Jakobson u otros para complementar el acto de comunicación.

Esta triada representa un proceso, el proceso de cómo se lleva a cabo esta comunicación semiótica "El proceso en que algo funciona como signo puede denominarse semiosis"⁴, lo cual indica que la triada, si cumple con su función de semiosis, que es en la que se dan las dimensiones de semántica, sintáxis y pragmática.

Como herramientas de la semiótica estas tres dimensiones también tienen sus términos especiales con los cuales se dará el nivel al que trabajan y se relacionan los signos.

Estas dimensiones con sus elementos se estructuran de la siguiente manera:

NIVEL PRAGMÁTICO funcionamiento	Cualisigno	Sinsigno	Legisigno
NIVEL SINTÁCTICO comparación	Icono	Índice	Símbolo
NIVEL SEMÁNTICO pensamiento	Rema	Dicent	Argumento

⁴ Morris, Charles, FUNDAMENTOS DE LA TEORÍA DE LOS SIGNOS, Ediciones Paidós, España, 1985, P. 27

El siguiente esquema es representado de la siguiente manera de acuerdo a las tricotomías que surgen del modelo:

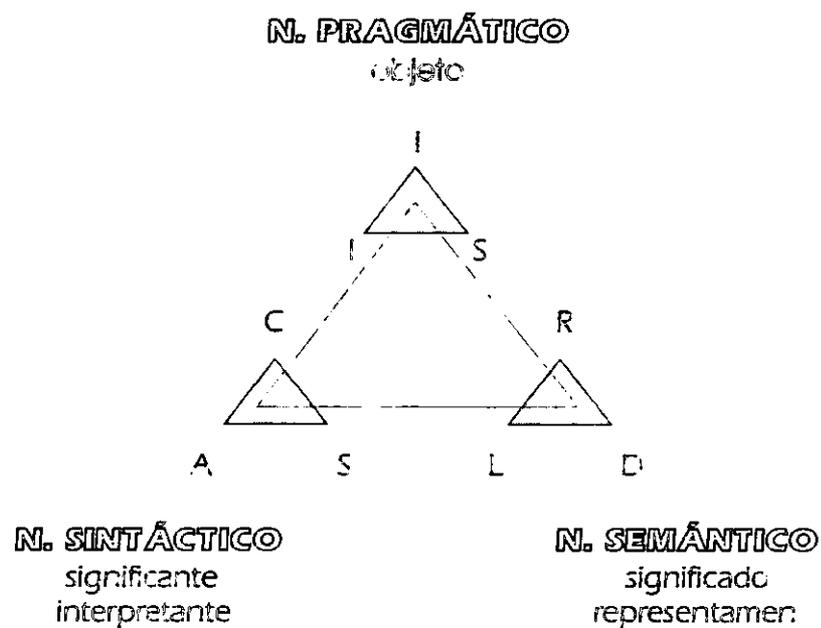


Fig. 25 Niveles semióticos

Estos niveles significan en el diseño ayuda para un análisis del signo, para lograr un equilibrio y coherencia en el mismo. De manera que no se haga diseño arbitrariamente, sino con un sustento lógico, con mensajes específicos, no alterando la comunicación.

Se explicarán a continuación los diferentes niveles y sus nueve elementos sgnicos o dimensiones para comprenderlos:

NIVEL PRAGMÁTICO:

Este nivel consiste en la valoración del funcionamiento de las características del signo. Es la relación del signo con el objeto. El interpretante empieza a analizar o a dividir en partes el referente para su análisis, su comprensión depende de las experiencias de quien lo analiza. Se percibe el objeto, del cual se obtienen las características:

Cualisigno: se refiere a las cualidades aisladas, por separado propias de un objeto. En él, el objeto se encuentra en relación con el objeto mismo y evoca las cualidades formales perceptibles que son las que permiten al objeto ser más cercano a nuestro conocimiento.

Sinsigno: son las cualidades o elementos básicos que conforman al objeto sin darle un carácter definido incompleto, en conjunto van a sustantivar al objeto. Relaciona al objeto y al significado.

Legisigno: son los elementos típicos del signo que van a estereotiparlo. Su relación es del objeto con el significante (quien interpreta). Los objetos identificados se hacen convencionales, pero no dejan de ser objeto o signo. Se da un sentido al signo.

Este nivel es importante en lo que a señales respecta, es donde un diseño toma las características para la elaboración del diseño.



Fig. 26 Ícono, representa un ojo



Fig. 27 Índice, señal de natación

NIVEL SINTÁCTICO:

Es el que lleva a cabo una comparación de las cualidades de las funciones de un signo con respecto a las funciones de otros signos, por ciertas características que contengan. Es un análisis del signo en cuanto a sí mismo. Sus elementos son:

Ícono: es una representación de algo existente en la realidad. Donde el signo se presenta con el mayor parecido al objeto. Se da la relación significante-objeto.

Índice: es un indicador de algo, el ícono que estaba en un nivel de representación adquiere una función. Tiene una relación física con el objeto, pero en menor grado que el ícono.

Símbolo: el ícono o índice estereotipados se universalizan para dar un símbolo, que dentro de una sociedad identifica a algo, se vuelve general.

Este nivel de comparación, determina la función del signo y es analizado para una función específica en relación de unos signos con otros, como sucede con la señal.

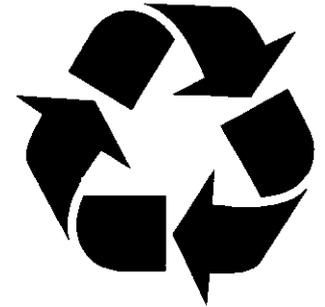


Fig. 28 Símbolo de reciclaje

NIVEL SEMÁNTICO:

Es el del pensamiento, cierra el proceso de comunicación mediante la interpretación del receptor. Nos da la relación del signo con el interpretante o significado. Sus elementos son:

Rema: es donde se maneja el contenido básico de un pensamiento, el sentido que tiene.

Dicent: es el orden de los signos que se establece con una intención.

Argumento: es la argumentación del mensaje por medio de signos, jerarquiza al mensaje, del que el interpretante va a generar un significado.

Estas dimensiones semióticas son las que establecen puntos para hacer un análisis semiótico de acuerdo a todos los elementos que contienen. Con una función cada uno ya explicada que se aplican al diseño, basado en la elaboración de signos conocidos por el receptor. Son los signos que en un cartel, en una imagen, en las señales, en los anuncios, en el diseño editorial, y otros, nos dan un mensaje, en que hay varios signos, en torno a uno principal que determina el mensaje. Esos signos son básicamente los íconos, los índices y el símbolo. Así que el análisis semiótico girará en torno a ellos y a los niveles pragmático, sintáctico y semántico en general. No son fácilmente identificables por estar unidos a otros signos, trabajan de manera codependiente.

En diseño el ícono reproduce características o propiedades del objeto, semejando a la realidad, funciona en la comunicación visual. Existen iconos IDENTIFICATIVOS, revela al objeto por medio de alguna de sus características; los DESCRIPTIVOS, que detallan al objeto en su representación; los NOMINATIVOS cuya imagen nombra al objeto, y los VICARIALES, que son redundantes.

El índice es un llamado de atención, refiere a un objeto, puede ser un color, un objeto, formas visuales, que nos hacen verlo.

El símbolo tiene un significado universal, los diferentes grupos sociales pueden conocer su significado, como el símbolo de la paz.



Fig. 29 Símbolo de la paz

2. EL DISEÑO GRÁFICO

A) Definición y función del Diseño Gráfico

El diseño gráfico es el medio de comunicación que se basa en las imágenes para transmitir un mensaje. Como parte de la comunicación el Diseño Gráfico tiene fines de comunicar, de transmitir mensajes de diversos tipos. Surge como una necesidad visual de comunicación atendiendo principalmente a promover servicios. Para dar una coherencia a un discurso conformado por signos.

El diseñador productor de diseño, será dentro de la comunicación sólo eso, quien conozca de todos los factores que puedan girar en torno a la comunicación de un mensaje, pero es partícipe de la producción, no del proceso en sí de la comunicación. Genera un mensaje basándose (supuestamente) en metodologías o técnicas para obtener buenos resultados. La función del diseño es participar en la comunicación como quien habla, el diseño gráfico nos dice algo, tiene un discurso en que la retórica se presenta. Es un lenguaje que se ha vuelto común y necesario a la sociedad.

El diseño gráfico se mueve en varias áreas, desde un anuncio espectacular hasta un diseño de folleto. No es tan solo con el fin publicitario como tal, tiene bases de sustentación, de llamar la atención, pero también de no agredir a quien lo observa. Se crean y crearán tendencias en cuanto a él, se podría decir que como un reflejo de cultura, de la cultura a quien se dirige, pero también la cultura de quien lo produce. La cultura es en muchos casos quien rige el diseño, pero no una sola, sino la cultura en cantidad de las ideologías existentes.

Con esto nos damos cuenta de que el diseño puede darse “a la manera de cada quien”, pero el resultado dependerá de comprender en lo posible a la cultura y el proceso de diseño como una parte sustentativa. La que convenga a los fines de las personas, pero que tenga bases reales.

B) El diseño actualmente

Empleando medios visuales, ya sea impresos o de otro tipo, el diseño se ha vuelto una disciplina complicada en cuanto a su argumentación. Es tal vez que se ha ido perdiendo una parte teórica que da calidad a los trabajos, entre otros factores, como el económico, que en México se resiente por la preferencia a un medio tecnológico en vez de un medio de intelecto o concepto. La tecnología facilita la elaboración del diseño pero no elabora el diseño en sí, un discurso, la elección de signos apropiados, el análisis del contexto y muchos elementos que se contemplan al diseñar sólo pueden ser comprendidos por quien los vive, las personas, los diseñadores. Aún cuando no sabemos en la mayoría de los casos quién elabora tal o cual diseño, conocemos un punto de vista del diseñador.

Actualmente hay una saturación impresionante de medios gráficos, la televisión, los anuncios, volantes, folletos, en que el diseñador parece diseñar sin interesarse en si se comprende o no lo que dice. La saturación crea en el espectador un estado de confusión e indecisión. La comunicación visual se ve a veces estereotipada, es aquí donde se pierde el contacto real del espectador, usuario o individuo. El diseño se ha vuelto parte de la vida cotidiana de las personas, aunque no lo noten, es un elemento que está presente en todos lados. El buen o mal uso que de él se hace parece no interesar, pero puede manipular

y el resultado de la manipulación es lo que beneficiará o no a la sociedad. La tecnología brinda posibilidades atractivas e interesantes, el diseñador tiene las ideas para usar esta tecnología. Aparentemente en México actualmente la tecnología es básica, y lo es en el sentido de tiempo, economía y posibilidades; pero el desarrollo de técnicos no implica que sean diseñadores, como sucede, quienes en muchos casos devalúan el trabajo de los diseñadores en forma.

El diseño a grandes escalas, con buenos resultados se basa en una metodología, en planes de mercadotecnia, en estudios, que le dan las pautas para diseñar con bases que darán buenos resultados. Por esto se hace énfasis en esta tesis acerca de la sustentación de la comunicación, como una parte de toda la planeación que el diseño implica.

La necesidad de comunicación se presenta de diversas formas, se encuentra diseño en un periódico o revista: diseño editorial; en carteles informativos, en publicidad, en los productos que consumimos, todos contienen información, necesaria o irrelevante. Dentro de las disciplinas del diseño como pueden ser el cartel, el diseño editorial, los anuncios publicitarios, el diseño de empaque, lo que vemos en la televisión, etc., dentro de esto está el diseño de la señalética, representando a unos de los medios de comunicación más necesarios y socorridos actualmente. Al cual podemos acudir para resolver problemas de orientación. De alguna manera se aleja un poco del fin comercial de otros medios, pero tiene diseño complejo tanto o tal vez más que los demás, por los recursos que utiliza.

3. LA SEÑALÉTICA

A) *La Señalética y la Señalización*

La comunicación en la vida diaria, como se ha visto es vital para nuestras actividades, dentro de las cuales se contempla el uso de servicios a los que acude un gran número de personas quienes necesitan movilizarse en estos servicios, además de visitar lugares de interés o instituciones públicas o privadas, por los que, por su importancia y en algunos casos por su gran extensión, requieren informar al usuario, a los individuos que acudan a él. Esta información debe brindarse clara y de manera rápida para agilizar el movimiento de los usuarios.

Los servicios en los que se requiere implementar información visual para grandes grupos de individuos, acuden a las señales. La señal es un elemento gráfico creado con el fin de transmitir un mensaje determinado. Un mensaje de indicación, orden, advertencia, instrucción, prohibición, para orientar, informar a los individuos acerca de las acciones a realizar, las determina.

Un individuo situado en una vía pública puede encontrar señales que lo orienten con respecto al tráfico o en un espacio exterior en calidad de peatón. El conjunto de señales que observa son llamadas SEÑALIZACIÓN, prestan un servicio en base a problemas ya experimentados para los cuales existen soluciones preestablecidas por cuestiones de aprendizaje. "Señalizar no es sino la acción de aplicar señales existentes a priori, a problemas siempre repetidos"⁵. Repetidos ya que en las ciudades son necesarias, se utilizan por las necesidades similares a las de lugares donde ya está establecida. Los ejemplos más comu-

⁵ Costa Joan;
*SEÑALÉTICA: De la
Señalización al diseño de
programas* Ed. CEAC, 2a
edición, Barcelona,
1989. P. 103

nes son las señales de seguridad y de tránsito, en que aprendemos lo que significa por ejemplo una indicación de curvas peligrosas o no estacionarse, que se universaliza por este significado conocido por los individuos en general.

La seguridad del peatón o conductor, como su orientación son características de la señalización, además de ser universal como se ha mencionado. Una característica más y que es importante por su diferencia con la señalética es que a pesar de que el ambiente en que se aplique la señal, esta sigue siendo la misma y no se adapta para una avenida en específico o cambian sus colores para armonizar con el ambiente. Ni el ambiente se adapta a ella. Esto no sucede por que ya tienen una identificación por parte del usuario determinada y específica, que cambiar algo en ella podría causar confusión. Sin embargo le dan al entorno una apariencia de orden por su contenido como por su apariencia , de uniformidad.

Los elementos de diseño básicos que conforman la señalización son:

PICTOGRAMAS, son los que representan formas envolventes (cuadrados, triángulo, círculo) de una imagen (signos gráficos: teléfono, flecha, representación abstracta de personas, etc.) a la cual también se le puede llamar pictograma.

CROMATISMO, es decir los colores que va a utilizar el pictograma envolvente dependiendo de su función, de su representación, qué representan, o de la emotividad.



Fig. 30 Señal de tránsito

La SEÑALÉTICA surge a partir de la necesidad de señales en contextos de servicios públicos y privados, lugares de esparcimiento, edificios, teatros, cines, comercios, etc. lugares a donde la gente acude que no corresponden a la vía pública, donde peatones y vehículos predominan. Esta necesidad marca un paso de la señalización a la señalética. Donde también se informa, se orienta dentro de un espacio determinado, para llevar a cabo acciones. "La señalética es un sistema de mensajes que desencadenan actos, generalmente voluntarios o relativos a acciones voluntarias"⁶, razón por la que funciona dependiendo del lugar en que se va a ubicar, siendo de acciones voluntarias, el individuo se moverá en torno a ellas, tiene la capacidad para elegir con respecto a ellas, informándose. Es optativa a diferencia de la señalización, que es determinante.

La señalética es una parte de la comunicación visual, específicamente del diseño gráfico, que se encarga de orientar a un gran número de personas dentro de un espacio específico, con características específicas, basándose en las relaciones que se establecen entre los individuos que las usan y los signos que contienen.

Por lo tanto la señalética informa para desplazar, orientar a las personas, de manera rápida, está es una condición importante cuando se requiere información inmediata y precisa, que el individuo pueda conseguirla y comprenderla rápido si lo requiere.

La señalética resuelve el problema de las masas en un lugar, un problema comunicativo que se ha vuelto común hoy en día y con una solución necesaria para todos, se puede decir que es un fenómeno comunicacional actual, como lo es la televisión o los anuncios espectaculares. Si se abusa de las señales como de estos medios, surge un estado de confusión, de desorganización y en un caso extremo, de desinformación. Es necesaria, pero no se puede abusar de ella.

⁶ Costa Joan; SEÑALÉTICA:
De la Señalización al diseño
de programas Ed. CEAC, 2a
edición, Barcelona, 1989.

La señalética va dirigida a individuos usuarios o visitantes de lugares específicos, que por algún interés están ahí. Por lo tanto, se dirige a un público más específico que la señalización. Aunque también puede ser general, pero no tan generalizado, como consecuencia de que se estudia qué tipo de visitantes va a tener el lugar. El lugar determina qué señales se van a utilizar de acuerdo a sus servicios, por lo que tal vez las imágenes resultantes en la señal no sean conocidas por todos, ni aprendidas previamente.

El lugar donde se establezca la señalética tiene siempre tiene características propias, en cuanto a arquitectura y ambiente. La arquitectura marca ciertas pautas mencionadas más adelante para la creación de la señal en cuanto a su diseño, a un estilo, para ir de acuerdo al entorno. Al igual que la determina si existe previamente una tendencia por identidad corporativa existente.

El conjunto de las características que sigue una señal para su creación son importantes y las que diferencian a la señalética de la señalización. Son las que van a dar el carácter a la señal.



Fig. 31 Señal direccional



Fig. 32 Señal informativa

B) Tipos de señales (señalética) y sus funciones

Las señales no existen de un solo tipo, de lo contrario no se podrían identificar, funcionan de acuerdo al servicio que prestan y por lo que muchas veces se les identifica. Dentro de la señalética los tipos de señales son:

DIRECCIONALES

Nos indican una ubicación, qué dirección tomar para llegar a un lugar. Están acompañadas de flechas, elementos indicadores de la dirección.

IDENTIFICACIÓN

Son las señales que sirven como un signo índice, indicador de un servicio. Se presenta en lugar del concepto o características del servicio para ser identificado por los individuos.

INFORMATIVAS

Al buscar un servicio o lugar específico, las señales informativas dicen lo relativo a lo buscado de manera concreta.

RESTRICTIVAS

Permiten el acceso en determinadas áreas solamente a determinadas personas por su relación (trabajo, mantenimiento, servicio, etc.) con el lugar.



Fig. 33 Señal identificativa



Fig. 34 Señal prohibitiva

DE PROHIBICIÓN

Son las que prohíben totalmente determinadas acciones, como introducir comida a un lugar o no entrar con mascotas.

DE EMERGENCIA

Indican a dónde acudir en caso de emergencia o los pasos a seguir cuando ésta se presenta.

PREVENTIVAS

Determinan estándares de seguridad también, como usar el casco en una construcción o cuando el piso está mojado. Para prevenir accidentes.

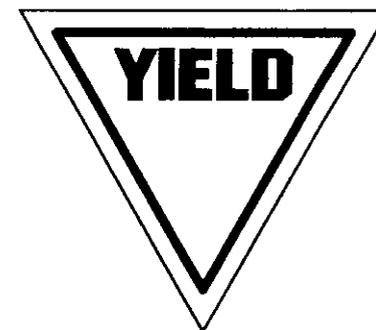


Fig. 35 Señal preventiva

C) Metodología y Elementos para el diseño de señales

La elaboración de señales para un espacio (entiéndase como espacio: edificio, museo, empresa, lugar recreacional, etc.) específico dentro del ámbito de la señalética no consiste tan solo en diseñar una señal arbitrariamente. Darle un orden al proceso de diseño en base a elementos determinantes en la señalética se debe a un mejor funcionamiento del proceso y del resultado final (la señal), por esta razón se elabora un PROGRAMA SEÑALÉTICO, como una guía de orden en la planeación y desarrollo del diseño. Atiende a necesidades de unificación y relación con el contexto.

La metodología a seguir será la siguiente:

1. FASE DE RECONOCIMIENTO DEL PROBLEMA

Se plantea por cuestiones socio-culturales, para conocer el problema específico y las necesidades de un programa señalético.

Sus elementos a analizar son :

a) *Espacio y Función.*

Se conoce el área a señalar, sus necesidades en cuanto a la implantación de señales. Así como la función y datos relativos al espacio para ubicación y contextualización del diseñador en cuanto al espacio. Incluye ubicación geográfica del espacio.

b) *Usuario*

Se tendrá también conocimiento del usuario y sus características socio-culturales para establecer a quién se dirigen las señales y el diseñador, con qué características por el usuario, se generarán las señales.

c) *Gráfica existente*

Es necesario para identificar el estilo del diseño de las señales, conocer si existe una identidad que identifique al lugar, espacio en cuestión. Con el fin de seguir las tendencias gráficas de la identidad en las señales, dar un aspecto de uniformidad y de identificación de pertenencia con respecto al espacio. en cuanto a color, formas, estilo, se crea una coherencia entre señales e identidad. Si existe, se puede acudir al manual de identidad.

2. FASE DE INFORMACIÓN DEL ESPACIO (ARQUITECTURA)

Con la información recabada en este punto, se organizan y definen los criterios a seguir en el diseño de las señales.

a) *Áreas y servicios*

La ubicación y reconocimiento de las áreas y servicios es necesaria para encontrar puntos clave que necesitan señales y ubicación de servicios, áreas restringidas, departamentos, o lugares a los que se deba conducir, pero no señalar propiamente o que sí lo necesiten. Se utilizan planos o mapas para ubicación.

b) *Tipos de señales.*

Se determina en base al punto anterior, los tipos de señales necesarios.

c) *Arquitectura.*

Recabar información en cuanto a la arquitectura para marcar pautas en cuanto a la estructura y al mismo tiempo que pueda dar al diseñador aspectos ambientales. La relación arquitectura-ambiente se establece para crear claves en cuanto al estilo y color de las señales. La arquitectura como estructura es necesaria para contemplar cuestiones de distancia, legibilidad, iluminación artificial o natural, texturas, materiales, tamaño de las señales, etc. a revisar en la fase posterior al diseño.

d) *Levantamiento fotográfico*

Se realiza para tener presentes áreas para señalética, para conocer el ambiente, para denotar áreas importantes como distancias, ángulos de la arquitectura, partes importantes que no debemos olvidar, como el contexto físico en que se ubicará la señal.

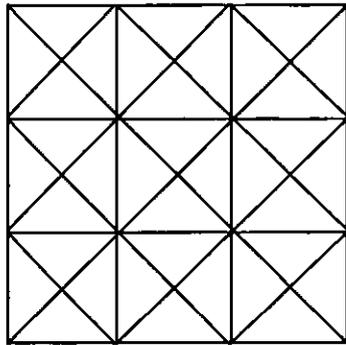


Fig. 36 Retícula

3. FASE DE DISEÑO

La fase de elaboración de las señales, en su composición, en la producción del mensaje, es el diseño. Fase en que se recopilan todos los elementos planteados anteriormente para dar un sentido, una organización a los signos generados en un formato, generando mensajes.

Los elementos básicos de que se vale son:

a) *Retícula o módulo compositivo*

Es un soporte gráfico el cual sustenta los elementos gráficos que forman la composición de un diseño, en este caso de la señal. Funciona para ubicar las partes de la señal, y a la vez sirve como un elemento de unificación, coherencia y seguimiento de las señales, que se basan en el mismo soporte dando oportunidad de marcar por medio del módulo, características de similitud en las señales, con respecto al estilo.

b) *Pictograma*

Es una imagen, un signo que refiera a un objeto, para dar información de manera rápida. Es un signo en la señalética, abstracto y estilizado, pero reconocido por su usuario.

Da en gran parte o completamente el mensaje. Puede ser apoyado con tipografía o elementos direccionales.

En ella recae principalmente el trabajo del diseñador para generar un significado, utilizando elementos de diseño para su generación, como líneas, círculos, cuadrados, elementos básicos para su fácil reconocimiento y sintetización. Los pictogramas surgen en base a la elección de los signos más adecuados para lo que se pretende representar. Su representación es a nivel de índice.

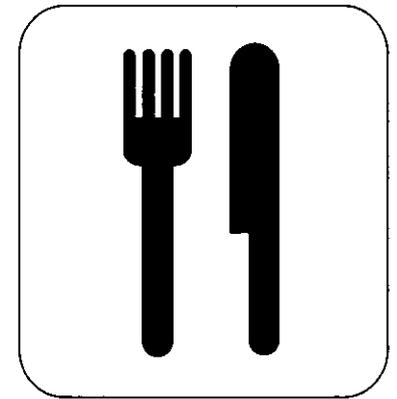
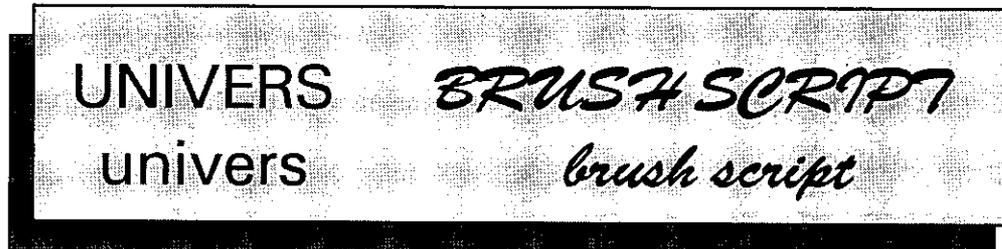


Fig. 37 Pictograma de restaurante

c) *Tipografía*

Se implementa al hacerse necesario reforzar el significado del pictograma. A veces funge sola, como una señal en sí. En ella es esencial ser vista y leída rápidamente, al igual que el pictograma, pero ésta debe ser legible a primera vista. Esto depende de sus características formales, es decir, del tipo de tipografía utilizada, si es ornamental o tipo script, será difícil leerla a primera vista, en cambio tipografías más sencillas como la univers, son de fácil reconocimiento y lectura.



Debe ir de acuerdo al estilo del pictograma realizado, para no romper con la coherencia del diseño y relacionarse con el ambiente.

Para su aplicación se consideran factores de:

- tamaño de la tipografía en relación al formato
- adecuación de distancia entre letras

UNIVERS UNIVERS

- distancia entre palabras

UNIVERS UNIVERS

UNIVERS UNIVERS

- interlínea

UNIVERS

UNIVERS

UNIVERS

UNIVERS

El texto debe guardar una relación de distancia con el pictograma para que al verlo, no se mezclen y debe respetar un área de margen, así como criterios de legibilidad.

El idioma es necesario dependiendo de servicio que preste el lugar, si hay presencia de usuarios de idioma diferente al establecido, debe considerarse.

d) *Color*

Es una sensación fisiológica que se crea en los ojos como respuesta a un estímulo de la luz.

El color es un elemento que integra a las señales del programa y con el ambiente. Se relaciona con las figuras y la tipografía para destacarlos sin competir con el contexto físico, realzando la imagen. Participa del significado del mensaje, por el significado o sensación que tienen los colores implícitos o por asignación.

Por su codificación se eligen los colores de acuerdo a un sistema establecido, ya sea por la identidad del lugar o por los códigos de los colores en el ambiente. Esto surge a partir de la connotación que pueda tener un color, de manera psicológica, emotiva o espontánea. Es por su condición de denotación que el color se acerca a su objeto real. Esquemático se refiere a un código de funcionalidad. Los colores deben tener un impacto de acuerdo a sus combinaciones por las condiciones ya mencionadas.

Para señales, las condiciones más favorables son aplicar colores por sus códigos, es decir de manera esquemática, pero psicológica analizando las características del individuo y acercarse un poco a la condición de sensación. Los colores se relacionan en señales más comúnmente de la siguiente manera: preventiva - amarillo, de peligro, prohibición - rojo y las que informan de lugares - azul.

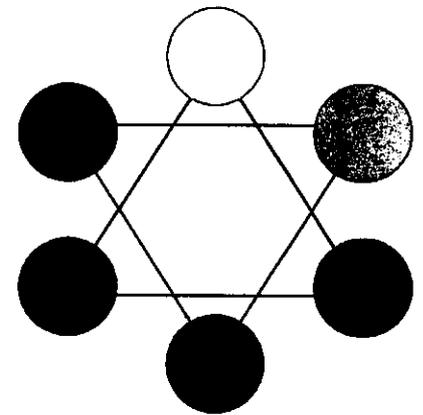


Fig. 38 Círculo cromático con colores primarios utilizados en señales

El color en las señales se aplica en su máxima saturación e intensidad, para lograr un contraste figura-fondo que nos permita reconocer los elementos rápidamente y no confundir la figura con el fondo. Son estos los elementos que nos hacen ver una señal y reconocer lo que nos dice. Este tipo de señales pueden inclusive adquirirse en establecimientos.

e) *Flecha direccional*

Indica qué dirección seguir. Mantiene el estilo de las señales, puede incluirse en el texto o con el pictograma. Es importante para guiar dentro de un espacio.

4. FASE DE CRITERIOS DE UBICACIÓN Y ELABORACIÓN DE LAS SEÑALES

a) *Legibilidad y angulación*

Se refiere a la necesidad de lectura clara y rápida de las señales, sin factores que la impidan o limiten. Y en cuanto a su diseño, bien elaborado, legible. La angulación como la legibilidad son factores que obedecen a cuestiones de ubicación para buena lectura, de acuerdo a las capacidades físicas humanas.

b) *Iluminación*

La iluminación es importante para la lectura de las imágenes.

c) *Tamaño*

Es necesario conocer las medidas reales para aplicar las señales y la conveniencia de los tamaños para efectos de legibilidad.

d) *Materiales*

Se proponen los materiales adecuados de acuerdo a la arquitectura, necesidades y cuestiones económicas requeridos.

5. FASE DE COTIZACIÓN

Es necesaria para conocer la rentabilidad de las señales, si es posible o no su aplicación. En ella se revisa principalmente el costo de los materiales empleados.

Si analizamos los contenidos de las fases podemos darnos cuenta que atienden a una organización, un orden en que los elementos cumplen funciones, de acuerdo a las cuales se agrupan. Para un análisis semiótico de un programa señalético se toman en cuenta estos elementos. Independientemente de ser parte de una metodología de diseño con parte de un razonamiento de diseño en los niveles pragmático, sintáctico y semántico.

De manera que la metodología se sustenta en orden semiótico.

Nivel Pragmático.

En este nivel se generan los signos de acuerdo a las prácticas socio-culturales del receptor, por lo que la fase uno, (fase de reconocimiento del problema) de la metodología pertenece a este nivel ya que como vimos antes, atiende a la parte socio-cultural de la identificación del problema. La fase dos (fase de información del espacio (arquitectura) corresponde también a este nivel por el contexto en que se ubica el espacio, que atiende a fin de cuentas a un problema socio-cultural, tomando en cuenta el ambiente. Además de que sus elementos responden a las necesidades del individuo. La cuarta fase (fase de criterios de ubicación y elaboración de las señales) se incluye en el nivel pragmático por su contenido de elementos correspondientes al usuario, es decir, elementos como la visibilidad, la distancia o contraste, por ejemplo, son elementos que van a ser identificados por los individuos, por esta razón implican al factor socio-cultural, al contexto arquitectónico y de ambiente. Revisa los elementos de legibilidad, angulación, impacto cromático, la relación del entorno arquitectónico, el contexto cultural, el tamaño de las señales, los materiales, etc. Su ubicación en cuarto lugar en la metodología no implica una relación a otro nivel semiótico.

Nivel Sintáctico

Es este nivel el de la fase tres de diseño. Las relaciones de los signos por significado, relación de señales con otras señales, la elaboración de las mismas en un formato, con un orden, unidad dentro de la misma señal, y otras características son las propias que un diseñador toma en cuenta en la fase en que las diseña. Se analiza el soporte, el módulo, la coherencia en el programa de las señales (conjunto de ellas), la coherencia del señalamiento en sí, la imagen y la tipografía y la reducción de elementos (abstracción).

Nivel Semántico

Este nivel es el que va surgir al implantarse la señal, ya que su significado se va a dar en presencia de los individuos, en un contexto propio de la señal. "Asignamos significado a un signo en la medida que conocemos su contexto; o le asignamos significado dentro de una relación que dependerá de dicho contexto"⁷ Esta parte acudiría a una fase no de metodología del diseño, pero sí de su verificación, indica si el proceso (método) seguido fue el correcto, de acuerdo a la respuesta de los usuarios.

Este análisis se aplicará en el capítulo tres, de acuerdo a las necesidades y características presentadas en el Museo Dolores Olmedo Patiño.

⁷ López Rodríguez, Juan
Manuel; *SEMIÓTICA DE LA
COMUNICACIÓN
GRÁFICA.*
Ed. EDINBA-UNAM,
Azcapotzalco, México,
1993. P. 478.

La comunicación es necesaria para integrarnos a una sociedad, así como para observar una serie de comportamientos y actitudes necesarios en algunos lugares como parte de una cultura. La comunicación es reflejo de la cultura a la que pertenecemos. A los diseñadores compete comunicar de manera visual, muy común hoy en día. Comunicar visualmente no es algo que se haga a la ligera, pensando en que pueda tener repercusiones sobre la sociedad. Es importante aplicar una serie de conocimientos, entre los que se encuentra la semiótica, para lograr justificación, coherencia en el diseño, basándonos en elementos que conforman a la semiótica como son los signos principalmente.

El diseño y la producción visual, de los cuales se abusa en la mayoría de los casos, tienen un sentido, enviar un mensaje definido a un público específico, que necesita información de la manera más clara posible. Dentro de las disciplinas del diseño que logran este fin y que tiene en verdad una utilidad frente a otros tipos de diseño de los que se abusa, está la señalética. Un medio de comunicación visual capaz de mover grupos grandes de personas dentro de un espacio. Hoy en día la señalética sirve como un identificador irremplazable, por medio de ella ubicamos lugares, encontramos direcciones, sabemos adonde dirigirnos dentro de un espacio, en el que no se debe saturar con éstas imágenes y caer en el abuso. La señalética tiene características específicas de acuerdo a un contexto socio-cultural y de ambiente, que deben ser aprovechados por el diseñador para lograr un estilo, dentro de la señal y dentro del programa. Es importante notar que la señalética se integra al espacio, no compite con él. Tal vez sea la señalética una de las disciplinas más complejas del diseño, siguiendo una metodología, considerando elementos, usando la tecnología y razonamientos, la tarea se puede facilitar en provecho de la sociedad.

PROCESO DE DISEÑO

III. PROCESO DE DISEÑO

Metodología para el diseño del programa señalético para el Museo Dolores Olmedo Patiño

El uso de una metodología para el diseño responde a necesidades de orden e identificación de pasos para contar con todo lo indispensable para el diseño. De acuerdo a esta necesidad se ha tomado a la metodología de Joan Costa para el diseño de programas señaléticos, como base para establecer un orden en el diseño de las señales para el Museo Dolores Olmedo Patiño. Es de la metodología de Joan Costa la que se considera útil en este caso por que sus pasos y los elementos que en ellos se analizan, van de acuerdo a los planteados en el capítulo anterior. Sobre todo se coincide en la necesidad de individualizar las señales a las que se puedan establecer en otros lados, además de contemplar también como parte importante el análisis del contexto.

1. FASE DE RECONOCIMIENTO DEL PROBLEMA

El proceso de diseño no es arbitrario, tiene un orden, una metodología la cual permite al diseñador desarrollar su trabajo de manera ordenada y considerando elementos que le pueden ser útiles y necesarios. El nivel pragmático funciona analizando el aspecto socio-cultural de acuerdo a los elementos que en esta fase se presentan, de manera que la comunicación sea encauzada de manera correcta, con estos elementos se puede lograr la comunicación al público indicado, en el contexto indicado, los elementos interactúan para un fin.

Para el Museo Dolores Olmedo Patiño se ve la necesidad de implementar una serie de señales para servicio de los visitantes, así como un mapa de ubicación, para conformar un programa señalético que pueda orientar a los visitantes dentro de este espacio.

A) *Espacio y Función*

El espacio es una construcción, una hacienda remodelada la cual funciona como museo, que consta de estilos arquitectónicos como son elementos de la colonia y porfirianos, con algunos toques modernos en cuanto a materiales, como son las puertas de vidrio. Localizado en una zona no comercial, principalmente habitacional y escolar. Sus exposiciones son relativas a la obra de Diego Rivera, Frida Kahlo, Angelina Beloff y Arte Prehispánico principalmente.

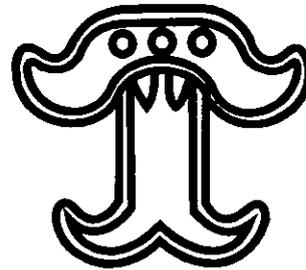
B) *Usuario*

Las características del usuario se han mencionado en el capítulo uno, lo importante por retomar es que los visitantes necesitan información clara y fácil de comprender. Siendo estudiantes y gente de diversas ideologías y estratos sociales las que lo frecuentan, como extranjeros, no se puede pensar en un diseño complejo o con mucha carga ideológica o en un diseño con características que no puedan ser reconocidas por el común de la gente. Tomando en cuenta las necesidades del usuario se decide un diseño geométrico, sencillo, claro, fácil de leer por la mayoría de las personas.

Es este inciso que a nivel pragmático nos da mayor contenido por la importancia de quienes van a recibir el mensaje de las señales, mencionados anteriormente, es parte principal de la comunicación, conocemos sus características y de acuerdo a ellos elaboramos señales de acuerdo a características generales.

C) *Gráfica existente*

De la gráfica existente refiriendo a la identidad específicamente, se tomó el elemento de la doble línea para aplicarla en las señales, las formas rectas y curvas que presenta la imagen en su aplicación en los impresos. No existe un manual de identidad, ni código de color, por lo que sólo se tomaron las características ya mencionadas.



Museo Dolores Olmedo Patiño

Fig. 39 Identidad del Museo

2. FASE DE INFORMACIÓN DEL ESPACIO (ARQUITECTURA)

A) Áreas y servicios

Las áreas y servicios a señalar son:

AREA O SERVICIO	NECESIDAD
<i>pictograma con auxillar tipográfico y flecha direccional</i>	<i>se requiere soporte tipográfico por ser señales no convencionalizadas y flecha</i>
taquilla	se requiere conocer de manera rápida y a primera vista el lugar donde se adquieren los boletos
guardarropa	para estudiantes y visitantes que lleven portafolios, mochilas o cosas que nose permita introducir en el museo o que por comodidad se pueden dejar en el guardarropa, es necesario indicar el lugar
foro abierto	lugar de eventos ubicado al fondo del museo que requiere identificación
<i>pictograma sin reforzadores tipográficos con o sin flecha direccional</i>	<i>por su convencionalización estas imágenes no requieren soporte tipográficos, sin embargo, para ubicarlos se considera la flecha direccional que nos guie a ellos. A excepción de la librería que no tiene indicadores.</i>
librería	indicador de su ubicación por ser un lugar frecuentado por los visitantes
baños	un servicio necesario, del cual se requiere fácil y rápida identificación
cafetería	este es un servicio que requiere de identificación y ubicación por ser frecuentado por algunas personas

AREA O SERVICIO**NECESIDAD**

***señales direccionales
compuestas por tipografía
y flecha direccional***

entrada

salida

museo

talleres

por las características del servicio y no ser de un uso generalizado, excepto en las señales de entrada, salida y museo, los demás servicios no se consideran para la elaboración de pictogramas o flecha direccional

por las características del recorrido se hace necesario indicar los accesos como indicar a qué área corresponde al museo y no a otros servicios

es un área específica de acceso restringido a un visitante común, pero que se hace necesario ubicarlos para quienes lo requieren

El nivel pragmático en la elección de servicios y áreas surge a partir de las necesidades de los visitantes, como una parte que analiza dichas necesidades ya expuestas.

B) Tipos de señales

Establecidas las necesidades de señales, se clasifican de acuerdo a su tipo en:

IDENTIFICACIÓN

librería, baños, cafetería, foro abierto, museo, talleres

INFORMATIVAS

taquilla, guardarropa

DIRECCIONALES

entrada, salida, museo, talleres

C) Arquitectura

La arquitectura en su relación con el ambiente son necesarias de considerar en cuanto a el estilo de las señales no debe competir con el ambiente creado por la vegetación y estructuras arquitectónicas así como ornamentos que existen. Por esta razón también es que se ha establecido el estilo geométrico, sencillo, que no compite con el entorno, del que se retomaron elementos para hacer consideraciones finales como color, materiales, iluminación y soportes de señales.

El factor social implicado en la arquitectura es importante, de acuerdo a consideraciones relacionadas con la semiótica, en el nivel pragmático. La arquitectura actúa sobre el visitante, al igual que sobre las señales, ambos coexisten en un contexto en el que cada elemento tiene un fin o una función en el caso de las señales, de la visión del visitante y del contexto depende la lectura de la imagen.

D) Levantamiento fotográfico

Es necesario para tener un archivo de los elementos y características del lugar y tenerlos presentes como se ven, no como los recordamos y poder ser más precisos en cuanto a esta información. Es un elemento de apoyo para el diseño. Como se muestra con las imágenes del capítulo uno.

3. FASE DE DISEÑO

En esta fase actúa el nivel sintáctico, es el orden, el que va a dirigir hacia un ordenamiento de información, análisis y elementos recabados entorno a los que las señales van a representar y su relación con el contexto. En esta fase se sintetiza toda la información recabada en las fases anteriores y se presentan justificando ciertos aspectos de diseño. Los signos adquieren un significado dado por el diseñador, en relación a los signos en un soporte, a los signos en relación con otros signos como la tipografía, en relación a otros signos como son las señales, dando un orden al interior del sistema en sí y al contexto como se mencionó antes.

A) *Retícula o módulo compositivo*

El módulo utilizado es un cuadrado de un centímetro por un centímetro subdividido en cuatro triángulos los cuales al unirse forman una estructura de líneas horizontales, verticales e inclinadas a 45°, que permite sustentar elementos dándoles los lugares adecuados y funcionando como una estructura versátil, sobre la que se sustentan los trazos auxiliares que conforman la imagen. Ordena y sustenta los elementos dentro de un plano. La tipografía, flechas direccionales y envolventes se ordenan a partir de esta estructura.

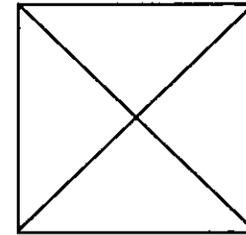


Fig. 40 Módulo Compositivo

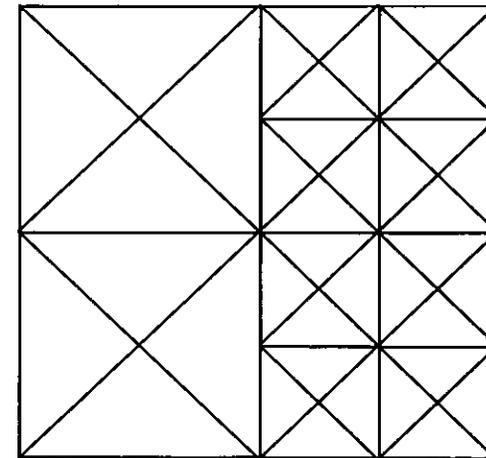


Fig. 41 Formación de retícula

B) Pictograma

Para la elaboración de los pictogramas se consideraron los criterios ya mencionados y los lugares a señalar. Es conveniente recordar cuáles son y revisar las características de cada pictograma.

ELEMENTOS CONSIDERADOS	CARACTERÍSTICAS	CONSIDERACIONES
<i>Espacio y función</i>	Espacio museográfico con obras de diferentes artistas, predomina lo mexicano (engloba gran variedad de elementos)	El contenido no compite con las señales, no se puede elegir un tema específico que represente al museo ya que "mexicano" tiene diversas expresiones y contenidos
<i>Usuario</i>	Visitantes variados, estudiantes, extranjeros, grupos de visitantes con diversidad de ideologías	El visitante requiere facilidad de lectura y rapidez, claridad en las imágenes y textos. No hay un público específico para el cual diseñar.
<i>Gráfica existente</i>	Coatitlán, la identidad del Museo. Utilizada en promocionales, papelería, folletos, etc.	Se retoma la doble línea, curvas y rectas con una intención de unidad en el estilo y la tipografía
<i>Arquitectura</i>	Estilos coloniales, porfirianos mezclados con expresiones prehispánicas además de áreas verdes, vegetación y animales (pavorreales y patos principalmente)	Por las características, el diseño poco rebuscado, sin muchos elementos es necesario. Las señales se relacionan con este ambiente, mas no son predominantes en él. Por esta razón se busca la discreción sin perder la función de captar la mirada del visitante

a) *Primeras imágenes*

Las primeras imágenes muestran el orden que se llevó en el proceso y sirvieron de base para la elaboración de las finales.

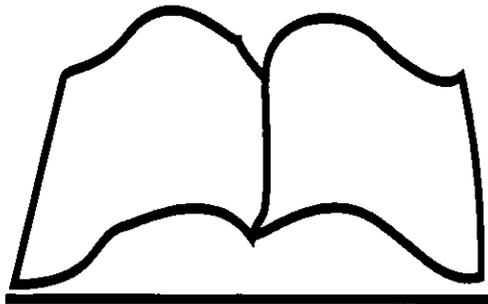
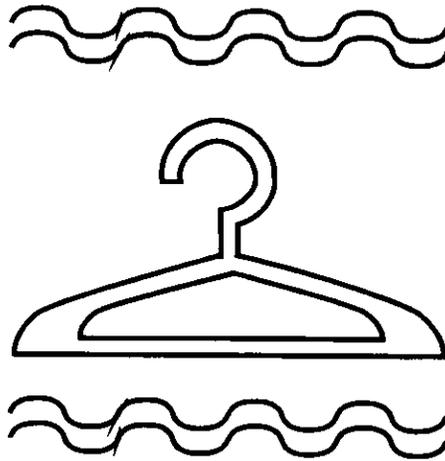
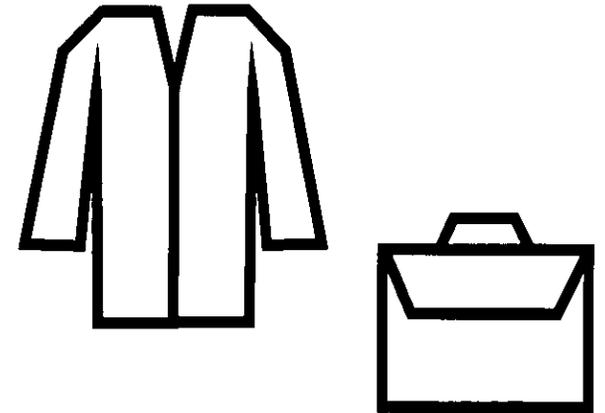


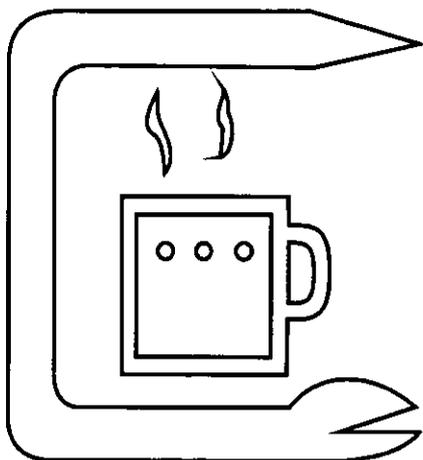
imagen para librería inadecuada por parecer de biblioteca



Representación del guardarropa donde el pictograma no es el más adecuado dentro de los de su forma. Las formas anchas denotan otro significado. El intento de la envoltente no refiere a la idea por expresar.



Pictograma para el guardarropa, de donde se retoma la idea del portafolio o mochila para la imagen final



Pictograma para cafetería, no se relaciona en cuanto a que la taza no es el elemento más representativo dentro de los de su clase, puede referir otras ideas. La envolvente requiere un conocimiento de la imagen del Museo, además de no ser la mejor representación de la idea.

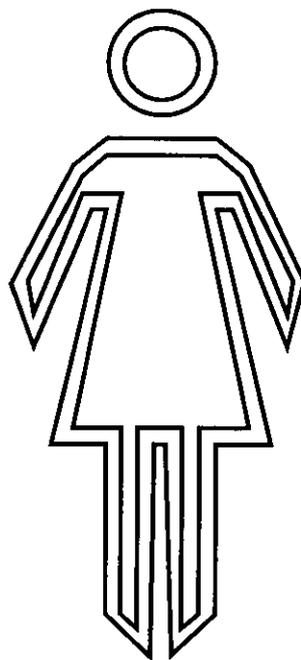


Figura humana con un principio para la creación de la serie de imágenes. Inadecuada por los bordes agresivos en puntas y la desproporción del interior de los brazos.

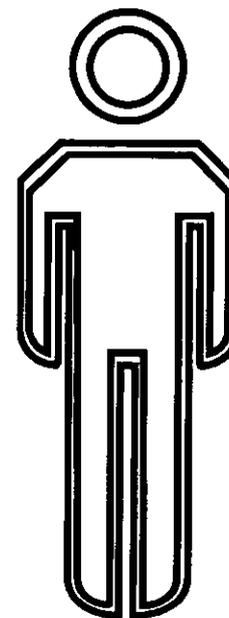


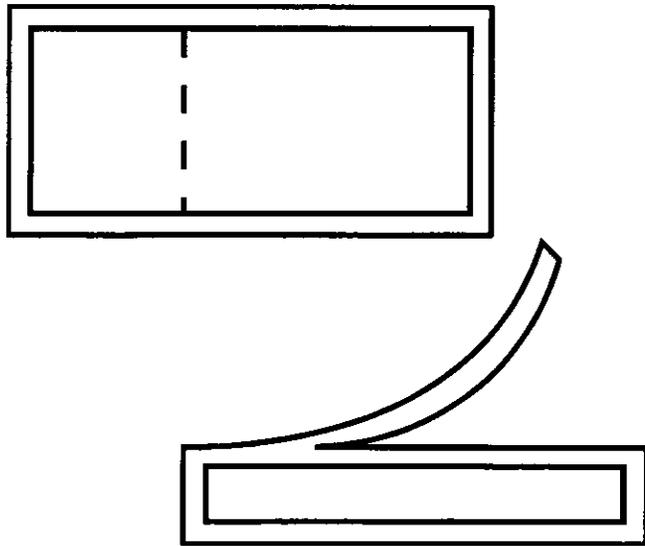
Figura humana masculina. No resultó apropiada por sus proporciones, por las que se manifiesta una figura de niño, no de un hombre.

b) Imágenes finales

La geometrización surge como una propuesta clara para todos, que no sale del contexto arquitectónico, sino que lo complementa. Se une al ambiente. Son figuras sintetizadas que representan servicios, no acciones.

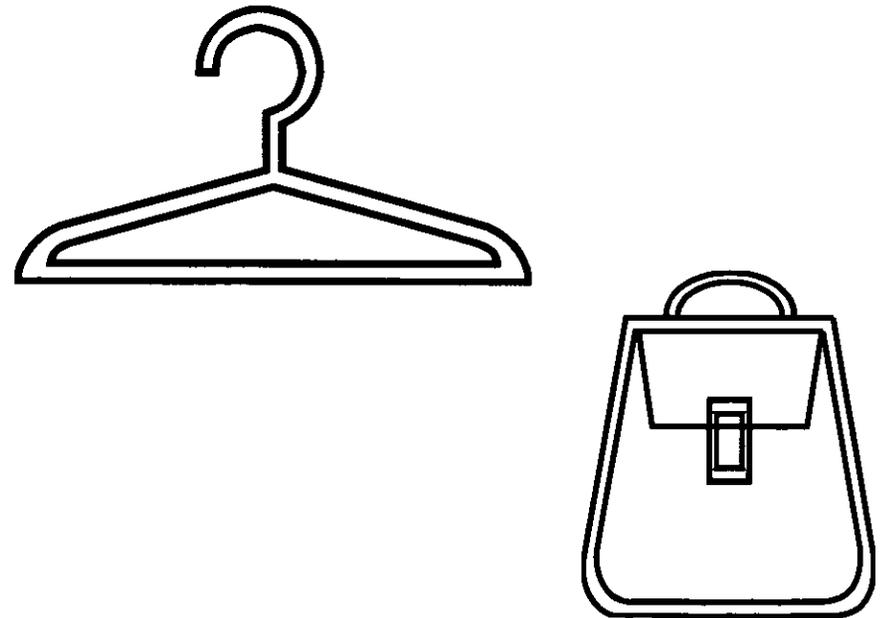
Pictograma de TAQUILLA

Representa dos vistas de los boletos, de frente y el block de boletos de perfil. El formato contiene dos elementos.



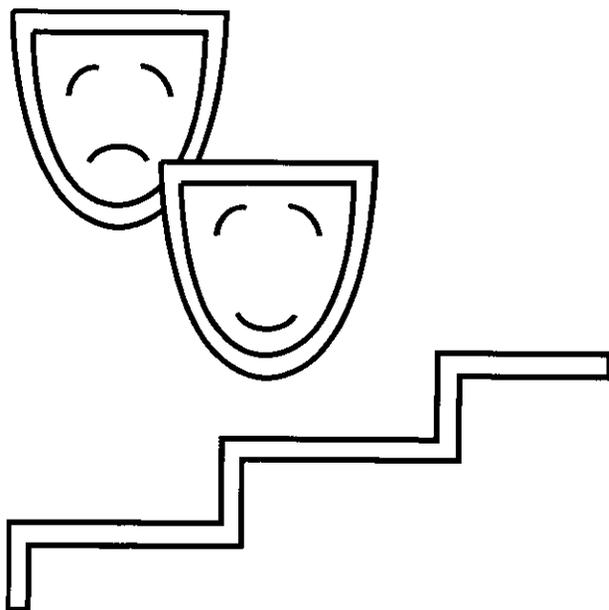
Pictograma de GUARDARROPA

Representa los elementos que se pueden relacionar con el guardarropa del museo en específico, como son las mochilas de los estudiantes.



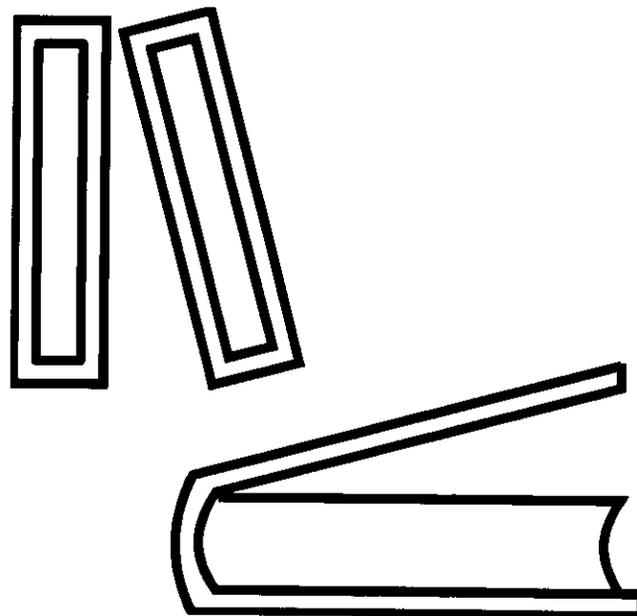
Pictograma de FORO ABIERTO

Tiene las características de representación de un teatro y la forma de los escalones del foro. Dos elementos en el formato, en relación con otras señales.



Pictograma de LIBRERIA

Se representa por medio de libros, en vista de perfil, de la costilla y de las hojas, son dos elementos.



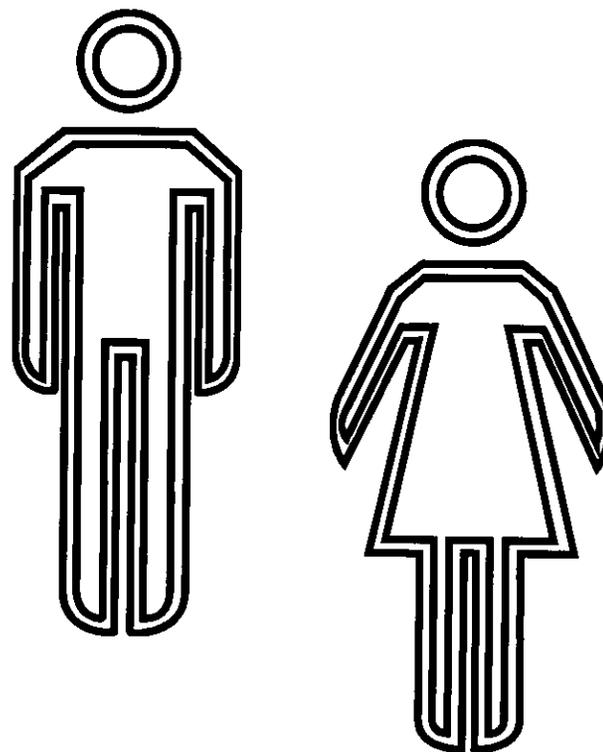
Pictograma de CAFETERÍA

Se representa por medio del signo convencionalizado de la taza de café, con características de acuerdo a las demás señales.



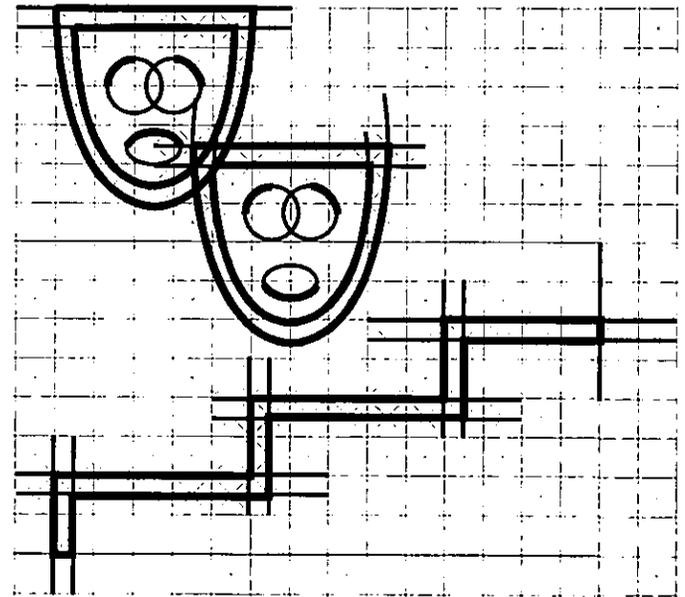
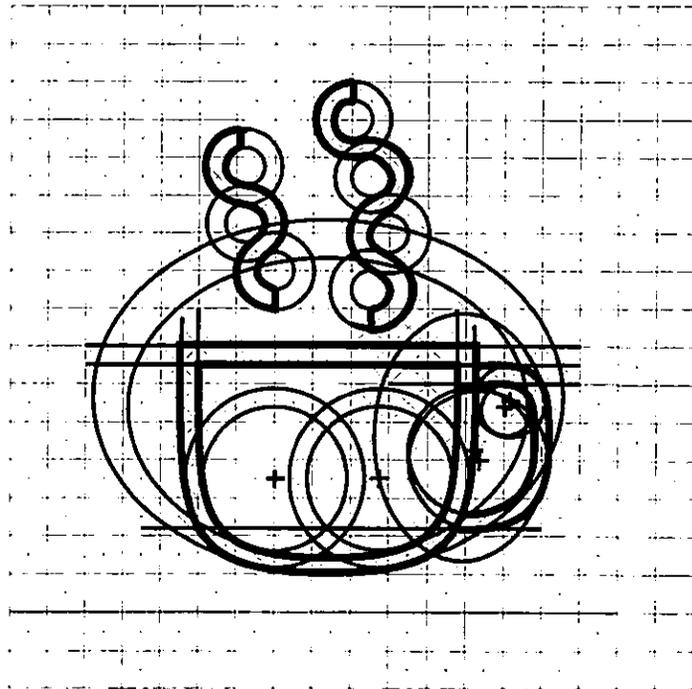
Pictograma de BAÑOS

El cuerpo humano masculino y femenino se adecua al estilo de las señales. Es una representación de baños conocida universalmente.

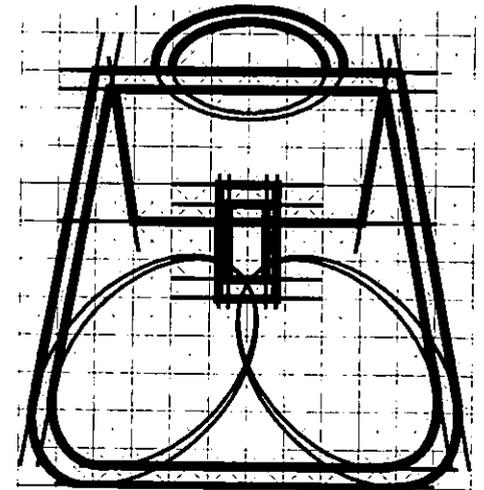
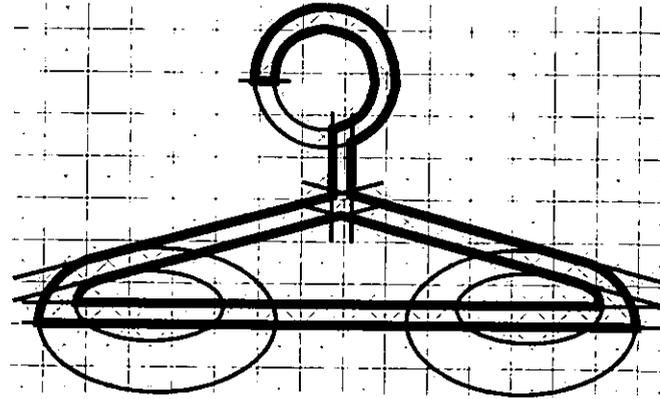
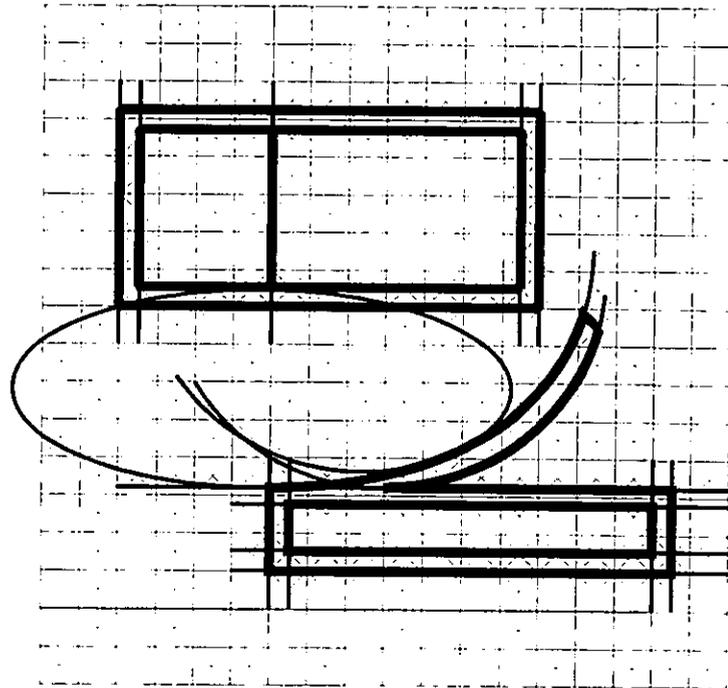


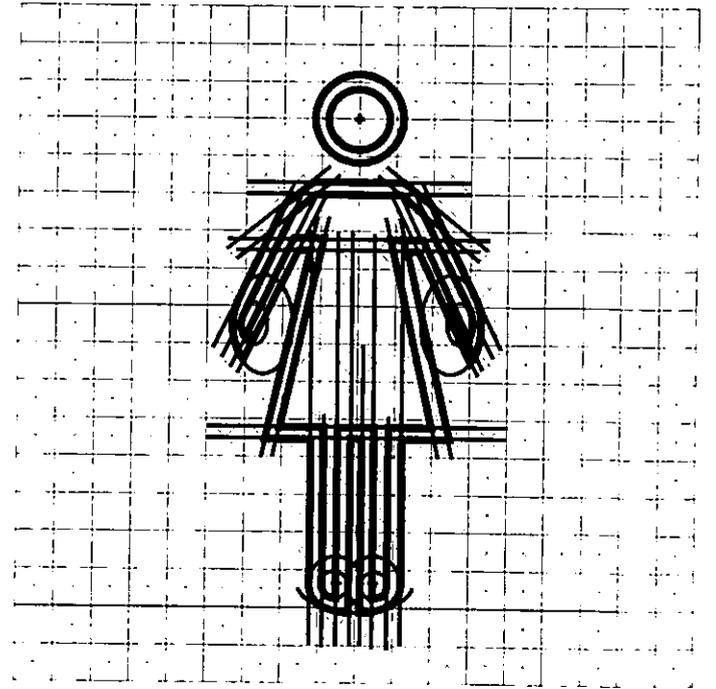
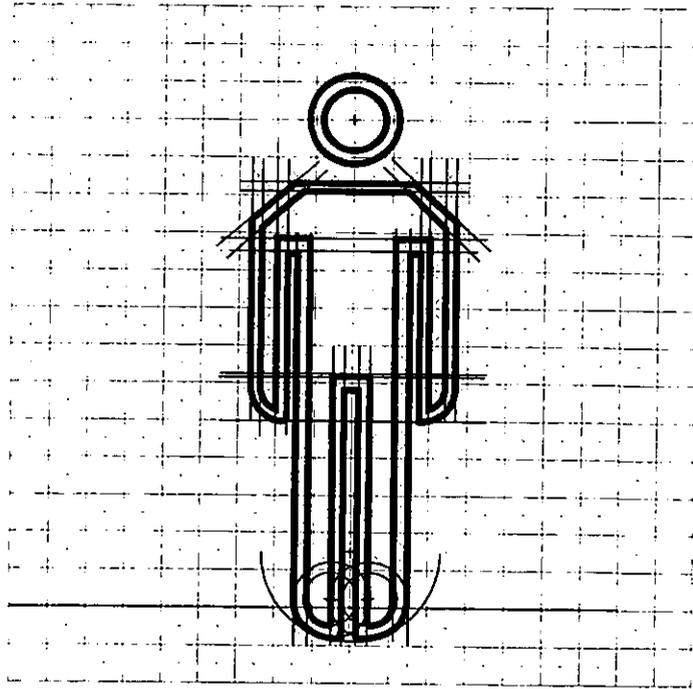
IMÁGENES EN RETÍCULA CON TRAZOS AUXILIARES

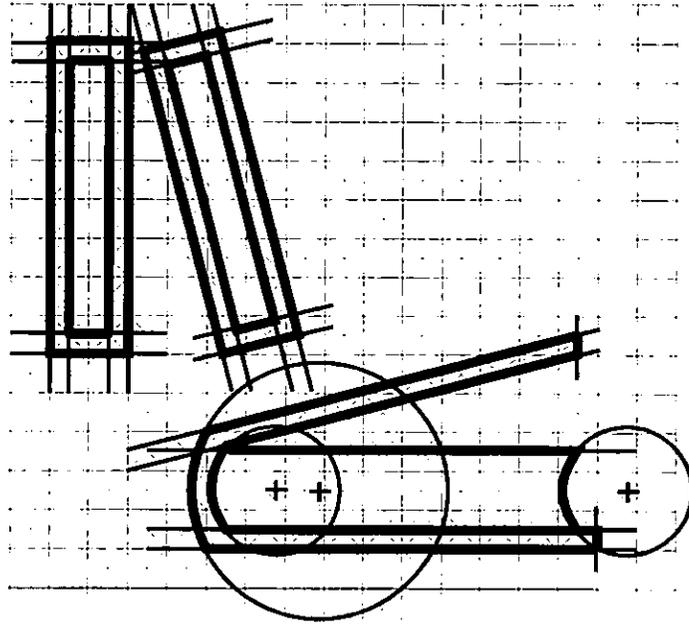
Los elementos de los pictogramas se ordenan y conjuntan en la retícula que nos da un soporte dónde justificar nuestras imágenes. Sustenta también los trazos auxiliares en los que nos apoyamos para dar forma a las imágenes. Los trazos se justifican también en la retícula.



En el pictograma del guardarropa a diferencia del pictograma de la taquilla las dos imágenes que lo componen se elaboraron por separado, por la dificultad de los trazos.







C) Tipografía y flecha direccional

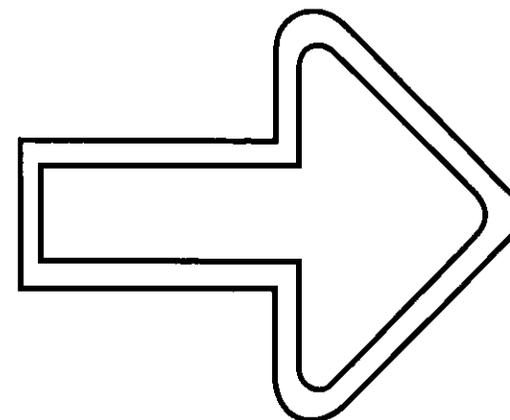
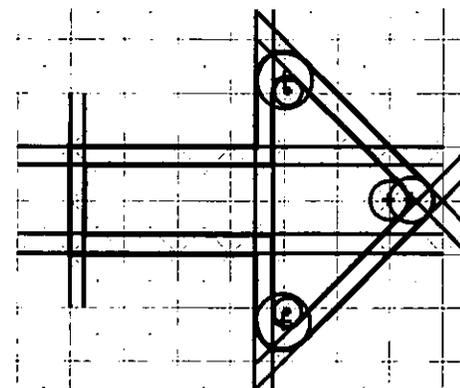
La tipografía y la flecha direccional son elementos que refuerzan al pictograma en su significado de ubicación, es decir apoyan un significado del pictograma (tipografía), y sirven para ubicar o dirigir (flecha).

La tipografía de las señales es Times Bold, de acuerdo a la de la identidad y que va de acuerdo al carácter del museo. Se considera conveniente la elaboración de una serie de señales direccionales en inglés, de entrada, salida y museo.

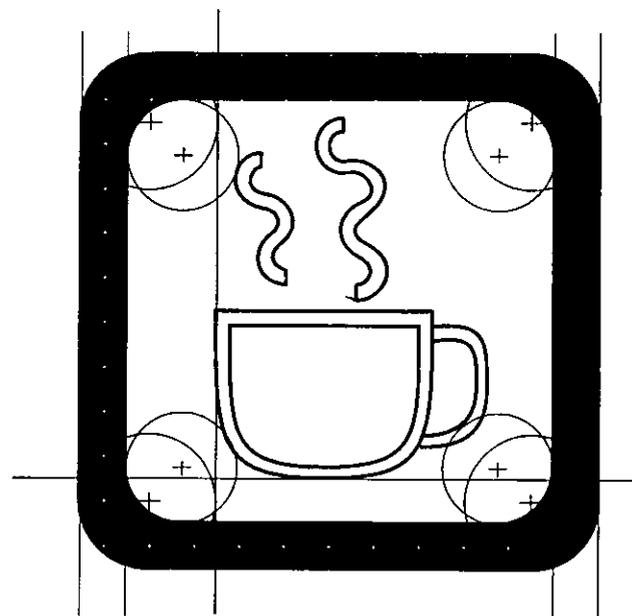
La flecha direccional presenta un estilo y elementos formales de acuerdo a los pictogramas de las señales, en ocasiones la flecha es jerarquizada sobre otros signos de la señal, en otros casos funciona como un auxiliar de la señal. Tiene el fin de guiar al visitante a un servicio o dirigirlo en la entrada, salida y al museo.

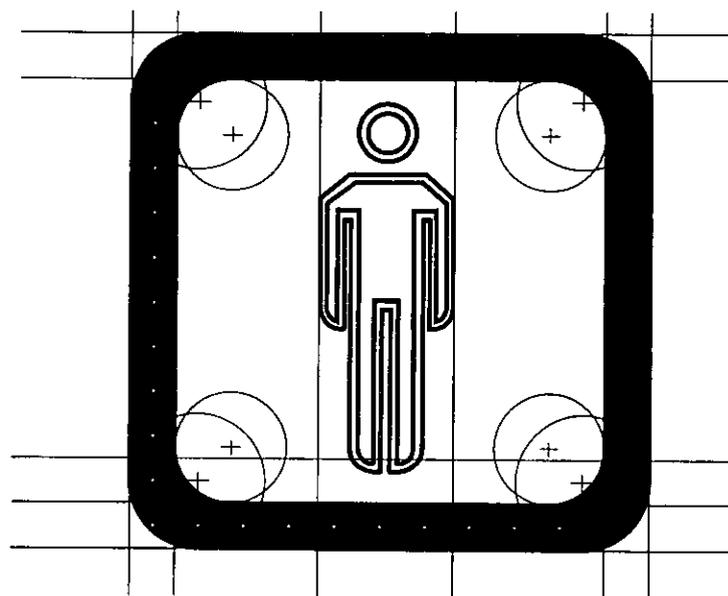
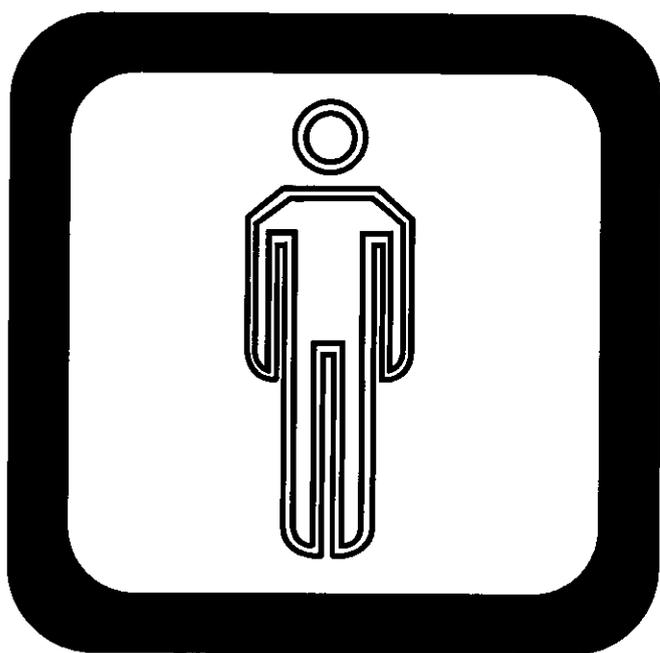
A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p
q r s t u v w x y
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

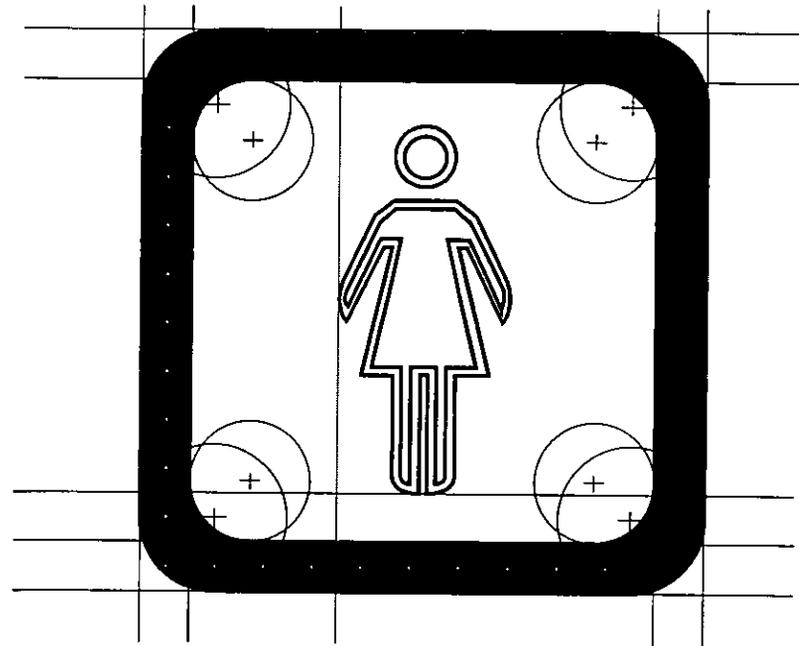
Familia Times

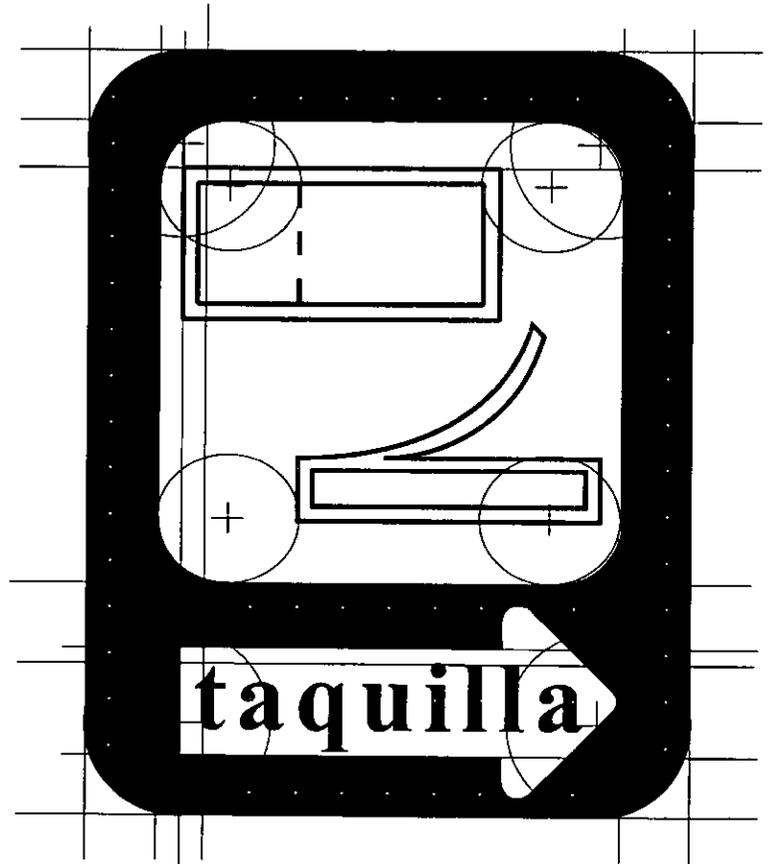
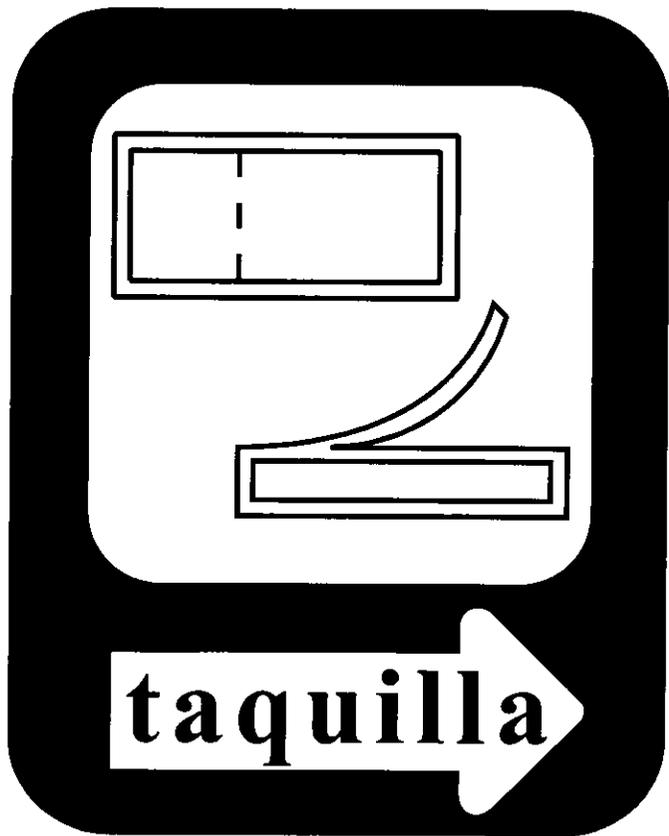


Los pictogramas se ubican dentro de un plano llamado envolvente, que forma parte del diseño y contiene al pictograma en la posición adecuada, a él se unen elementos como la flecha direccional y la tipografía, dándole a cada uno su lugar correspondiente de acuerdo al diseño deseado.

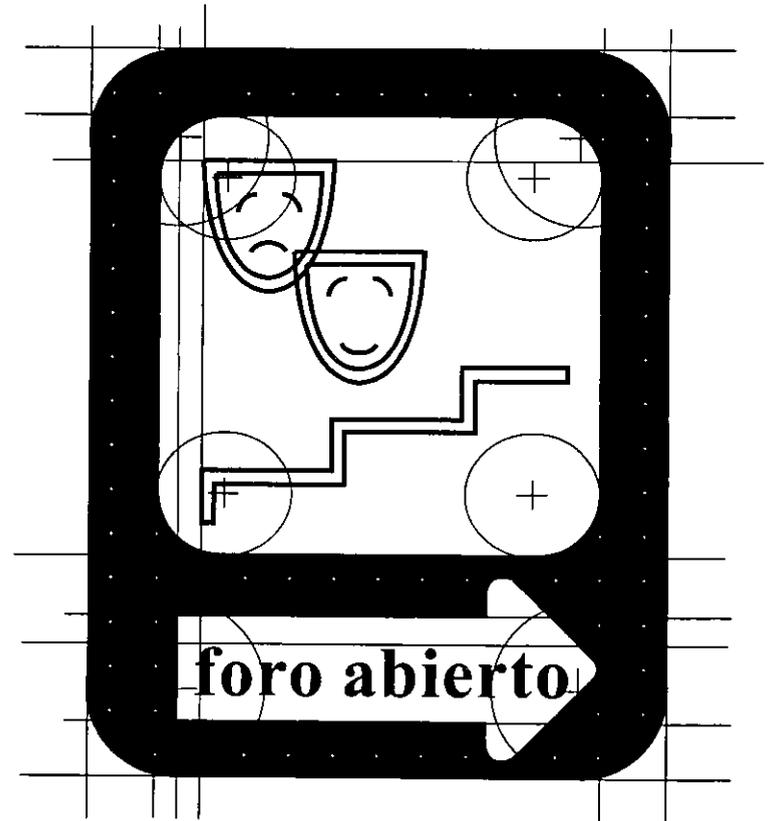




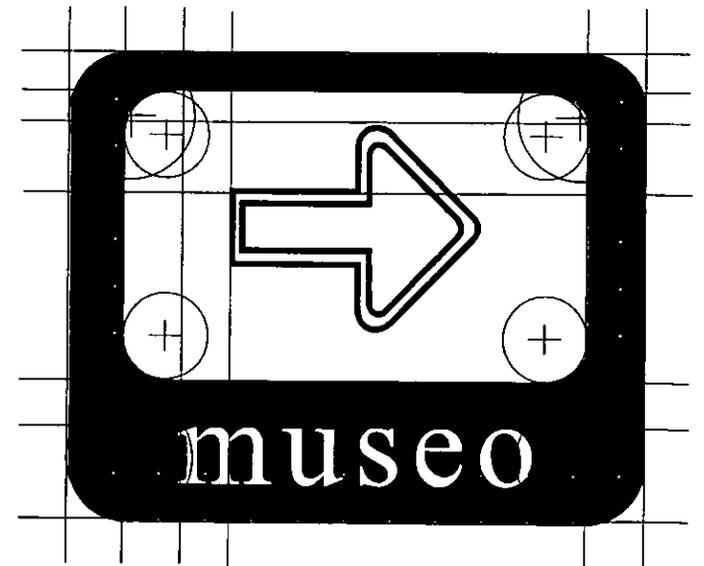






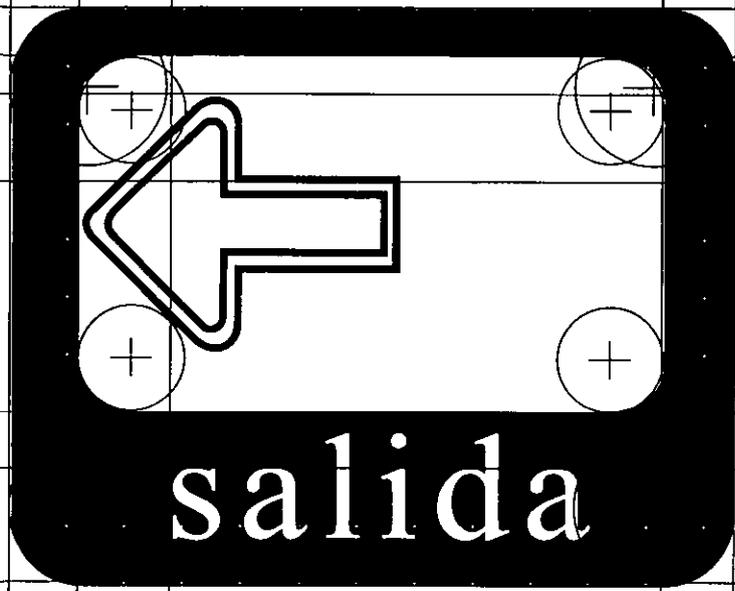








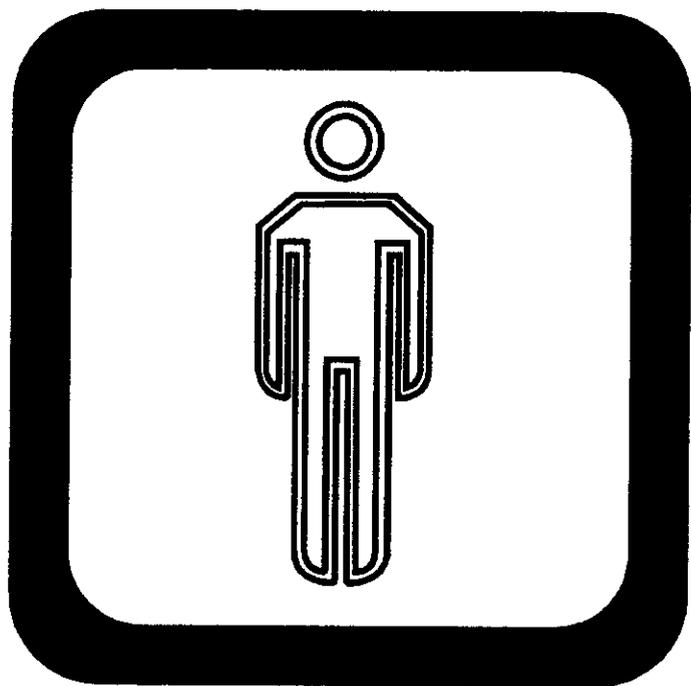


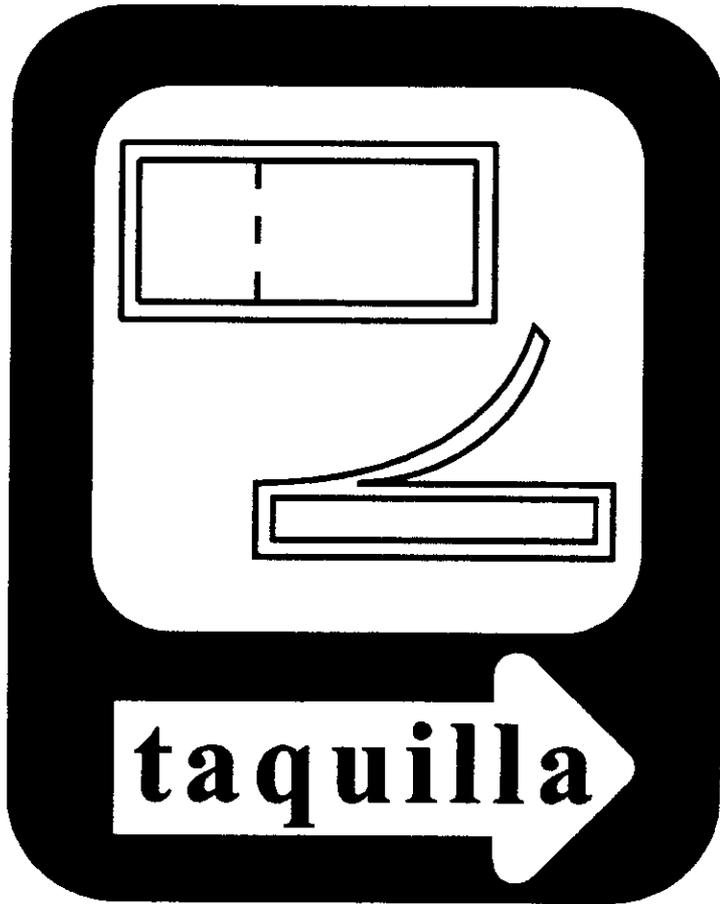














4. FASE DE CRITERIOS DE UBICACIÓN Y ELABORACIÓN DE LAS SEÑALES

De los criterios establecidos en esta fase dependen el nivel semántico, el nivel de significado, solo de la lectura a primera vista en que los signos, como la tipografía puedan ser reconocibles. Para dicho fin se toman en cuenta los factores de angulación, iluminación y tamaño.

A) Legibilidad de las señales

Para la correcta percepción de las señales es necesario considerar su legibilidad, es decir, que pueda ser leída dentro del contexto ya no en un sentido de significado, solo de la lectura a primera vista en que los signos, como la tipografía puedan ser reconocibles. Para dicho fin se toman en cuenta los factores de angulación, iluminación y tamaño.

La iluminación en el caso del Museo Dolores Olmedo es natural ya que la mayoría de las señales se ubican en el exterior en los jardines y recorrido exterior, la luz natural se presta como un elemento auxiliar, en el que se debe considerar la sombra, no todas las áreas reciben la luz por la cantidad de árboles que existen, por esto se controla la ubicación en las zonas más iluminadas. Las señales de interior, de baños y librería están en un pasillo que recibe luz natural, pero que se auxilia con artificial, permite la visibilidad de las señales.

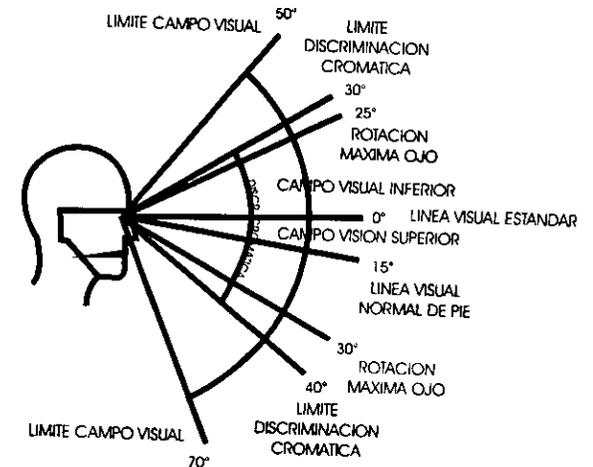
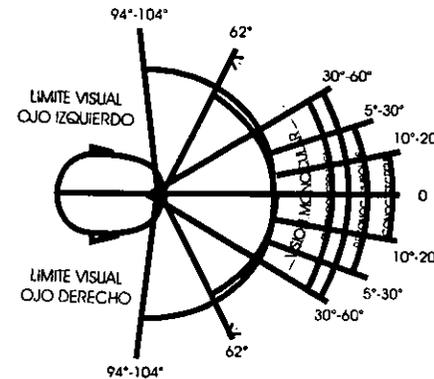
La legibilidad depende también del campo visual del observador, ya que no todos los puntos que abarca son los más pertinentes en la lectura de señales. Dependiendo de su cercanía o lejanía, el ojo humano aprecia ciertos elementos, como se muestra en los esquemas, donde vemos a qué campo visual corresponden los símbolos, signos, tipografía y el color.

En el campo binocular a 60° de amplitud se pierde profundidad, el color comienza a desaparecer. Entre 10° y 20° se distinguen símbolos y palabras en el campo monocular, a nivel horizontal de visión. A nivel vertical vemos que la angulación de una señal debe darse a 15° más o menos para poder reconocerla dentro del límite de discriminación cromática y a partir de la rotación máxima del ojo. Si la señal es colocada sin angulación, entonces la altura debe darnos la lectura, que permita al ojo ver en los rangos de límite a 30° por que es donde desaparece de la distancia de colores, a partir de la línea visual estándar. Para no requerir esfuerzo al mirar o mover la cabeza.

Con estos ángulos una distancia de 1.80 mts. de altura es una altura considerable para percepción de las señales, de acuerdo a la estatura promedio de los mexicanos (1.65 a 1.70 mts.). Si se requiere por cuestiones de estructura, la señal se coloca a 1.90 mts.

El tamaño de las señales se considera de acuerdo a las necesidades del espacio y por estética. En el caso del Museo Dolores Olmedo, se consideran alturas menores, por ser exteriores no sujetos a muros o elementos que lo permitan, por presentarse gran cantidad de jardines, y de acuerdo al entorno, la co-

CAMPO VISUAL EN EL PLANO HORIZONTAL



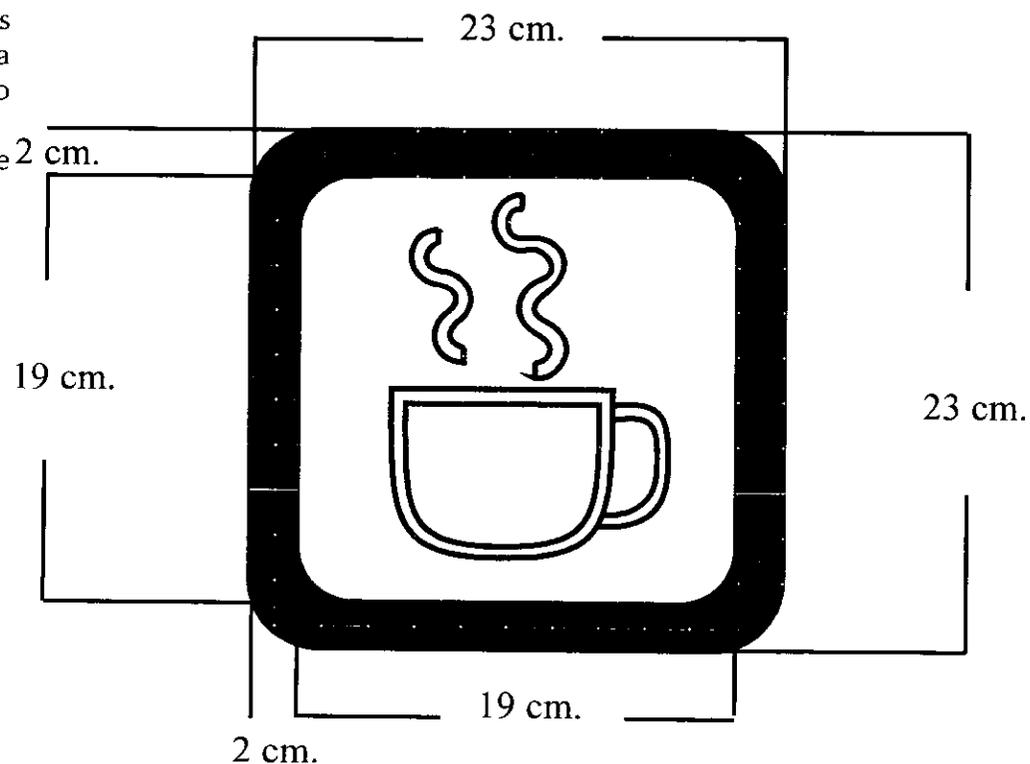
CAMPO VISUAL EN EL PLANO VERTICAL

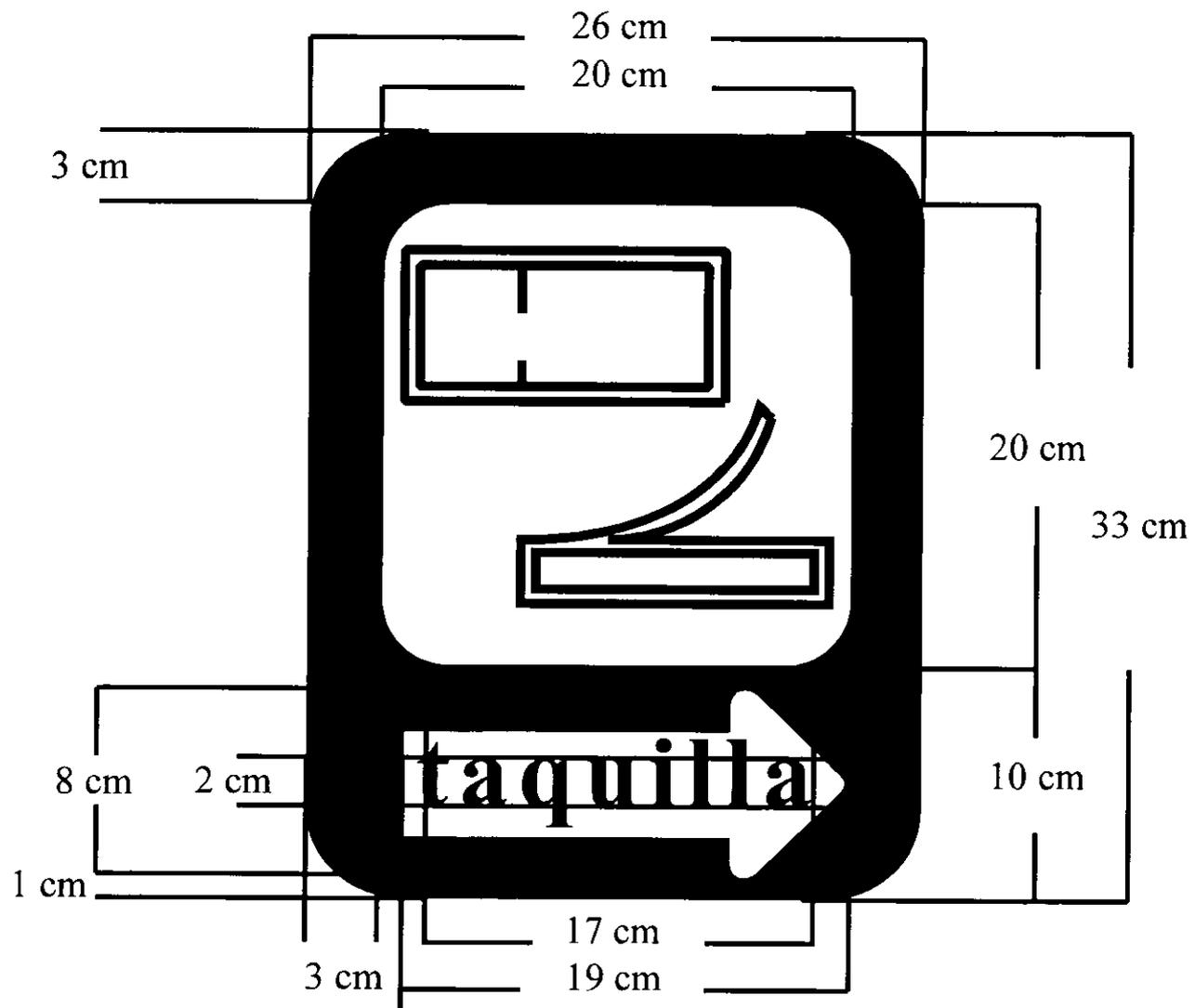
Figs. 42 y 43 Campos visuales en horizontal y vertical

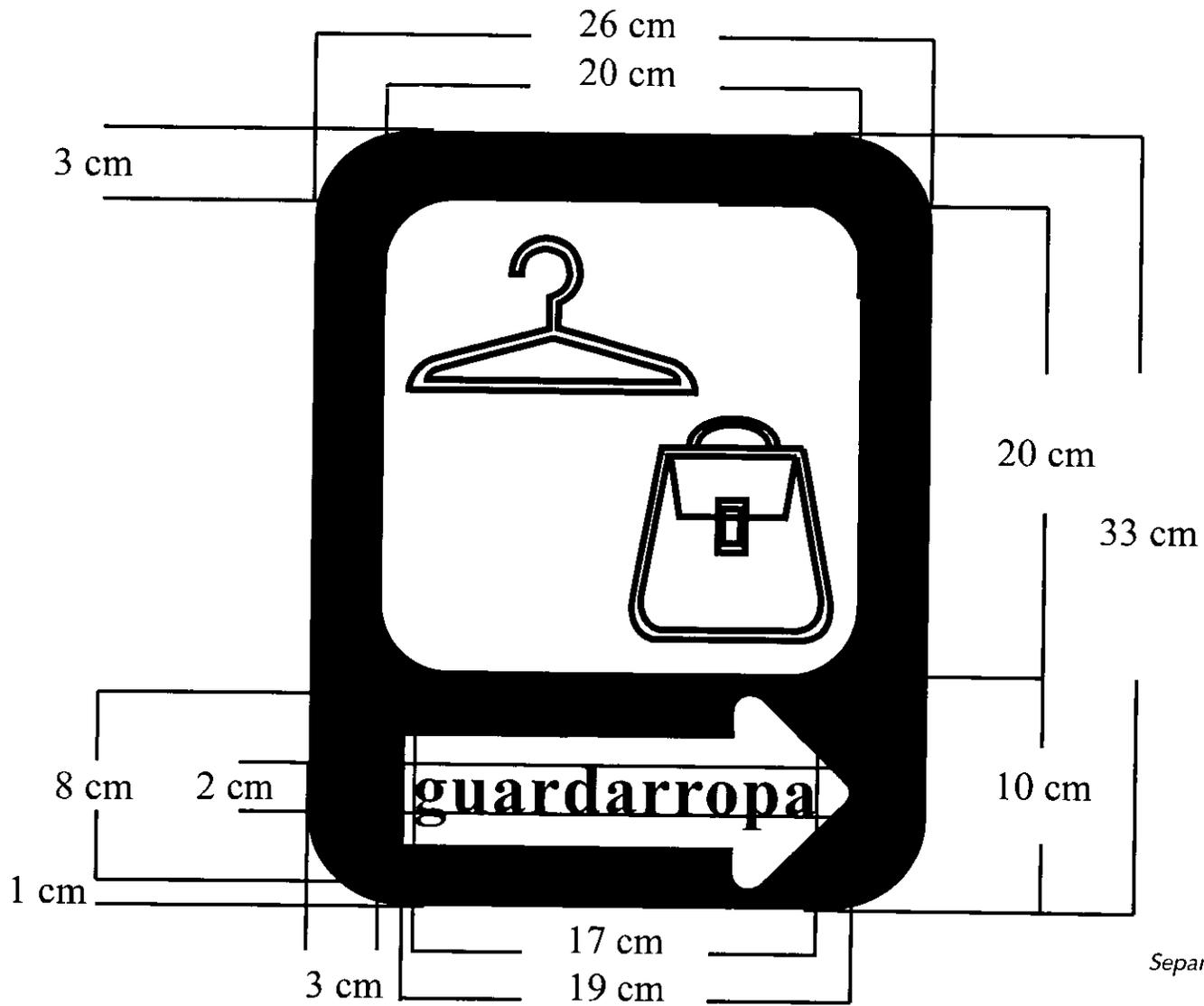
locación será a 1.70 mts., donde se preste se utilizará la medida de 1.80 o hasta 1.90 mts de altura.

Las imágenes se construyeron en una retícula de cuadrados de un centímetro, como se observa en la sección de los trazos auxiliares. Para la elaboración de las medidas reales se toma en cuenta que en base a las medidas de dibujo, las medidas reales equivalen al doble, es decir un centímetro equivale a dos centímetros reales. Para los ejemplos manejados, se redujo la escala real en 1:75.

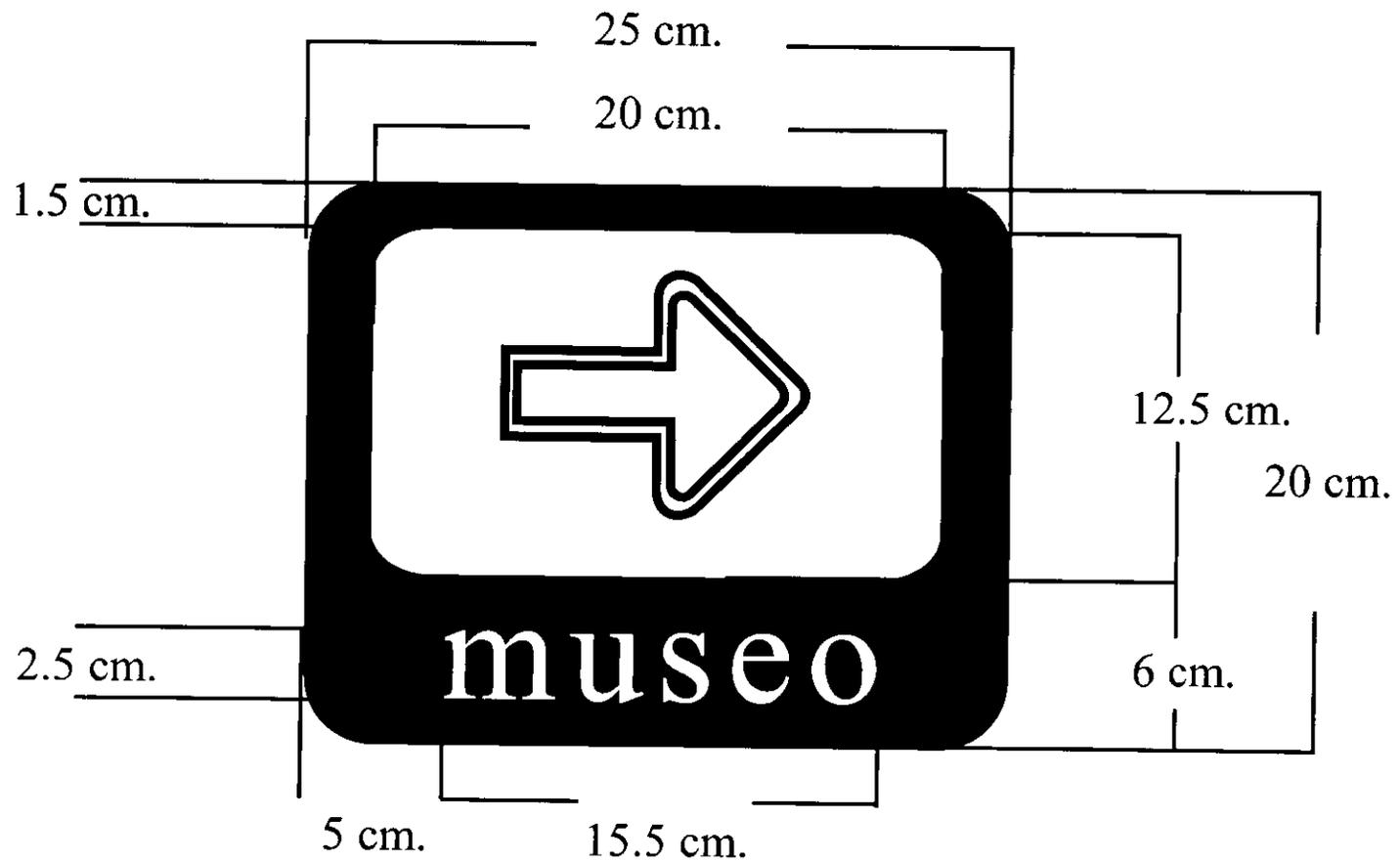
Las medidas en tamaños reales consideradas son las que se muestran en las imágenes.







Separación de tipografía 10%



B) Materiales y cotización

El material considerado es el trovicel con vinil, por ser uno de los materiales mas comúnmente utilizados, tiene una "vida" mínima de tres años aproximadamente. El color utilizado es el beige, con aplicación en vinil de alta duración color cocoa con 7 años mínimo de duración.

Otra propuesta es el uso del vinil de la misma manera, pero sobre un soporte de acrílico crystal, pegado por detrás, en espejo y cubierto por detrás con una capa de pintura aerosol color beige. La diferencia con la propuesta anterior es en el costo y el hecho de que el acrílico puede llegar a tardar más en deteriorarse.

El soporte en ambos casos es de herrería en escuadra y las señales penderán, por lo que al soporte se le agrega 2.5 cm de altura para sujetarlo con dos eslabones de cadena delgada. Las piezas de herrería para sujetar de la pared tienen medidas de 30 cm. de alto por 30 cm. de largo, se colocarán en bandera. El costo de cada una es de \$ 15.00. Las señales que no pueden soportarse en una pared, van en una pieza desde el piso, con terminación en escuadra por lo que sus medidas serían de 1.90 de largo por 30cm. de ancho en la parte superior, el costo de éstas es de \$ 25.00 cada una.

COTIZACION

Trovicel \$ 330.00 más IVA la hoja de 3 mm. En color beige.

Acrílico Crystal \$ 548.00 más IVA la hoja

Corte de Vynil \$.60 por cm cuadrado

Trovicel

Pieza de 26 por 35 cm	\$ 10.08	
Vinil (corte y costo de lo utilizado)	\$ 49.14	
Total	\$ 59.22	por pieza
Total de 4 piezas	\$ 236.88	

Pieza de 25 por 23 cm	\$ 6.50	
Vinil	\$ 31.60	
Total	\$ 37.10	por pieza
Total de 3 piezas	\$ 111.30	

Pieza de 20.5 por 22	\$ 5.11	
Vinil	\$ 24.90	
Total	\$ 30.01	por pieza
Total de 5 piezas	\$ 150.05	

Pieza de 160 por 120 para mapa	\$ 212.86	
Vinil	\$ 720.00	
Total	\$ 932.86	

Más IVA y 30% de ganancia

Sin mapa	\$ 744.61
Con mapa	\$ 2 138.50

Acrilico

Pieza de 26 por 35 cm	\$ 16.75
Vinil (corte y costo de lo utilizado)	\$ 49.14
Total	\$ 65.89 por pieza
Total de 4 piezas	\$ 263.56

Pieza de 25 por 23 cm	\$ 10.79
Vinil	\$ 31.60
Total	\$ 42.39 por pieza
Total de 3 piezas	\$ 127.17

Pieza de 20.5 por 22	\$ 8.49
Vinil	\$ 24.90
Total	\$ 33.39 por pieza
Total de 5 piezas	\$ 166.95

Pieza de 160 por 120 para mapa	\$ 353.46
Vinil	\$ 720.00
Total	\$ 1073.00

Costo de una lata de aerosol \$ 20.00

Más IVA y 30% de ganancia	
Sin mapa	\$ 863.62
Con mapa	\$ 2 467.48

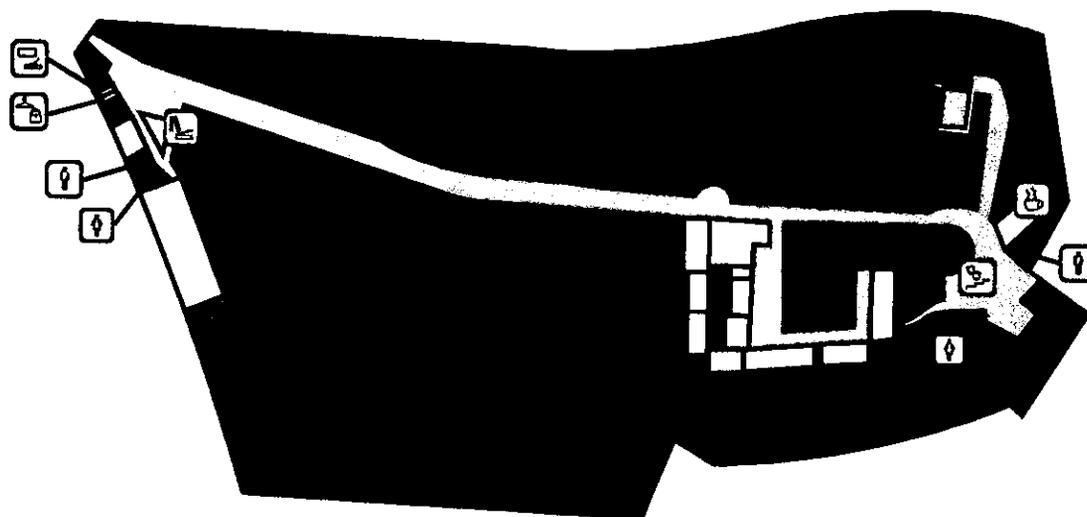
Para referir a la arquitectura, en los materiales se puede utilizar en la señal una textura fina como fondo. En base al acrílico y vinil de la cotización anterior, se puede eliminar la pintura en aerosol y agregar dos latas de texturas en aerosol con acabado en acrílico. El color utilizado sería white onyx.

Costo de una lata de textura	\$ 65.00
Más IVA y 30% de ganancia	
Sin mapa	\$ 930.90
Con mapa	\$ 2241.35

C) Mapa de ubicación

Se considera oportuna la elaboración de un mapa de ubicación para el museo, acudiendo a un código de color para la diferenciación de áreas y servicios, con el fin de complementar la función de las señales, las cuales se incluyen en el mapa para ubicar las áreas con señales, de manera más rápida para el visitante.

PLANO DE UNBICACIÓN DEL MUSEO DOLORES OLMEDO PATIÑO



 taquilla	 cafetería	 
 guardarropa	salas del museo	
servicios educativos		
 librería	  	

RESUMEN CAPITULAR

Las señales en el proceso de comunicación son importantes, al igual que el proceso que se lleva a cabo para elaborarlas. El diseñador gráfico es capaz de elaborar mensajes en las señales, con fines específicos de comunicación. Para tener un orden que conlleve a un diseño adecuado, se acude a la metodología. En este capítulo se establece el orden de una metodología a la cual se acude para ir paso a paso elaborando el diseño de las señales. Este proceso implica la investigación de datos verdaderos, de características gráficas, ideológicas, etc. que nos sirvan para resumir información en conceptos que representen cada señal de manera clara. De esta manera se diseña en base a cosas reales, no se hace un diseño arbitrario. Al elaborar un programa señalético, se hace para un sitio específico con características específicas, al que si se implementan señales de manera arbitraria, estarían fuera de contexto, llegarían tal vez a ser molestas para el observador o ir contra la estética del lugar. La metodología evita este tipo de problemas, al recabar la información adecuada.

Las señales para el Museo Dolores Olmedo Patiño parten de una investigación elaborada en base al museo específicamente, lo cual le da a la señales características de función y estética específicas, como son el color, soporte, materiales, etc. Las señales encuentran entre ellas los elementos afines para ser considerados dentro de un programa específico.

El diseño es una disciplina la cual implica una gran variedad de conocimientos para sus resultados. Cualquier tipo de diseño requiere conocer de lo que estamos hablando en nuestro discurso, de manera que el diseñador puede obtener datos importantes para considerar en su realización.

Es tal vez esta, la razón por la que el diseño se vuelve tan interesante y a la vez significativo. Todo diseño tiene un significado o un propósito de comunicación, inducción o convencimiento. La diversidad de conocimientos se refleja tanto en el proceso como en el producto final. En la señalética, tema tratado a lo largo de esta tesis, se necesitaron conocimientos culturales, de arquitectura, de materiales, de ideologías, propuestas, etc. Todo ello con el propósito de diseñar.

Investigar dentro del museo, conocer las propuestas de la semiótica, del signo, del símbolo, dan como resultado englobar una serie de informaciones y traducirlas a diseño. La información recabada a lo largo de los capítulos, los conceptos, las teorías y metodología son apoyos muy importantes para la elaboración de señales. La comunicación implica un compromiso con el receptor, su conocimiento y sus necesidades. Conocer el contexto brinda referencias para realizar el diseño.

Las sustentación teórica de un diseño, en específico la brindada por la semiótica resulta clara y cierta en su relación, la que hace ver al diseño con una estructura correcta.

La señalética es un medio de comunicación muy importante, es partícipe de este proceso como portador de un mensaje que va a ser interpretado en el caso de esta tesis, por los visitantes del Museo Dolores Olmedo Patiño. Es también importante el proceso llevado a cabo para la elaboración de las señales.

Una metodología no es exclusiva de un proceso para elaborar señales, es necesaria para la elaboración del cualquier diseño en el que se quiere expresar y reflejar un contenido con una base sólida, la cual facilita los pasos a seguir en el diseño.

La elaboración de las señales puede no cumplir todas las expectativas de comunicación que el museo presenta, pero sí es solución de la función que van a cumplir, como es orientar. Para otras necesidades de comunicación se considera al mapa de ubicación, se han visto otras necesidades que en un futuro pueden llegar a cubrirse al interior y exterior de las salas.

El diseño cumple su función al estar adecuadamente elaborado, de otra manera, no existe la comunicación y no se resuelve el problema.

CONTEXTO: es el proceso de signoa cuya coherencia o unidad es suscitada directamente por el referente.

CODIFICACIÓN: reducción de información o mensaje para su óptima transmisión.

DECODIFICAR: es la interpretación de un mensaje recibido.

DISCURSO: es la comunicación lógica de ideas, estructuradas para transmitir un mensaje.

MUSEOGRAFÍA: disciplina dedicada al estudio de la organización de las exhibiciones en cuanto a concepto y forma.

PETROGLIFOS: representaciones rupestres de pueblos prehistóricos o primitivos.

PICTOGRAMA: signo que tiene como función la representación de algo.

Costa Joan; SEÑALÉTICA: De la Señalización al diseño de programas,
Enciclopedia del diseño, Ed. CEAC, 2a edición, Barcelona, 1989.

Dondis, D. Andrea; LA SINTAXIS DE LA IMAGEN,
Ed. Gustavo Gilli, 10a edición (México), 1992.

Diethelm Walter, Dr. Diethelm Marion; EMBLÈME, SIGNAL, SYMBOLE,
Ed. Blume, 3a edición, 1976.

Fiske John; INTRODUCCION A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN,
Ed. Norma, Colombia, 1984.

Frutiger Adrian; SIGNOS, SÍMBOLOS, MARCAS Y SEÑALES,
Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981.

López Rodríguez, Juan Manuel; SEMIÓTICA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA,
Ed. EDINBA-UNAM, Azcapotzalco, México, 1993.

Moles Abraham, Janiszewski Luc; GRAFISMO FUNCIONAL,
Enciclopedia del diseño, Ed. CEAC, España, 1990.

Morris Charles, FUNDAMENTOS DE LA TEORÍA DE LOS SIGNOS,
Ediciones Paidós, España, 1985.

Panero Juius, Martin Zelnik, LAS DIMENSIONES HUMANAS,
Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

Pignatari Décio; INFORMACIÓN, LENGUAJE, COMUNICACIÓN,
Ed. Gustavo Gili, 2a edición.

Textos: José Juárez, Dolores Olmedo Patiño, Frida Kahlo, Bertina Olmedo, Dora Sierra Carrillo,
MUSEO DOLORES OLMEDO PATIÑO,
Ed. Fondo Editorial de la Plástica Mexicana, México 1994.

Wucius Wong; FUNDAMENTOS DE DISEÑO BI- Y TRI-DI
MENSIONAL, Ed. Gustavo Gili, 7a edición, España, 1991.

Folleto proporcionados por el Museo Dolores Olmedo Patiño.

Entrevistas con personal del Museo Dolores Olmedo Patiño:
Luis Hernández, Arquitecto
Dolores Arbide, Directora de Investigación y Curaduría
César Larrañaga, Departamento de Difusión Cultural