



27 lej

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

SEMINARIO DE TITULACION: SEÑALIZACION Y SIMBOLOGIA

**Serie señalética para la casa de cultura
"Guillermo Bonfil Batalla"**

Tesis profesional que para obtener el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Presenta:

Mónica López Pérez

Directora:

Mtra. Ma. Elena Martínez Durán

Asesor:

Profr. Gerardo Clavel Cruyft

México, D.F., Julio 1999.

281150

RECEBIDA
SECRETARIA DE EDUCACION
PUBLICA
1999

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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.

Agradezco a Dios la oportunidad que me ha brindado para vivir ésta experiencia tan importante en mi vida.

A mis padres, por su presencia y apoyo incondicional de toda la vida.

A mi primo Arturo, por la paciencia y el amor que recibí en todo momento para la realización de éste proyecto.

A mis hermanos, mis tíos, Mary , Marco; por su interés y amor; sabiendo que cuento con el apoyo a cada instante.

A mis amigos, por sus palabras de aliento y fortaleza que me han brindado en todas las experiencias que he vivido, tanto difíciles como agradables.

Indice.

Introducción.

Página

Capítulo 1. Casa de Cultura "Guillermo Bonfil Batalla"

1.1	Concepto de casa de cultura.	2
1.2	Breve historia de la casa de cultura.	2
1.3	Objetivos.	3
1.4	Políticas.	3
1.5	Líneas de acción.	4
1.6	Áreas de trabajo y servicios que presta.	5
1.7	Necesidades de comunicación.	7
	Resumen capitular	10

Capítulo 2. Comunicación y Diseño.

2.1	La comunicación.	12
2.2	Comunicación visual.	12
2.3	El Diseño Gráfico en la comunicación.	14
2.4	Conceptos semióticos.	14
2.5	La señal y la señalización.	17
2.6	Señalética.	18
2.7	Pictogramas.	20
2.8	Letragrafía	21
	Resumen capitular.	22

Capítulo 3. Serie señalética para la casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla"

3.1	Análisis de la gráfica existente.	24
3.2	Delimitación de la muestra.	25
3.3	Primeras imágenes.	26
3.4	Bocetos.	27
3.5	Color señalético.	28
3.6	Tipografía señalética.	28
3.7	Ángulos de visión.	30
3.8	Retícula.	32
3.9	Proyecto gráfico.	33
3.10	Materiales.	42
3.11	Costos.	43
3.12	Verificación.	43
	Resumen capitular	44

Conclusiones.

Glosario.

Bibliografía.

Introducción.

Las casas de cultura son consideradas como núcleos vivos de arte, abiertas a todas las expresiones y a las más nobles vivencias.

La casa de cultura Guillermo Bonfil Batalla es un centro comunitario donde se difunden las manifestaciones culturales, primordialmente las que conciernen a la Delegación Iztapalapa.

La dinámica que tiene la casa de cultura es constante, debido a que las actividades que se realizan dentro y fuera de ella, son diversas; lo cual significa que constantemente es visitada y cuenta con pocas señales para la orientación de los visitantes, a las áreas de su interés; además que requiere de más señales en áreas que no están señaladas; todo esto, con la finalidad de que los usuarios se orienten rápidamente a los lugares dentro de la casa de cultura que requieren visitar.

En el primer capítulo se hace mención de algunos conceptos sobre las casas de cultura; posteriormente una breve reseña de la historia de la casa de cultura Guillermo Bonfil Batalla, sus objetivos en general, su funcionamiento además se hace un análisis de las señales existentes y las que requiere.

En el segundo capítulo nos adentramos al campo de la comunicación visual, al Diseño Gráfico como disciplina ante necesidades de comunicación visual. La semiótica como factor fundamental en el estudio más detallado de la función

de los signos. Posteriormente se hace mención de la señal como antecedente a la señalización para pasar a la señalética; mencionando a los pictogramas y los elementos formales que intervienen en ella.

En el tercer capítulo analizamos la gráfica existente (señales), para posteriormente hacer la delimitación de la muestra y todo el proceso de bocetaje, considerando los elementos fundamentales para concluir con el proyecto final de la serie señalética propuesta para la casa de cultura Guillermo Bonfil Batalla.

Capítulo 1. Casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla"

- 1.1 Concepto de casa de cultura.
 - 1.2 Breve historia de la casa de cultura.
 - 1.3 Objetivos.
 - 1.4 Políticas.
 - 1.5 Líneas de acción.
 - 1.6 Áreas de trabajo y servicios que presta.
 - 1.7 Necesidades de comunicación.
- Resumen capitular.

1.1 Concepto de casa de cultura.

De acuerdo a las aportaciones que ha realizado el maestro Víctor Sandoval, quien es creador de varias casas de cultura en México; se consideran núcleos vivos de arte en donde no existe una cultura oficial; abiertos a todas las expresiones y a las más nobles vivencias; las casas de cultura poseen programas propios según las necesidades de cada lugar y se inventan a sí mismas en el trabajo diario.

El funcionamiento de las casas de cultura difiere totalmente de los moldes tradicionales: inexistencia de reglamentos rígidos, dinamismo permanente en los planes de estudio, flexibilidad, imaginación, y un ambiente propicio que alienta el usufructo de los bienes artísticos.

La casa de cultura es un espacio de convivencia de la colectividad en donde las prácticas culturales propias de la comunidad se recrean, se valorizan y se vuelven a crear nuevas formas de interpretar la vida.

La casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla" ha procurado, durante su primer lustro de existencia, ser un espacio donde converjan una multiplicidad de patrones culturales provenientes de los diversos grupos sociales asentados en Iztapalapa; propiciando la creatividad tanto a nivel individual como colectivo; facilitando los instrumentos que permitan la recreación y creación de las múltiples manifestaciones culturales que refuerzan su herencia cultural; sirviendo de base para un proyecto plural en beneficio de sus habitantes.

La casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla" se concibe como un centro comunitario de fortalecimiento y difusión de

las manifestaciones culturales, especialmente de aquellas que son propias de Iztapalapa.

1.2 Breve historia de la casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla".

En este marco, la casa de cultura es un proyecto que se inició en el mes de octubre de 1991 y que ha sido posible su desarrollo, gracias al apoyo y participación de los vecinos, de las comunidades que conforman la Delegación Iztapalapa y de sus autoridades, así como de varias instituciones culturales que han apoyado los programas que se desarrollan desde entonces.

A principios de la segunda mitad de los ochenta un suceso que no vale la pena reseñar, cambia la vida de la familia propietaria del inmueble de estilo colonial, que ocupa actualmente la casa de cultura, quienes deciden cambiarse de domicilio y vender la casa. Los vecinos, a través de la Junta Vecinal del Barrio de Santa Bárbara, que en aquel entonces presidía el Sr. José Paz Mosco Luna, promueven la adquisición del lugar por parte de la Delegación, contando para ello con el decidido apoyo del subdelegado de Desarrollo Social Lic. Rafael Reyes Gómez, para convertirlo en un centro cultural. Después de varias gestiones y adecuaciones a la construcción, la casa inicia actividades culturales en 1991.

El nombre que lleva el recinto cultural se debe a que con motivo del fallecimiento en un trágico accidente del Dr. Guillermo Bonfil Batalla, en julio de 1991; el Centro Comunitario de Culhuacán, conjuntamente con sus amigos, discípulos y seguidores celebró el 31 de agosto de 1991 un

homenaje al estilo mexicana en memoria del Dr. Bonfil Batalla. En ese marco, la Lic. Adriana Luna Parra, asesora de la Delegación Iztapalapa, se sumó al homenaje, proponiendo que la casa de cultura, que pronto se inauguraría, llevara el nombre del Dr. Bonfil en honor a la trayectoria como promotor de la cultura popular e investigador acucioso de los fenómenos culturales de nuestro país.

El 16 de octubre de 1998 la casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla" cumplió siete años de labor cultural en la Delegación Iztapalapa.

Durante éste corto, pero fructífero tiempo, el programa cultural de la casa, ha procurado seguir la tesis de quien se honra al llevar su nombre: el Dr. Guillermo Bonfil Batalla destacado etnólogo mexicano, que en su vida profesional dio relevancia a las culturas populares; máxime que esta región del oriente de la ciudad, es rica en tradiciones y costumbres populares.

Siete años que nos han permitido acercarnos a conocer de cerca, las prácticas culturales de los iztapalapenses, a compartir y a participar de ellas, que han sobrevivido y trascendido y no sólo significan un placer enriquecedor y retroalimentador, sino que nos ha abierto la posibilidad de comprender los valores, aspiraciones, deseos, temores, felicidades o desdichas de los hombres y mujeres que las realizan y las gozan. Que manifiestan su deseo de mantener la unidad de sus comunidades dándole un sentido propio de cooperación, solidaridad y esfuerzo colectivo que, por ejemplo, en las comunidades ancestrales tienen como impulso social la organización y dinámica barrial.

1.3 Objetivos.

A) Promover la educación a través de talleres, cursos y seminarios libres: de sensibilización, exploración e introducción de enseñanzas artísticas, de ciencia y tecnología, de producción artesanal, de recreación y de animación cultural.

B) Generar, producir, y difundir diversas actividades culturales como: conciertos de música, escenificación de obras de teatro, presentaciones de danza, cine y video, exposiciones, conferencias, festivales y encuentros artístico-culturales.

C) Brindar servicios de información a través de la biblioteca, el centro de documentación histórica de Iztapalapa y videoteca, entre otros.

D) Preservar, resguardar y difundir el patrimonio histórico-cultural de la comunidad a través de talleres, seminarios, conferencias y certámenes de investigación.

E) Planificar, programar, organizar y coordinar las acciones y actividades que se realizan en la casa de cultura.

1.4 Políticas.

La casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla" es un centro cultural en el que se promueven las manifestaciones y prácticas culturales de los habitantes que conforman la comunidad iztapalapense.

La casa de cultura se concibe como un centro de aprendizaje, reflexión, investigación y recreación de las prácticas y manifestaciones culturales donde la comunidad de Iztapalapa se constituye como sujeto activo en la

producción del arte y cultura, y no como mero espectador o consumidor pasivo de mensajes culturales que pueden ser ajenos a su realidad y a sus necesidades.

La casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla" ofrece la posibilidad de una sensibilización y formación artístico-cultural orientada hacia el desenvolvimiento de las facultades creadoras y expresivas de los habitantes que forman esta comunidad, a través de talleres, seminarios y cursos libres, actividades y servicios artístico culturales, e investigaciones sobre el perfil de la comunidad.

La labor de la casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla" no se limita exclusivamente al espacio que ocupa como inmueble, sino que además realiza programas de extensión cultural, haciendo uso de aulas, explanadas, plazas públicas, centros culturales y sociales, y de todos los foros y espacios donde se pueden generar acciones culturales.

La casa de cultura es un espacio comunitario, donde se revaloran las expresiones cotidianas como forma fundamental de cultura que procura imprimir e impulsar en todas sus tareas. Esto significa la revaloración de la identidad comunitaria al poner énfasis en los procesos de formación de las pautas culturales que le son propias y conforman sus culturas populares.

1.5 Líneas de acción.

La casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla" se rige en torno a seis líneas de acción.

1. Planificación y administración cultural.

Realización del diagnóstico sociocultural, elaboración de estrategias; diseño y preparación de planes y programas culturales. Costo del plan, así como de las modalidades de financiamiento y las fuentes y uso de recursos financieros y materiales. Procuración y afinidad de los recursos humanos, así como su formación y capacitación vinculada al desarrollo de los planes y programas culturales.

2. Educación.

Implementación de talleres y cursos libres concebidos como un proceso grupal dinámico y participativo que procure atender las necesidades socioculturales de la comunidad con programas flexibles que no admiten consecuencias y estructuras rígidas, donde prevalezcan la práctica, la materialización y la producción de lo que se enseña.

3. Promoción y difusión.

Generar, producir, ser receptor y difundir diversas actividades, artístico culturales en las siguientes áreas:

Artes plásticas (exposiciones de pintura, artes gráficas, escultura, etc.)

Artes auditivas (conciertos de grupos musicales de diversos géneros).

Artes escénicas (teatro, danza, pantomima, títeres, etc.)

El mensaje cultural audiovisual (cine, radio, televisión, etc.)

Las culturales populares y las culturas tradicionales (comida, vestido, medicina tradicional, leyendas, etc.)

El medio ambiente histórico cultural (divulgación de hechos históricos, artísticos o típicos etc.)

La historia y modos de vida de los pueblos (personajes históricos, artísticos o típicos, celebraciones y fiestas populares, etc.)

Así como la implementación de eventos multidisciplinarios que aborden diversas áreas culturales en festivales, encuentros, etc.

Producir y difundir a través de los medios impresos y audiovisuales las diversas actividades que ofrezca, programe y organice la casa de cultura.

4. Participación y vinculación con la comunidad.

Animar diversas alternativas de participación y organización a todos los sectores de la comunidad en el desarrollo de sus propios procesos culturales.

Involucrar a los ciudadanos más interesados en el quehacer cultural de la casa de cultura de manera organizada y comprometida.

Brindar asesoría y apoyo a otros centros culturales y educativos, grupos artísticos y comunitarios.

5. Divulgación del patrimonio cultural.

Creación de clubes, talleres y seminarios de investigación y acopio de información sobre el perfil cultural de la comunidad, barrio y región. Registro de diversos tópicos de la historia y de la tradición oral.

Edición de diversos temas de la cultura local.

Identificación y elaboración de directorios y guías de la infraestructura cultural, de agentes y bienes culturales, de hechos y lugares artísticos o históricos.

6. Servicios culturales.

Implementación, preservación, consulta, control y resguardo de la biblioteca, fototeca, centro de documentación histórica de Iztapalapa y archivos diversos. Ventas de libros, artesanías y objetos culturales.

Implementación y permanencia de una galería donde se difundan exposiciones de obra plástica y de temas didácticos diversos, de manera cíclica y permanente.

1.6 Areas de trabajo y servicios que presta.



Fachada

Descripción física: La Casa de Cultura Guillermo Bonfil Batalla, es un inmueble de estilo colonial, que consta de varios espacios en su interior, que han sido ambientados como: galería, oficinas administrativas, biblioteca, ampliada también a hemeroteca, aulas de uso múltiple, áreas a la interperie en la parte de los patios, que funcionan como pequeños foros donde se realizan conferencias u obras teatrales, abiertos al público interesado, consta también de áreas verdes y sanitarios para los visitantes.



Entrada principal

El tipo de iluminación es buena, ya que la existencia de varias ventanas en todos los espacios ambientados en el interior de la casa; permiten proyectar bastante luz natural cuando se trata del día, también es importante mencionar que cuenta con buena luz artificial; esto significa que la mayor parte del tiempo la casa de cultura está bien iluminada tanto natural como artificialmente.

La casa de cultura está pintada en toda su fachada de color blanco, y en sus interiores también; esto provoca que tenga mayor luminosidad.

El programa de la casa de cultura se desarrolla en seis áreas de trabajo: educación, servicios culturales, promoción y difusión, investigación, administración, planeación y la participación comunitaria.



Recorrido entrada a la biblioteca

La educación, se imparte mediante talleres y cursos como danza, poesía, lectura, guitarra, dibujo, teatro, a través de ellos se procura difundir técnicas y habilidades de las diversas manifestaciones artísticas culturales, en la búsqueda de incrementar la sensibilidad en la población y enriquecer su visión del mundo.

Servicios culturales, con los que actualmente se cuenta son: la biblioteca pública que en cuatro años con base en

donaciones tanto de la comunidad como de las diversas editoriales, así como adquisiciones de enciclopedias; una videoteca. El Centro de Documentación Histórica de Iztapalapa que contiene 12mil documentos facsímiles del siglo XVI a la fecha, ochenta grabaciones orales realizadas a las personas mayores, 210 referencias bibliohemerográficas sobre diversos temas de Iztapalapa y la Cd. de México; también se cuenta con 200 fotografías de Semana Santa. Una galería compuesta por dos salas cerradas y una explanada al aire libre.

La investigación, se ha realizado a través del acopio de información existente sobre Iztapalapa, que ha venido enriqueciendo el acervo original del Centro de Documentación y de particular importancia es destacar que la Delegación promueve la investigación comunitaria con el Programa Late Iztapalapa, que impulsa la oficina del proyecto editorial cuya sede se encuentra en esta casa de cultura.

Promoción y difusión cultural, se persigue buscar tanto las producciones culturales locales, como otros ámbitos. Destaca nuestra participación en las semanas culturales de Semana Santa, de la Independencia, de la Revolución Mexicana; así como también del Festival del Fuego Nuevo, el Carnaval, los intercambios con otras delegaciones, la coordinación de eventos infantiles del programa "Alas y Raíces a los niños" del CNCA, el programa de prestaciones y lectura de escritores todos los jueves, por citar sólo algunos.

Administración y planificación cultural, en donde además de contar con un programa de trabajo que nos marca objetivos y metas, capacitación y retroalimentación, intercambios y acuerdos con otros centros culturales o instituciones, así como el organigrama y las funciones respectivas que, año con año, se viene revisando y actualizando.

Participación y vinculación con la comunidad, por lo que venimos impulsando su participación: empezamos con un acercamiento con los presidentes de barrios y colonias, así como de los líderes naturales, en 1994 se crea el primer Consejo de Cultura de esta casa que tiene como propósito coadyuvar en las tareas que se realizan aquí.

1.7 Necesidades de comunicación

La casa de cultura Guillermo Bonfil Batalla está ubicada en el Barrio de Santa Bárbara, cerca del centro de la delegación Iztapalapa; de lo que podemos mencionar a un tipo de usuario de diferentes edades (niños, adolescentes, adultos, personas de la tercera edad); estadísticamente hablando, se calcula un 50% de usuarios pertenecientes a la clase media-baja; un 20% de usuarios que son obreros (sueldo mínimo), y amas de casa; y un 30% de usuarios perteneciente a la clase media.



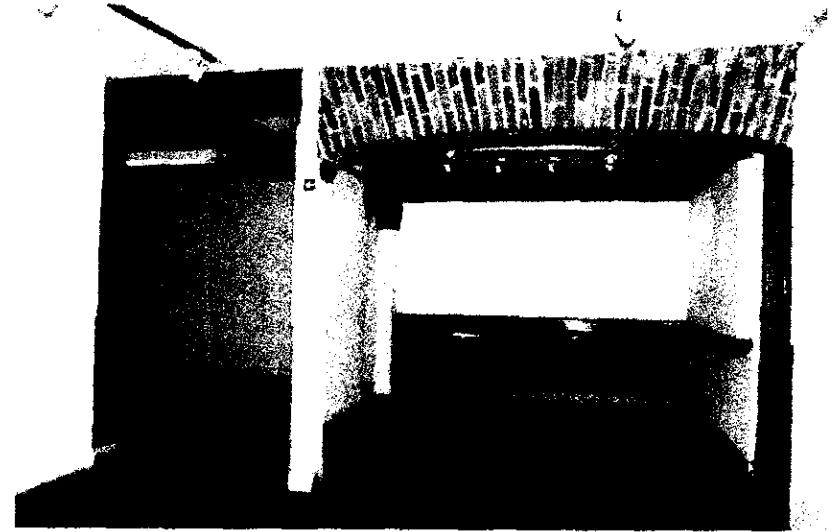
Vista ángulo derecho

Análisis de la muestra gráfica existente:

La casa de cultura cuenta con su propia identidad gráfica símbolo: colibrí prehispánico dentro de un círculo con grecas prehispánicas), que de alguna forma la identifica con otras casas de cultura existentes.

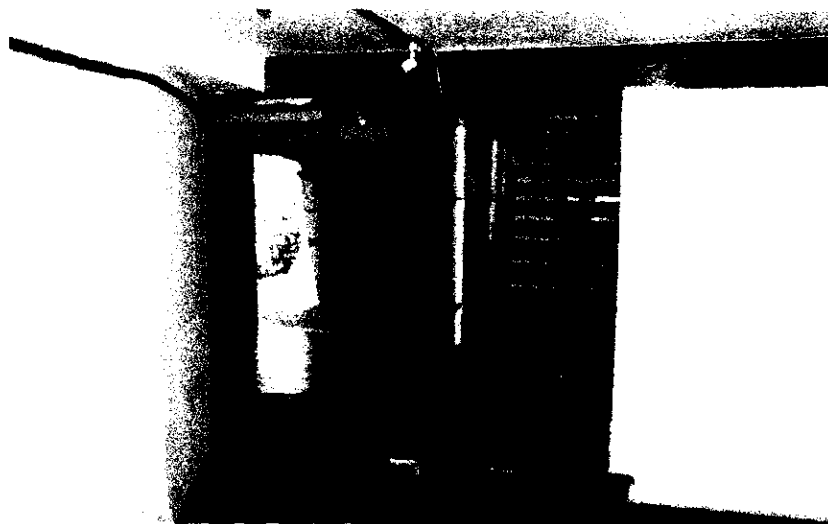
Al hacer un recorrido en las instalaciones de la casa de cultura no se observa ningún mensaje gráfico de orientación para el desplazamiento a las áreas que el usuario quiera ir; con excepción de una hoja de papel bond tamaño carta puesto en la planta alta donde se encuentra un escritorio y la hoja pegada que contiene un trazo a mano alzada y de manera informal un libro y un letrero que dice: biblioteca, con una flecha en la parte inferior del libro dibujado. En la galería están colocadas flechas (muy pequeñas) de color

blanco y fondo café oscuro que indican el recorrido de secuencia para observar alguna exposición montada.

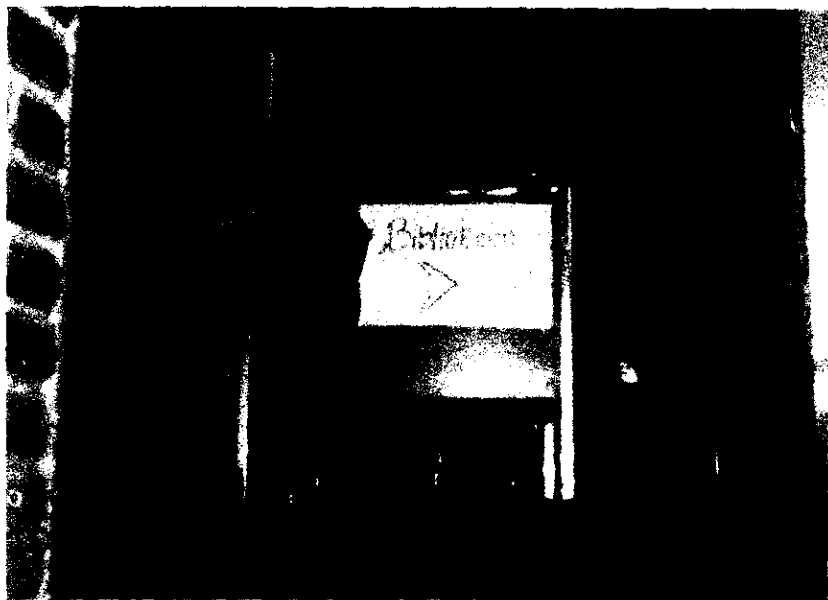


Galería

Al hacer de manera general éste análisis, se llega a la conclusión de que realmente hay una ausencia de mensajes gráficos que guíen al usuario a realizar sus desplazamientos en el interior de la casa de cultura; ya que hay lugares que no es tan fácil de encontrar rápidamente por que se encuentran escondidos; por lo que la señalética propone una solución a través de mensajes gráficos o visuales, cuyo objetivo es de orientar a los usuarios, en éste caso a los usuarios de la casa de cultura y visitantes.



Recorrido al área administrativa y biblioteca



Gráfica existente

"Informe anual de la casa de cultura Guillermo Bonfil Batalla"
Lic. Manuel Arias Leal.

Resumen capitular

Las casas de cultura son espacios abiertos a la comunidad en general, donde sus actividades y programas varían de acuerdo a las necesidades de cada una de ellas. El funcionamiento de las casas de cultura difiere totalmente de los moldes tradicionales.

La casa de cultura Guillermo Bonfil Batalla comenzó a funcionar el 16 de octubre de 1991. Se concibe como un centro de aprendizaje, investigación y recreación de las prácticas y manifestaciones culturales, principalmente las que conciernen a Iztapalapa.

Dentro de los objetivos generales de la casa de cultura mencionaremos, la difusión y promoción cultural a través de promover la educación, generando y difundiendo diversas actividades culturales como: (conciertos de música, obras de teatro, conferencias, exposiciones, etc.).

Dicha casa de cultura ofrece la posibilidad de una sensibilización y formación artístico cultural orientada al desarrollo de facultades creadoras y expresivas de los habitantes que forman parte de esta comunidad.

La casa de cultura realiza programas de extensión cultural, haciendo uso de explanadas, aulas, plazas públicas, etc.

Los servicios que presta son varios como: la educación; se realiza mediante talleres y cursos de dibujo, teatro, lectura, poesía, etc.

Los servicios culturales con los que cuenta son: la biblioteca pública, la hemeroteca, el centro de documentación, galería, foro al aire libre, que funcionan para dar

conferencias, o para cualquier tipo de actividad como teatro y danza.

La investigación se realiza a través del acopio de información existente sobre Iztapalapa.

La promoción y difusión cultural se desarrolla con la participación de las semanas culturales de semana santa, del día de la Independencia, del Festival de Fuego Nuevo, etc.

En síntesis se ha mencionado la forma como trabaja la casa de cultura; lo que nos lleva a revalorar la importancia de su funcionamiento en un entorno social determinado. Haciendo mención de la detección de necesidades de comunicación visual, ya que existen pocos mensajes visuales para ubicar los espacios interiores de servicios que la casa de cultura presta.

Capítulo 2. Comunicación y Diseño

- 2.1 La comunicación.
- 2.2 Comunicación visual.
- 2.3 El Diseño Gráfico en la comunicación.
- 2.4 Conceptos semióticos.
- 2.5 La señal y la señalización.
- 2.6 Señalética.
- 2.7 Pictogramas.
- 2.8 Letrografía.
- Resumen capitular.

2.1 La comunicación.

La comunicación , no tiene una definición precisa; por que es vista desde muchos puntos de vista (ideológicos, políticos, económicos, etc.).

Podemos considerar a la comunicación susceptible de ser estudiada, pero en lo que concierne a nuestro propósito *para analizarla dentro del ámbito de la comunicación visual*; que es lo que nos interesa, necesitamos situarla en un enfoque disciplinario; esto significa que; toda comunicación involucra signos y códigos, donde los primeros se refieren a los conceptos significativos, y los segundos a los sistemas de organización de los signos, determinando su inter-relación con los signos.

Estos signos o códigos son transmitidos, mostrando la posición de otros y transmitir o recibir códigos, signos o comunicación es la práctica de las relaciones sociales.

"La comunicación es central en la vida de nuestra cultura, sin ella la cultura moriría; y como consecuencia, podemos mencionar, que el estudio de la comunicación implica también un estudio de la cultura a la cual se está integrada."

(1)

2.2 Comunicación visual.

La vida del ser humano, va acompañada de una actividad perceptiva que le permite conocer la realidad donde vive. Cualquier lenguaje para poder comunicar debe tener un código que permite la transmisión de una información entre el emisor y el receptor, esto significa la

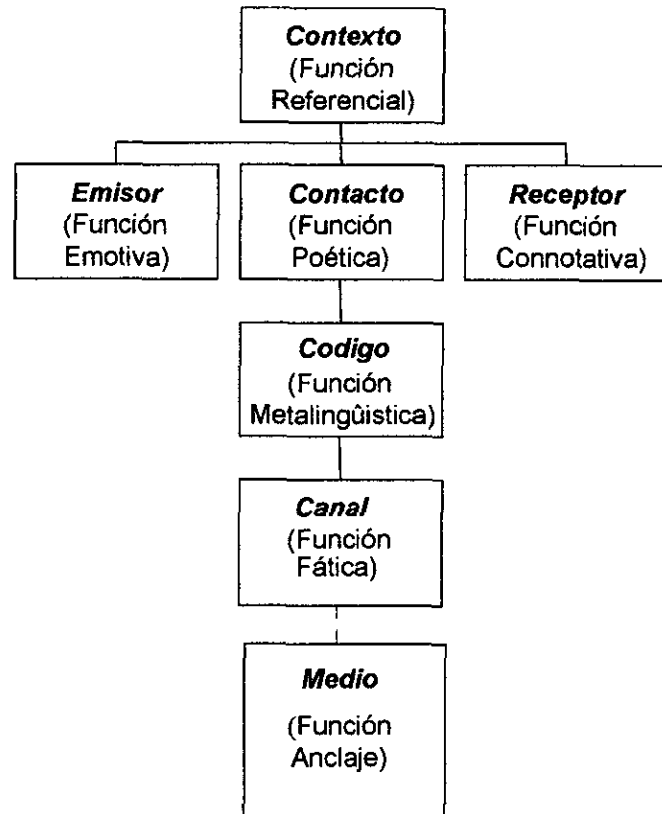
relación entre quien envía la información y quien la recibe, lo que nos lleva a definir el lenguaje visual que utiliza signos que el ser humano capta mediante una percepción visual. Esta comunicación se da a través de mensajes enviados por un emisor a un receptor donde el emisor utiliza canales para la transmisión de un mensaje que permita llevar una inmediata reacción por parte del receptor a quien fue enviado un mensaje, y de esto nos habla de una forma más detallada Roman Jakobson:

Hablar del modelo de comunicación de Jakobson, es significativo, por que a través de los elementos que lo integran nos ofrece una manera completa para considerar todos los recursos posibles para que el acto de comunicación se dé eficazmente y que el codificador de un mensaje tome en cuenta todos los factores y funciones que se desarrollan y que los usuarios de los mensajes; en éste caso nos referimos a las señales ; lleven información concreta y precisa como consecuencia de una necesidad de comunicación en un espacio y lugar determinado.

Jakobson se interesa en el significado y la estructura interna del mensaje, que conlleva a tener un puente en la escuela centrada en el proceso y la escuela semiótica.

Plantea los factores que deben estar presentes para que la comunicación sea posible, y posteriormente modela las funciones que el acto comunicativo realiza, y se esquematiza de la siguiente forma:

1. Fiske John. "Introducción al estudio de la comunicación".



EMISOR. Se relaciona con el mensaje; es una *función emotiva* o expresiva comunica las emociones, actitudes, status del emisor y los elementos que hacen que el mensaje sea únicamente suyo. También es necesario tomar en cuenta la emotividad del receptor.

CONTACTO. Es la relación del mensaje consigo mismo aquí se hace una elección para transmitir un mensaje; el mensaje seleccionado es el contacto; (que en este caso son señales). La *función enunciativa*, y *poética* se dan dentro del contacto, donde la primera consiste, cuando el emisor propone dicho contacto; el contacto es el enunciado, (un poster, un folleto, señales, etc.). La *función poética*, es la forma de representar el mensaje.

RECEPTOR. A quien va dirigido el mensaje, es una *función connotativa* por que se dirige al efecto que puede provocar el mensaje sobre el receptor esto significa a llamar la atención al receptor.

CONTEXTO. Dentro del contexto entra la *función referencial* que es la orientación a la realidad del mensaje, siendo también una comunicación objetiva basada en hechos, es verídica y objetiva.

CODIGO. Dentro de éste factor comunicativo interviene la *función metalingüística* que nos facilita la identificación de un código utilizado, se considera que todos los mensajes contienen una función metalingüística explícita o implícita.

CANAL. Es la vía física del mensaje, en este factor interviene la *función fática* nos permite mantener abiertos los canales de comunicación, a la vez interviene en la relación entre el emisor y el receptor y en la confirmación que la comunicación se está realizando.

MEDIO. Se refiere al soporte gráfico que contiene el mensaje enviado por el emisor. La *función de anclaje*, por que aquí, nos referimos a un contacto masivo, a la vez extenso; donde se llama la atención del espectador, quien graba imágenes y sonidos, esperando más información de la idea o producto.

Al hacer mención de éste modelo de comunicación se hace preciso mencionar la importancia que tiene dentro del proceso de comunicación visual.

2.3 El Diseño Gráfico en la comunicación.

El Diseño Gráfico como disciplina aparece para satisfacer necesidades de comunicación visual.

"El diseñador es, en términos de comunicación, el codificador de los productos y los mensajes; es quien ejerce la interpretación creativa de los datos de la base relativos a un propósito definido". (2)

El mensaje es el resultado material del Diseño Gráfico. "Un mensaje gráfico es un conjunto de signos extraídos de un código visual determinado que son ensamblados, según un cierto orden".(3) El Diseño Gráfico trabaja en síntesis con los signos que corresponden a sus códigos, los tipográficos pertenecen a los códigos lingüísticos, las figuras e imágenes corresponden a los códigos icónicos.

El Diseño como *información funcional* "se orienta a la utilidad pública, al individuo de una sociedad con el fin de facilitar informaciones utilitarias correspondientes a sus

propias necesidades y expectativas, sobre todo vinculadas a la movilidad social, a una complejidad de los productos técnicos y a la exigencia de informaciones que todo ello requiere y como ejemplos podemos mencionar: el grafismo cartográfico, los planos y mapas la señalética y los sistemas de signos codificados" (4).

Al haber hecho el planteamiento de lo que el acto de comunicación y el Diseño Gráfico como disciplina nos pueden aportar para enviar mensajes, que lo que nos interesa son las señales, es importante hacer referencia de lo que la semiótica nos ofrece como disciplina sobre el estudio de los signos y su funcionamiento en el acto de comunicación.

2.4 Conceptos semióticos.

En este punto se plantea de manera de análisis la concepción teórica que tienen algunos autores acerca del tema a tratar : "el signo" y su funcionamiento dentro de una sociedad con necesidades de comunicación visual; donde dichos conceptos semióticos son útiles para la asimilación clara y directa de un mensaje enviado a un público específico y en este caso ese mensaje visual serán señales.

2. Costa Joan "Imagen Global"

3. Ibid

4. ibid.

Para la semiótica, la comunicación es la generación de significados en los mensajes (ya sea por parte del codificador o del decodificador)

Semiótica.- Es el estudio de los signos y su funcionamiento.

Los iniciadores de la semiótica actual son:

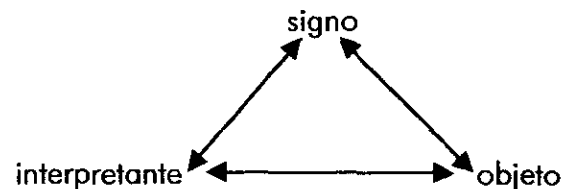
El filósofo Peirce y el lingüista Ferdinand de Saussure.

Ambos estuvieron de acuerdo en que "el signo es el punto central para cualquier comprensión de la semiótica"

Para Peirce "El signo es algo que de alguna manera o capacidad representa algo por alguien. Se dirige a alguien, crea en la mente de esa persona un signo equivalente o tal vez más desarrollado llamando a éste interpretante, que es el concepto mental del usuario del signo (escritor, hablante, escucha, lector, etc.)

"Un signo se refiere a algo diferente de sí mismo- el objeto – y es comprendido por alguien esto significa que tiene un efecto en la mente del usuario del signo. (5)

Representado gráficamente:



Niveles de los signos.

Objeto	Cualisigno	Sinsigno	Legisigno
Representamen	Icono	Indice	Símbolo
Interpretante	Rema	Dicent	Argumento

Objeto denominamos de ésta forma, cuando se expresa cualquier cosa por medio de los signos.

Representamen o *signo* es donde se tiene referencia de algo, en los aspectos o características de las cosas.

Interpretante es la idea que el usuario tiene del signo.

Primera tricotomía del Objeto:

Cualisigno, es la cualidad primaria y elemental del signo, que operan a la vez de manera aislada e independiente, con un significado sencillo y único; (punto, cuadrado, triángulo, etc.).

Sinsigno es la puntualización de algo; se asocian varios cualisignos, formando así otros signos.

Legisigno es un signo que es comprendido como una ley establecida por el ser humano, esto quiere decir que se vuelve convencional y se generaliza. Todo legisigno requiere sinsignos.

Segunda tricotomía del Representamen o signo:

Icono. es un signo que representa al objeto predominante por similaridad, esto quiere decir que el icono debe parecerse al objeto; por ejemplo: las representaciones del objeto tales como la fotografía, la pintura figurativa, el dibujo, etc.

Existe una clasificación de los iconos: (6)

1.- *Identificativos.* Podemos saber cual es su objeto a través de la reproducción de algunas características.

2.- *Descriptivos.* Tienen una descripción más o menos detallada de las características del objeto; (altura, color, edad, raza, brillo, dureza, opacidad, suavidad, etc.)

3.- *Normativos.* Se determina por que la imagen nombra al objeto.

4.- *Vicariales.* Aparecen en apoyo de un texto.

Índice signo que tiene una conexión real con el objeto que indica.

El índice tiene que ser preciso y monosémico (un solo significado). El índice nace de la necesidad de señalar, prohibir, orientar, mostrar, etc. Dentro de la señalización puede ir desde señalamientos de carretera, en zonas arqueológicas, cruces peatonales, etc.

El índice es cualquier cosa que nos obligue a fijar la atención o realizar una acción .

Símbolo. signo que conlleva su significado, su razón de ser en sí mismo, facilitan mucho la comunicación por que

contribuyen a reforzar los pensamientos, opiniones, creencias, y aspiraciones del receptor. En el símbolo nos re-encontramos, nos reconocemos, esto significa que nos da identidad, por ejemplo (los símbolos nacionales).

Tercera tricotomía del Interpretante:

Rema es un signo que contiene la esencia de lo que se representa, en este caso es el objeto.

Dicent representa un signo de existencia real y obtiene un aspecto final con todas sus cualidades.

Argumento es el signo donde se globalizan totalmente todos los elementos del mensaje, es culminación de un concepto y la aplicación del mismo.

A parte de las características del signo, también existen las dimensiones del mismo y son las siguientes:(7)

Dimensión sintáctica- Se considera la relación de signo a signo.

Dimensión semántica- Se considera la relación entre el signo y su significados.

Dimensión pragmática- Es la relación entre el signo y sus usuarios.

Para adentrarnos más a lo que nos interesa, y después de haber analizado el área práctica del signo, uno de los elementos que hacen aparición como antecedente a la señalización, y posteriormente a la señalética, es *la señal*

6. López Rodríguez Juan Manuel. "Semiótica de la comunicación gráfica".

7. Ott Aicher, Krampen Martín. "Sistemas de signos en la comunicación visual"

2.5 La señal y la señalización.

La señal. Es considerada como un medio de comunicación más activo en un entorno social, provocando una reacción inmediata por parte del individuo teniendo un sentido de indicación, orden, advertencia, prohibición o instrucción. La señal se introduce en el campo de visión del individuo casi en contra de su voluntad.

Jerarquización de las señales:

Prohibición absoluta (circulación unidireccional, de paro, etc.)

Prohibición restrictiva. Aquellas que permiten solo el tráfico de medios de transporte público.

Prohibición ilustrativa. Donde se indica por ejemplo, la de girar al lado izquierdo o a la velocidad máxima permitida.

Señales instructivas. De cruce inminente, curva cerrada, etc.

Señales informativas. Presencia de un estacionamiento próximo, distancias o indicadores de dirección, etc.

Posteriormente al haber hablado ya de algunas características de la señal, viene la señalización, presentándose como antecedente histórico antes de introducirnos detalladamente a la señalética.

Señalización

La señal, índices, señales, o sistemas de señales; transmiten una información gráfica simplificada y condensada en

códigos que orientan al receptor en espacios determinados. Lo que señaliza se refiere a una señal movable, esto se refiere a los espacios, itinerarios, lugares recorridos, implicando cierta señal conductual dentro de una sociedad en movimiento.

Las señalizaciones desde el principio y hasta nuestros días son un marcaje de itinerarios, lugares de caminos, rutas, y también el marcaje de los lugares, siendo así una orientación en definitiva. La señalización marcaba los caminos en los tiempos que éstos no existían (las piedras fueron los primeros útiles señalizadores, donde a través del tiempo se prosiguió a la forma práctica de la señalización.

La señalización vial.

La identificación de las calles y las casas, se convertiría en la base de nuestra señalización urbana dando inicio al sistema de nomenclaturas de calles, y la numeración de las casas. Posteriormente viene uno de los elementos que ha devenido y es indiscutiblemente universal: *la flecha*, su origen se remonta al gesto indicativo de la mano. Con el dedo índice tendido que tiene un significado claro y conciso: (indicar). Con el crecimiento poblacional y los medios de transporte dentro de una vida urbana, la flecha se convirtió en un signo obsesivo dentro de la circulación humana; nuevas necesidades de señalización van surgiendo y es así como nace el código peatonal, luego surgen los sistemas de señalización vial.

El mensaje visual en la señalización (8)

Nivel pragmático . Los signos se unifican dentro de las prácticas socioculturales del receptor. Los diversos pictogramas que forman un sistema de señalización, orientan en un espacio determinado a un receptor; dentro de este nivel cumple objetivos necesarios de impacto visual, iluminación, distancia contraste de color interno, contraste en su entorno y contraste fondo- figura.

a) *Nivel sintáctico*. Se refiere a la conexión de unos signos con otros.

Un pictograma debe tener una íntima relación entre fondo- figura con los demás pictogramas de un sistema de señales.

b) *Nivel semántico*. Es la interpretación; asignamos significado a un signo en la forma que conocemos su contexto.

2.6 Señalética.

"La Señalética es parte de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos" (9).

Esto se da en la orientación en un espacio determinado para la mejor y más rápida accesibilidad de los servicios requeridos, logrando una mayor seguridad en desplazamientos y las acciones dentro de sus funciones

esenciales, podemos mencionar la instantaneidad informativa y la universalidad.

Diferencias entre Señalización y Señalética. (10)

Señalización

1. Tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior.
2. Es un sistema determinante de conductas.
3. El sistema es universal y está ya creado como tal íntegramente.
4. Las señales preexisten a los problemas itinerarios.
5. El código de lectura es conocido a priori.
6. Las señales son materialmente normalizadas y homologadas, se encuentran disponibles en la industria.
7. Es indiferente a las características del entorno.
8. Aporta al entorno factores de uniformidad.
9. No influye en la imagen del entorno.
10. La señalización concluye en sí misma.

8. López Rodríguez Juan Manuel "Semiótica de la comunicación gráfica"

9. Costa Joan "Señalética"

10. Ibid.

Señalética (11)

1. Tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado (interior y exterior).
2. Es un sistema optativo de acciones. Las necesidades son las que determinan el sistema.
3. El sistema debe ser creado y adaptado en cada caso particular.
4. Las señales y las informaciones escritas, son consecuencia de los problemas precisos.
5. El código de lectura es parcialmente conocido.
6. Las señales deben ser normalizadas, homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente.
7. Se supedita a las características del entorno.
8. Aporta factores de identidad y diferenciación.
9. Refuerza la imagen publica a la imagen de marca de las organizaciones.
10. Se prolonga en los programas de identidad corporativa o deriva de ellos.

Características de la comunicación señalética. (12)

Finalidad.	Funcional 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.
 Espacialidad. _____ Secuencial – discontinua.
 Persistencia memorial. _____ Extinción instantánea.

Las funciones y la especificidad de la señalética.

En este punto se sitúa a la señalética dentro de un conjunto de sistemas que componen el contexto comunicacional – social. La señalética presenta rasgos muy específicos que *determinan su especificidad*.

La comunicación señalética es efecto de la movilidad social, en la profusión de servicios que genera en función de los individuos.

La señalética es una disciplina técnica aplicable a la morfología espacial, arquitectónica, urbana, y a la organización de los servicios sobre todo públicos, semipúblicos y de trabajo.

Su finalidad es la información inequívoca e instantánea.

En su funcionamiento existe una interacción automática de mensajes visuales que afectan a individuos, y actos de comportamiento como reacción de estos mensajes.

Su sistema comunicacional se compone de un código universal de señales y signos (símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos).

Su estrategia comunicacional es a través de mensajes fijos dispuestos a la atención voluntaria y selectiva del usuario en puntos clave del espacio que plantea dilemas de comportamiento.

11. Costa Joan "Señalética"

12. Ibid.

La señalética rehuye provocar impacto, imponerse a la atención del público, recurrir a la atención estética.

Su lenguaje es especialmente monosémico, no discursivo; evita toda retórica visual.

Máxima información con los mínimos elementos y con el mínimo esfuerzo de localización y comprensión por parte del receptor.

Su presencia es silenciosa, su secuencialidad o espacialidad es discreta; su utilización es optativa; su condición funcionar y borrarse de inmediato del campo de conciencia de los individuos.

La señalética se considera como una evolución de la práctica de la señalización, aplicada a problemas particulares de información espacial integrándose al espacio- ambiente; contribuye a promocionar una imagen de marca.

La forma práctica de la señalética, aplicado al proyecto obedece a mensajes visuales con la mayor legibilidad posible para el receptor de dichos mensajes; y la manera más óptima de representarla es a través de los pictogramas.

2.7 Pictogramas. (13)

Los pictogramas son portadores de información puntual, concisa y de fácil identificación.

Todos los pictogramas de un sistema simple o complejo deben mantener una unidad tanto en sus rasgos como en su

funcionalidad para que sean identificados como parte de un sistema.

Desde su historia, la primera tentativa de crear un sistema de signos gráficos, la comenzó el Dr. Otto Neurath (1920) con motivo de una exposición sobre Construcción de viviendas en Viena; más tarde, la nombró un sistema ISOTYPE.

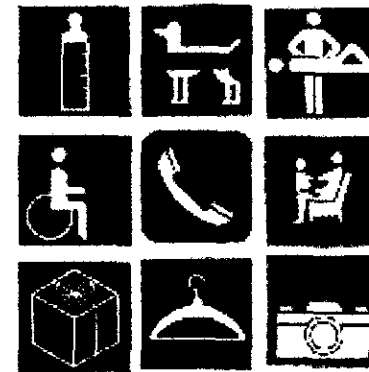
Para Ott Aicher, en su opinión un pictograma debería ser *enteramente comprensible con solo tres miradas*:

1ª mirada; donde se perciban las propiedades importantes de un objeto.

2ª mirada; las menos importantes.

3ª mirada; los detalles.

Por lo tanto, en un proyecto de un pictograma deberían suprimirse todos los detalles y variaciones superfluas.



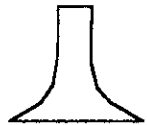
13. Aicher Ott. Krampen Martín. "Sistema de signos en la comunicación visual"

2.8 Letrografía.

Cada letra implica tantas asociaciones mentales en el receptor como códigos de lectura visual existan" (14).

Al diseñar con letras, la elección de éstas debe corresponder a la idea referida y al código visual determinante en el área social de la comunicación.

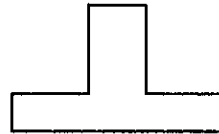
"La letra es una forma cargable de significados debe afirmar el contenido en lugar de desvirtuarlo" (15).



(serif triangular).



(serif lineal)



(serif rectangular)

La estructura de la letra en lo que respecta a sus partes, puede tener distintos groesos aunque esto no altera el alto sino el ancho:

- a) Finas.
- b) Medias.
- c) Gruesas.

La fina, se considera como blanca, y la gruesa como negra, el nivel posterior a la negra es la extranegra o bold. Todo aumento en el espesor de las partes estructurales se efectúa tanto haciadentro como hacia fuera.

La llamada "normal" es una letra de estructura estable, corriente institucionalizada a través de los años. La condensada es una letra estrecha. La extendida es característicamente ancha; estas diferencias de anchura no alteran nunca el alto de las letras.

Las estructuras de las letras determinan tipos simétricos y asimétricos.

14. Beltrán Felix. "Letrografía".

15. Ibid.

Resumen capitular.

La comunicación dentro de nuestra sociedad forma parte de una cotidianidad, a la vez que es central en la vida de nuestra cultura.

Cualquier lenguaje, para comunicar debe tener un código que nos permita la transmisión de un mensaje entre el emisor y el receptor; donde el emisor utiliza canales al enviar dichos mensajes.

Posteriormente se hace mención de los elementos que intervienen en un proceso comunicacional y se plantean las funciones que dichos elementos realizan, pasando así a situarnos dentro del estudio de la semiótica y su importancia en el estudio de los signos; su funcionamiento dentro de la comunicación visual.

Peirce lingüista norteamericano nos plantea su teoría acerca del funcionamiento del signo y la tricotomía que habla de los niveles de los signos importantes para el desarrollo del proyecto.

La señal es un signo que provoca una reacción inmediata por parte del individuo, teniendo un sentido de indicación, orden, advertencia, prohibición o instrucción.

La jerarquización de las señales es la siguiente:

Prohibición absoluta, prohibición restrictiva, prohibición ilustrativa, señales instructivas; señales informativas.

La señalización regula los flujos humanos en el espacio exterior, su sistema es universal.

La señalética surge como consecuencia de una necesidad de

movilidad en un espacio dado; tanto interior como exteriormente; su función debe ser instantánea e informativa.

Capítulo 3. Serie Señalética para la casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla"

- 3.1 Análisis de la gráfica existente.
- 3.2 Delimitación de la muestra.
- 3.3 Primeras imágenes.
- 3.4 Bocetos.
- 3.5 Color señalético.
- 3.6 Tipografía señalética.
- 3.7 Ángulos de visión.
- 3.8 Retícula.
- 3.9 Proyecto gráfico.
- 3.10 Materiales.
- 3.11 Costos.
- 3.12 Verificación.
- Resumen capitular.

3.1 Análisis de la gráfica existente

En el recorrido realizado en la casa de cultura "Guillermo Bonfil Batalla" se observó en general pocas señales para indicar los lugares de servicios que presta ; teniendo éstas las siguientes características:

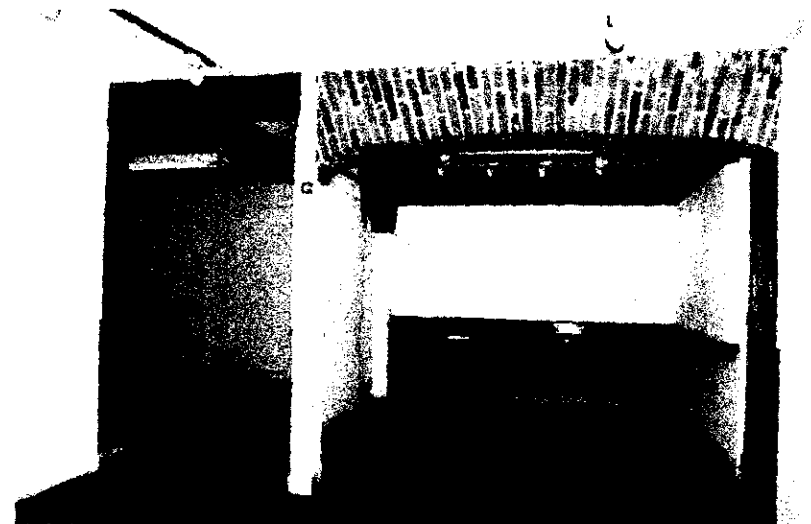
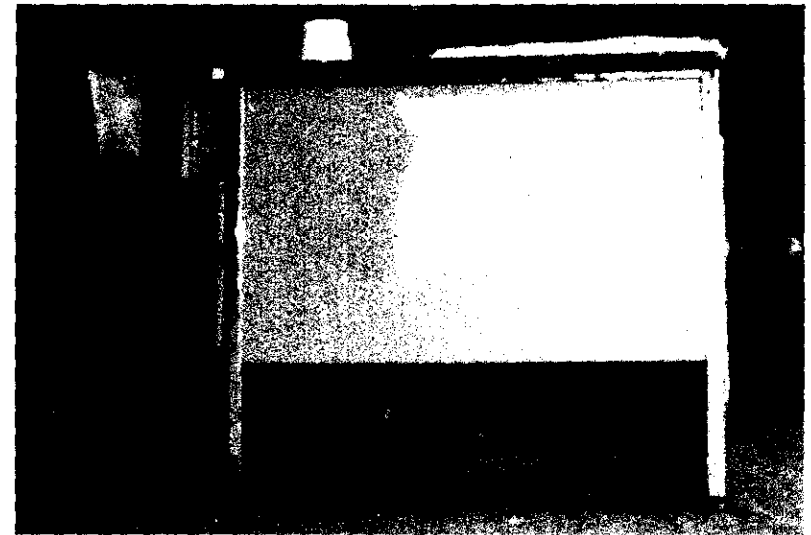
Para señalar el área de la biblioteca se utiliza un letrero con soporte frágil (papel bond), con tipografía trazada a manoalzada; carece de justificación geométrica, la tipografía y el color fueron elegidos arbitrariamente por consiguiente no se integra al entorno.

Las otras señales existentes, carecen de visibilidad; por citar un ejemplo; las flechas que están colocadas en el interior de la galería no son reconocidas a primera vista por los usuarios, ya que están muy pequeñas y se pierden, lo cual dificulta la orientación rápida que requiere el usuario para sus desplazamientos tanto al área administrativa como a la biblioteca.

Las señales que se encuentran en los sanitarios, no tuvieron un estudio detallado para su ubicación; puesto que están adosadas a una altura superior que impide la codificación y se encuentran escondidas; la tipografía está en altas y al igual que el ejemplo anterior, no son legibles rápidamente por el formato que tienen.

Todo esto nos lleva a concluir que en general, no hay coherencia formal en las señales existentes, carecen de visibilidad e impacto visual, los formatos son variables, sin

un estilo gráfico. No cumplen con la finalidad de la función señalética.



Para los servicios que presta la casa de cultura se considera necesaria la existencia de una serie señalética para mayor comodidad por parte de los usuarios.



3.2 Delimitación de la muestra.

Los servicios que presta la casa de cultura son varios; y en la detección de los más concurridos por los usuarios se plantean los siguientes:

Galería
Biblioteca
Foro al aire libre
Área administrativa
Salón de usos múltiples 1
Salón de usos múltiples 2
Salón de usos múltiples 3
Sanitarios mujeres
Sanitarios hombres

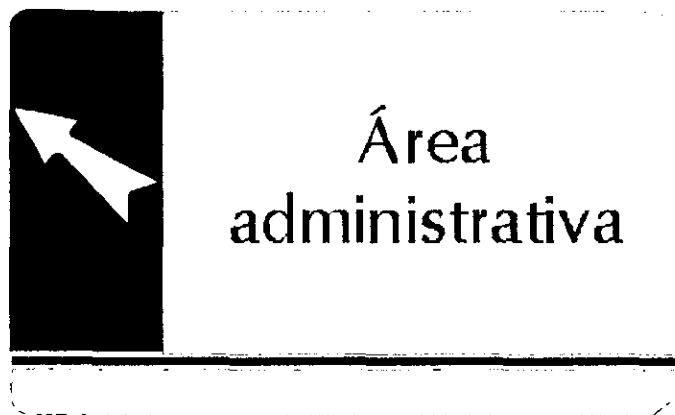
Son los servicios que requieren de una señalización inmediata

3.3. Primeras imágenes.



En el desarrollo de las primeras imágenes se observó, que la propuesta de usar pictogramas; no es conveniente; debido a que la casa de cultura cuenta con los salones de usos múltiples, foro al aire libre, lo cual significa que no funcionan para una actividad en específico, por lo tanto puede provocar falta de legibilidad y codificación del mensaje por parte de los usuarios, por lo cual se optó por la utilización de letragráficas para que el mensaje sea comprendido y la información sea inequívoca e instantánea.

3.4 Bocetos.



3.5 Color señalético.

"El color está cargado de información, y es una de las experiencias visuales más penetrantes que todos tenemos en común". (16)

Contrastes del color

Contrastar es comparar características, el blanco contrasta su claridad junto a la oscuridad del negro.

Contraste de tono: es la yuxtaposición de dos colores cualesquiera que sean.

Contraste claro oscuro: es la yuxtaposición de dos colores con diferente valor, provocando la exaltación de ambos, aclarándose el primero, y oscureciéndose el segundo.

Contraste por temperatura: se refiere a la temperatura de cada color ya que es relativa, y se percibe diferente si se encuentra aislado, o en combinación con otro.

Contraste complementario: es la yuxtaposición de dos colores opuestos entre sí, cuando están uno junto al otro producen el contraste de mayor intensidad, avivando su luminosidad, temperatura y contenido cromático.

Contraste simultáneo: al ver un color el ojo compensa la excitación o sensación recibida induciendo la visión al color complementario.

Contraste de cantidad: es cuando se da la necesidad del equilibrio en la yuxtaposición de colores relacionados con su peso.

El impacto visual del color se da , debido a que el color ejerce una poderosa atracción inconsciente, pero la atención consciente se manifiesta cuando reconocemos un

color y lo asociamos con una forma. El poder de atracción de un color es tanto en relación a su visibilidad como el efecto psicológico que produce.

Varios son los factores que el diseñador debe tener en cuenta para la elección del color señalético a aplicar.

La función informacional en la elección de los colores señaléticos viene determinada en parte por la complejidad organizacional o arquitectónica del espacio en cuestión. Por lo que podemos mencionar que el criterio sobre la saturación del color puede considerarse como un razonamiento óptico.

Para la elección de la combinación del color aplicado a las señales se optó por tomar en cuenta el estilo arquitectónico de la casa de cultura, ya que es de estilo colonial, y predominan los tonos sepías, la casa de cultura cuenta con buena iluminación natural.

3.6 Tipografía señalética.

Funciona como elemento básico en la serie señalética; Univers y Optima o Antigua Oliva son de uso más frecuente en señalética por el equilibrio de las relaciones entre el grosor del trazo, el diseño limpio y proporcionado y la abertura del ojo tipográfico.

La Optima o Antigua Oliva aporta un mayor rasgo a la letra.

Para la elección de la tipografía señalética es importante considerar la connotación, la psicología y estética de la letra la connotación es un factor de significación donde la tipografía superpone al valor semántico de la palabra escrita.

Al elegir la tipografía que se utilizará en las señales, se hicieron algunas pruebas previas, considerando la funcionalidad de la tipografía señalética donde se hace presente la claridad y ausencia de adornos. Estas tipografías son: Franklin Gothic Heavy, Arial.

Futura XBlkCn BT fue la elegida para aplicar al proyecto.

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 z

3.7 Ángulos de visión.

Para una mejor ubicación de las señales, de manera que éstas sean visibles y para una lógica percepción por parte del usuario, se tomaron en cuenta los siguientes factores de percepción humana:

Campo visual: Se calcula que un cono de visión normal es de 60°.

Agudeza visual: Varía entre una y otra persona, por lo que es necesario obtener un promedio de capacidad de visión para evitar un gran esfuerzo por parte del usuario, facilitando así la lectura de la señal.

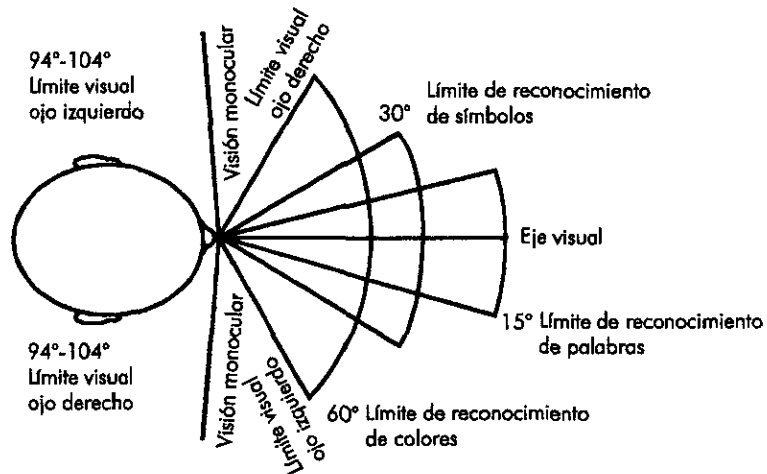
Rango de lectura: Varía de 125 a 500 palabras por minuto; considerando los siguientes factores: edad, educación, inteligencia, etc. Un promedio sería de 250 palabras por minuto, los rótulos que se tengan que leer en pocos segundos no deben exceder 6 palabras como máximo para poder ser leído por completo.

Legibilidad: Una medida aceptable es de 2.5 cm para un letrero que se debe leer a una distancia de 15 mts. Una letra menor implicaría forzar la vista demasiado.

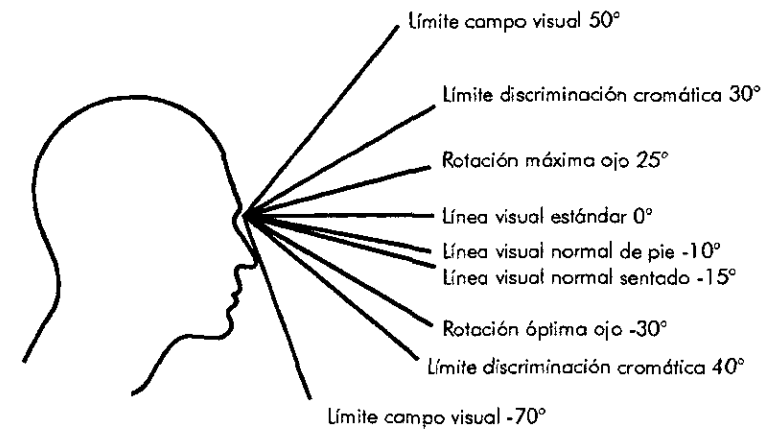
Nivel de visión: Éste varía entre la gente, se calcula que una medida promedio del nivel del ojo sería de 1.70 mts parado; 1.30 mts. sentado, y de 1.40 mts. al circular en auto.

A continuación se representa de manera gráfica los rangos de percepción humana, con respecto a los tamaños y el campo de visión.

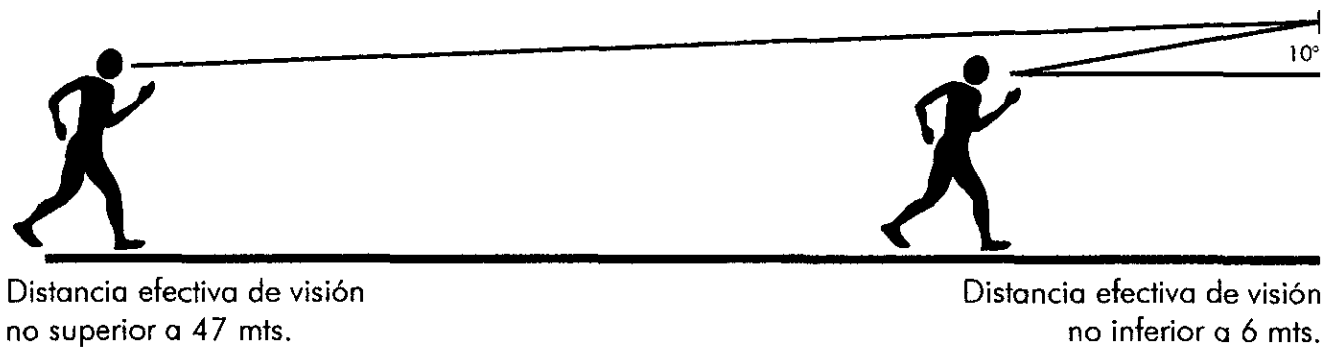
Campo visual en el campo horizontal



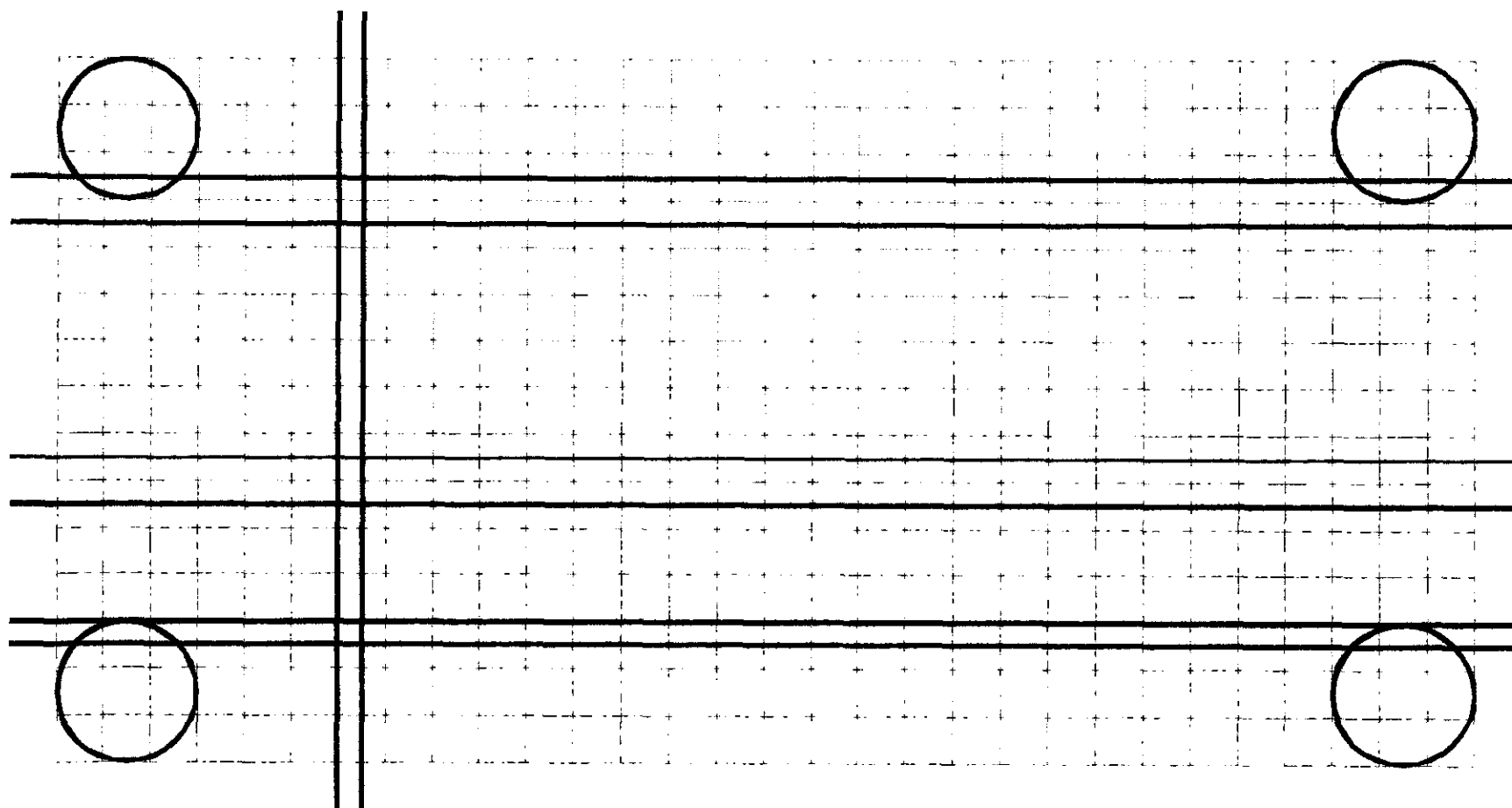
Campo visual en el campo horizontal



Campo normal de visión



3.8 Retícula



3.9 Proyecto gráfico.















ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA





3.10 Materiales.

Para la elección del material a utilizar, es importante tomar en cuenta factores como , la iluminación artificial y natural, la resistencia que tenga a los cambios climáticos, la integración armónica al entorno. Las señales son parte esencial e integrante de nuestro entorno.

Materiales utilizados para señales:

El plástico, los metales, la madera, el vidrio, la piedra, el hormigón, ladrillo y materiales cerámicos; son materiales que se han utilizado para señales.

Plásticos: material estable fácil de fabricar, soporta agentes atmosféricos exteriores y está disponible a una amplia variedad de colores.

Acrílicos: tienen una buena resistencia a los agentes atmosféricos y pierden poco color a los rayos del sol, su superficie crea electricidad estática que atrae polvo y suciedad.

El material apto para la aplicación de las señales del proyecto es trovicel por sus características:

El trovicel: es un material rígido, ligero, retardante a las flamas, resistente a los golpes, se puede pintar, imprimir o adherir cualquier material dando la calidad de brillantez y claridad. Es un material económico y durable

Para el acabado de las señales a colocar existen dos opciones :

Serigrafía: Técnica que utiliza impresión de tinta por medio de pantallas y bastidores.

Vinil autoadherible: Recorte de película plástica por medio de máquinas obteniendo una calidad exacta y bien definida.

Para la colocación de las señales en los lugares reales se consideran las condiciones físicas del lugar habiendo hecho ya un estudio de las necesidades de distancia para su legibilidad y de las condiciones arquitectónicas del lugar para montar dichas señales.

Las diferentes formas de colocación de las señales son: adosadas, colgantes, abanderadas y autosoportadas.

Las señales se colocarán en bandera debido a las condiciones arquitectónicas de la casa de cultura.

3.11 Costos.

Señales en trovicel blanco, con aplicación de vinil autoadherible:

Medida: 15cm x 30cm \$120.00 c/u.

Señales en trovicel blanco, con aplicación de impresión en serigrafía

Medida: 15cm x 30cm \$100.00 c/u.

Estos costos están sujetos a cambios.

3.12 Verificación.

Para la verificación del buen funcionamiento de las señales se pidieron varias opiniones a los usuarios de la casa de cultura, para ir detectando si realmente cumplen su finalidad.

La respuesta fue positiva, ya que si fueron entendibles.

Las señales utilizadas son letrográficas, lo cual hace que sean entendibles; además que al pedir opiniones, se hicieron unas señales tipo dummy para ubicar bien las distancias tomando en cuenta los ángulos de visión para que finalmente cumplan con su función señalética: información inequívoca e instantánea.

Resumen capitular.

Al haber realizado de manera general el análisis de la gráfica existente (señales) y posteriormente la delimitación de la muestra, se prosiguió a la realización de las primeras imágenes donde se detectó la necesidad de utilizar letragráficas en lugar de pictogramas; por ser lo óptimo para la codificación del mensaje ya que la casa de cultura cuenta con tres salones de usos múltiples, lo cual significa que son utilizados para diferentes actividades y es más conveniente las letragráficas. Al realizarse el diseño de dichas señales se consideraron varios factores para una mayor eficacia estos son: color, tipografía, ángulos de visión, materiales, costos y finalmente la colocación de la serie señalética en la casa de cultura Guillermo Bonfil Batalla.

Conclusiones.

Existen hoy en día diversas casas de cultura abiertas al público interesado en desarrollar sus inquietudes artísticas y culturales, son casas ambientadas con espacios interiores destinadas a actividades específicas; pero, en la mayoría de ellas existen necesidades de comunicación visual que de alguna forma son importantes para los usuarios. Parte de las necesidades son las señales; que permiten un desplazamiento más rápido y sin confusiones a los lugares dentro de la casa de cultura que los usuarios requieren hacer.

En la casa de cultura Guillermo Bonfil Batalla, se detectó la necesidad de señales para cumplir dicho requerimiento. En el desarrollo del proyecto, se hizo todo un estudio detallado desde el perfil de los usuarios, hasta mencionar aspectos teóricos de autores especializados en la estructura interna, y los significados de los mensajes .

Para la realización final de la serie señalética fue necesario el uso de letagráficas, donde se consideraron los materiales que fueran más óptimos para su acabado final, considerando los presupuestos con que cuenta la casa de cultura.

El proceso de desarrollo de éste proyecto fue intenso, aunque también cabe mencionar que es necesaria la existencia de más señales, las que se aplicaron en la casa de cultura son las más necesarias. En síntesis fue una

vivencia interesante y en definitiva deja una buena experiencia para un desarrollo profesional a futuro.

Bibliografía.

Aicher Otl. "Sistemas de los signos en la comunicación visual"

Editorial. Gustavo Gili.
Barcelona 1991.

Beltrán Félix. "Letragrafía"
Editorial Pueblo y Educación.
Instituto Cubano del Libro.

Charles Sanders Peirce. "La Ciencia de la Semiótica"
Edición Nueva Visión.

Costa Joan. "Señalética"
Enciclopedia del Diseño (CEAC).
Buenos Aires 1986.
Barcelona 1987.

Costa Joan. "Imagen Global"
Enciclopedia del Diseño (CEAC).
Barcelona 1981.

Dondis D. A. "La Sintaxis de la Imagen"
Editorial Gustavo Gili.
México 1992.

Fabris Germani. "Fundamentos del Proyecto Gráfico"
Editorial Don Bosco.

Fiske John. "Introducción al estudio de la Comunicación"
Editorial Norma.
Inglaterra 1982.

Frutiger Adrián. "Signos, Símbolos, Marcas y Señales"
Editorial Gustavo Gili.
España 1994.

Lazotti Fontana Lucía. "Comunicación Visual"
Editorial Gustavo Gili.
México 1983.

López Rodríguez Juan Manuel. "Semiótica de la Comunicación Gráfica"
UAM/ INBA.
México 1993.

Ortiz Georgina. "El Significado de los Colores"
Editorial Trillas.
México 1992.

Poo Rubio Aurora. "El Color"
UAM.
México 1992.

Sims Mitzi "Gráfica del Entorno"
Editorial Gustavo Gili.
México 1991.

"Símbolos de Señalización"

American Institute of Graphic Arts
(AIGA).

Editorial Gustavo Gili.

México 1984.

Tesis consultada:

Ley Juárez Ma. del Carmen. "Proyecto Señalético para la
Casa de Cultura Luis Spota"

ENAP/ UNAM.

México 1997.

Enciclopedia Microsoft Encarta 99.

Encarta 99. Disco 1 y 2.

Glosario.

Acervo. Haber que pertenece en común a cualquiera pluralidad o colectividad de personas.

Acucioso. Diligente, presuroso.

Anclaje. Conjunto de elementos destinados a fijar algo (a otra cosa o al suelo).

Cartografía. Arte de trazar cartas geográficas.

Coadyuvar. Contribuir, asistir o ayudar a la consecución de una cosa

Codificación. Operación consistente en presentar un conjunto de informaciones siguiendo una ley dada por un código.

Connotar. Sugerir una palabra [otra significación], además de la primera: la palabra león denota el animal de este nombre, y connota «valentía».

Cromático. Propio del color. Instrumento óptico que presentan los objetos, con los colores del arcoiris.

Decodificación. Transmisión de un mensaje, operación por la que el receptor descifra una secuencia de signos.

Facsímil. Perfecta imitación o reproducción de una firma, escrito, etc.

Homologada. Equiparar, poner en relación de igualdad o semejanza dos cosas.

Metalinguística. Perteneciente o relativo al metalenguaje.

Morfología. Tratado de las formas de las palabras, y de sus transformaciones.

Retórica. Arte del bien decir.

Soporte. Medio de difusión, capaz de poner en conocimiento del público un mensaje.

Supedita. Sujetar, oprimir con violencia.

Tópico. Perteneciente a determinado lugar.

Usufructo. Utilidades, frutos o provechos que se sacan de cualquier cosa.

Vicarial. Relativo a la vicaría o vicario.