

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

SERIE SEÑALÉTICA PARA TALLERES GRÁFICOS DE MÉXICO

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
Licenciado en Comunicación Gráfica

PRESENTA:
Ana María Morales Hernández

DIRECTOR DE TESIS:
Mtra. María Elena Martínez Durán

ASESOR:
Prof. Gerardo Clavel de Kruyff

México D.F. 1999.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
MEXICO, D.F.

2x4539

13
29



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

FRAGILIZATION

DISCONTINUA.

Este proyecto lo dedico a esa persona que estuvo
incondicionalmente en todo el proceso de mi vida
por que a ti existo.

Gracias Mamá

AGRADEZCO INFINITAMENTE

A la Universidad Nacional Autónoma de México

A la Escuela Nacional de Artes Plásticas

A la maestra Ma. Elena Martínez y al Prof. Gerardo Clavel por haber aceptado formar parte de este proyecto

Al Depto. de Protección Civil de Talleres Gráficos de México

Al Valeria Pancaldi por sugerir trabajar con TGM

Al Lic. Enrique Legorreta

Y a todas aquellas personas involucradas de alguna manera en este proyecto

INTRODUCCIÓN



En 1927 se iniciaron los primeros trabajos para construir un inmueble que albergaría a Talleres Gráficos de la Nación, a cincuenta años de su ascendente trayectoria, confirma la elevada capacidad de los trabajadores mexicanos.

La función del comunicador gráfico es resolver problemas específicos de la comunicación social en su expresión visual e inmediata. Labor que debe de tomar en cuenta el aspecto formativo y educacional de esta actividad y el impacto que tiene en el fomento de la funcionalidad y prácticas civiles.

El presente proyecto aspira hacer de la serie señalética un verdadero aspecto funcional. Es necesario que el comunicador conozca la empresa, que se involucre con ella, con el personal, y visitantes; del mismo modo debe conocer sus características, tales como estructura curricular de las áreas que la conforman. A partir de la generación del capítulo 1 pudimos sustraer los elementos clave para el desarrollo del capítulo 2. Hacemos referencia al modelo propuesto por Roman Jakobson, el papel que juega el diseño gráfico dentro de un proceso de comunicación.

Hacemos referencia a la historia de la señalización quienes componen a la tipografía al igual que soportes y medios de sujeción .

El desarrollo del capítulo 3 ofrece solución gráfica; se balancean aspectos como color, tipografía, justificación, tomas de sujeción y ubicación.



La relación humana es importante porque sin ella el hombre como tal no existe. Siempre ha tenido la necesidad de comunicación y lo ha expresado de muy diversas formas. A diario nos vemos expuestos a un sinnúmero de señales, en el trabajo, en la calle, en los hospitales, etc. Algunas de éstas carece de un fundamento teórico y gráfico adecuado; no obstante, su funcionalidad es indiscutible.

INDÍCE

Introducción

Capítulo 1

Talleres Gráficos de México

Historia de Talleres Gráficos de México	3
Departamentos, que la integran	5
- Función y Servicios de sus áreas	
Características del usuario	
Su misión	
Descripción física de su espacio	
Condiciones arquitectónicas	
Talleres y su Señalización	
Resumen Capitular.....	11

Capítulo 2 12

Comunicación y Señalización

Antecedentes del proceso de Comunicación	
El Proceso de Comunicación en el Diseño Gráfico	
Surgingimientos de la Señalética	
La Señalización en el Diseño Gráfico	
La Señalización	
Elementos de la Señalización	

- Color
- Tipos de Señalizaciones
- Angulo de visión
- Análisis de los materiales
- Sistema de Reproducción
- Técnicas de sujeción

Delimitación de la muestra

Resumen capitular



Capítulo 3 34

Estrategia de diseño

Poyectación

Primeras imágenes

Solución Gráfica

Tipografía

Estudio del color

Justificación geométrica

Materiales

Impresión

Sistema de sujeción

Resumen.....38

Bibliografía

Conclusiones

Glosario

HISTORIA DE TALLERES GRÁFICOS DE MÉXICO

Desde su llegada a la Nueva España en la cuarta década del siglo XVI, la Imprenta fortaleció los trabajos de la Conquista, todos ellos confines religiosos, medicina y leyes,

Se imprimieron textos de doctrina cristiana y vocabularios destinados a los indígenas. Este desarrollo requirió que se contara con talleres que se encargaran de la reproducción de documentos oficiales.

Hasta 1883 se funda la Imprenta y la Fotocopia de la Secretaría de Fomento. Se crearon departamentos tipográficos dependientes de la Secretaría de Hacienda, de Guerra, de Comunicaciones y de Institución Pública, y por esta época tuvo lugar la constitución de los Talleres Gráficos de la Nación.

Tras la gesta Armada de la Revolución y durante la reorganización y reestructura de las diversas dependencias gubernamentales, surgió como nunca antes, la necesidad ineludible de contar con un equipo que divulgara los principios, objetivos y logros del Nuevo Estado, lo que obligó a que se adoptara ambiciosa y creativa.

El 30 de Agosto de 1927 se publica en el Diario Oficial un Decreto en el que se establece una labor de máxima divulgación del estado.

En esta fecha se iniciaron los primeros trabajos para construir el inmueble que albergaría a los

talleres Gráficos de la Nación edificio que se construiría en el predio llamado cuartel de Artillería dependiente del Dpto de Establecimientos Febriles y Aprovisionamientos Militares.

En 1932 el periodista Manlio Fabio Altamirano toma posesión de la Dirección y presenta un proyecto al Ejecutivo Federal encabezado por el Presidente Abelardo L. Rodríguez, en el que plantea que Talleres Gráficos de la Nación pasa a ser el modelo de las artes gráficas en México modernizando los talleres sin que al gobierno le cueste un centavo.

Este proyecto se enfrentó a diversas dificultades por lo que el 8 de enero de 1934 se publica en el Diario Oficial un acuerdo mediante el cual se volvía a la postura inicial en cuanto a la necesidad de que el gobierno Federal contara con su propia imprenta para la ejecución de los trabajos que exigían reserva y cuidados especiales.

En apego a la política obrerista del general Lázaro Cárdenas por Acuerdo Presidencial del 1º de enero de 1938 se planteó la Constitución de una Cooperativa de participación estatal en la que los socios serían los propios trabajadores de los talleres y que funcionaría apoyada por el Banco Nacional Obrero de Fomento Industrial.



Durante el período sexenal del Presidente Manuel Avila Camacho se consolidan Acuerdos publicados en el Diario Oficial, el primero señala

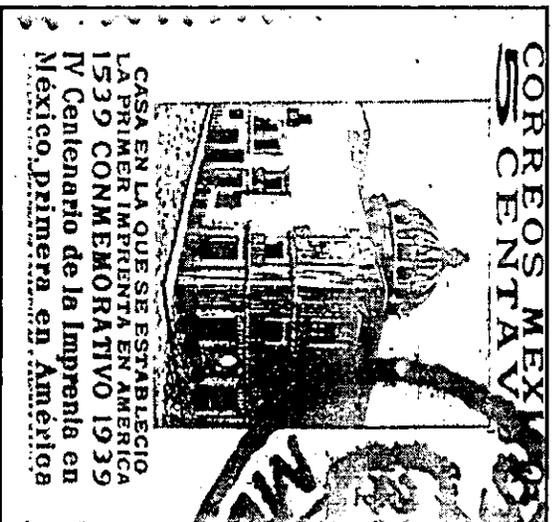
reafirmar sus vínculos con el Estado a ser sus principales proveedores de impresos.

la integración del edificio,

maquinaria y equipo de los Talleres Gráficos de la Nación al Banco Nacional Obrero.

El segundo, ordena que los trabajos de imprenta de los Departamentos Oficiales sean elaborados por la Cooperativa a Talleres Gráficos.

Por mencionar solo algunas etapas importantes, durante el régimen del Licenciado José López Portillo es cuando se eleva el rango constitucional el derecho al trabajo digno y socialmente útil y se fortalece al sector público en su economía, integrando el Plan Nacional de Fomento Cooperativo, en donde se propician todas las formas organizacionales sociales para el trabajo destacando a las Cooperativas en las cuales no hay oposición entre los factores de la producción, y es en este contexto en que los talleres Gráficos vuelven a



En el régimen presidencial del Licenciado Miguel de la Madrid Hurtado se logra una consolidación a fondo del sector social de la economía el promulgarse reformas constitucionales que significan diversas modificaciones a los artículos de nuestra Carta Magna y que se refieren a una amplia gama de temas que van desde garantías individuales hasta la rectoría del Estado y la planeación nacional, pasando por la Reforma Municipal, la Reforma Judicial, el Desarrollo Rural y la responsabilidad de los servidores públicos.

El 31 de diciembre de 1982 se designó como Gerente General al Licenciado Alberto Calderón Amador, quien desarrolló diversos programas que marcaron un avance en los aspectos productivo,

económico y social. Logró la ratificación del Acuerdo Presidencial que otorgó a la cooperativa la primacía como proveedor gubernamental de Impresos, la reestructuración de las jubilaciones, la creación de un fondo de Ahorro de los Trabajadores incrementados a los anticipos, a los días de vacaciones a la Prima de Antigüedad y otros de diversa índole.

En Marzo de 1967 con la Ratificación del Acuerdo Presidencial firmado por el Lic. Díaz Ordaz, en el que se señalaba a la cooperativa como proveedor principal del Estado, se inicia otra etapa en la vida de esta Institución. Se construye el nuevo edificio, ya que el ubicado en la calle de Tolsá resultaba insuficiente para la nueva maquinaria. En 1969 se hace el traslado definitivo a la Avenida Canal del Norte No. 80 domicilio, en que actualmente se ubica Talleres Gráficos de la Nación.

DEPARTAMENTOS QUE LA ÍNTEGRAN

Talleres está constituido por plantas, dentro de las mismas se ubican sus diversas áreas.

Planta de techos de Conjunto

Planta 1er nivel de conjunto

Comedor	Cocina
Baño de hombres	Bodega
Area de fotomecánica	Area de oficinas de producción

Planta 1°, 2° y 3° nivel área de oficinas

Planta baja

Sala de recepción	Area de fotocopiado
Area de oficinas administrativas	
Auditorio	

Planta 1er. Nivel

Coordinación de asesores	
Contabilidad y costos	
Contraloría interna	
Oficina asesor de administración y finanzas	

Planta 2° nivel

Caja	Subdirección
Dirección	Contraloría interna

Planta de acceso. Servicios Generales y Cuarto de Máquinas

Acceso Entrada	Parque vehicular
Cuarto de Máquinas	Pasillos de entrada
Equipo sistema contra incendio	Sistema
Lugar o área para desechos de basura	
Sistema de bomba	

Vestidores hombres, mujeres

WC
Lavabos
Regaderas
Area de Informática
Area de lockers o gabinete
Oficinas de control de la Dirección de la Producción

Area de oficinas
Protección civil
Gimnasio
Area de Solventes

III. Términos de la ley de la materia.
Imprimir informes y otros documentos oficiales de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, así como los órganos de difusión de sus actividades

Planta baja Talleres

Dptos Proceso de materia prima
Area de almacén
Taller mecánico o de mantenimiento
Area de producción

IV. Elaborar, promover y desarrollar sistemas y programas para fortalecer la comercialización de sus servicios, e incorporar conocimientos y tecnología avanzados en materia de artes gráficas y en general de reproducción por cualquier medio.

Planta Diseño Láser

Levantamiento Topográfico

V. Establecer y aplicar controles de calidad en cada una de las etapas de los procesos productivo para elaborar productos altamente competitivos en el mercado de las artes gráficas.

VI. Fijar parámetros de eficiencia productividad y oportunidad para mantener e incrementar la autosuficiencia financiera en la prestación de sus servicios.

FUNCIÓN Y SERVICIO DE SUS ÁREAS

FUNCION

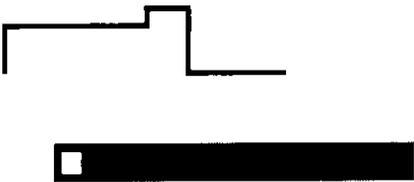
VII. Percibir y administrar los ingresos por los servicios que presta.

I. Prestar servicios relacionados con la edición y las artes gráficas a los sectores público, social y privado.

VIII. Participar en la elaboración de los anteproyectos de Normas Oficiales Mexicanas, Normas en Materia de Impreso y relativos a las artes gráficas, así como en los comités consultivos

II. Imprimir el Diario Oficial de la Federación y las Gacetas Gubernamentales en los





nacionales de normalización y en los demás organismos de colaboración relacionados con éstos.

IX. Administrar los bienes y recursos humanos, materiales, financieros y de información con que cuenta para el cumplimiento de su objeto, conforme a la normatividad de materia.

SERVICIO

ÁREA DE FOTOMECÁNICA

Se ubica en la planta 1er nivel de conjunto. Trabaja las placas de revelado para offset, están las cámaras verticales u horizontales, se hace ampliaciones o reducciones, según se requiera. El servicio de comedor posee un ambiente tranquilo y limpio , su costo es bajo, con el fin de ayudar a propios.

ÁREA DE OFICINAS

Se encarga de las adquisiciones y compras, asesoría jurídica, cobranza y facturación.

AUDITORIO

se presentan exposiciones a personal visitante, cursos de capacitación de cualquier índole (Protección Civil, cobranzas, computación, etc.)

ÁREA DE SOLVENTES

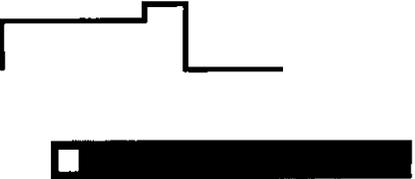
Tiene como función el almacenamiento de alcohol, tiner, gasolina, aceite, etc; los guarda en jaulas de protección y a una temperatura adecuada.

TALLERES

La médula espinal de toda la Planta corresponde a Talleres aquí se encuentran las máquinas para imprimir offset, rotativas, máquina Rotom, Harris. Se encuaderna, se corta y se empaca. El acceso a esta area es en su mayoría realizado por el personal , los cuales poseen uniforme por seguridad y protección de los mismos.

ÁREA DE DISEÑO LÁSER

Recibe, trabaja y procesa las publicaciones (catálogos, folletos, carteles, trípticos, revistas, agendas, periódicos, libros,etc.)



LEVANTAMIENTO TOPOGRÁFICO

Se encarga de las condiciones del inmueble, la sustentación de ubicación, muros de carga, techos y pisos.

PERFIL DEL USUARIO

El visitante está conformado por proveedores de materia primas, tintas, etc; representantes de las dependencias a los que se les trabaja y público en general. Todos ellos en su mayoría poseen un nivel de educación media a educación media superior.

Es usuario que por lo característico de la empresa posee conexión con la misma o en su defecto visita a familiares , amigos o trata asuntos de índole personal.

CONDICIONES ARQUITECTÓNICAS

Cabe destacar que todas las metas se pudieron conseguir gracias al esfuerzo y destreza de los

trabajadores, quienes con vigorosa y cotidiano empeño en su labor hicieron realidad el avance sostenido en estas cinco décadas de los Talleres Gráficos de la Nación como Sociedad Cooperativa.

También es válido hacer un reconocimiento a los socios trabajadores que a través de todos estos años desempeñan los puestos de todos directivos, quienes cumpliendo las funciones de consejeros lograron en su tiempo la estabilidad y el avance social de todos los que ha integrado la sociedad cooperativa.

Talleres Gráficos como organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios tiene como principal misión ofrecer servicios en el campo de la edición y de las artes gráficas a los sectores público, social y privado a costos accesibles y sanamente competitivos, con altos niveles de calidad, confiabilidad y seguridad.

Los Talleres Gráficos han sido un valiente de las artes gráficas en el país. Se ha cumplido con las metas que ha requerido el Gobierno Federal. Por su origen netamente revolucionario, su limpia trayectoria como cooperativa de Participación Estatal al servicio de México con

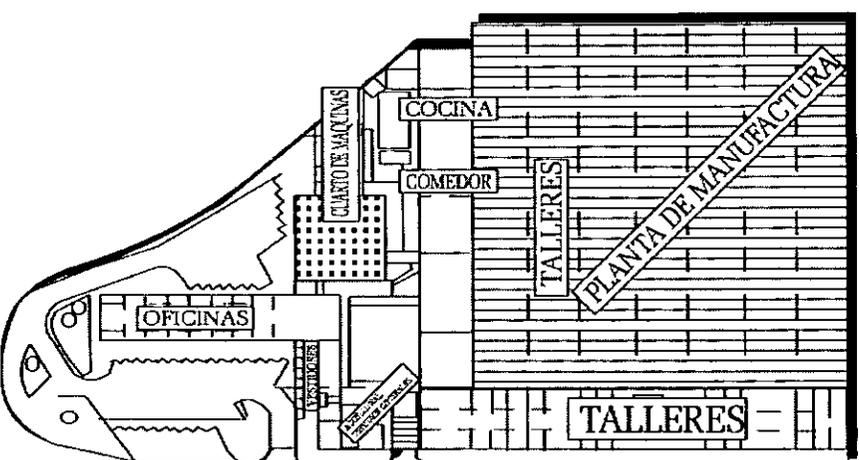
una administración sana confiable para el estado a quien se le garantiza oportuna y eficientemente de sus publicaciones, ha sido bastón de los derechos laborales y sociales de sus trabajadores, y en entidad eficaz, como se ha venido corroborando a lo largo de estos cincuenta años por los Acuerdos Presidenciales.

A cincuenta años del nacimiento de la cooperativa es satisfactorio, en grado sumo, apreciar su recta y ascendente trayectoria, que confirma la elevada capacidad de los trabajadores mexicanos reunidos en Talleres Gráficos de la Nación, como principales artífices de las publicaciones oficiales que sirven de manera importante para el engrandecimiento cultural de nuestro país.

DESCRIPCIÓN FÍSICA DE SU ESPACIO

Talleres Gráficos de México se ubica en Av. Central del Norte No. 80 esquina con Boleo y Ferrocarril Hidalgo en la Delegación Cuauhtémoc a dos cuadras de la calle Reforma.

En el siguiente esquema observamos su zonificación (áreas y distribución de sus servicios).





CONDICIONES ARQUITÉCTONICAS

La Estructura arquitectónica se diseño bajo los conceptos de servicio y seguridad como principal artífice de impresos realizados a dependencias gubernamentales como el IFE, la SEP, Secretaría de Gobernación , SEMARNAP, entre otras.

Su construcción posee un área aproximada de 8000m², con dos estacionamientos, áreas verdes, pasillos y escaleras amplias que permiten un acceso fácil para desplazarse a sus áreas. Talleres abarca la mayor parte de la planta. Posee planta baja, primer y segundo nivel. Los colores que predominan son el blanco, beige; con escritorios de formaica excepto el área de oficinas y recepción con ventanales y acabados en madera, lo cual crea un entorno de tranquilidad para sus trabajadores y visitantes.

TALLERES GRÁFICOS Y SU SEÑALIZACIÓN

Señalización instalada en Talleres Gráficos de México

CANTIDAD	DESCRIPCION
69	Ruta de evacuación derecha, fotoluminiscente
62	Ruta de evacuación izquierda, fotoluminiscente
08	Zona de riesgo
08	Area de fumar
13	Salida de emergencia, fotoluminiscente
34	Zona de menor riesgo
05	Que hacer en caso de sismo o incendio
01	Hidrantante siamesa
06	Peligro alta tensión, estireno
15	Hidratante, fotoluminiscente
05	Puntos de reunión
27	Escaleras izquierdas, fotoluminiscente
01	Almacen, estireno
01	10Knm/hr. Máximo estireno
02	No encender cerillo
275	Extintor, fotoluminiscente
02	Alarma para incendio o sismo
01	Sea precavido
08	No bloquear equipo contra incendio, estireno
10	Códigos de alertamiento



RESUMEN

Talleres Gráficos de México surge de la necesidad de reproducir documentos de índole oficial. Es un organismo público descentralizado que ofrece y presta servicios editoriales y de artes gráficas a empresas gubernamentales como ISSSTE, SER, AHORRO POSTAL, SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, CENAPRED, SECRETARÍA DE SALUD, PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, entre otras.

Todas las metas se pudieron realizar gracias al esfuerzo de sus trabajadores durante estas últimas cinco décadas de Talleres como una sociedad cooperativa.

En la actualidad, es una de las principales empresas dedicadas a las artes gráficas cuya estructura física te evoca seguridad. Asimismo, tiene como principal función la impresión, la edición, promoción y desarrollo de programas para la comercialización de sus productos, que son de manera importante para consumo en nuestro país.

Una gran cantidad de soportes gráficos pertenece a la coordinación de Protección Civil.

ANTECEDENTES DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

Desde que el hombre existe como ser pensante, surge su necesidad de expresión por diversos medios, desde la pintura rupestre hasta el modelado, expresar lo vivido, lo esperado y el deseo de conservar y plasmar.

Las culturas antiguas contaron con una gran cantidad de signos para representar elementos y pasajes. Algunos de estos signos eran idénticos ya que utilizaban abstracciones de elementos de la naturaleza.

La comunicación es la búsqueda de significados comunes establece algo similar entre emisor y receptor.

Aristóteles quien fué precursor del estudio de la comunicación, estableció el esquema:

quién dice ——— qué dice ——— a quién le dice

Dentro de las reglas de la retórica para construir un mensaje existen tres pasos:

- 1 Invención,
- 2 Disposición y
- 3 Elocución

1. Invención
Euresis aristotélica; consiste en la búsqueda del qué decir, en la conjunción de lo que se dice, en el fundir lo que se dice con el objeto que se pretende.

2. Disposición
Nace de la taxonomía griega; consiste en el orden y eslabonamiento adecuado de las partes de un discurso.

3. Elocución
"El buen decir", de la *lexis* griega. Adornar lo dicho, el bello decir, también llamada retórica.

Estos pasos fueron analizados en la retórica de Aristóteles quien planteó la concepción (emisor), composición (mensaje) y recepción (significación).

Por su parte Tomás de Aquino señaló: *"Las voces son el signo del entendimiento y el entendimiento, la representación de las cosas. Las cosas son verdaderas en cuanto poseen la forma propia de su naturaleza, el entendimiento, en cuanto que cognoscente, es verdadero si posee la imagen de la cosa conocida."*

En la Edad Media se consolida la preocupación por el discurso. El uso de los signos pasa de categoría "actuante" a "condicionante".

El signo apareció desde la prehistoria. Poco a poco emerge la palabra, la imagen, el signo, como posibilidad para apropiarse cosas ausentes y abstraerlas, y después nace la creación de signos para poder comunicarse.



Los signos se transformaron con miras a la fijación de sílabas o letras; los signos de las antiguas culturas, en principio, no respetaban lenguaje alguno, sino expresiones secretas con fines de culto, magia o adivinación. Estos signos eran abstracciones expresivas.

Las culturas de occidente evolucionaron hasta lograr una minimización que dio origen a las letras, principalmente vocales, una de las culturas que dio paso al alfabeto tal y como lo conocemos fue la cultura fenicia.

A partir de los fenicios la escritura sufre un cambio radical en su estructura y aplicación.

El símbolo es vertiente del signo, tiene sus raíces en los sentimientos o en la más arraigada cultura de un grupo social, como podrían ser los símbolos del cristianismo. El símbolo es a su vez representado por imágenes tanto visuales, sonoras, representativas, descriptivas, y no sólo lo gran convencer al receptor, sino lo capturan y aprisionan en su belleza y colorido. El proceso retórico visual complementa y enriquece al escrito o al musical.

Las imágenes son portadoras de significado, su forma enriquece el contenido.

En el Renacimiento, debido a la recién nacida

imprenta, se inicia lo que conocemos como semiótica tipográfica, el texto escrito, o la letra que deberá tener "nombre", "figura" y "facultades". Entonces nacen las familias de signos tipográficos. En el siglo XVII se imprimen en Nueva España 1228 libros, y ya hay más de treinta impresores en estas tierras para 1680; este significativo avance sirvió para materializar ideologías a través de signos representativos, como es el caso de los códigos, los cuales eran una especie de "libros de imágenes" de tal exactitud, que a pesar de no estar escritos en ninguna fonética, eran capaces de transmitir la poesía escrita, la ciencia o la historia. Fueron tales códigos los que con sus "narraciones visuales" facilitaron la imposición cultural de los pueblos conquistadores.

Con el paso del tiempo las ideologías impuestas forman instituciones como la Iglesia, y es cuando se genera. Toda una estructura simbólica a través de imágenes en lugar de palabras.

EL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN EL DISEÑO GRÁFICO

El lenguaje del diseño no sólo abarca el lenguaje verbal, no solo emplea palabras; hay imagen, color, forma. El empleo de estos signos exige claridad de expresión. Sólo un lenguaje estructurado ayudará a que en el pensamiento los objetos se vinculen con la realidad.

La comunicación John Friske no es un objeto en el sentido normal académico, normal de la palabra, sino un área de estudio multidisciplinaria.

Por falta de acuerdos respecto al concepto de comunicación se ha propuesto que es susceptible de ser estudiada, pero se necesita varios enfoques disciplinarios para poder hacerlo en toda su amplitud. Toda comunicación involucra signos y códigos. Estos signos o códigos son transmitidos o muestran la posición de otros. La comunicación es central en la vida de nuestra cultura: sin ella muere. El estudio de la comunicación implica el estudio de la cultura a la cual está integrada.

A la comunicación como transmisión de mensajes le interesan la codificación y la decodificación que hacen los emisores y receptores, y cómo usan los transmisores los canales y los medios de comunicación.

El mensaje es lo que el emisor coloca en

cualquier medio posible. Para la semiótica el mensaje es una construcción de signos que al interactuar con receptores produce significados. El emisor, como transmisor del mensaje, se reduce en importancia; el énfasis se traslada al texto y cómo es leído.

Todo objeto tiene existencia material y semiótica. En la semiótica los objetos y las cosas significan, asocian ideas.

Significan en la medida que todo significa en el universo humano. La relación usuario – mensaje es diferente, no hay actos enérgicos, no hay participación física activa, como en los objetos, sino implica percepción, comprensión e integración psicológica del contenido del mensaje.

La comunicación visual debe dejar de ser un instrumento para convertirse en un objeto, en el objeto mismo de la comunicación.

Esta comunicación tiene como función informar. La información es la posibilidad de reducir las incertidumbres sobre determinado tema.

El mensaje gráfico tiene un nivel informativo; la señalización informa la ubicación de servicios o puntos de interés.

Dentro del proceso de comunicación el texto es una de las más bellas ramas del diseño gráfico y le corresponde la semiótica tipográfica y dentro de ella el diseño tipográfico, que nace

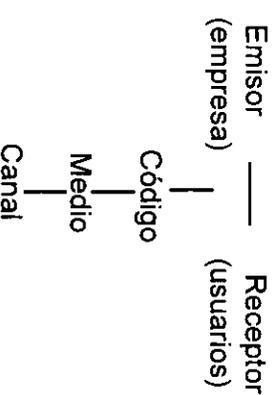
de la búsqueda de sus posibilidades expresivas y significativas.

La metodología propuesta por Jakobson empieza modelando los factores que deben estar presentes para que la comunicación sea posible; y luego modela las funciones que el acto comunicativo realiza como factor.

Un remitente envía un mensaje a un destinatario; este mensaje debe referirse a algo diferente de sí mismo; le llama contexto y es el tercer punto del triángulo cuyos otros vértices son el remitente y el destinatario. Jakobson añade dos nuevos factores: el contacto, es decir el canal físico y las conexiones psicológicas entre el remitente y el destinatario; y el código que es un sistema de significados compartidos por medio del cual se estructura el mensaje.

Cada uno de estos factores, según Jakobson, determina una función diferente en el lenguaje, y en cada acto de comunicación podemos encontrar una jerarquía de funciones. Este autor produce un modelo con idéntica estructura para explicar las seis funciones; en el modelo cada función ocupa el mismo lugar que el factor al cual se refiere la figura.

Proceso lineal de comunicación



La función emotiva recibe la relación del mensaje con el remitente; a menudo utilizamos la palabra expresiva para referirnos a ella. Esta función comunica las emociones, actitudes, status, clase de remitente; todos aquellos elementos que hacen que el mensaje sea únicamente suyo. En algunos mensajes es primordial la función connotativa y en otros la función emotiva.

El diseño como proceso

Contiene dos principios fundamentales:

- 1 El diseño no es el producto o el mensaje. No es la manifestación material de las formas visuales, sino es el proceso que conduce a la obtención del producto o el mensaje.
- 2 No todas las formas de diseño son comunicación

El diseño es el proceso, desde que se inicia la concepción del trabajo hasta su formulación fi-

SURGIMIENTO DE LA SENALÉTICA

Su origen es tan antiguo que obedece al acto de orientarse a sí mismo y a otros.

La señalética tiene su inicio en el marcaje. Se funcionaliza y se estandariza con la complejidad del entorno y la movilidad social.

La señalización y el marcaje pueden considerarse sinónimos; esta última tiene la función de identificar o diferenciar algunos productos en relación con otros. La marca es señal de identidad, se transforma en signo señalizador y se convierte en un centro alrededor del cual se organiza todo un sistema multidimensional de relaciones, de asociaciones mentales. Como representación o figura icónica busca una forma de relación con la idea o el objeto que ella representa. La diferencia entre la señal y la marca son objetos físicos, soportes materiales, la marca debe contener el máximo grado de estilización que el autor le imponga; mientras que la señal tiene una función menos pasiva, pues su objeto tiene sentido de indicación, orden, advertencia, prohibición o instrucción, es decir, existe una relación con el observador. La señal se introduce en el campo de visión del individuo casi en contra de su voluntad, ocupa espacios, lugares, itinerarios, recorridos, etcétera.

Antes que los griegos dieran a las diosas una figura humana, los representaban por medio de símbolos. Así el dios Hermes era ve

nal pasando por las hipótesis tentativas del diseñador que sucesivamente marcan los pasos internos y el desarrollo del proceso. El proceso creativo del diseño es el siguiente:



- I. Información, documentación, recolección de datos
- II. Procedimientos de los datos. Incubación del problema. Maduración.
- III. Idea creativa, Iluminación. Descubrimiento de soluciones originales posibles.
- IV. Verificación. Desarrollo de las diferentes hipótesis creativas. Formulación.
- V. Formalización. Visualización. Prototipo original. Mensaje como modelo para su reproducción y difusión.

Todo objeto tiene una existencia material y semiótica. En la semiótica objetos y cosas significan, asocian ideas, evocan. Significan en la medida que todo significa en el universo.

La relación del usuario con el mensaje es diferente: no hay actos energéticos, ni participación física activa, como en los objetos, sino un proceso que implica la percepción, comprensión e integración psicológica del mensaje.



nerado unas veces bajo la forma de un montón de piedras amontonadas en el camino, otras bajo la forma de un falo. La alusión fálica era indicativa de la dirección a seguir. Más tarde la columna fálica fue rematada con una cabeza humana, estos "hermes" proliferaron y se impulsieron hasta fueron bicéfalos en las bifurcaciones, tricéfalos en los caminos de triple dirección, tetracéfalos en las encrucijadas. Griegos y romanos utilizaban los mismos objetos para el jalonamiento itinerario (columnas y borles de piedra); los primeros más simbolistas, le daban significado de dios tutelar, para los segundos, eran elementos de estrategia para sus conquistas.

A estas funciones de orientación espacial se unió la de señalar las distancias de modo que impuso la medida en milla y más tarde en lenguas.

En la Edad Media, con la evangelización y por ignorancia, las obras de arte constituidas por columnas fálicas fueron mutiladas con el fin de eliminar su influencia pagana. Los emblemas que figuraban de las columnas antiguas se sustituyeron por cruces de la nueva religión. Para 1139 existía ya una guía para los peregrinos que se dirigían a Roma y Tierra Santa en ella se indicaba el trazado de las rutas; la cuenta de las etapas, los nombres de los pueblos que se encon-

traban al paso, la lista de los ríos de agua potable, el emplazamiento de los santuarios y las reliquias veneradas. Una verdadera anticipación de las actuales guías y mapas de carreteras.

Puede decirse que con la administración Napoleónica en Francia se inicia formalmente la normalización de las señales itinerarias, cuyos orígenes se encuentran en la reglamentaciones incipientes de 1607.

La identificación de las calles y de las casas se convertía en la base de la señalización urbana, con la cual se inició el sistema de nomenclaturas de las calles y numeración de las casas, incluido el uso de las placas de nuestros días. Uno de los elementos que ha devenido más indiscutiblemente universal en la señalización es la flecha. Sus orígenes están en el gesto indicativo de la mano con el dedo índice tendido. Este gesto es un medio de comunicación antiguo y universal.

Es la impresión de libros y de mapas donde se redescubre el uso de estos signos: la mano con el índice señalan, dibujada en los manuscritos religiosos para atraer la atención sobre los pasajes importantes; la flecha reforzando el lenguaje de los geógrafos para dar, desde el siglo XVII, la dirección a cursos de agua, de las corrientes marinas y de los vientos. También los objetos de orientación como la brújula, portan una flecha que marcaban la dirección del Norte y



de los vientos. Estos signos tendrían una presencia excepcional en las placas indicadoras de las ciudades.

Con el aumento de la población ciudadana crece también la circulación humana y el Estado toma las medidas de prevención para la protección de los ciudadanos y la seguridad pública. Es así como nace el código de la circulación peatonal y automovilística, que es sin duda el ejemplo más universal y significativo de la señalización.

cubriendo no sólo las necesidades sino previniéndole adaptación a futuras necesidades.

El diseño gráfico de ambiente cumple tres funciones básicas: ayudar a los usuarios a desenvolverse en el espacio, identificando, dirigiendo e informando; realzar visualmente el entorno y proteger la seguridad del público.

Para la creación de elementos gráficos para un edificio o terreno, los diseñadores gráficos de ambiente analizan los factores arquitectónicos, culturales y estéticos, para cumplir tanto con las necesidades del cliente como con la de los usuarios.

La señalética es la representación de un objeto. Los símbolos abstractos o arbitrarios, como letras, números y signos no tienen relación visual con los objetos o conceptos que representan, pero comunican una idea. Aunque la mayor parte de la gente de una cultura dada entiende un buen número de símbolos, sus significados precisan de aprendizaje.

A veces se piensa que los símbolos se interpretan mejor si van acompañados de palabras. Esto no sólo destruye en buena medida el efecto del símbolo, sino que olvida las consideraciones multilingüísticas, lo que puede provocar grandes problemas de diseño. El diseñador debe considerar qué idiomas usar y cómo co-

LA SEÑALIZACIÓN EN EL DISEÑO GRÁFICO

Diseñar supone seguir un método, una fórmula que organice los pasos sucesivos y los procedimientos de una manera ordenada y exhaustiva,



municar la idea eficazmente, incorporando las letras y los símbolos. La opinión general es que los símbolos se interpretan fácilmente cuando representan un objeto más que una idea y que son inútiles a menos que formen parte de un sistema coherente.

Los símbolos pueden ser divertidos, interesantes, educativos o simplemente elementos de color en el entorno. Pueden ser empleados para normalizar y unificar una ubicación o series de ubicaciones.

Los sistemas de símbolos visualmente más agradables suelen ser los relativos a una clasificación sencilla de imágenes reconocibles, como los de acontecimientos deportivos y los de animales.

Los diseñadores deben evaluar los símbolos que emplean para cerciorar de que el usuario los entiende. Deben consultarse entre sí, al cliente y a los posibles usuarios. Sobre la propuesta de diseño de símbolos podemos referirnos a:

a) Semántica

Relación entre la imagen visual y su significado

¿Es necesario que el símbolo represente el mensaje con claridad para individuos de diversas culturas?

b) Sintáctica

Relación de una imagen visual con otra. ¿Encaja bien el símbolo en el sistema completo de otros símbolos?

c) Pragmática

Relación entre el símbolo y sus usuarios. ¿Podrá distinguirse con claridad bajo diversas condiciones y cuando se reproduzca en varios tamaños?

LA SEÑALIZACIÓN Y LA SEÑALETICA

Históricamente la señalética se deriva de la señalización que tiene como función regular la circulación humana en el espacio exterior. Su sistema es más universal, mientras que la señalética requiere de un estudio y un diseño especial para algo específico. Su función es orientar a los individuos a un lugar determinado.

La señalética se deriva del griego *phone* que significa voz. La notación fonética es el sistema de escritura –alfabética– en el que cada sonido oral es representado por un símbolo. En 1933 y 1954 Bloomfield y Pike, separaron del vocablo fonética el sufijo ética y lo utilizaron para describir los sistemas de signos no lingüísticos, señalética significa el sistema de signos pictográficos que en cada enunciado es representado por una señal.

Señalética es etimológicamente sistema de escritura por medio de signos orientativos de señalización.

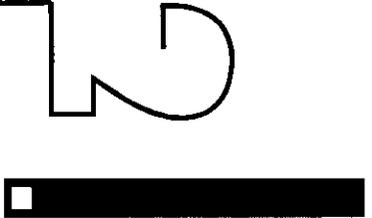
Señalética forma parte de la comunicación visual la que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos.

Se aplica a los servicios para individuos, a su orientación en un espacio determinado para

un mejor y rápido acceso a los servicios requeridos y para dar seguridad al desplazarse. El campo de la señalética es la información en el espacio; es por eso que su funcionalidad e instantaneidad es informativa y universal. Estas exigencias definen la naturaleza y el objeto de la comunicación señalética como un sistema de señales visuales o mensajes espaciales de comportamiento.

Es decir:

- a) *Sistema.* Conjunto de partes coordinadas entre sí según leyes precisas que serán establecidas funcionalmente por medio de un programa.
- b) *Señales.* Estímulos breves percutantes, que inciden en la sensación inmediata (acceso a la percepción).
- c) *Visuales.* La visión es el órgano gestáltico por naturaleza; registra instantáneamente, es discreta y silenciosa.
- d) *Mensajes o contenido informativo.* Las señales comportan elementos cognoscitivos, responden a la necesidad de orientación en la relación receptor–usuario.



f) Comportamentales. Además de orientar, propiciar y proponer, determina el comportamiento del individuo: acciones, actos; difiere de otros modos de comunicación que desencadena procesos de persuasión.

Características de la comunicación señalética

Finalidad	Función Organizativa
Orientación	Informativa-didáctica
Procedimiento	Visual
Código	Signos simbólicos
Lenguaje icónico	Universal
Estrategia de contacto	Mensajes fijos
Presencia	Discreta puntual
Percepción	Selectiva
Funcionamiento	Automático Instantáneo

Su principio es el de la economía: máxima información con mínimo de elementos; su presencia es silenciosa, sus disciplinas y técnicas aplicadas son el diseño gráfico de programas, la arquitectura, la producción industrial. Se integra al espacio-ambiente y algunas veces se incorpora a otra clase de programmas: identidad corporativa. La señalética rehuye imponerse a la atención del público, provocar impacto, recurrir a la atracción estética. Es ejemplo significativo de comunicación funcional.

Su finalidad es la información, la cual se quiere inequívoca e instantánea.

Nivel Pragmático, Sintáctico y Semántico del mensaje visual en el señalamiento

Nivel pragmático

Se refiere a la relación entre el símbolo y sus usuarios. La señalización trata de mensajes fijos para los receptores en movimiento, por lo cual los signos utilizados deben ser eficaces. El señalamiento debe comprender dos vertientes: el estudio de las ideologías y el problema de los lenguajes visuales.



Al hablar de señalización nos referimos a índices, indicadores, señales y sistemas de señales, que transmiten información gráfica simplificada y condensada en códigos que pueden orientar al receptor en espacios determinados. Cada una de esas señales debe estar representada por elementos fácilmente reconocibles y decodificables para sus receptores.

En este nivel los signos deben quedar comprendidos dentro de las prácticas socioculturales del receptor: los distintos pictogramas que conforman un sistema de señalización. Este nivel cumple los objetivos necesarios de impacto visual dentro de las condiciones dadas de iluminación, distancia, de contraste de color interno, contraste con el entorno y contraste del fondo y frente a la figura.

Nivel sintáctico del mensaje

Corresponde a la conexión o al eslabonamiento de unos signos con otros, es decir la relación visual de una imagen con otra

Un pictograma debe establecer una relación íntima cuando el fondo y la figura con los demás pictogramas de un sistema de señales. Se refiere a la relación entre la imagen visual y su significado.

Nivel semántico del mensaje

Es el nivel de la interpretación; marca el significado que nace de las prácticas socioculturales. Se añade significado en la medida en que conocemos el contexto.

El significado es la posibilidad tanto de relacionar como de interpretar; esta relación da origen a la actual ciencia de los significados que es la semiótica una rama de la semántica.

La semiótica es el estudio de la ciencia de los signos, a través de los signos producidos podemos rescatar nuestra memoria cultural.

La semiótica debe surgir dentro de la práctica de los signos dentro de un contexto social.

Pierce y Saussure investigan y escriben sobre la semiótica:

Pierce abre las puertas para entender las estructuras y prácticas de comunicación: emisor es quien produce el mensaje; aquello que se discute, y el receptor quien consume estos signos. Hace referencia a la división de signos los cuales los clasifica en íconos, índices y símbolos.



Saussure, plantea el signo como una relación entre dos cosas: “*el signo lingüístico me un concepto y una imagen acústica.*”

Recurre a dos de las partes del signo planteando una conceptualización del signo: la lengua y el habla. La lengua es la parte social del mensaje, es una institución y un sistemas de valores; el habla es esencialmente un acto de selección y de actualización; el habla o la palabra está constituida de las combinaciones gracias a las cuales el sujeto hablante puede utilizar el código de la lengua para expresar su pensamiento personal.

ELEMENTOS DE LA SEÑALIZACIÓN COLOR

Puede crear una atmósfera: los colores brillantes expresan alegría y diversión, los colores apagados, dignidad y reposo. El color puede sugerir unidad o diversidad. También puede emplearse como instrumento de codificación informativa y direccional. El color define la forma y puede contribuir a proporcionar un sentido de escala.

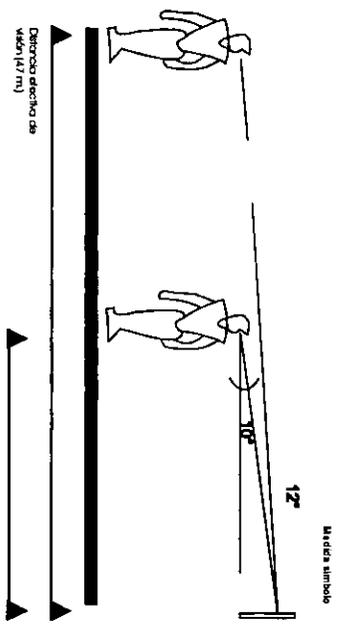
El efecto de tono y contraste crea la ilusión de distancia o de proximidad. El color puede dar un sentido de peso.

ÁNGULO DE VISIÓN

La ubicación correcta de una señal es uno de los aspectos más importantes a considerar, texto el campo o cono normal de una persona abarca un ángulo de visión de unos 60°. Las áreas que quedan fuera de este ángulo se ven con mucho menos detalle. Aunque sea cierto que la persona puede ampliar este campo moviendo la cabeza, mucha gente tiende a resistirse a hacer este esfuerzo extra.

La percepción esta dada por factores físicos como:

Campo visual. Se calcula en un cono de 60° aproximadamente



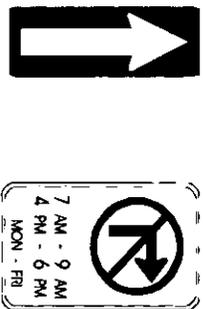


Agudeza visual. Varía en cada individuo, por lo que se utiliza a distancia un promedio que no presente gran esfuerzo del usuario, a la vez que facilite la lectura.

TIPOS DE SEÑALIZACIONES

De acuerdo con su función las clasificamos en:

Direccionales: Explicitos de la circulación. Remite a una dirección. Esenciales para el uso eficaz.



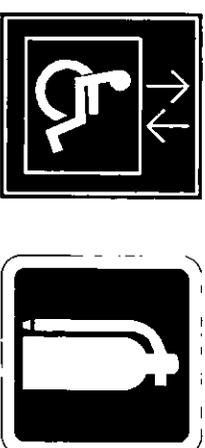
Identificativas: Confirman destinos o establecen reconocimiento de una ubicación concreta. Sirven para ayudar en la localización de artículos, biblioteca, auditorio, etcétera.



Reguladores: Exhiben normas de orden, como para la conducción o para la prohibición de actividades, prescrites por las ordenanzas locales, los propietarios u otras autoridades. Incluyen anuncios legales, normas de seguridad, instrumentos de control de tráfico y señales. También sirven para informar a la gente sobre procedimientos en caso de emergencia, como incendio, hundimientos de buques, terremotos, etcétera.



Preventivas: Regulan el comportamiento de las personas con el fin de prevenir riesgos y accidentes.





Restricciones o de prohibición. Establecen las zonas o lugares prohibidos. Limitan a un campo de acción el comportamiento de las personas .



Informativas. Transmiten información especial de forma sintética y precisa, ya sea horarios, eventos, acontecimientos previstos. Evita confusiones y preguntas.



Ornamentales. Adornan el medio ambiente, al mismo tiempo que transmiten un mensaje en específico: lugares de consumo, marcas de productos o empresas, banderas, placas conmemorativas, etcétera

SISTEMA DE REPRODUCCIÓN

Su implementación abarca factores como el material que se utilizará para su elaboración así como el soporte y el medio de sujeción.

ANÁLISIS DE LOS MATERIALES

La utilización de los materiales se hará cuidando los siguientes factores:

- Coste
- Aspecto
- Durabilidad
- Cargas de viento
- Resistencia al vandalismo
- Mantenimiento

La elección de los materiales es parte fundamental del diseño, y del éxito de ese objetivo.

Existen diversos materiales para la elaboración de señales. Todas poseen ventajas y desventajas.

A continuación se expone una visión de los materiales más populares.

PLÁSTICOS

Estireno

Es demasiado quebradizo para su uso en el exte

rrior. Amarillea rápidamente y sólo permite una mínima transmisión de la luz. Es un material barato que puede producirse al vacío o a presión. Sin embargo, es altamente inflamable, frágil y difícil de limpiar. Se usa corrientemente en interiores, en rótulos para puntos de venta y en rótulos laminados en lugares problemáticos.

Polipropileno

Más apropiado para rótulos que el estireno, no es tan adecuado para uso exterior como los acrílicos. Es más flexible y, por lo tanto, tiene la tendencia a "escupir" las letras de materiales que no (son adecuados para) su superficie.

Acrílicos laminados

Pueden ser trabajados, como la madera o los metales blandos. Se usan casi exclusivamente para grabados y no son adecuados para ninguna forma de moldeo.

METALES

Los metales son el segundo grupo de los materiales más utilizados para los rótulos.

Acero

Debe ser sometido siempre a algún tipo de tratamiento para mejorar su resistencia a la corrosión.

Aluminio

Las principales cualidades del aluminio son la ligereza, buena resistencia en relación con peso y su excelente durabilidad. Es un material incombustible, no tóxico y altamente resistente a la corrosión química. El aluminio se puede alea con otros metales para obtener las propiedades y características deseadas.

MADERAS

Es uno de los más antiguos y hermosos materiales conocidos por el ser humano. Su atractivo emana de sus colores, estructura interna, robustez, rigidez, olor ligereza y calor.

La madera puede ser trabajada y ensamblada con facilidad, con herramientas relativamente sencillas, permitiendo crear formas poco habituales. Su aspecto final depende de la elección de la madera y del estado de la misma:

Su superficie puede descortezarse, cortarse rústicamente, dejarse lisa y grabarse o pintarse.

DELIMITACIÓN DE LA MUESTRA

Después de haber analizado e identificado las características de las plantas que integran a Talleres Gráficos de México se descubrió que posee una cantidad considerada respecto a su señalización. En el área Administrativa TGM no posee ninguna clase de señalización y la poca que existe está rotulada por computadoras e impresas en papel bond.
En este caso las áreas que se necesitan señalar son:

SALA DE RECEPCIÓN
Sus muebles están inspirados en Talleres Gráficos en color piel en acabado madera.

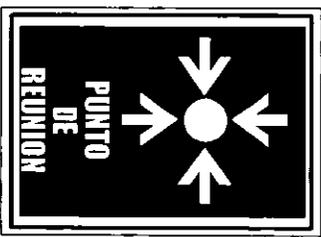
AREA DE FOTOCOPIADO
Su acceso es restringido, posee gran luminosidad y sus paredes blancas le dan mucho más. Cuenta con un equipo moderno.

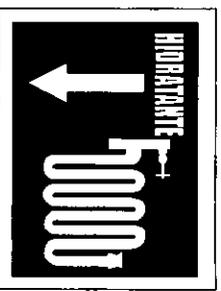
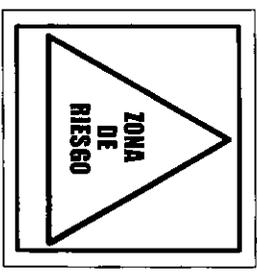
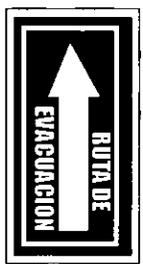
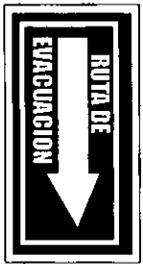
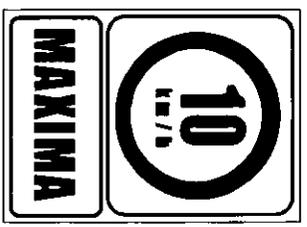
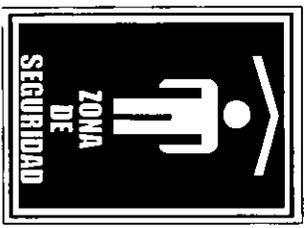
OFICINAS ADMINISTRATIVAS
Esta área se encarga de el financiamiento de lo que se adquiere.
Poseen muy buena iluminación, sus paredes están pintadas en color amarillo o blanco según sea el caso. La mayor parte de las ventanas dan a la calle.

CONTROLORÍA INTERNA
Está ligado a las oficinas administrativas. Posee las mismas características físicas.

DIRECCIÓN, SUBDIRECCIÓN
Sus pasillos son estrechos, sus ventanas son amplias y miran hacia el estacionamiento. Todo está alfombrado y su inmueble tiene acabados en madera. Su iluminación es bastante buena y cuenta con plantas que dan vida a el lugar.

Auditorio
Posee dos auditorios; uno para los directivos, y el otro para la empresa en y visitantes. Cada tiene un aforo de 80 personas
Ambos son lugares pequeños con buena ventilación, asientos de formailca distribuidos a un solo nivel.





QUE HACER EN SISMOS

COBRARSE EN EL SUELO	COBRARSE EN EL SUELO	COBRARSE EN EL SUELO
NO CORRER EN PASADIZOS	NO CORRER EN PASADIZOS	NO CORRER EN PASADIZOS
EVITAR CORRER EN PASADIZOS	EVITAR CORRER EN PASADIZOS	EVITAR CORRER EN PASADIZOS

INCENDIOS

COBRARSE EN EL SUELO	COBRARSE EN EL SUELO	COBRARSE EN EL SUELO
NO CORRER EN PASADIZOS	NO CORRER EN PASADIZOS	NO CORRER EN PASADIZOS
EVITAR CORRER EN PASADIZOS	EVITAR CORRER EN PASADIZOS	EVITAR CORRER EN PASADIZOS

RESUMEN



La Comunicación surge como necesidad de expresión en la que puede transmitir emociones, ideas, sentimientos, experiencias y poder relacionarse con otros seres humanos e integrarse a otros sectores de la sociedad. Con el paso del tiempo necesitó crearse un código visual dando origen a la escritura y como consecuencia al diseño gráfico. En el que no solo se emplean palabras, sino imágenes, forma, color, etc.

Retomamos y proponemos el modelo de Roman Jakobson que contempla su dimensión interpersonal.

El diseño gráfico emplea signos, los cuales utiliza para expresar su manejo de una manera funcional y estética. Este manejo tiene un nivel informativo, la Señalización, identifica, dirige e informa. Forma parte de la comunicación visual el cómo se ubicará y comportará el individuo, se aplica a la orientación sus servicios y a un mejor desplazamiento.

Hablamos de Señalización y Señalética, en esta última se exponen características, elementos, así como sistemas de reproducción para su implementación. Por último efectuamos un análisis de los pictogramas que se utilizan en Talleres Gráficos de México.

3

PROYECTACIÓN

Con lo expuesto con anterioridad agruparemos las áreas por señalar.

Area de oficinas
Servicios

Con el objeto de determinar cuáles serían los factores más importantes para tomar a consideración elaboramos un tabulador. Con los resultados pudimos sostener que:

ÁREA	ACTIVIDAD	MATERIALES
Sala Recepción Area de Fotocopiado Auditorio Area Oficinas	Español Servicio público / Usuario Juntas y eventos varios (exposiciones, cursos) Compras asesoría jurídica controlado, factuación, cobranza	Cafines, mesas, plenta, Copiadoras, Hojas, reglas Inmobiliario inmobiliarios, sillas, ventiladores, kermports

PRÍMERAS IMÁGENES

La representación se realizó cuidando de no re-tomar elementos o acciones que se apliquen a otras áreas,

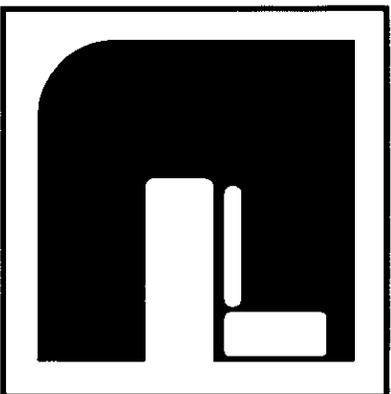
Una vez definidos estos elementos elaboramos las primeras imágenes partiendo de los siguientes criterios para adecuarlos a los visitantes de Talleres Gráficos:

- **ACTIVIDAD O ACCIÓN:** Se realizó un análisis de las áreas por señalar y se dedujo en cada caso cuál era su función, en base a esto se retomaron elementos de interés, puesto que la mayoría de sus visitantes posee un nivel de percepción, tratamos de establecer pictogramas lo más próximo a la realidad.

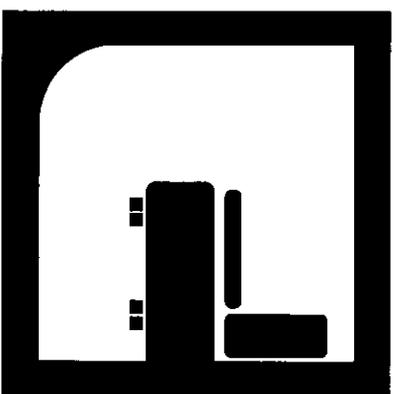
- **ELEMENTO REPRESENTATIVO.** Optamos por formas geométricas sintetizadas para dar mayor énfasis a ser reconocibles y de fácil interpretación, para no utilizar más elementos que nos crean ambigüedad.

- **FUGA DE BLANCOS.** Se utilizó este recurso en todos los pictogramas.

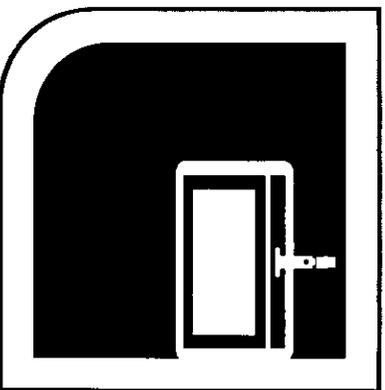
3



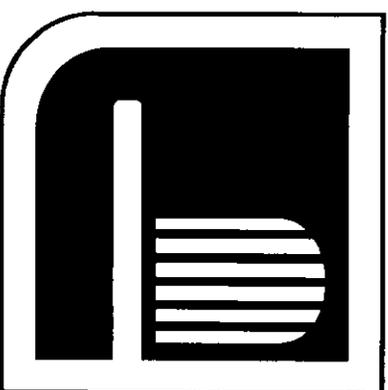
Sala de Recepción



Sala de Recepción

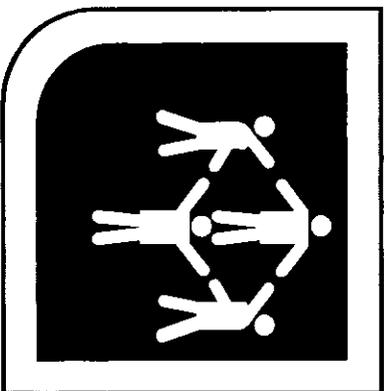


Uso obligatorio de gafete

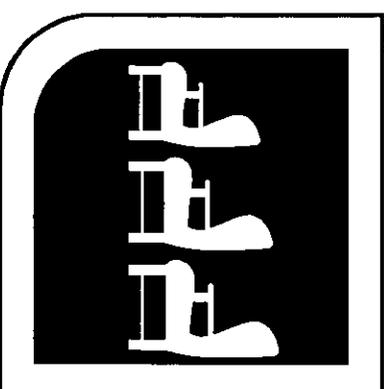


Caja

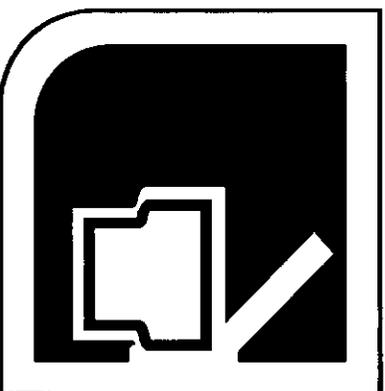
3



Protección civil



Auditorio



Area de fotocopiado



3



SUBDIRECCIÓN

SUBDIRECCIÓN

Dirección

SOLUCIÓN GRÁFICA

Se optó por utilizar una forma cuadrangular dado que da una sensación de estabilidad, solidez, confianza, solvencia y equilibrio. El punto de fuga se utilizó para que se volviera un poco más activa que a la vez se funde con el área de aislamiento formando parte de una unidad.

TÍPOGRAFIA

Dentro de la serie se contempló apoyarse para algunas áreas únicamente con texto debido a que presenta un grado de complejidad que no sean representadas gráficamente como son la dirección, subdirección, contraloría interna y contabilidad y costos.

Al mismo tiempo reforzamos el pictograma con la ayuda de texto excepto en el caso de área de fotocopiado debido a que ya se tiene memoria visual.

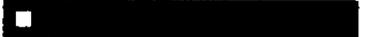
La ayuda del texto se debe a que se necesita un aprendizaje con la nueva simbología, refuerza al pictograma lo que va a facilitar el acceso a la estructura interna a aquellos que tengan relación con Talleres Gráficos de México.

Se tomaron como posibles propuestas a la familia tipográfica Geometr y Gothic.

Pero finalmente optamos por la fuente ZapfHumanist debido a que connota, distinción, alto rango, te evoca a un entorno arquitectónico confortable y seguro.

A B C D E F G H I J K L M
N Ñ O P Q R S T U V W X Z
., ! " # \$ % & / () = ? ! *] [_ : ;
abcdeghijklmnopqrst
uvwxyz 1234567890

ZapfHumanist



COLOR

“La percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, tiene gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual”.

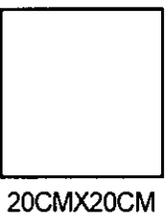
Respecto al color era necesario respetar el institucional que utiliza TGM; en este sentido, se optó por un color guinda, debido a que cumple con esa restricción y a que este color connota dignidad y servicio, es limpio y tiene un mayor impacto al combinarse con el tono arena. Se utilizó también con el fondo blanco pero, TGM determinó que fuera con sus colores institucionales.

Esta combinación armoniza con el entorno. Por su parte el tono arena hace más cálidas las señales y les da luz.



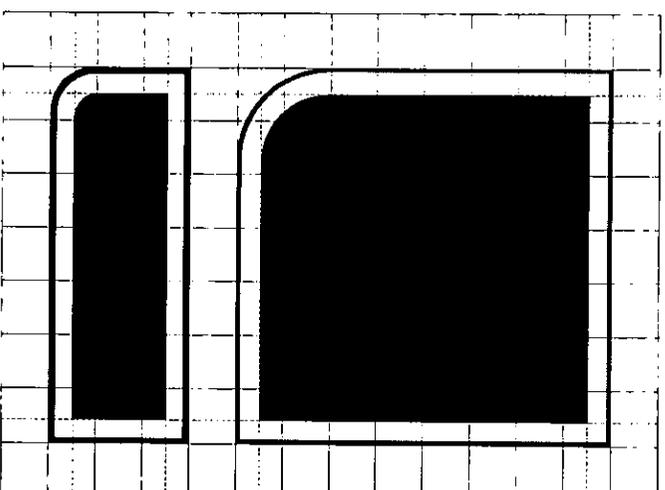
JUSTIFICACIÓN GEOMÉTRICA

Para delimitar el tamaño de cada soporte partimos de un cuadrado de 20X20.



El pictograma está conformado por una envolvente en uno de sus vértices. Estos elementos se apoyan de una red compuesta de cuadrados y círculos. Esta red está conformada de 9X14 módulos, el reforzador tipográfico está compuesto de tres módulos, el texto se justifica a la derecha en una sola línea o en dos dependiendo del caso, se respeta para ambos casos un margen del valor de la mitad de un módulo.

El soporte para las señales se realizó en base a un rectángulo dinámico del cual se obtuvo el reforzador tipográfico.





Seleccionamos lámina PVC (Foam) como soporte para dicha serie por ser el material más adecuado y por presentar características como:

1. Es un material ligero
2. Es económico su medida es de 122 X 144
3. Buena apariencia
4. Fácil mantenimiento
4. No atrae a el polvo

Para su reproducción se opta rotular en vinil de alta resistencia 3M.

Hay variedad de colores, posee alto grado de adherencia, resistente al ataque climatológico.

SISTEMA DE SUJECCIÓN

De acuerdo a la estructura arquitectónica la

mayoría de las zonas a señalar se ubican en la áreas de Oficinas y Servicios,

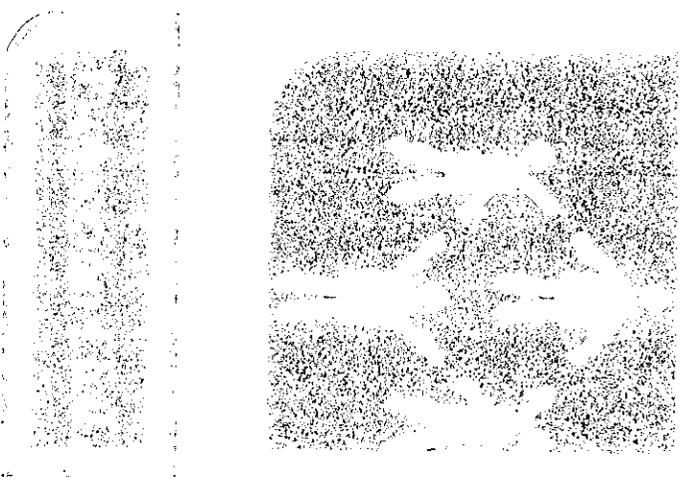
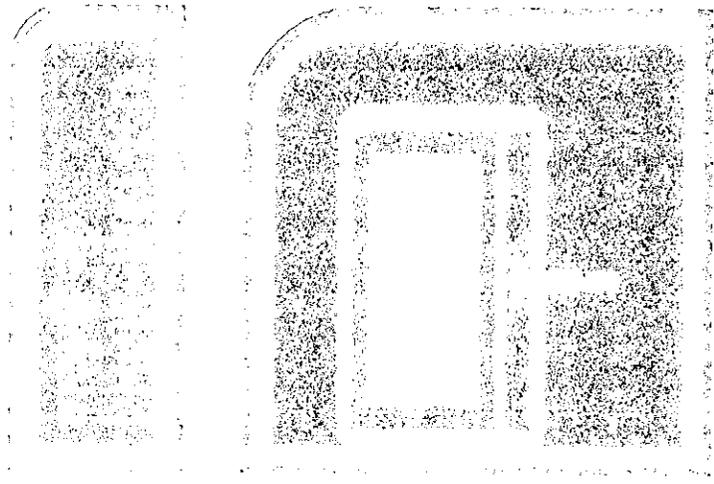
A dichas oficinas el acceso son pasillos muy estrechos. Para los señalamientos de esta zona fué necesario abanderarlos. Para colocarlos deformamos cada uno de lados planos de la lámina Foam. Los pictogramas que requieran de una sola vistas irán adosados al muro para facilitar el mantenimiento de ambos.

SEÑALAMIENTOS EN BANDERA.	SEÑALAMIENTOS ADOSADOS.
Protección Vivil Área de Fotocopiado Auditorio Sala de Recepción	Caja Dirección Contraloría Interna Contabilidad y costos

Ubicamos los señalamientos en bandera a una altura de 1.80 mts promedio, desde la parte inferior. Los adosados al muro estarán a una altura de 1.60 mts a partir de la parte inferior de la señal.

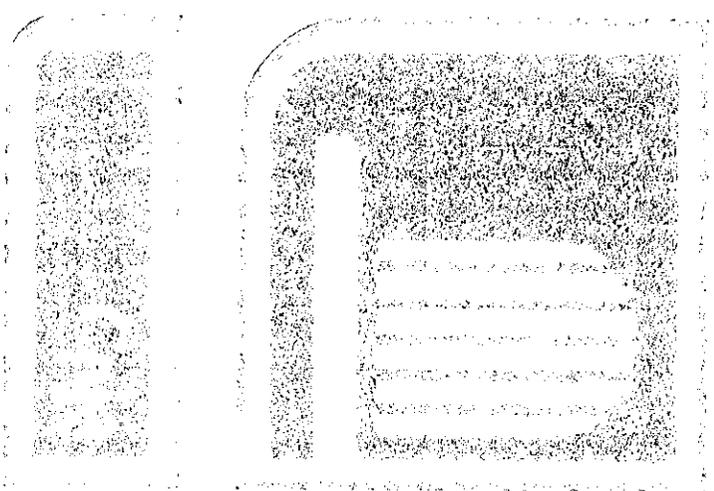
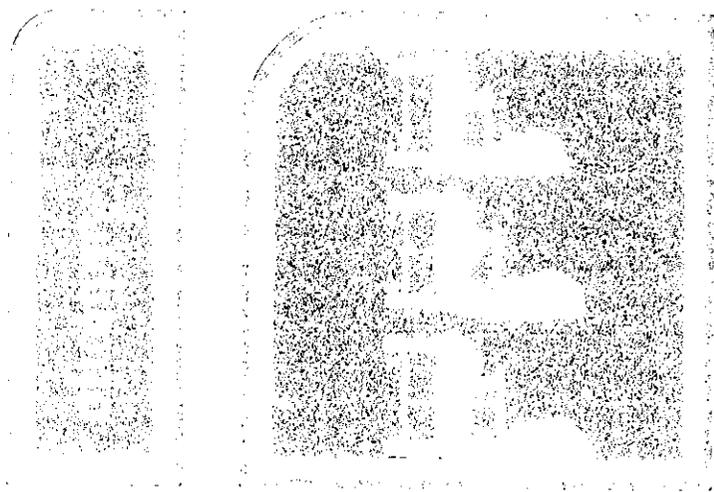


UNIDAD GRÁFICA



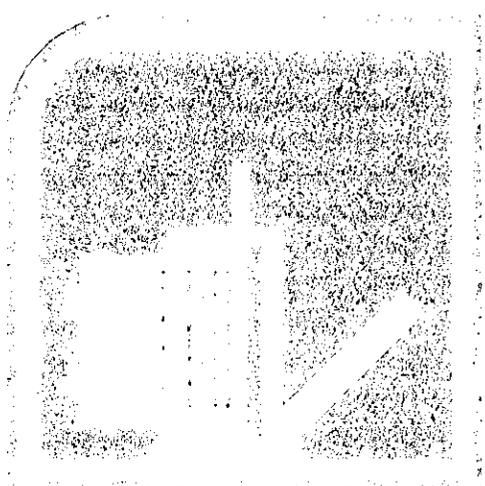
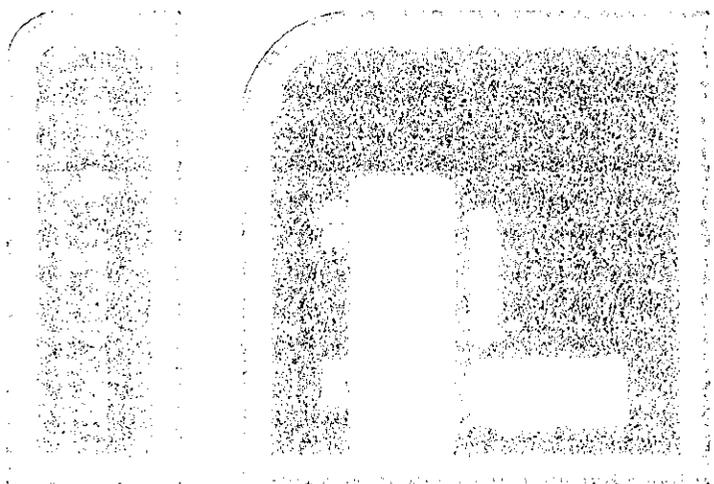


UNIDAD GRÁFICA



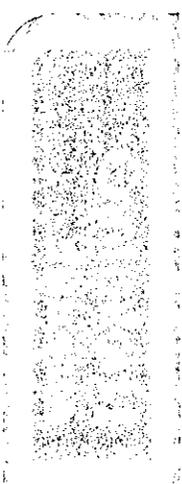


UNIDAD GRÁFICA





UNIDAD GRÁFICA



RESUMEN



Controladas las áreas para señalar , se procedió a realizar un tabulador en el que se especificaba los materiales de representación. Realizada esta etapa procedimos a unificar la serie de acuerdo a los siguientes aspectos:

- Envolvente
- Justificación Geométrica
- Tamaño de la señal
- Familia tipográfica
- Estilo
- Color
- Grosor de la línea

Se utilizó un reforzador tipográfico a todos los pictogramas a excepción del área de fotocopiado.

Realizamos un análisis de los materiales en los cuales se detectó cual era el idóneo para la reproducción de las señales, tomando en cuenta su colocación, ángulo de visión, características físicas de la Institución.

FALTA PAGINA

No.

43

CONCLUSIONES

El presente proyecto fue el resultado gracias a la propuesta realizada por el departamento de Comunicación Social, "Revista Ser Social".

El reto fue grande puesto que Talleres Gráficos de México como empresa dedicada a las artes gráficas no detectaba que les hiciera falta señalización alguna. En efecto, cuenta con un sin número de señales pero todas dirigidas a su personal. Olvidando un pequeño detalle: sus visitantes. No había señalización de las áreas administrativas y servicios.

La experiencia resultó enriquecedora, como profesional, llevar a cabo un trabajo de esta índole, ya que para su elaboración se partió de la nada por lo que se tuvo que investigar, visitar y entrevistar. Por otro lado la satisfacción personal el descubrir y conocer otros aspectos que te alimentan como ser humano.

Respecto al diseño de la serie son los resultados esperados cumple con los objetivos planteados en un principio:

Resuelve problemas de ubicación para los visitantes de Talleres Gráficos de México.

Permite a sus visitantes ser autosuficientes en su movilidad dentro del entorno de la Empresa.

Creemos que él haber recurrido a los elementos más representativos, fue punto clave para su solución gráfica, puesto que existe una identificación de los pictogramas con la realidad. Teniendo como referencia los colores que tiene su arquitectura, permite a la serie guardar armonía con éste.

Sabiendo que Talleres como principal artífice de las artes gráficas tiene sus propios medios de reproducibilidad para la serie. Por lo tanto buscamos que su reproducción fuera accesible, sin descuidar su durabilidad, funcionalidad y apariencia.

En este campo el diseño gráfico, cuenta con amplias posibilidades de aplicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Acha, Juan, Introducción a la teoría de los signos, Edt. Trillas, 2° edición, México 1990, 170 p.
- Aicher Ott, Kramper Martin, Sistemas de signos en la comunicación visual, 3° edición, México 1991, 155 p.
- Costa Juan, Imagen global enciclopedia del diseño), Edit. CEAC, Barcelona, 1981.
- Costa Juan, De la señalética al diseño de programas, Edit. CEAC, Barcelona, 256 p.
- Diario Oficial de la Federación, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, México 1999.
- Dondis A. Donis, La sintaxis de la imagen, Edit. Gustavo Gili, Barcelona España, 1990, 211 p.
- Febris Germán, Fundamentos del proyecto gráfico, Edt. Don Bosco, México 1973, 228 p.
- Frutiger Adrián, Signos, símbolos y señales, Edit. Gustavo Gili, Barcelona España, 1981, 286 p.
- López Rodríguez, Juan Manuel, Semiótica de la Comunicación Gráfica, UAM/INBA, México 1993, 499 p.

GLOSARIO



ABSTRACCIÓN. Toda actitud mental que se aparte o prescinda del mundo objetivo y de sus múltiples aspectos. Se refiere por extensión a toda forma de expresión que se desentiende de la imagen, apoyándose en los elementos expresivos, conceptuales, metafísicos, abstractos y absolutos.

AGRUPAMIENTO. Se refiere al comportamiento de las partes con relación al todo según los principios de semejanza y proximidad. Según estos factores, las unidades próximas entre sí agrupan espontáneamente en conjuntos mayores que las contienen, siendo éste el modo más elemental de agrupamiento. Este factor cede ante el de similitud o semejanza. Los dos factores responden al principio o ley de simplicidad que se manifiesta en ambos, reduciéndo las partes a su comportamiento más simple posible, agrupando las unidades por similitud de ubicación y de forma, tamaño, color, etc.

COSTES. Acotación de los materiales componentes basándose en los costes, con el objetivo de rentabilizar al máximo el dinero invertido.

ESQUEMA DE SEÑALIZACIÓN. Inventario listado del número total y la ubicación de todos los rótulos de

un sistema de señalización, junto con la información que se da en cada rótulo.

FAMILIA TIPOGRÁFICA. Conjunto de caracteres tipográficos que guardan relación entre sí.

LOGOTIPO. Imagen tipográfica de una empresa.

LUZ AMBIENTAL. Nivel de luz general en un entorno o en un ambiente dado.

PRAGMÁTICO. Relativo a la práctica.

RETÓRICA. Modificación en la expresión del pensamiento para hacerlo más claro o fácil de entender. Modo de expresión.

SEMÁNTICO. Relativo al significado.

SINTÁCTICO. Relativo al orden de los elementos.

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA