

**Universidad
Nacional
Autónoma
de México**



Escuela Nacional de Artes Plásticas

**Programa Señalético para
el Club Santa María**

Tesis que para obtener el título
de Licenciada en Diseño Gráfico

P r e s e n t a

Ruth Ortiz Hernández

Directora de Tesis Lic. María Elena Martínez D.

Asesor Lic. Gerardo Clavel K.

México, D. F. 2001

ESCUOLA
DE ARTES
PLASTICAS



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



Introducción

Una Nueva Identidad para el Club Deportivo Santa Fe

Antecedentes	1
1.1 Fundación	
1.1 Origen: Filosofía, Misión y Visión.	
1.2 Perfil de la Empresa	
Ubicación	5
1.4 Localización.	
1.5 Características Arquitectónicas.	
1.6 Instalaciones y Servicios.	
1.7 Características del Usuario.	
Análisis del problema	10
1.8 Descripción de la Gráfica Previa.	
1.9 Necesidades Gráficas del Club.	
Resumen capitular	13
Fuentes de información	16

Comunicación, Señalética y Diseño

Conceptos fundamentales	17
2.1 Comunicación	
2.2 Comunicación Visual	
Semiótica	20
2.3 Definición	
2.4 Categorías de los signos	
2.5 Niveles signícos	
Señalética	24
2.6 Señal y Señalización	
2.7 Señalética	
2.8 Programa señalético	
Elementos de diseño en señales.	32
2.9 Elementos Gráficos	
2.10 Tipografía	
2.11 Color	
2.12 Campo de visión	
2.13 Sistema de sujeción y materiales	
2.14 Delimitación de la muestra	
Resumen capitular	48
Bibliografía	50

Las Señales del Club Santa María

Metodología	51
3.1 Esquema metodológico	
3.2 Toma de contacto	
3.3 Acopio de información	
Proceso gráfico	53
3.4 Clasificación de las señales	
3.5 Red	
3.6 Tipografía y pictogramas	
3.7 Código cromático	
Programa señalético	61
3.8 Señales informativas y direccionales	
3.9 Señales identificativas	
3.10 Directorio	
Realización	84
3.11 Elección de originales	
3.12 Sistema de sujeción	

Conclusiones

Glosario

Bibliografía

Introducción

Un lugar tranquilo y seguro para descansar fue la idea que motivo e impulso al Sr. Escalante a construir cuatro cabañas y una alberca, en un lugar soleado, fresco, apartado pero no lejos de la ciudad de México. Donde la familia, célula vital de la sociedad, encontrara un espacio para la convivencia y el descanso.

Los sueños por los que trabaja sin duda se vuelven realidad y este sueño es hoy Club Santa María en donde se puede encontrar más de aquella primera ilusión

El compromiso del diseñador dentro de este proyecto es importante en la medida de mantener vivos la filosofía y los ideales que fundaron aquel lugar. Y que por momentos parecen desaparecer.

La primera parte del proyecto hace una recopilación de lo que hoy es el club, de cómo se construyó, quienes son socios del lugar, los servicios que ofrece y de manera especial la necesidad de crear y confirmar su imagen; una imagen de exclusividad y buen gusto.

En la segunda parte de la investigación vamos a encontrar todos los soportes teóricos que avalan el resultado final. "Teoría" que sí bien en muchos casos pareciera apartada del diseñador, deja claro que lo aprendido en las aulas de la Escuela Nacional de Artes Plásticas será por siempre la columna que mantendrá el orgullo a cada egresado.

El último capítulo, deja ver cómo investigación y conocimiento dan como resultado bellas realidades. Donde la ilusión de mantener vivo aquel sueño, un proyecto y una imagen pueda lograrse con un poco de ganas.

Un lugar Llamado Club Santa María

Antecedentes

- 1.1 Fundación
- 1.1 Origen: Filosofía, Misión y Visión.
- 1.2 Perfil de la Empresa: organización y empleados.

Ubicación

- 1.4 Localización.
- 1.5 Características Arquitectónicas.
- 1.6 Instalaciones y Servicios.
- 1.7 Características del Usuario.

Análisis del problema

- 1.8 Descripción de la Gráfica Previa.
- 1.9 Necesidades Gráficas del Club.

Resumen capitular

Fuentes de información

Antecedentes

1.1 Fundación

Consortio Mexicano de Turismo, S. A. es una empresa dedicada a la venta de membresías para tres centros recreativos. Su sistema de venta es poco común en el mercado turístico, las personas interesadas adquieren una membresía por tres o cinco años que les da el derecho de reservar por fin de semana o bien por semanas completas, durante el tiempo de la membresía, nada tiene que ver el sistema de tiempos compartidos en donde solo hay una reservación por año (este sistema no tiene límite de reservaciones en el año, y con una membresía se pueden rentar hasta dos cabañas o villas).

El servicio que ofrece el Consortio es con un sólo contrato, poder hacer uso de dos de los tres clubes deportivos de los que promueven, los destinos turísticos que oferta son: Villas de Acapulco, a 500 metros de la costera Miguel Alemán; Rinconada de Oacalco, en el municipio de Yautepec, a 5 minutos de Oaxtepec, y Club Santa María a 5 minutos del centro de Cuernavaca ambos en el Edo. Morelos.

El proyecto de este trabajo abarca el desarrollo turístico de Santa María.

El nombre lo recibe del lugar donde se encuentra y que es dentro del municipio de Santa María Ahuacatitlan. Está muy cerca de la iglesia del mismo nombre y que es por cierto de donde se toman las bases para construir la imagen gráfica que representará al club.

El Club Santa María se fundo en 1973. Nace como un proyecto del Señor Jorge Escalante, quién decide ofrecer a su familia un lugar tranquilo para relajarse y poder descansar los fines de semana de una ciudad llena de ruido, contaminación y donde el tiempo no alcanza para la convivencia familiar. Para el proyecto invita a su hermano y algunos otros socios.

El proyecto creció mas de lo previsto pues partieron de una piscina con cuatro cabañas alrededor, y como todo tomó un buen camino se proyectó un plan de renta todavía muy familiar algo así como tiempos compartidos. Pero la tranquilidad del lugar y lo bien que se la pasaban los familiares ahí se traduce

con los años en la construcción y planeación de un lugar mucho más grande donde poder rentar cabañas.

Es cuando el desarrollo toma un matiz comercial y es también que cambia el tipo de renta ya no serán mas tiempos compartidos entre amigos, vecinos y familiares se comienza a hablar de membresías de hasta 50 años con lo que se planea financiar una construcción de 70 cabañas (membresías que ya no están más a la venta).



Describir el lugar resulta un poco difícil pues es mucho de lo que hoy en día ya no estamos acostumbrados a ver en nuestra ciudad de México.

Es muy tranquilo, limpio, la naturaleza está presente en todos lados ya que desde la cabaña que se encuentre uno al salir puede verse como si el desarrollo estuviera en medio del bosque.



Iglesia de Santa María Ahuacatitlan.

1.2 Orígenes: su filosofía, misión y visión

En 1975 se consideró que el lugar y la inversión bien valían un riesgo; los señores Escalante deciden crear y vender membresías de 50 años a socios, con lo que se podrá financiar el proyecto de 70 cabañas, canchas y algunas áreas verdes y de juegos.

La filosofía que motiva a los fundadores fue siempre la de crear un espacio donde promover la convivencia familiar, establecer un lugar de reencuentro, ofrecer un lugar tranquilo donde descansar, también donde poder divertirse, que resulte económico y todo dentro del mismo lugar.

Es intención de los dueños el crear un espacio que no sea público, se pretende dar la apariencia de club privado e incluso exclusivo, 100% familiar.

El pensamiento de los fundadores era crear un lugar para el reencuentro hombre - naturaleza, hombre - deportes, hombre - familia, por supuesto el hombre con el hombre mismo.

Dentro de las muchas misiones que tiene el club esta la de conservar el concepto de privado y exclusivo, calificativo que sus antiguos socios, solían tener para este lugar y quienes ahora ya no lo encuentran tanto. Es también la de encontrar nuevos socios quienes estén de acuerdo con el nivel socio - económico y que contribuyan con el pago de membresías a la conservación del lugar.

Por último, tiene el interés de conservarse presente en la mente de clientes que puedan resultar cautivos, ya que ahora que las membresías tienen una duración entre 3 y 5 años.

La visión con la que parten los dueños originales es la de mantener éste desarrollo dentro del mercado turístico, y la de querer construir otros espacios como los que ahora tienen en Oacalco y Acapulco y mantenerlos exclusivos en la medida de lo posible.

1.3 Perfil de la empresa

El Club Santa María así como Villas Acapulco y Rinconada Oacalco pertenecen al Consorcio Mexicano de Turismo, S.A. que tiene como único fin la promoción de membresías de desarrollos turísticos.

El Consorcio cuenta con los señores Jorge y Agustín Escalante Fouque (hermanos) como dueños y responsables, tres gerencias con aproximadamente 12 vendedores en cada una, recepcionistas y dos personas que se encargan de la reservación y ubicación de las cabañas o villas.

El Club Santa María cuenta con un administrador el Dr. Manuel Escalante Larrauri primo del fundador, quién tiene ahora a su cargo el control y el orden del lugar, tres recepcionistas y auxiliares quienes reciben y asignan a los usuarios las cabañas.

Cada fin de semana hay entre 5 y 7 vendedores del Consorcio para realizar una guardia que consiste en visitar a los usuarios y ofrecerles una membresía a quienes no la tienen, para poder hacer uso de dos de los tres destinos turísticos.

Existe la concesión del salón de juegos, discoteque, restaurante, mini super, renta de televisores y accesorios extras para las cabañas, para estos servicios cuenta con el apoyo de 9 personas más.

Por último hay 8 personas del departamento de intendencia quienes se distribuyen el trabajo de limpieza de las cabañas y entre 4 y 5 señores quienes se encargan de dar mantenimiento a las cabañas como cambiar los tanques de gas, impermeabilizarlas, de la jardinería y cuestiones de plomería, herrería, etc.

La mayor parte de la empresa es joven ya que sus empleados oscilan entre 20 y 45 años, por tanto y después de haber dejado el Sr. Jorge Escalante (padre) la dirección del negocio los empleados comenzaron a buscar cualquier tipo de socios con tal de no dejar ir la venta.

Ubicación

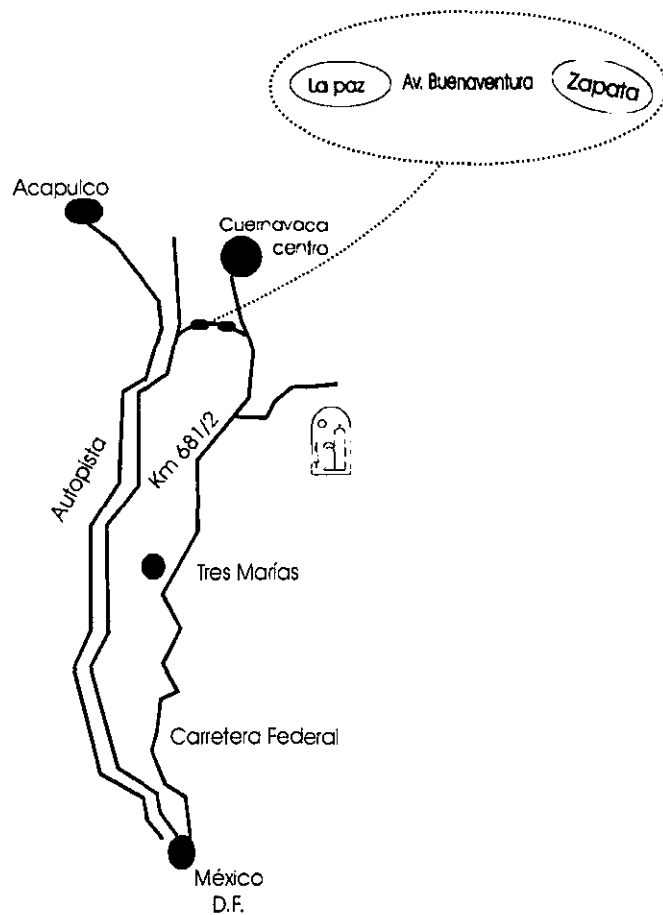
1.4 Localización

El Club se encuentra localizado a doscientos metros de la carretera libre México - Cuernavaca, en el kilometro 68.5 dentro del municipio de Santa María Ahuacatitlan en el del Estado de Morelos. El acceso a él es un poco complicado ya que no existe ninguna señalización que indique por donde ésta el Club.

Cuando se visita por primera ves es muy probable perderse.

Se encuentra ubicado a las faldas del cerro.

El camino para arribar al club es un pequeño empedrado, cuenta con un portón grande color verde sin logotipo, ni número, su estilo es muy sencillo.



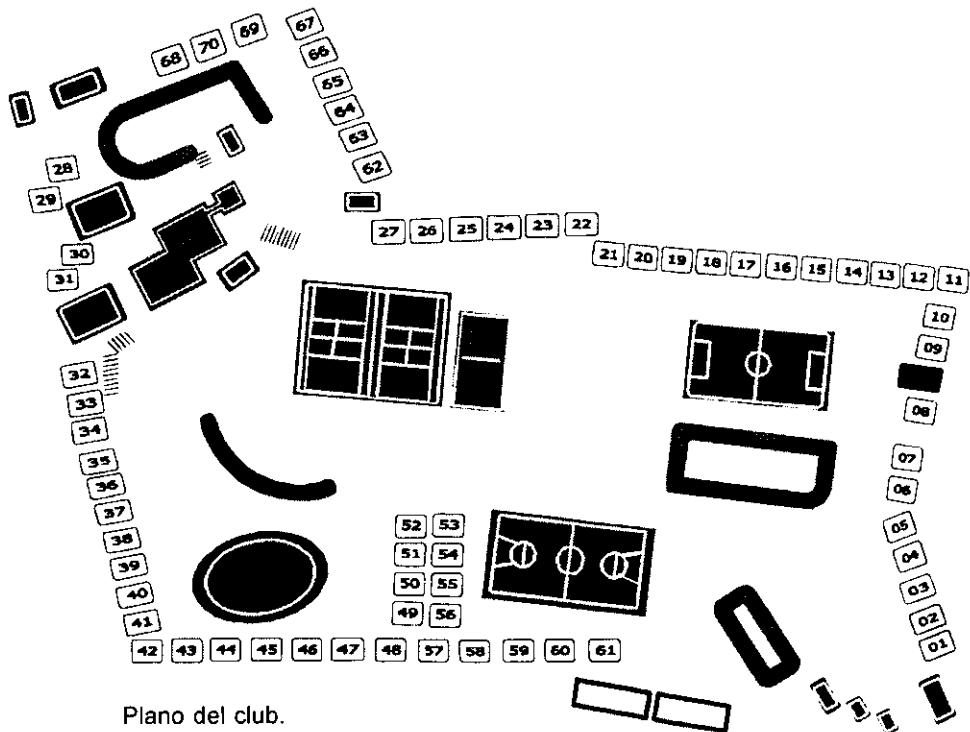
Mapa de acceso desde la ciudad de México.

1.5 Características arquitectónicas

Cuenta con 70 cabañas construidas con ladrillo rojo, techo de dos aguas, acabados rústicos, con piedras grandes, chimenea, dos baños por cabaña, dos recamaras, una cocina con cocineta de dos hornillas, fregadero, refrigerador.

Todo el deportivo está pintado en blanco, cabañas y servicios de bar, restaurante y discoteque tiene un corte colonial.

El club cuenta con una cancha de basquetbol, una de fútbol rápido, una de voleibol, dos de tenis, una alberca, un chapoteado, área de juegos infantiles y áreas verdes, donde se pueden organizar fogatas.

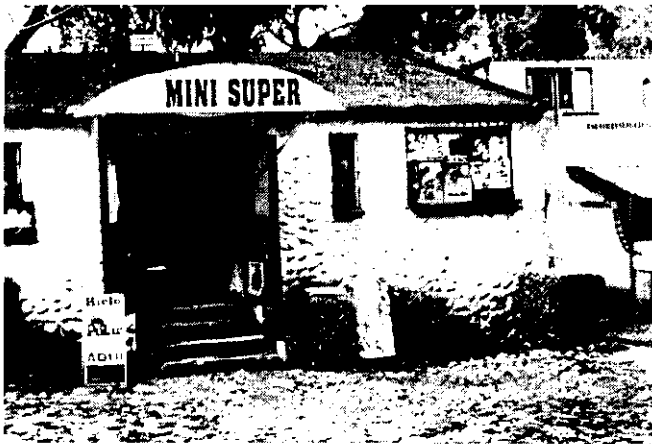


Plano del club.

1.6 Instalaciones y Servicios

Todas sus instalaciones se encuentran en buen estado, sin embargo en la opinión de algunos usuarios sugieren darles mantenimiento a sus suelos principalmente en la de voleibol y las de tenis.

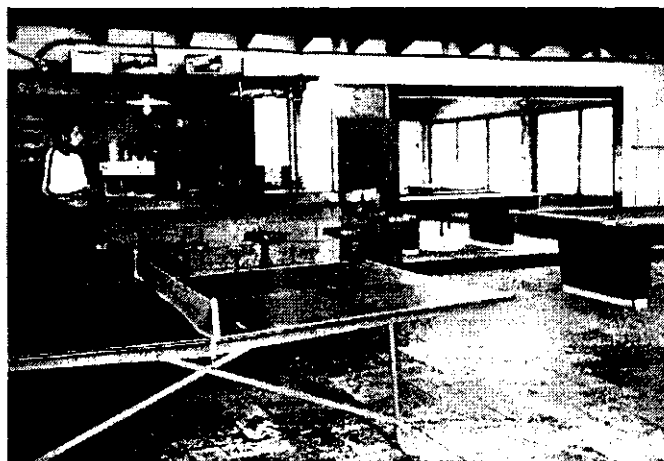
Entre sus servicios cuenta con recepción, servicio médico (poco conocido por los miembros del lugar), mini super, restaurante, discoteque, salón de juegos en donde se pueden rentar: bicicletas, balones, mesas de billar, otros juegos de mesa, flotadores, etc.



Otro servicio que ofrece el club es la renta de televisores y cobijas extras.

Cuenta con un teléfono publico de tarjeta.

Servicio de super



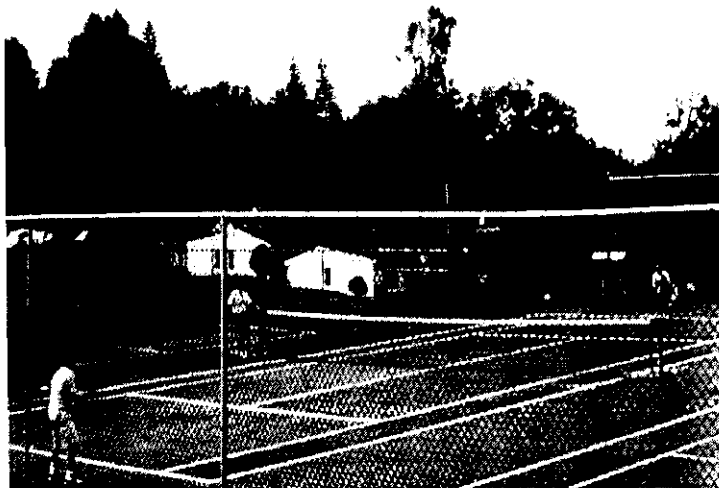
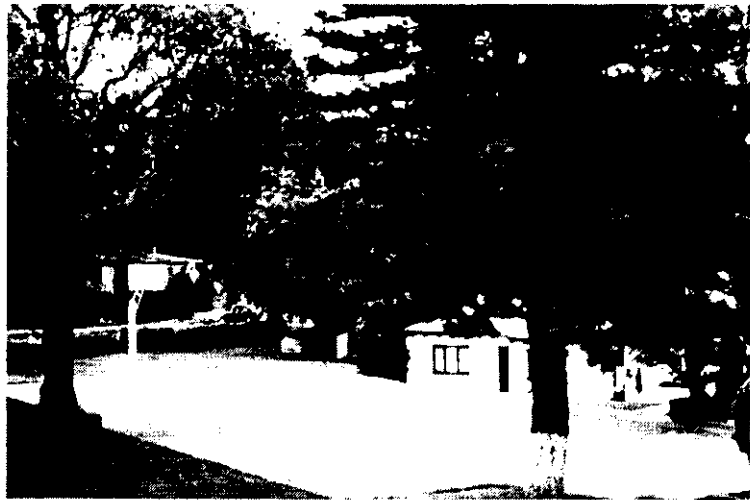
Salón de juegos.

Club Santa María



Estilo arquitectónico de las cabañas.

Cancha de basquetbol



Canchas de tenis

1.7 Características del usuario

El proyecto original buscaba la recreación de familias y podemos decir que se buscaba un nivel medio (superior) y superior, por lo que se pretendió dirigir las ventas a aquellos núcleos. Sin embargo en la actualidad las membresías se ofrecen a toda clase de personas con lo que el lugar a tomado un carácter de convivencia juvenil, donde también se ha perdido un poco el control con los jóvenes quienes al ir en grupo y sin una autoridad de peso como lo sería un padre comienzan a relajar la disciplina del lugar.

Este es un problema, pues el lugar no fue creado como centro de diversión y esparcimiento juvenil, sino como familiar y de convivencia social. Los fundadores siempre han tenido en mente el verdadero objetivo del lugar, y es poder ofrecer un lugar óptimo para la fomentar la convivencia familiar y el descanso.

En la actualidad muchos de los usuarios son jóvenes que van en grupos de 5 y hasta 20 personas, sus edades oscilan entre 18 y 25 años. Aunque también asisten familias o grupos de familias para festejar cumpleaños o aniversarios.

Es muy variado el nivel económico y de vida de los actuales socios pues hay familias que llevan más de 15 años en el Consorcio por tanto su visión y comportamiento para el Club es muy diferente (lo cuidan, lo valoran, respetan el reglamento) y otras personas que tienen poco tiempo con su membresía y como las condiciones de compra fueron otras, no sienten que deban tener más que una postura de aprovecharlo al máximo y disfrutar de todas sus instalaciones y sí es el caso omitir los reglamentos de uso.



Socios del Club.

Análisis del problema

1.8 Descripción de la gráfica previa

Al igual que el nombre el gráfico que representa al club Santa María, pretende resaltar la imagen de la iglesia del pueblo. Es el fundador, Sr. Jorge Escalante Larrauri, quién desde que se construía el desarrollo decide cual sería el gráfico para el Club.

El gráfico fue encargado a un amigo que «sabía dibujar»

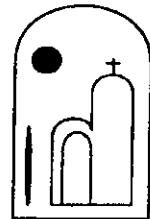
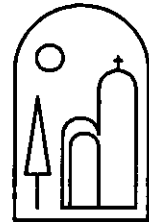
La síntesis de la imagen no esta mal lograda lo que es un hecho es que no nos transmite el concepto de club. Sin embargo, el Sr. Jorge Escalante hijo, quién ahora está a cargo de la administración decide dejar el gráfico como representativo del lugar. Ya que tiene su historia en la fundación del lugar y porque para él es grato.

La imagen no tenía ningún original mecánico, menos un manual de uso. La imagen era reproducida con fotocopias y en el mejor de los casos escaneada de alguna imagen nítida.

Hay cambios y omisiones como el árbol que en algunas ocasiones es oval otras triangular y otras sin forma. O el sol que aparece relleno, en línea y en otras desaparece.

El club no contaba con colores corporativos.

Para el proyecto fue necesario convencer al cliente para definir la imagen y opto por ésta última.



Graficas previas del Club Santa María

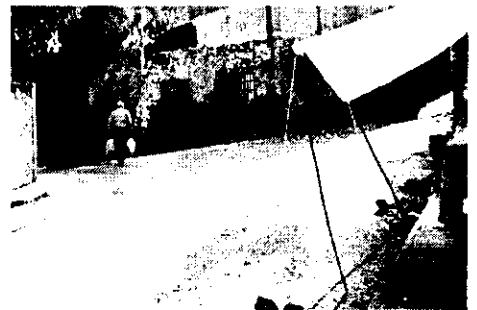


Imagotipo del club.

1.9 Necesidades Gráficas del Club

Son muchas y muy variadas, ya que casi todo se va resolviendo de acuerdo a las necesidades inmediatas, por lo general son soluciones temporales que al no ser planeadas para más allá de una pronta respuesta, con el tiempo se requieren nuevamente solucionar.

En el caso de los señalamientos viales y de las instalaciones, para el Club Santa María, éstas fueron realizadas para dar respuesta a los primeros miembros hace muchos años, sin embargo con el tiempo y el problema del vandalismo hoy en día éstas han desaparecido. La única señal exterior con la que cuenta el club esta ubicada en el kilometro 68.5 justo donde hay que salir de la carretera. El letrero se encuentra ubicado en la parte alta de un árbol y es imprevisible.



Es necesario crear señales que cumplan con su función de guiar al club y otras para la pronta ubicación de las cabañas e instalaciones dentro del deportivo.



También nos haremos presentes para integrar un sin número de necesidades gráficas como la papelería de control interno, y a largo plazo material de promoción y para puntos de venta.

La papelería administrativa es manejada a través del Consorcio desde la ciudad de México.

Faltan de señales de dirección que guien al usuario en su arribo al Club.



El portón de entrada no cuenta con ningún tipo de señalamiento por parte del club

En este sentido lo que necesitan son algunos formatos de control vehicular como tarjetones, una papeleta de relación de lo que se entrega por cabaña y que el usuario ésta comprometido a entregar en buen estado al final de su estancia, así como un reglamento general.

El restaurante, el salón de juegos, el mini super y la discoteca manejan su propia papelería de control interno sin embargo están dispuestos a unificar diseños para mayor integración con el club. Fue nuestra labor convencerlos de unificar imágenes y poder crear un mayor impacto de integridad y unidad, que puedan percibir los usuarios.

Una de las necesidades actuales es la de re- encontrar a clientes selectos como los primeros a quienes estaba dirigido el lugar, pues la población actual carecen en lo general de buena presencia, de modales poco y nada gratos a los dueños quienes están convencidos de que la imagen que se pretendía con el concepto de «club privado» comienza a perderse.

Es necesario mostrar una imagen de mayor control ya que a decir del administrador falta un reglamento de uso, en donde se indique claramente cuales son las normas a seguir tanto en vestuario, calzado y comportamiento de los usuarios propios de cada instalación.

El Cliente esta convencido de HACER NOTAR A LOS MIEMBROS QUE NO ES UN BALNEARIO Y QUE EL CLUB DEBE REFLEJAR UNA IMAGEN DE:

- * Exclusivo
- * Privado
- * Familiar
- * Tranquilo
- * Seguro

Resumen Capitular

El Consorcio Mexicano de Turismo, S. A. es una institución dedicada a la creación de espacios de esparcimiento y diversión familiar, en la actualidad cuenta con tres destinos turísticos Acapulco, Oacalco y Cuernavaca. El presente trabajo esta enfocado al desarrollo en Cuernavaca denominado Club Santa María.

El club se fundó en 1973 su nombre lo recibe del lugar donde se encuentra, que es dentro del municipio de Santa María Ahuacatitlan, está muy cerca del la iglesia del mismo nombre y que es por cierto de donde se toman las bases para construir la imagen gráfica que representará al club.

El fin era ofrecer a las familias de los fundadores un lugar tranquilo para relajarse y poder descansar los fines de semana de una ciudad llena de ruido, contaminación y donde el tiempo no alcanza para la convivencia familiar.

Con el paso del tiempo el lugar se convirtió en un desarrollo de 72 cabañas construidas que son rentadas a los miembros del Consorcio quienes cuentan con membresías de tres y hasta cinco años. Las rentas pueden ser por fines de semana o por semanas completas sin límite de reservaciones por año.

El lugar se encuentra localizado en el km. 68.5 de la carretera libre México - Cuernavaca. En el municipio de Santa María Ahuatcatitlan, Estado de Morelos.

Sus características arquitectónicas son de corte colonial, cuenta con instalaciones deportivas como canchas, alberca y áreas verdes e instalaciones de esparcimiento como discoteque, salón de juegos, restaurante etc.

Los usuarios del club tienen características muy diversas los hay desde muy jóvenes, solteros o casados, con mucha familia, o bien personas ya de edad mayor que tiene más tiempo con sus membresías. Por lo mismo las actitudes son muy variadas.

El Cliente esta convencido de hacer notar a los socios que no es un balneario y que el club debe reflejar una imagen de exclusivo, privado, familiar, tranquilo y seguro.

La gráfica con la que cuenta el club atañe a la iglesia del lugar, es una síntesis no del todo mal lograda que si bien no cuenta con una presencia con entre los usuarios, los dueños la quieren conservar por el valor estimativo que conlleva en sí el gráfico mismo.

Las necesidades gráficas radican básicamente en la creación de una señalización que oriente al usuario tanto al arribo al club como la ubicación de las instalaciones dentro del mismo.

Fuentes de información

Entrevista con el lic. Jorge Escalante Fouque, actualmente Socio mayoritario del Cosnsorcio Mexicano de Turismo, S. A.

Entrevista con el Dr. Manuel Escalante Laraauri, administrador del Club Santa Mária

Encuesta realizada a socios. Domingo 19 de junio 200, festejo del Día del Padre.

Expo Eco - Turismo, en el Hotel de México (WTC)

Comunicación, Señalética y Diseño.

Conceptos fundamentales

- 2.1 Comunicación
- 2.2 Comunicación Visual

Semiótica

- 2.3 Definición
- 2.4 Categorías de los signos
- 2.5 Niveles signícos

Señalización y señalética

- 2.6 Señal y Señalización
- 2.7 Señaletica
- 2.8 Programa señalético

Elementos de diseño en señales.

- 2.9 Elementos Gráficos
- 2.10 Tipografía
- 2.11 Color
- 2.12 Campo de visión
- 2.13 Sistema de sujeción y materiales
- 2.14 Delimitación de la muestra

Resumen capitular

Bibliografía

Conceptos fundamentales

2.1 Comunicación

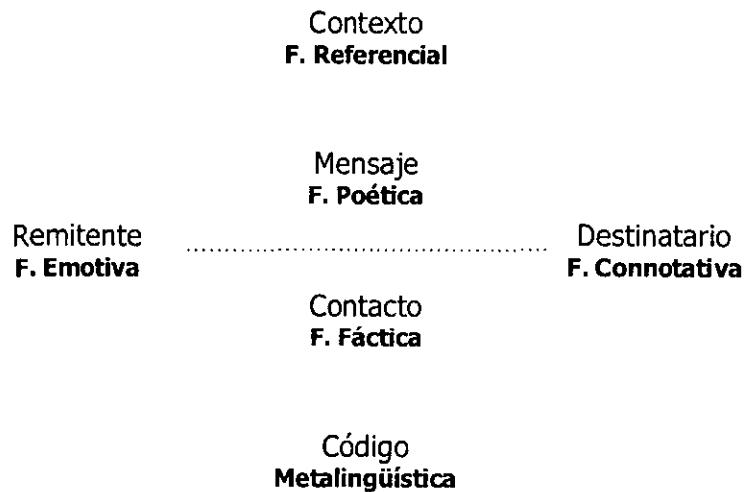
Como un proceso de transmisión de ideas y pensamientos la comunicación humana es clara muestra de la capacidad que tiene el hombre de permanecer y trascender como ser superior en el mundo que habita.

Comunicaciones hay muchas entre quienes habitamos el planeta, por ejemplo los animales se comunican con señales, sonidos e incluso según su colorido pueden estar llamando a su pareja o tomando posición de ataque.

El hombre tiene la capacidad nombrar las cosas que le rodean, además hace uso de signos para la interpretación de su entorno, esto aunado al don del lenguaje propio de cada lugar, región o población nos da como resultado una comunicación perfecta.

John Fiske en su libro, presenta el modelo de comunicación según Roman Jakobson (lingüista) que contiene seis elementos para obtener una comunicación, cada uno de estos elementos cumple con una función.

Modelo Jakobson¹



¹ Fiske, John. Introducción al estudio de la comunicación 1ªed., Ed. Norma 1994
Pag. 29

El modelo consta de seis elementos y cada uno de ellos cuenta con una función para así cerrar el círculo de la comunicación.

Remitente: es quién transmite el mensaje que lleva en sí actitudes y emociones propias del contexto en el que se ve inmerso el remitente. Cumple con una función emotiva, que expresa actitudes, status.

Contexto: determina el mensaje, nos habla del medio en que se desenvuelve el remitente, su nivel social, cultural, económico, ideológico (sociedad). Su función es referencial, nos orienta a una realidad.

Mensaje: es la idea y el pensamiento a transmitir. Su función es poética, va de adecuado a palabras y términos estéticos y comunes para ambos.

El **contacto** es el canal físico tangible en el que se basa el mensaje para ser transmitido. Es visual o auditivo. Su función es fáctica, es decir, mantiene los canales abiertos para la comunicación.

Código: es un sistema de signos compartidos por remitente y destinatario con el cual se estructura el mensaje. Su función es metalingüística, codifica y decodifica los signos empleados.

Destinatario: es quien recibe el mensaje y cumple con una función connotativa, percibe sensaciones particulares.

2.2 Comunicación visual



Algunos canales de información, para llevar a cabo el proceso de comunicación en el hombre están en sus sentidos. Es en la vista donde percibimos mayor cantidad de información, de ahí la importancia de la comunicación visual.

Esta comienza desde los tiempos remotos con los pictogramas e ideogramas de las pinturas rupestres. En éste proceso encontramos que son las imágenes que en su conjunto transmiten mensajes de donde: *"un signo es la mínima representación gráfica de un concepto específico"*², el signo es la unión de un significado y un significante.

Y *"todo elemento gráfico de representación abstracta, pero con un significado mucho más profundo, referido a aspectos mágicos, sociales o filosóficos, adquiere la categoría de símbolo"*.³

Guillermo Rizo⁴ explica que existen dos tipos de comunicación visual. La intencional cuya finalidad es transmitir un mensaje, y que es estudiada por la semiótica (disciplina encargada de la función de los signos) y la comunicación casual que sin quererlo y por sí misma envía mensajes.



En la comunicación visual existen diferentes factores que influyen para la transmisión del mensaje correcto, como lo son los elementos de diseño divididos en cuatro grupos: conceptuales, visuales, de relación y prácticos estos los estudiaremos más adelante.

² De la Torre y Rizo Guillermo. El lenguaje de los Símbolos Gráficos, introducción a la comunicación visual. México, 1ªed., Ed. Limusa, 1992, pag. 23

³ Op. Cit. pag. 23

⁴ Cfr. idib. pag. 24

Semiótica

2.3 Definición

Existen dos escuelas dedicadas al estudio de la comunicación, John Fiske en su libro Introducción a la comunicación, menciona las características de la escuela centrada y la semiótica.

La escuela centrada en el proceso recurre más a las ciencias sociales, sociología, psicología y habla de actos de comunicación. Para esta escuela la comunicación es una interacción como el proceso por el cual una persona se relaciona con otra o afecta el comportamiento, el pensamiento o la respuesta emocional de la otra persona y viceversa.

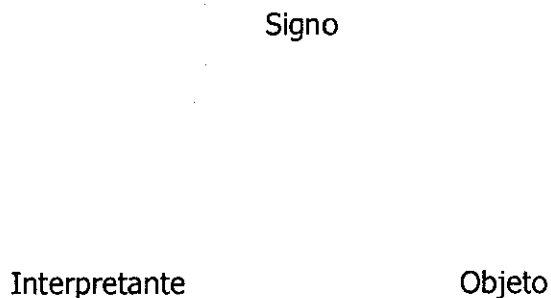
La escuela semiótica recurre a la

lingüística y a las artes, habla de obras de comunicación. Para esta escuela la comunicación es una interacción como proceso de integración de un individuo en una cultura o sociedad y lo convierte en miembro de la misma.

La semiótica es la disciplina encargada del estudio de los signos, su función, la manera de transmitir mensajes y la relación que tienen en su entorno.

Centra su atención en el texto más que en el proceso, da mayor importancia al receptor o lector pues éste ayuda a crear el significado del texto, al aportarle su propia experiencia, emociones y actitudes.

Modelo C. S. Peirce⁵

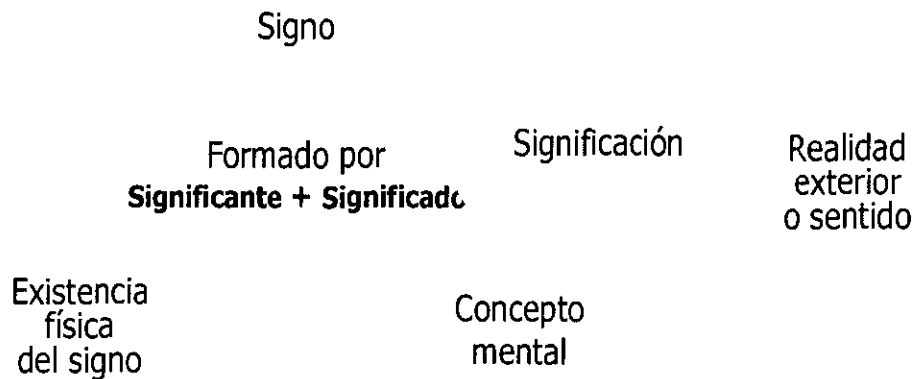


En el modelo de C. S. Peirce, el signo se refiere a algo que es diferente de sí mismo (el Objeto) y que es comprendido por alguien (el interpretante). Es un concepto generado tanto por el mismo signo como por la experiencia del usuario.

⁵ Fiske, John. Introducción al estudio de la comunicación 1ªed., Ed. Norma 1994 Pag. 37

Saussure fundador de la semiótica define al signo como un objeto físico que tiene un significado. En sus propias palabras *"un signo consiste de un significante y un significado. El **significante** es la imagen del signo tal como lo percibimos, las marcas en el papel o los sonidos en el aire; el **significado** es el concepto mental al cual se refiere"*⁶. El modelo se complementa incluyendo la significación y el resultado de dentro de la realidad.

Modelo Saussure⁷



Así podemos definir al signo como algo físico, perceptible por nuestros sentidos, diferente de sí mismo y en función de lo que la gente haga con ellos serán de mayor y mejor comprensión dentro del mismo grupo social.

⁶ Op. cit. Pag. 37

⁷ Op. cit. Pag. 40

2.4 Categorías de los signos

Tanto Peirce como Saussre determinan que son tres las categorías de los signos y son:

Icono

Es la representación más fiel del objeto como es el caso de una fotografía o pintura en la que se plasman todos y cada uno de los detalles que componen la realidad.



Indice

Cuando una representación tiene abstracciones o reducción de detalles pero sigue conservando su identidad se le conoce como indice.



Símbolo

Un símbolo es toda aquella representación gráfica abstracta cuyo significado estimula también el sentir. Son representaciones gráficas en donde los pictogramas de seres u objetos reales contienen conceptos directos.

La historia del símbolo parte con el desarrollo del sistema de escritura que cada cultura desarrolló en mayor y menor grado y ésta relacionado con aspectos mágicos, sociales, filosóficos.



2.5 Niveles Sígnicos

La semiótica estudia al signo con base en tres categorías propias de la disciplina.

Signo Semántico: el signo con signo mismo.

Es aquel que tiene una estrecha relación con su significante, cualquier gráfico, portador de un concepto con su significado, es mensaje mismo del significante: gráfico, y su función, que responde a la interrogante de si cumple con su objetivo de comunicar lo que se quiere.

Signo Sintáctico: el signo con otros signos

Es el símbolo que cuenta con una relación coherente con el resto de su propia estructura. Es decir que contenga el mismo el nivel de sintaxis, correspondiente al grupo que pertenece. De este nivel depende en mucho el éxito de transmitir un buen mensaje, armónico.

Signo Pragmático: el signos con usuarios

Deriva del latín Práxis (práctico) el símbolo en esta categoría es evaluado en base a su función práctica de transmitir el único significado para el cual fue creado, ningún otro.

Para el proyecto debemos de diseñar guiados en estos niveles. Al realizar una señal deberemos evaluarla con base en los niveles semióticos antes mencionados.

El nivel semántico nos responderá a la pregunta de si la imagen diseñada corresponde a la realidad y al concepto que pretende transmitir, responde a la pregunta ¿dice lo que queremos que diga o transmite?.

Para el nivel sintáctico las señales deberán tener una correspondencia entre ellas, deberán parecer un grupo y no señales aisladas o independientes, responde a la pregunta ¿Existe coherencia en trazo y estilo propios de una familia entre ellas?

Por último en el nivel Pragmático la señal será evaluada con base a la función práctica del usuario y si en realidad esta cumple con el cometido, para el cual fue diseñada, este nivel responde a la pregunta, resuelta la necesidad de crear una señal: ¿el destinatario obtiene un beneficio con ella?

Señalética

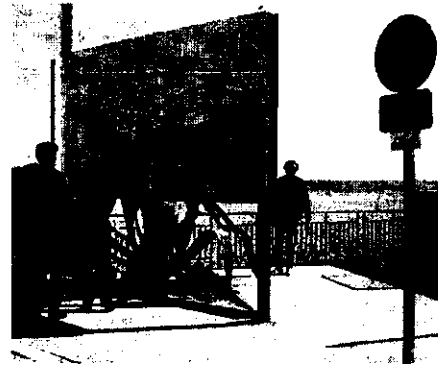
2.6 Señal y señalización

SEÑAL

Al igual que el signo la señal es una representación gráfica, su importancia radica en la función pasiva que tiene en mayor grado de informar que de comunicar, en el sentido de dar una indicación, orden, advertencia, prohibición o instrucción. Su carácter es convocar a la acción inmediata del receptor al momento de su lectura.

Mitzi Sims menciona en su libro Gráfica del entorno⁸ diferentes tipos de señales de donde concluimos la siguiente clasificación:

Orientadoras. Sitúan a usuarios en el entorno (Mapas, esquema planos).

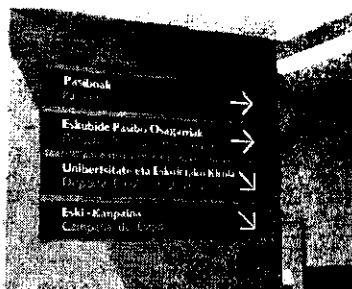


Informativas. Describen información como horarios y acontecimientos previstos. Directorios informativos, son vehículos con gran cantidad de información.



⁸ Sims, Mitzi. Gráfica del entorno Editorial Gustavo Gili, México, 1991

Direccionales. Pertenecen al sistema de símbolos como flechas y líneas, son utilizadas en gran parte para conducir el flujo de personas y/o vehículos en carreteras y lugares con gran afluencia como hospitales y aeropuertos.



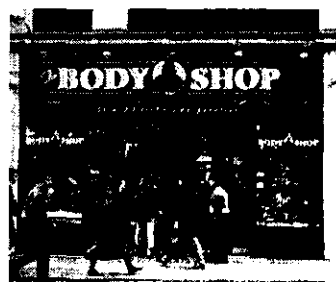
Identificativas. Designan o confirman destinos. Establecen un tipo de propiedad. En su mayoría son de carácter individual.



Prohibitivas o Regulatoras. Son señales que expresan normas de orden, conducen o prohíben acciones, protegen al usuario en caso de peligro.



Ornamentales. Su función está en embellecer el entorno haciendo de complemento con el ambiente a manera de adorno.

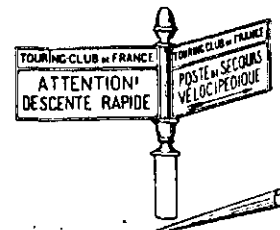
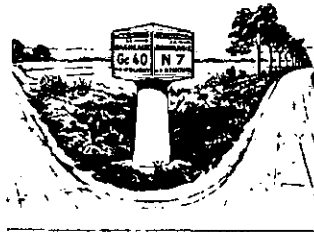


SEÑALIZACIÓN

Esta nace con la necesidad de crear sistemas de información y orientación en el espacio y en las cosas. La señalización ha evolucionado de la intuición de poner señales para informar y reglamentar la circulación, después normalizar y sistematizar procedimientos de información en el caso de la revolución industrial automotriz y la industria turística, y movilidad social

La definición de señalización por Joan Costa: "*señalizar es la acción de aplicar señales a priori a problemas siempre repetidos*"⁹

Aquí no se altera el contorno puesto que la señal es solo un añadido de función inmediata. Se usan signos y elementos de igual manera.



Así definiremos a los objetivos y características de la señalización como:

- * Asistente para conducir flujos humanos.
- * Independiente de su entorno.
- * Código de lectura es a priori.
- * Cumple con su mismo objetivo, señalar.

⁹ Costa, Joan. *De la señaletica al diseño de programas* Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 1988 Pag.103

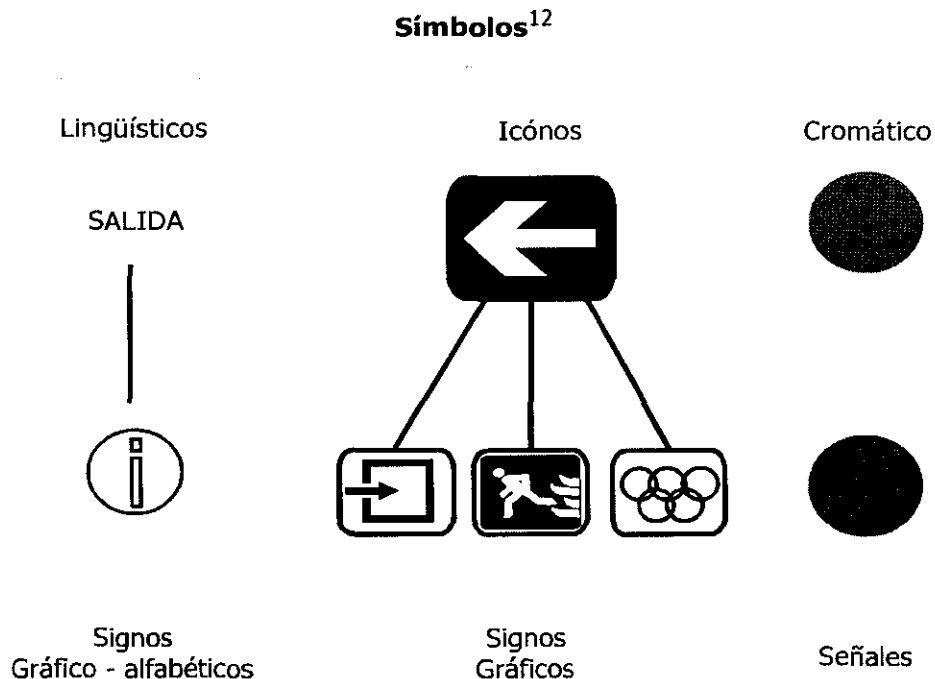
2.7 Señalética

Esta ciencia parte del estudio en conjunto de disciplinas como arquitectura, ingeniería, ergonomía, entre otras y se encargan de la organización, información, orientación del entorno.

*"Es la ciencia de la comunicación social que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de individuos.... . Es un modo técnico de comunicación, un lenguaje predominante que constituye una puntuación del espacio."*¹⁰

*"La señalética hace uso de su lenguaje simbólico que combina el símbolo alfabético (discurso) y el signo cromático (señal óptica) dando preferencia, por su universalidad e inmediatez al signo icónico: el pictograma"*¹¹

La señalética presenta ciertas características que el gráfista identifica a través de su lenguaje. Analicemos ahora el esquema semiótico de los símbolos señaléticos, que nos presenta Joan costa.



¹⁰ Costa, Joan. *De la señalética al diseño de programas* Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 1988 Pag. 117

¹¹ Op.Cit. Pag.118

¹² Ibid. Pag.139

Como antes mencionamos los símbolos son imágenes o convencionalismos establecidos dentro de grupos sociales.

El símbolo **lingüístico**, es el conjunto de palabras que transmite una información precisa en forma de enunciado.

El **gráfico**, abarca grafismos pictográficos, ideográficos y emblemáticos. El *pictograma* es esencial para los signos gráficos, éste se diseña a través de la abstracción mental de la esquematización gráfica de la acción, conteniendo dimensiones sintácticas.

Algunos pictogramas se utilizan no solo en series señáleticas, sino también en la publicidad dentro de anuncios, señales comerciales entre otros para mantener una comunicación señáletica clara y directa con el receptor.

El símbolo **cromático**, incluye la gama de colores, provoca sensaciones y está estrechamente ligado con la psicología del color, de acuerdo al grupo social al que está dirigido.

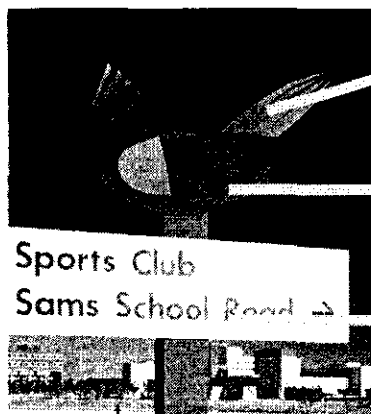


Gráfico: síntesis de un ave

Cromo: colores cálidos

Lingüístico: Idioma propio del lugar.

“De la señalización a la señalética”

Señalización

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

Señalética

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

¹³Op. Cit. Pag.

2.8 Programa señalético

Cuando el diseño va más allá de una serie de señales y se planea un programa señalético, esto es aquel método que en su conjunto nos habla de un sistema corporativo en donde todos los signos tienen un significado afín a la filosofía de la empresa. Abarca un sistema de códigos de legibilidad para los usuarios finales. Y debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- * Código a utilizar proporcionados por el medio.
- * La estructura arquitectónica.
- * El espacio determinara los elementos a utilizar.
- * Señales como parte importante del contexto.

Para diseñar la serie de señales de un programa con pictogramas o letragrafía se requiere de una estructura común que es la pauta modular compositiva; esta tiene dos funciones:

1. adecuación de pictogramas a la esencia de la temática del programa (museo, banco, hospital, empresa, club, etc.)
2. función normativa para la construcción de las figuras, son los infrasignos que configuran el signo.

Los programas señaléticos son únicos y diferentes ya que cada lugar tiene características específicas en su ambiente (arquitectónicas, ergonómicas, ambientales). En sus condiciones funcionales específicas el diseñador gráfico parte de los factores constantes, variables y combinaciones posibles para dar una solución a la propuesta gráfica en los programas para esto se basa en un método que ayude a conseguir que la propuesta contenga secuencia e interacción y así comprobar que es efectiva.

Un objetivo que conlleva diseñar programas es el reforzar la imagen o marca para la cual fue diseñado.

Es importante considerar los siguientes elementos al diseñar un programa señalético:

* **Elementos simples** considerados órganos de estructura como pictogramas, palabras, colores, formas básicas de los soportes.

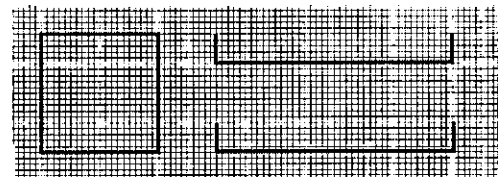
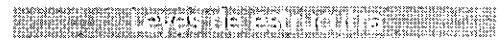
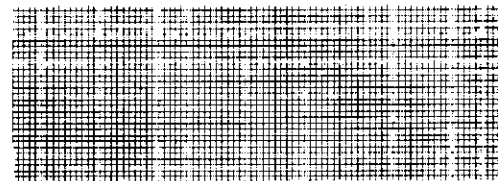
* **Pauta estructural** esto será el orden de los elementos anteriores sobre el espacio gráfico.

* **Leyes de estructura** son las normas que rigen la combinación de los órganos de estructura con la pauta estructural.

Joan Costa diseña una metodología con siete pasos para la elaboración de estos programas. Esta metodología la estudiaremos más adelante de acuerdo con nuestro proyecto.

Noción fundamental de repertorio

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQ...
Abcdefghijklmñopqrstuv...



Elementos de diseño en señales

2.9 Elementos Gráficos

Para la elaboración del sistema señalético hay que considerar además de los niveles semióticos los elementos de diseño en los cuatro grupos tal como los distingue Wiciu Wong: elementos conceptuales, visuales, de relación y prácticos que intentaré complementar con conceptos de Donis A. Dondis.

Conceptuales

"Son aquellos que no son visibles, no existen, sino que parecen estar presentes. Por ejemplo creemos que hay un punto en el ángulo de cierta forma; que hay una línea en el contorno de un objeto; que hay planos que envuelven un volumen y que un volumen ocupa un espacio. Estos puntos, líneas, planos y volúmenes no están realmente ahí, porque si lo estuvieran ya no serían elementos conceptuales".¹⁴

Son cuatro elementos básicos en la construcción del diseño y se encuentran presentes en casi todas las representaciones gráficas del entorno.

PUNTO: desde el punto de vista gráfico, es la unidad visual mínima, indica posición y no tiene ni largo ni ancho.

LINEA: es la trayectoria que sigue un punto, es decir cuando un punto se mueve su recorrido se transforma en una línea. Tiene largo pero no ancho, dirección ni posición. Limitada por puntos y forma los bordes de un plano.

¹⁴ Wong, Wucius. *Fundamentos del diseño bi y tridimensional* Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1988 Pag. 12

PLANO: es el recorrido de una línea en movimiento. Tiene largo, ancho pero no tiene grosor. Tiene dirección y posición esta limitado por líneas, define los extremos de un volumen.

VOLUMEN: es el recorrido de un plano en movimiento, tiene una posición en el espacio y esta limitado por planos. Tiene largo ancho y grosor.

Visuales

Cuando los elementos conceptuales se hacen visibles adquieren otro nivel de percepción visual diferente donde ahora tendrán forma, medida, color textura.

FORMA: *"Todo lo que puede ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción"*¹⁵

Existen tres formas básicas: triángulo, cuadrado y círculo las cuales tienen características específicas. Además de se les atribuyen significados en algunas ocasiones mediante la asociación y otras a la percepción, psicológicas y fisiológicas.



Cuadrado:

Se asocian significados de rectitud, honestidad y estabilidad, esmero. En señales se utiliza como soporte de información.



Círculo:

Se reconoce como infinidad, calidez y protección. Es un soporte recurrido para señales de prohibición.

Triángulo:

Se identifica con la acción, el conflicto y la tensión. Para el caso de las señales es ocupada como soporte preventivo

¹⁵ Donis A. Dondis. *La sintaxis de la imagen* Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 1985 Pag. 77 – 72

MEDIDA O ESCALA. Donis A. Dondis menciona como elemento a la escala en vez de la medida, siendo ésta parte integrante de la escala. El factor más importante para establecer una escala es la medida del hombre mismo, ya que los objetos son creados en función a él. Es importante considerar este elemento ya que al diseñar una señal debemos tomar en cuenta las dimensiones del usuario para su óptimo resultado(práxis).

COLOR: Es una de las experiencias visuales más penetrantes que todos tenemos en común tiene tres dimensiones que pueden definirse y medirse en: Matiz o Tinte, Saturación y Tono o Luminosidad(Lo estudiaremos más adelante).

TEXTURA: se clasifica en textura visual (es bidimensional) y táctil no solo es visible al ojo sino también puede corroborarse con el tacto.

De relación

"En este grupo de elementos gobierna la ubicación y la interrelación de las formas de un diseño. Algunos pueden ser percibidos como la dirección y la posición; otros pueden ser sentidos como el espacio y la gravedad"¹⁶

DIRECCIÓN: "de una forma depende de cómo esta relacionado con el observador, con el marco que la contiene o con las otras formas cercanas"¹⁷
Las formas expresan tres direcciones básicas y significativas: diagonal igual a triángulo; vértical y horizontal relacionado con el cuadrado y curva con el círculo.

¹⁴ Wong, Wucius. *Fundamentos del diseño bi y tridimensional* Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 1988 Pag. 12

¹⁷ Donis A. Dondis. *Op. cit.* Pag. 60

POSICIÓN: *"es juzgada por su relación respecto al cuadro o a la estructura del diseño. Una estructura impone un orden y las relaciones internas de las formas en un diseño una estructura puede ser **formal:** compuesta de líneas estructurales que aparecen construidas de manera rígida y matemática. **Semi-formal:** es bastante regular pero existe una ligera irregularidad. **Informal:** la organización es generalmente libre e indefinida."*¹⁸

En el diseño de nuestras señales será de suma importancia la posición correcta de nuestros elementos para una pronta y fácil lectura y comprensión.

MOVIMIENTO: es una de las fuerzas visuales más predominantes de la experiencia humana. Está presente en toda percepción tanto subjetiva como objetiva. El movimiento debe estar organizado a manera de crear un circuito cerrado y autosuficiente, es decir, un esquema en donde la distribución de los elementos, su dirección y fuerzas de atracción mantengan los ojos en movimiento de manera fluida dentro del formato hasta que se agote la atención Este aspecto es muy importante.

¹⁸ Wong, Wiciu. Op. cit Pag. 13

ESPACIO: *"las formas de cualquier tamaño, por pequeñas que sean, ocupan un espacio, así éste puede estar ocupado o vacío. Puede, así mismo ser liso o ilusorio para sugerir una profundidad"*¹⁹.

Es muy importante dar el espacio correcto en las señales (por ejemplo entre pictogramas, tipografía, flechas, envoltentes y cada elemento que contenga esta) a manera de no confundir al lector y que pueda recibir de manera correcta el mensaje enviado.

GRAVEDAD: *la sensación de gravedad no es visual sino psicológica, tal como somos atraídos por la gravedad de la Tierra, tenemos tendencia a atribuir pesadez o liviandad estabilidad, o inestabilidad..."*²⁰

D) Practicos

*Estos están en estrecha relación con la semiótica de donde concluimos que: "cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza o del mundo hecha por el ser humano es REPRESENTATIVA"*²¹. La representación puede ser realista (icono) es la más cercana a la realidad como la fotografía. Simbólica (símbolo) que es la abstracción, la cual requiere de reducción de detalles visuales. Y la abstracta (signo) visualmente es una simplificación tendente a un significado más intenso y destilado

El SIGNIFICADO: esta ligado con los niveles semióticos: semántico y sintáctico
Y la FUNCIÓN: está relacionado con el nivel pragmático.

¹⁹ Ibidem.

²⁰ Ibid. pag. 12 y 13

²¹ Ibid. Pag. 13

2.10 Tipografía

En el libro de Gráfica del entorno²² encontramos algunas recomendaciones para el diseño de señales alfabéticas como son:

* El **texto** debe ser entendible y claro, de preferencia omitir abreviaciones y que no sea demasiado.

* La **tipografía** debe ser absolutamente clara se recomiendan familias tipográficas, conocidas, de preferencia palo seco.

*La **legibilidad**, para comprobar este punto basta con tener una pronta lectura del gráfico y clara interpretación.




















En el caso de la tipografía no se recomiendan tildes o fustes muy delgados, los ojos o huecos interiores de letras despejados y bien abiertos, uso de letra normal (no es recomendado el uso de tipografía condensada).El uso de peso y contraste dependerá del diseño y la forma de la imagen. Deberá existir una conciencia por parte del diseñador para utilizar los niveles de significado y los peligros que representan la familia tipográfica elegida.



²² Sims, Mitzi. Gráfica del entorno , México, Editorial Gustavo Gili, 1991

De acuerdo a las características del tipo estos se asocian en grupos o familias así podemos notar que dentro de la familia **romana** sus terminales o remates son contorneados. La Familia **gótica** es caracterizada por sus rebuscados trazos y garigoleadas terminaciones. La familia **egipcia** se construye con terminaciones o patines cuadrados. La característica principal del grupo **sanserif**, conocida como palo seco es la construcción de toda su estructura sin ningún remate. Por último la tipografía de **fantasía** es aquella que tiene todo tipo de expresión artística y la cuál no pareciera no seguir ningún tipo de lineamiento.

Familias Tipográficas

Romana	 Book antiqua	 Times	 Garamod	 Grouch
Gótica	 Shel'ey Aleqro	 Flemish Script	 Thunderbird	
Egipcia	 ITC offiana	 Century Schoolbook	 Clarendon	 Normande
Sanserif	 Avant Garde	 Futura	 Univers	 Impacto
Fantasia	 Shotgun	 Crazy Creatures	 Harpoon	 Beehive

Las características de una tipografía son: el **tamaño**, se refiere a la altura. La **forma**, que es el estilo (familia tipográfica), el **peso** se refiere al grosor y puede ser fina(light), norma(médium), semi-negra (semibold), negra (bold) y super-negra(extra bold).el **ancho**, esté puede ser condensada, extra condensada, redonda o extendida. Por último el **espaciamiento**, considerado de tres tipos: entre letras, entre palabras y entre líneas y renglones.

Pesos Tipográficos

Light Condensed	<i>Light Condensed Italic</i>	Ultralight condensed
Light Expanded	<i>Light Expanded Italic</i>	Ultra Light Expanded
Medium	<i>Medium Italic</i>	Extra Bold
Medium Condensed	<i>Medium Condensed Italic</i>	Extra bold condensed
Medium Expanded	<i>Medium Expanded Italic</i>	Extra bold Exp.
Bold	<i>Bold Italic</i>	Ultra Bold
Bold Condensed	<i>Bold Condensed Italic</i>	Ultra Bold condensed
Bold Expanded	<i>Bold Expanded Italic</i>	Ultra Bold Exp.

2.11 Color

El físico inglés Issac Newton descubrió que la luz blanca solar está compuesta de luces de diversos colores y puede comprobarse mediante un prisma de cristal (conocemos éste como espectro solar).

El color puede definirse y medirse en: **matiz o tinte** que es el color mismo o croma se define el color verde amarillo, rojo, magenta, azul marino y cyan. **Saturación** que determina el grado de pureza de un color con respecto al gris, y **tono o luminosidad** son variaciones de luz ya sea la oscuridad o claridad, (es el grado de brillo que tiene el color siendo el brillo más fuerte el blanco.).

La función del color es atraer la atención. El color produce efectos psicológicos, es capaz de crear ambiente mediante apoyos gráficos, se encuentra asociado a determinadas ideas, sentimientos, mensajes o sugerencias.



Es capaz de producir sensaciones de frío, calor, ligereza o pesadez. Y ayuda a la mente a recordar ya que penetra fácilmente en nuestra memoria y queda arraigado en ella (punto muy importante para la creación de nuestros diseños). Como se mencionó anteriormente cuenta con un significado simbólico propio.

El color produce una sensación visual que involucra a un objeto coloreado y el ojo observador. La fusión de ambos da como resultado una lectura con significados que dependerá en mucho de la simbología del color y los significados culturales que éste aporte dentro del medio a señalar.

En su libro Georgina Ortiz²² abre un apartado a la psicología del color donde menciona que se ha reconocido ampliamente que los colores tienen un impacto muy fuerte sobre los sentimientos y las emociones humanas, por tanto cada color tiene su carácter psicológico propio:

Rojo: es un color cálido, excitante y estimulante. Se encuentra asociado con el peligro y la tensión (calor y fuego). También es un color apasionado y ardiente, ya que atrae nuestra atención y acelera el metabolismo. Es por esto el color de las emociones rápidas, vivas, poco profundas, sugestionables, así como de la espontaneidad, los arranques de instintos como cólera, relacionados con la conducta infantil y neurótica.

Anaranjado: es sentimental, sin descarga inmediata de conducta cálida. Tiende a la sobre estimación, persecución y proyección del yo sobre el mundo propio. De caracteres extrovertidos.

Amarillo: es el más suave y ligero de los colores calientes, nos recuerda el sol, da un fuerte efecto de luminosidad. Está asociado con dinamismo, intelecto, energía creativa, alegría, humor, poder y otros conceptos como ambición, sentido de superioridad, es regulador de apatías y antipatías. Su uso excesivo puede ser enervante, pues excita a enfermos mentales.

Verde: es de los colores fríos el más cercano al calor. Este color está íntimamente relacionado con la naturaleza, el pasto, las hojas. Es refrescante, denota sociabilidad, sensibilidad y contacto psicológico. El color imparte serenidad. El verde y el azul son colores que juntos reflejan elegancia y amplitud.

Verde Oscuro: Tendencia introvertida que puede ir hasta la hiper emotividad y la inadaptación emocional.

Verde Claro: de tendencia extra-sensitiva, impulsividad o actividad.



²² Ortiz Hernández, Georgina. *El significado de los colores* México, Editorial Trillas, 1992

Azul: es el color más frío, nos sugiere descanso, reposo, alma y dignidad. El azul es el color del mar y del cielo, es quieto pero no como el verde. Es el color de la armonía y la paz. Es regulador de la afectividad: el color más elegido por los sujetos o niños que empiezan a razonar.

Azul oscuro: racionalismo, el exceso de azul indica un super yo hiper controlado.

Marrón: Dureza de resistencia Psíquica, obstinación, testarudez, espíritu de contradicción, frecuente en los niños difíciles y rebeldes

Violeta: Elegido solo por pintores, artistas, y escritores. este color es símbolo de creatividad y puede indicar trastornos afectivos.

Negro: El color de la noche y de la muerte es oscuro y compacto, es símbolo de desesperación se asocia con la elegancia y la riqueza. El color de los neuróticos, de trastornos de la pubertad de los sujetos depresivos.

Gris: No tiene carácter autónomo no es ni blanco ni negro. Es la expresión de un estado neutral, símbolo de indecisión y falta de energía. El menos usado por sujetos normales, asociado con prudencia, discreción, desconfianza, rechazo y negación.

Blanco: Sugiere claridad, franqueza y luminosidad. Se le asocia con la limpieza y la sanidad Es color de pureza, de virginidad, inocencia, paz y se encuentra estrechamente relacionado con hospitales, esterilidad e invierno. Es recurrido por personas anormales, es frecuente entre los esquizofrénicos en quienes denota el vacío interior. En los epilépticos se encuentra asociado el color rojo así como es preferido.



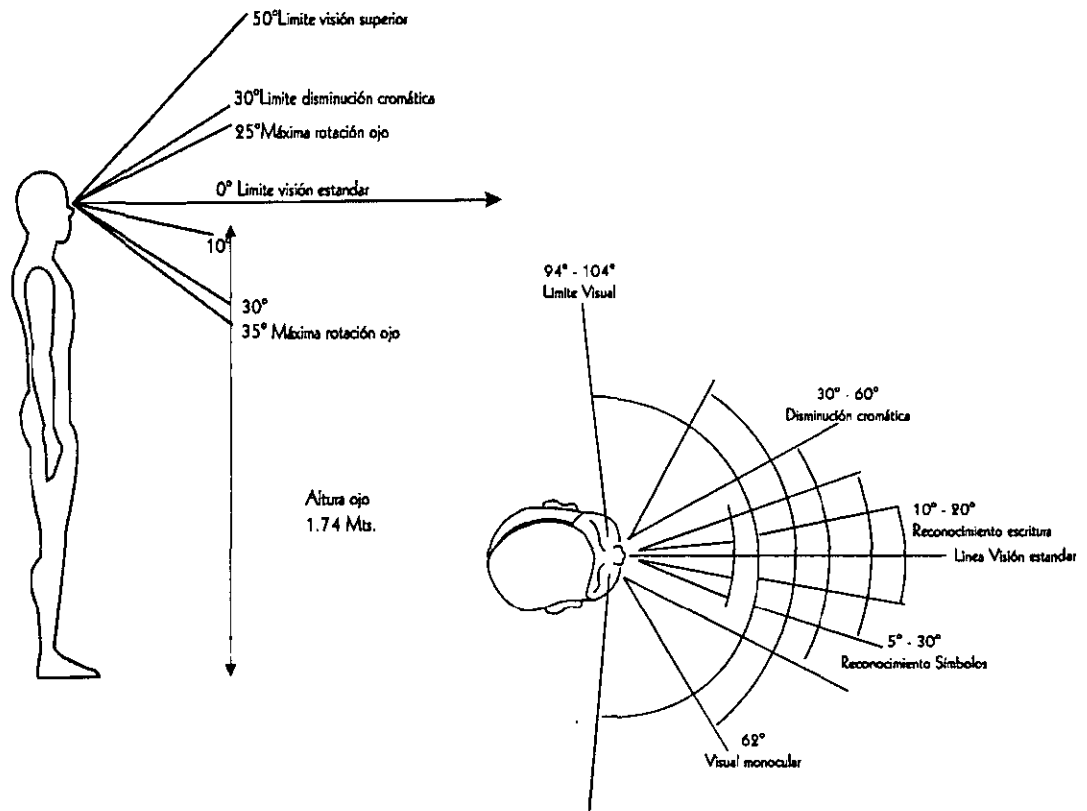
2.12 Campo de Visión.

"El campo o cono de una visión normal abarca un ángulo de visión de 60°"²³ fuera de ésta área tiene menor legibilidad leer aquí implica un esfuerzo esta que no toda la gente esta dispuesta a realizar.

Es probable que una señal colocada 30° arriba del nivel del ojo pasará desapercibida. "la constancia a la altura que están situados los rótulos aumenta la posibilidad de que sean percibidos y proporciona un aspecto visual uniforme y agradable que sugiere eficiencia organizativa."²⁴

En el caso de Club Santa María las señales a diseñar deberán contemplar un tamaño optimo que al campo de visión estándar de los usuarios cumpla con su función de transmitir

Figura 25



²³ Sims, Mitzi. *Gráfica del entorno*, México, Editorial Gustavo Gili, 1991 Pag. 45

²⁴ *Op. Cit.* Pag. 47

²⁵ *Ibidem*

2.13 Sistema de sujeción y materiales

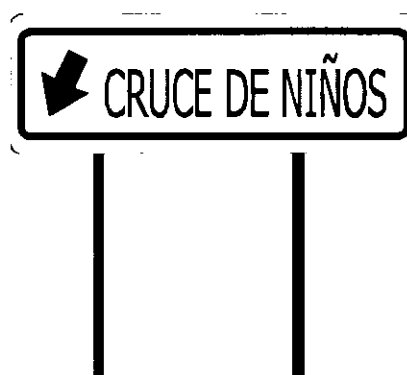
Para este apartado debemos considerar la gran variedad de sistemas y materiales para las señales, la correcta elección de estos es a menudo complicada ya que determinara cuál será la óptima dependerá de factores como: costos, durabilidad, resistencia al vandalismo, mantenimiento y factores ambientales (exposición al sol, viento, lluvia, etc.)

Dentro de los sistemas de sujeción encontramos los siguientes con sus pro y sus contras:

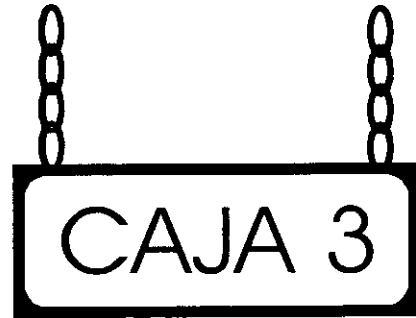
Abanderada: esta señal esta soportada en los muros del lugar, los materiales son muy variados y por lo mismo el método de sujeción depende de estos. Una de las ventajas que tiene es que puede ser utilizada con doble vista. Sin embargo los tamaños en sus tamaños no son muy grandes.



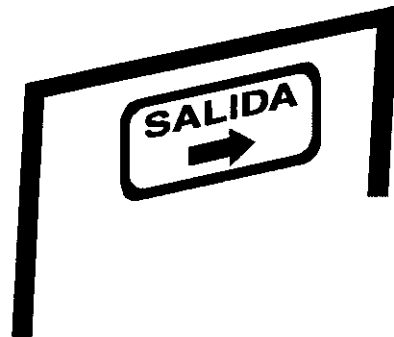
Auto soportable: es quizás la más recurrida por el sistema señalético de vialidad consta de un soporte que se encuentra anclado al piso con estructura metálica, en la mayoría de los casos, este sistema es independiente de la arquitectura del lugar. Soporta la señal que puede ser única o en grupo.



Colgante: es la señal que pende regularmente de techos con soportes flexibles como cadenas, cuerdas y soportan señales no muy pesadas, estas señales tienen igualmente un vista doble y en algunos casos resultan de mucha ayuda en centros comerciales para la pronta ubicación de departamentos. Sin embargo su misma flexibilidad la hace débil y por tanto poco práctica para exteriores.



Fija: son señales por lo regular colocadas en paredes y muros que pueden indicar una ruta, alguna prohibición del lugar.



Luminosos: esta señal se encuentra por lo regular empotrada en lugares establecidos como son los nombres de centros comerciales, restaurantes, hoteles, entre otros.



Basándonos en la obra de Mitsil Gráfica del entorno ²⁸ encontramos materiales como:

Madera: la madera es uno de los más antiguos y hermosos materiales tradicionales conocidos por el ser humano. Está dividida en dura y blanda.

Las **maderas duras** se dan en climas cálidos y zonas tropicales factor por el cual son más duraderas. Su atractivo emana de sus colores estructura interna, robustez, rigidez, ligereza y calor. La madera natural se puede barnizar o lacar, teñir, pintar, blanquear, pulir, aplicar como chapado y usar en combinación con muchos otros materiales. Puede emplearse como superficie para imprimir.

Los usos más característicos son en letras, tableros, rótulos de tiendas.

Para este material se recurre a métodos como: Talla, chorro de arena y grabado.

Plásticos: son los materiales más utilizados en la fabricación de señales. El plástico es un material estable, fácil de fabricar, soporta los agentes atmosféricos exteriores y está disponible en una amplia gama de colores.

Entre los plásticos utilizados en la industria se encuentran el acrílico, cloruro de polivinilo (PVC), policarbonato, estireno, polipropileno, plástico reforzado con fibra de vidrio (GRP), el nylon- poliéster fibrorreforzado (FRP Nylon), vinilo, película adhesiva, transferibles y calcomanías, plásticos coloreados.

Para este material se recurre a métodos como: Troquelado, grabado moldeo, vaciado y moldeo al vacío

²⁸ Sims, Mitzi. Gráfica del entorno , México, Editorial Gustavo Gili, 1991 Pag.

Metales: un grupo muy recurrido para rótulos. Los metales usados más frecuentemente son el acero, el aluminio, broce y el latón.

Para este material se recurre a métodos como: metal fundido, metal aserrado, plancha metálica, metal estampado, estampado en relieve, metal grabado, metal fotograbado.

Vidrio: cuenta con problemas mismos del material como reflejos, la posible visión a través de un fondo no deseado. Algunos tipos de vidrio teñido son susceptibles de agrietarse y resquebrajarse en sí están expuestos directamente a los rayos solares Sumamente peligroso cuando existe la posibilidad del vandalismo. A pesar de estos inconvenientes es un material versátil para la fabricación de algunas señales. Puede ser transparente, coloreado, opaco y teñido. Puede utilizarse como material de base para tintas en serigrafía, transferibles, etc.

Para este material se recurre a métodos como: Grabado en ácido, chorro de arena, tallado y dorado.

Piedra: este recurso es muy recurrido los diseñadores, pues tiene cualidades naturales que no pueden ser igualados con éxito. Entre las clases de piedra más utilizada para rótulos o señales están la pizarra, el granito, el mármol.

2.14 Delimitación de la muestra

Para el programa de señales del Club Santa María consideramos necesario crear las siguientes:

Directorio:

- * para el área de recepción en donde sin duda todos deben pasar para su registro y la asignación del número de cabaña.

Direccionales:

- * En los kms. 69 ½ y 67 ½ que prevenga la salida próxima en el km. 68 ½ y para guiar en los 200 mts. camino al club
- * algunas de instalaciones
- * para indicar circulación vehicular dentro del club
- * servicios médicos.

Identificativas:

- * para las canchas de balón cesto, fútbol, voleibol, tenis, juegos infantiles, alberca y chapoteadero, servicios médicos, discoteque, salón de juegos y estacionamientos.

Prohibitivas:

- * para la zona de mantenimiento
- * prohibición de estacionamiento.

RESUMEN CAPITULAR

En la carrera de diseño y más en la de comunicación gráfico es muy importante tener siempre a la vista los conceptos que nos rigen como lo es comunicación, un proceso de transmisión de ideas y pensamientos la comunicación humana es una clara muestra de la capacidad que tiene el hombre de permanecer y trascender como ser superior en el mundo que habita.

El modelo de comunicación que nos presenta Roman Jakobson (lingüista) contiene seis elementos (remitente, destinatario, contexto, mensaje, contacto, y código) para obtener una comunicación, cada uno de estos elementos cumple con una función (emotiva, connotativa, referencial, poética, fáctica y metalingüística).

Para llevarse a acabo el proceso de comunicación en el hombre algunos canales están en sus sentidos y es en la vista donde percibimos mayor cantidad de información, de ahí la importancia de la comunicación visual.

En la comunicación visual existen diferentes factores que influyen para la transmisión mensaje correcto, como lo son los elementos de diseño divididos en cuatro grupos: conceptuales, visuales, de relación y prácticos. Para un estudio mas profundo de la comunicación visual encontramos a la semiótica.

La semiótica es la disciplina encargada del estudio de los signos, su función, la manera de transmitir mensajes y la relación que tienen en su entorno.

Podemos definir al signo como algo físico, perceptible por nuestros sentidos, diferente de sí mismo y en función de lo que la gente haga con ellos serán mayor y mejor comprensión dentro del mismo grupo social.

la semiótica clasifica otorga tres categorías a los signos y estas son
Icono: es la representación más fiel de del objeto como es el caso de una fotografía o pintura en la que se plasman todos y cada uno de los detalles que componen la realidad.

Índice: cuando una representación tiene abstracciones o reducción de detalles pero sigue conservando su identidad se le conoce como índice

Símbolo: símbolo es toda aquella representación gráfica abstracta cuyo significado estimula también el sentir y ésta relacionado con aspectos mágicos, sociales, filosóficos.

La semiótica designa niveles sígnicos, esto no es más que la relación que guardan: semántico: el signo con signo mismo; sintáctico: el signo con otros signos y pragmático: el signos con usuarios.

Las señales al igual que los signos tienen su importancia en la medida de informar de manera pasiva. Existen diferentes tipos de señales como las orientadas, las informativas, las direccionales, identificativas, prohibitivas y de ornato.

La señalización nace como una necesidad de informar y orientar en el espacio y para apresurar el flujo de personas, vehículos entre otros.

La señalética es más dedicada al estudio de las gráficas que comunican. Y establece un esquema de signos donde encontramos a los lingüísticos, los iconos y los cromáticos.

BIBLIOGRAFIA

Costa, Joan. De la señaletica al diseño de programas, Barcelona, editorial Gustavo Gilli, 1988

De la torre y Rizo Guillermo. El lenguaje de los Símbolos Gráficos. introducción a la comunicación visual, México, 1ªed., Ed. Limusa, 1992

Donis A. Dondis. La sintaxis de la imagen, Barcelona, Editorial Gustavo Gilli, 1985

Fiske, John. Introducción al estudio de la comunicación, México, 1ªed., Ed. Norma 1994

Ortiz Hernández, Georgina. El significado de los colores, Editorial Trillas, México, 1992

Sims, Mitzi. Gráfica del entorno, México, Editorial Gustavo Gili, 1991

Wucius, Wong. Fundamentos del diseño bi y tridimensional, Barcelona Editorial Gustavo Gilli, 1988

TESIS

Zarco Gómez, Judith Adriana. Proyecto de señaletica para la Feria del Disco México, Tesis para obtener el título de licenciada en Diseño Gráfico UNAM. 1997

Las señales del Club Santa María

Metodología

- 3.1 Esquema metodológico
- 3.2 Toma de contacto
- 3.3 Acopio de información

Proceso gráfico

- 3.4 Clasificación de las señales
- 3.5 Red
- 3.6 Tipografía y pictogramas
- 3.7 Código cromático

Programa señáletico

- 3.8 Señales informativas y direccionales
- 3.9 Señales identificativas
- 3.10 Directorio

Realización

- 3.11 Elección de originales
- 3.12 Sistema de sujeción

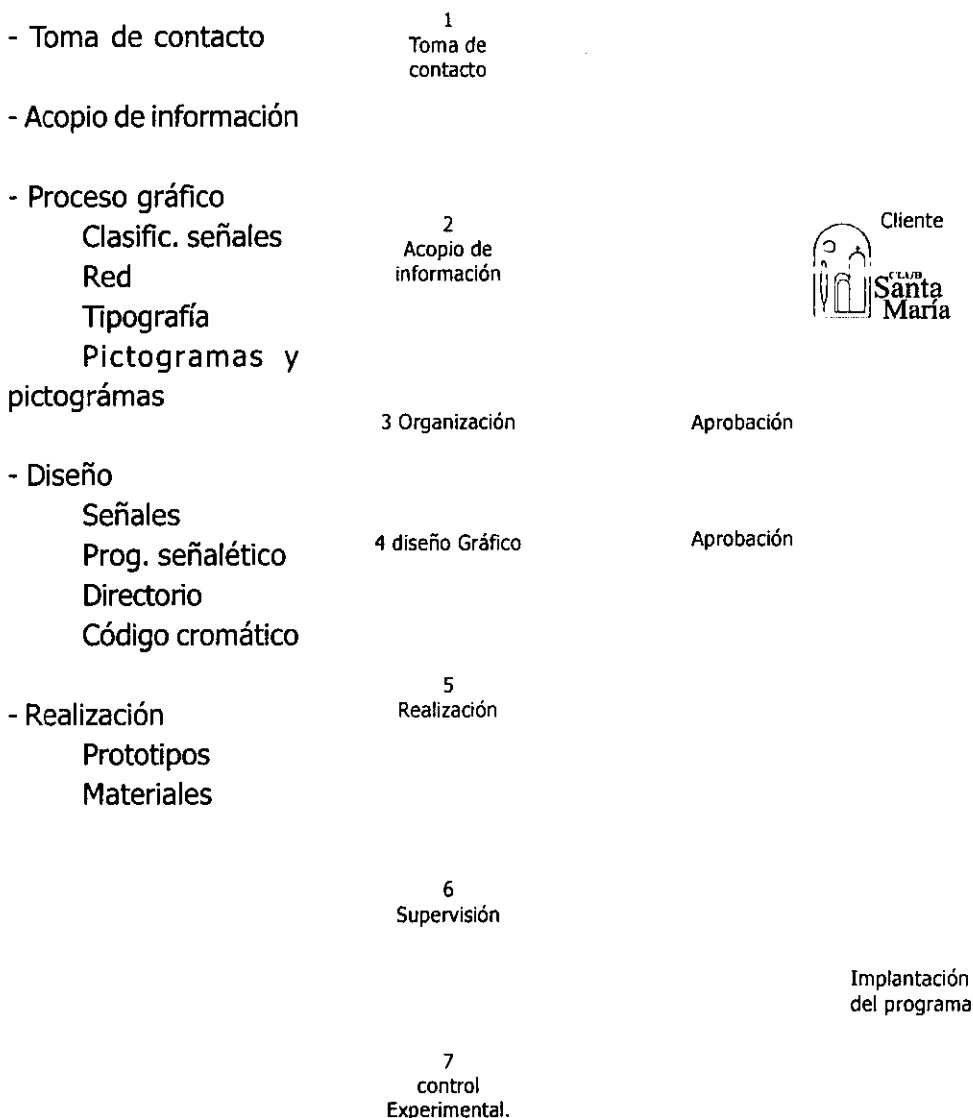
Bibliografía

Metodología

3.1 Esquema metodológico ²⁶

Como mencionamos, el proceso de diseño de un programa señalético según la metodología de Joan Costa se divide en siete etapas para su creación.

A partir de este capítulo nos guiaremos en tal metodología para el desarrollo de nuestro proyecto:



²⁶ Costa, Joan. *De la señalética al diseño de programas*, Barcelona, editorial Gustavo Gilli, 1988

3.2 Toma de contacto

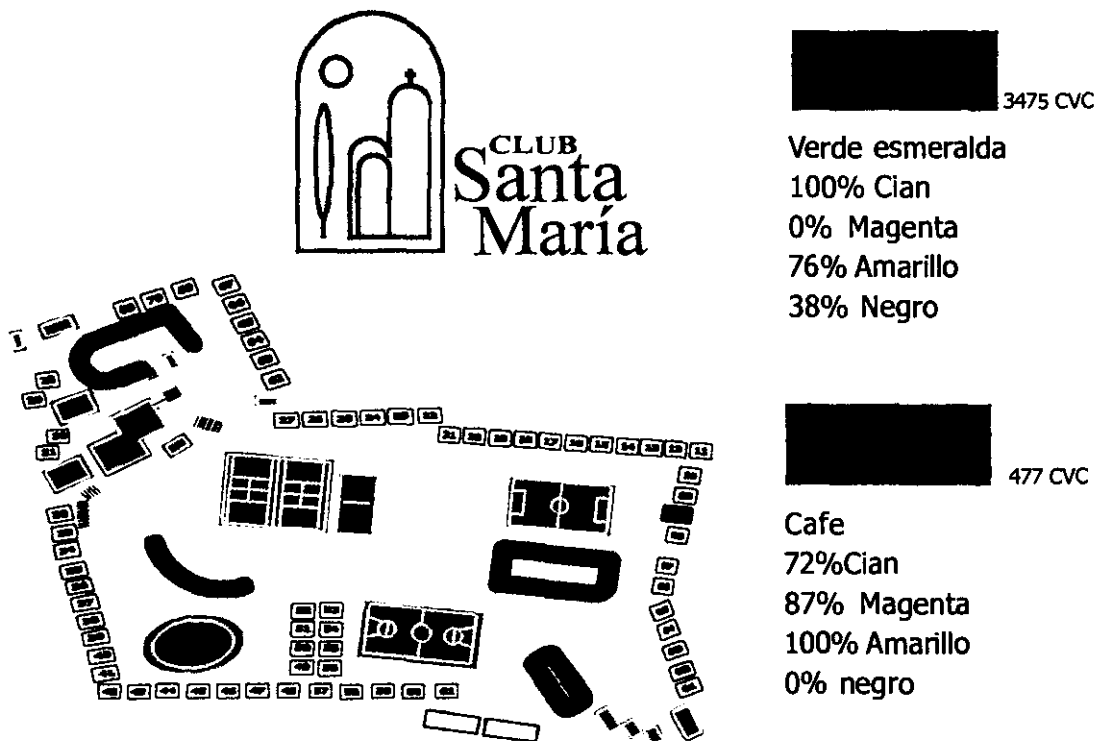
* Conocer los servicios de Club Santa María. Su personalidad, aspecto que hace distintivo el lugar para el usuario, la imagen de marca que puede ser reforzada a través del programa señalético.

La imagen gráfica del club es desconocida por la mayoría de sus socios y es intención del dueño comenzar a crear memoria.

La imagen del club es jovial y muy relajado, el lugar es tranquilo, agradable y seguro, los dueños son personas serias preocupadas por el status.

* Conocer los planos, el terreno mismo y los diferentes servicios y reglamentaciones del lugar. En este punto nos recomienda hacer un levantamiento de toda la información que sea posible.

El club presta el servicio de renta de cabañas para la recreación de socios que visitan las instalaciones deportivas en Cuernavaca.



Es un lugar tranquilo, seguro, sumamente natural.

3.3 Acopio de información

* Conocer las palabras claves, que definen el lugar y sus servicios.

Recordemos las palabras que el dueño quiere rescatara para definir al Club: exclusivo, privado, familiar, tranquilo y seguro.

* Hacer un levantamiento fotográfico, tratar por este medio de encontrar un funcionamiento del espacio, para ubicar puntos importantes de mayor afluencia.

* Reconocer las condiciones arquitectónicas que pudieran limitar el programa señalético

En el caso del club el levantamiento fotográfico se comenzó desde la carretera libre México - Cuernavaca por ser el lugar de arribo.



El acceso al club no cuenta con señales para guiar a los socios.

También se tomaron algunas fotografías de áreas internas del club y los tres puntos considerados de mayor afluencia, por tanto de importancia para la colocación de señales y que son:



* El inicio del circuito



* La bifurcación del área de la alberca discotequete y salón de juegos.



* El último punto será en el área infantil para ubicar la numeración de cabañas.

* Conocer las condiciones ambientales que constituyen el estilo ambiental tanto interior como exterior, los colores dominantes y las combinaciones. Observar la iluminación natural y artificial, la decoración, mobiliario, materiales, texturas y la realidad que a través del programa se quiere proyectar.

Todas las señales requeridas estarán ubicadas en exteriores, por tanto habrá que pensar en materiales resistentes a los factores ambientales de corrosión. Y sólo habrá un directorio en la recepción para indicar a los usuarios la ubicación de la cabaña asignada.

* Por último conocer las normas gráficas pexistentes, en el caso de existir un manual de identidad corporativa es necesario ajustarse a los lineamientos establecidos, como sería la tipografía, los colores, o imágenes, etc.

En nuestro proyecto encontramos solo el imagotipo que se pretende empiece a crear memoria.

* A partir de la información de las etapas anteriores se planifica una proyección visual de las palabras a la imagen. Siendo necesarias las expresiones lingüísticas a través de palabras claves para definir un sistema de nomenclaturas y partir de esta como base; al mismo tiempo se recomienda recopilar diferentes muestras de pictogramas existentes para ver si se adaptan a las nomenclaturas lingüísticas; esto con el fin de ver la posibilidad de utilizar alguno de ellos para el programa a diseñar, sin olvidar que los pictogramas siempre deben ser perfectamente conocidos y correctamente descriptivos para los usuarios.

Proceso gráfico

3.4 Clasificación de las señales

* Después de las nomenclaturas y planos se verifican los datos para determinar los puntos claves dentro del terreno y reducir información.

Esto ayudará a la clasificación de señales a diseñar (direccionales, preinformativas, de identificación, restrictivas, o de prohibición y de emergencia). Es recomendable redactar un informe que contenga lo más significativo del programa.

* Comprende el diseño conceptual y de organización que comienza con la preparación de las fichas informativas para cada señal que contenga:

Nombre de la señal	Situación de flecha
Situación en el plano	Color
Clase de señal	Identificación

Estas fichas son base del sistema señalético y se componen de la siguiente manera: módulo competitivo o red matriz, tipografía, pictogramas, código cromático, originales para prototipos, selección de materiales y presentación de prototipos. Los señales a diseñar son:

Directorio

* Mapa de ubicación, para el área de recepción.

Señales exteriores

- * Club Santa María 1km (dirección)
- * Club Santa María (dirección)
- * Club Santa María (identificación)

Señales interiores

Servicios

- * Recepción (identificación)
- * Médico (dirección e identificación)
- * Estacionamiento (dirección e identificación)

* Teléfono (identificación)

* Cabañas (dirección)

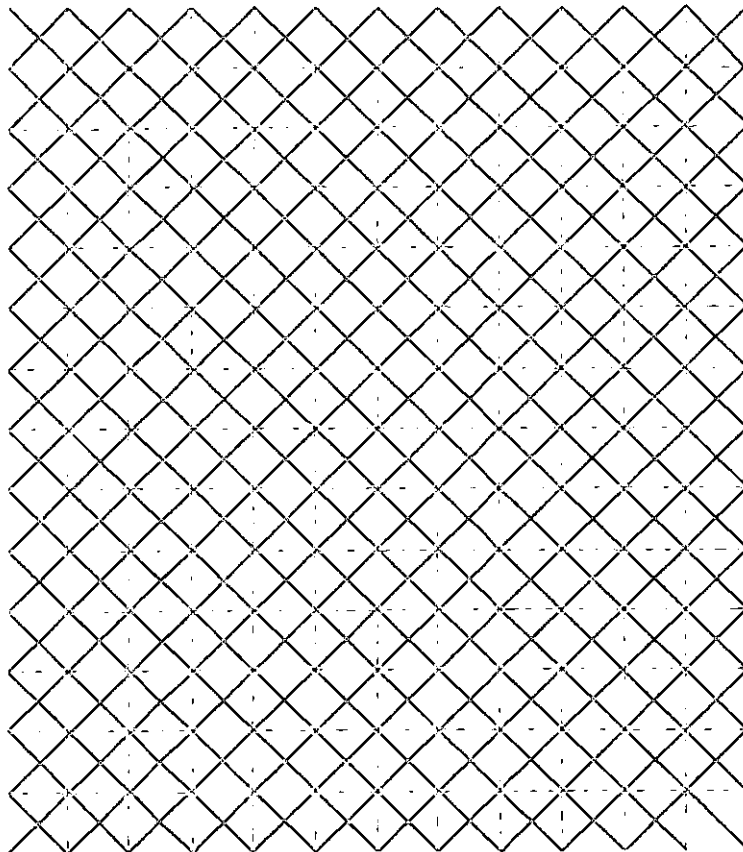
Lugares

- * Cancha de basquetbol (dirección e identificación)
- * Cancha de voleibol (dirección)
- * Cancha de tenis (dirección e identificación)
- * Alberca (dirección e identificación)
- * Area de juegos infantiles (dirección e identificación)
- * Discoteque (dirección)
- * Salón de juegos (dirección)
- * Área de mantenimiento

3.5 Red

* Modulo competitivo o Red matriz: ésta nos servirá para la distribución sistemática de los elementos.

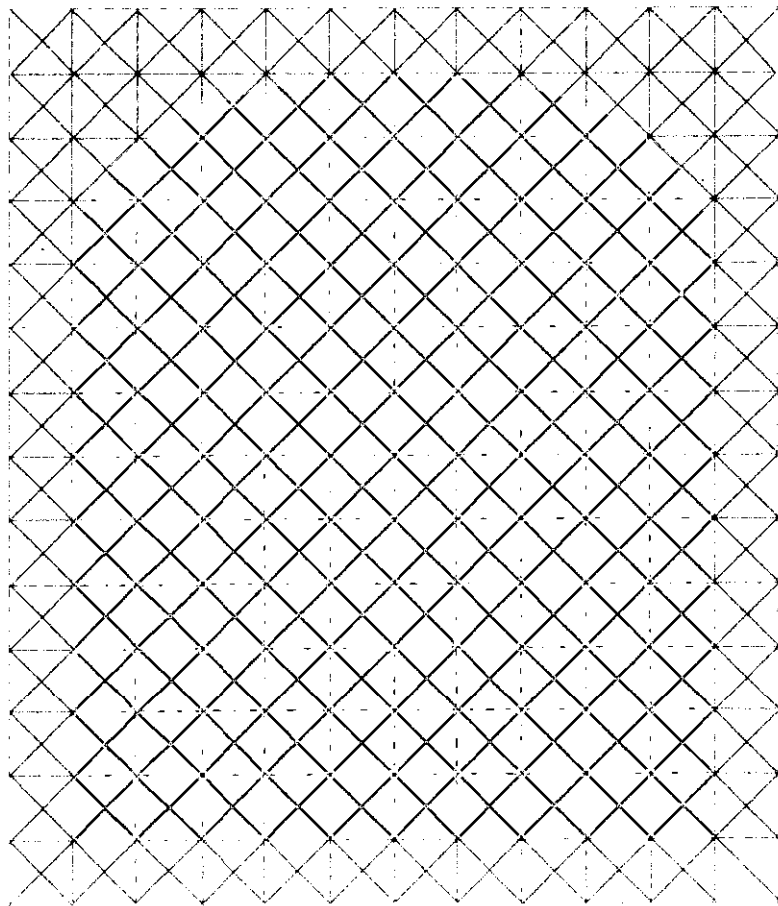
En este caso trazamos una red de soporte que contuviera líneas paralelas horizontales, verticales y diagonales que dieran mayor facilidad de movimiento pues es deporte básicamente lo que representaremos.



Para las señales internas recurrimos a una envolvente que contuviera un nivel sintáctico en relación con el imagotipo del lugar; y pensando además que el proyecto (como programa) pueda ser utilizado en los otros centros del consorcio, pues las envolventes de los demás centros son similares.

Esta envolvente nos dá un concepto relacionado con la seguridad y la tranquilidad, es familiar pues permite sentir acojimiento en su arco.

Para el caso de las exteriores la envolvente será recta y con terminaciones en curva.



3.6 Tipografía y pictogramas

* Tipografía: ésta selección es de acuerdo a las condiciones ambientales, las características que la identidad corporativa propone, legibilidad y rápida lectura.

Para aquellas señales que requieren de texto dentro del proyecto recurrimos a dos familias tipográficas:

Times. Se decidió utilizar la del tipografía del imagotipo, para aquellas señales que se encuentren dentro del club ya que el lugar es cerrado y no tiene problemas de legibilidad ni leibilidad pues además de ser muy pocas el texto es mínimo como: Recepción, lavandería (de uso Interno). Y en las de carretera se utilizó como parte del imagotipo.

En segundo lugar recurrimos a la tipografía de palo seco **Arial Black** para señales informativas que indiquen la distancia restante para salir de la carretera.

* Pictogramas: la selección de pictogramas utilizables deben cumplir con el punto de vista semántico, sintáctico y pragmático. Puede existir algún re diseño siempre y cuando cumpla con la sintaxis del resto del programa.

Para sanitarios y prohibición de paso se recurrió a pictogramas creados con un re diseño que unificara en sintaxis el estilo del programa.

De acuerdo al estilo del lugar y los servicios que presta se decidió emplear objetos representativos del lugar en vez de imágenes del cuerpo humano en actividad.

Nombre de la señal: **Teléfono**

Clase de señal: identificativa

Pictograma: Teléfono o Auricular

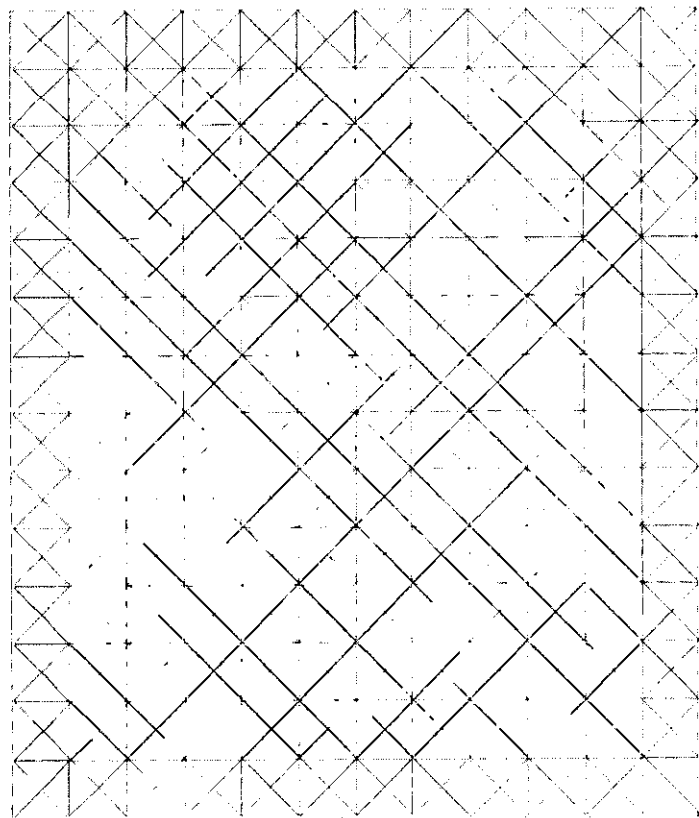
Situación de flecha: X

Situación en el plano: Entrada al club

Color: azul intenso

Observaciones: el pictograma refiere la función misma del servicio, auricular y las teclas de marcado es lo más relevante del servicio.

Es importante mencionar que la imagen del club está trazado en línea como la mayor parte de las señales que éste programa.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Servicio médico**

Clase de señal: direccional e identificativa

Pictograma: simbolo universal de la cruz

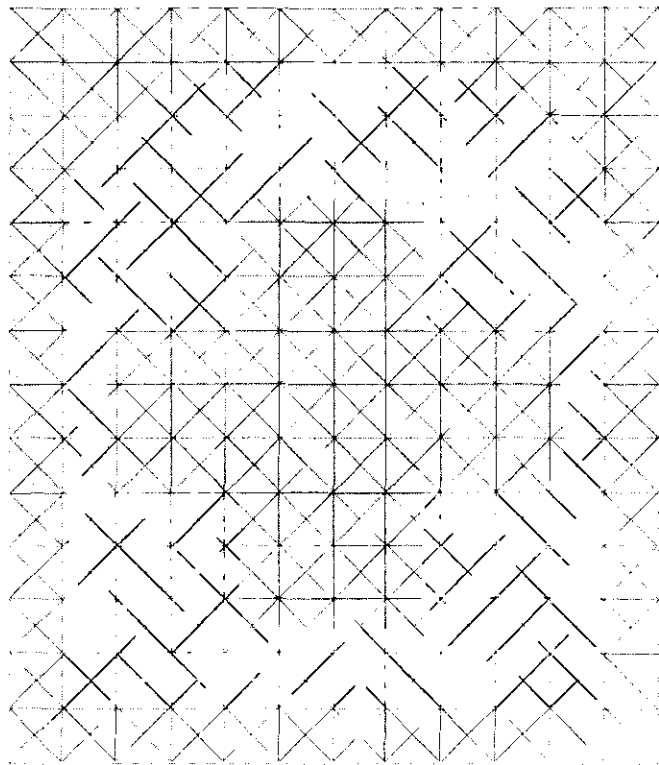
Situación de flecha: X

Situación en el plano: panel señalético y en el cubiculo

Color: azul intenso y Rojo

Observaciones: esta señal a pesar de ser un símbolo altamente reconocido, cuando se alteran por ejemplo sus dimensiones la connotación puede variar considerablemente pues en los bocetos se perdió la idea pues remitía a capilla o panteón.

En el caso de éste símbolo no se dió el tratamiento de la línea de remates circulares que el resto del programa tiene, para no alterar o comprometer el significado del símbolo.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Estacionamiento**

Clase de señal: direccional e identificativa

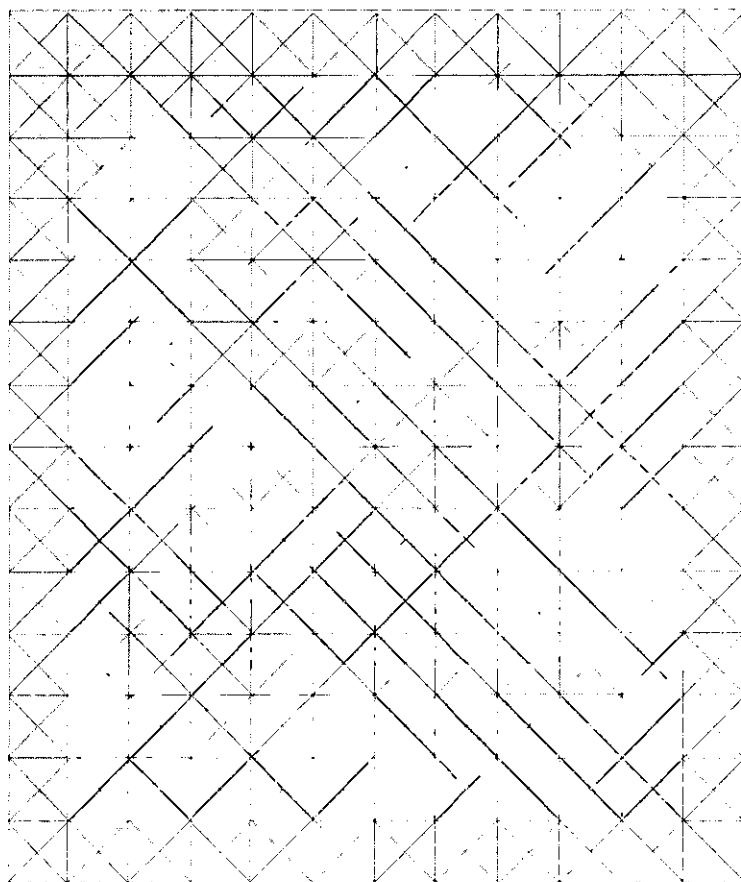
Pictograma: carro de perfil, Inicial «E»,

Situación de flecha: X

Situación en el plano: Panel Señalético, estacionamientos

Color: azul intenso

Observaciones: la inicial «E» es reconocida para la señalar estacionamiento y de prohibición del mismo por tanto, utilizamos este recurso práctico en la elaboración de esta señal. La imagen de medio carro esta reforzada con la «E» por lo que no era necesario manejar la vista de todo el carro.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Cabaña**

Clase de señal: direccional

Pictograma: síntesis de las cabañas del lugar/ numeración.

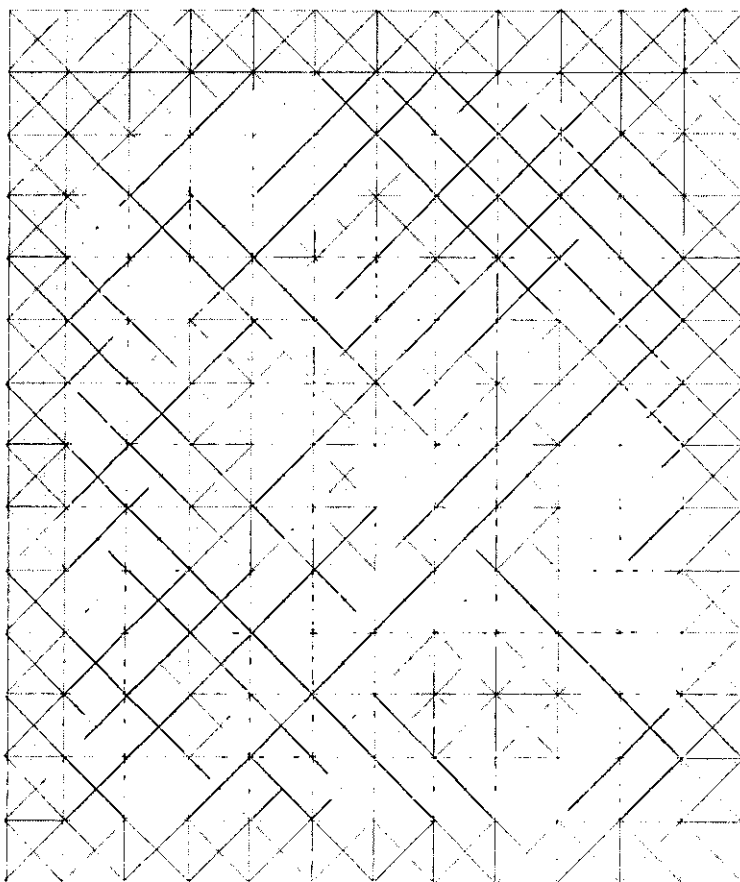
Situación de flecha: X

Situación en el plano: Panel Señalético

Color: azul intenso

Observaciones: la imagen de la cabaña se trabajó con base en rasgos característicos del lugar (techo de dos aguas, sencilla, acogedora) aquí el trazo de la línea es importante ya que al contar con terminación curva transmite amabilidad, confort e invita a pensar en un lugar de descanso.

En las señales no es muy recomendable el uso de perspectivas, ni volúmenes.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Cancha de basquetbol**

Clase de señal: direccional e identificativa.

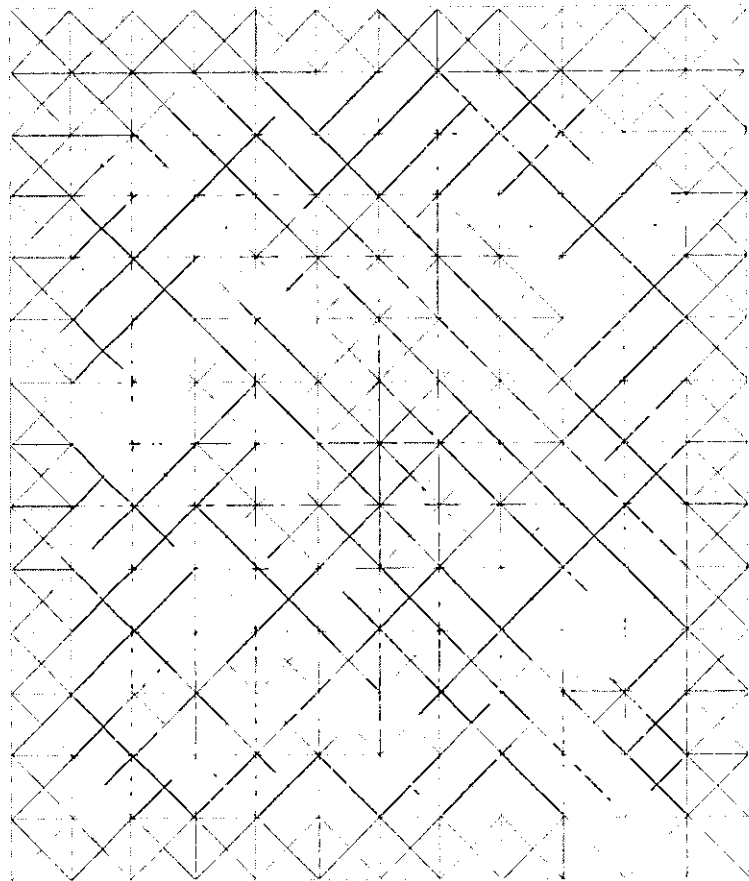
Pictograma: síntesis de balón y aro

Situación de flecha: X

Situación en el plano: Panel Señalético, en cancha.

Color: azul intenso

Observaciones: los elementos característicos de este juego son sin duda el balón y el aro, para esta señal se estilizaron ambos y se obtuvo el siguiente resultado.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Cancha de fútbol**

Clase de señal: direccional e identificativa.

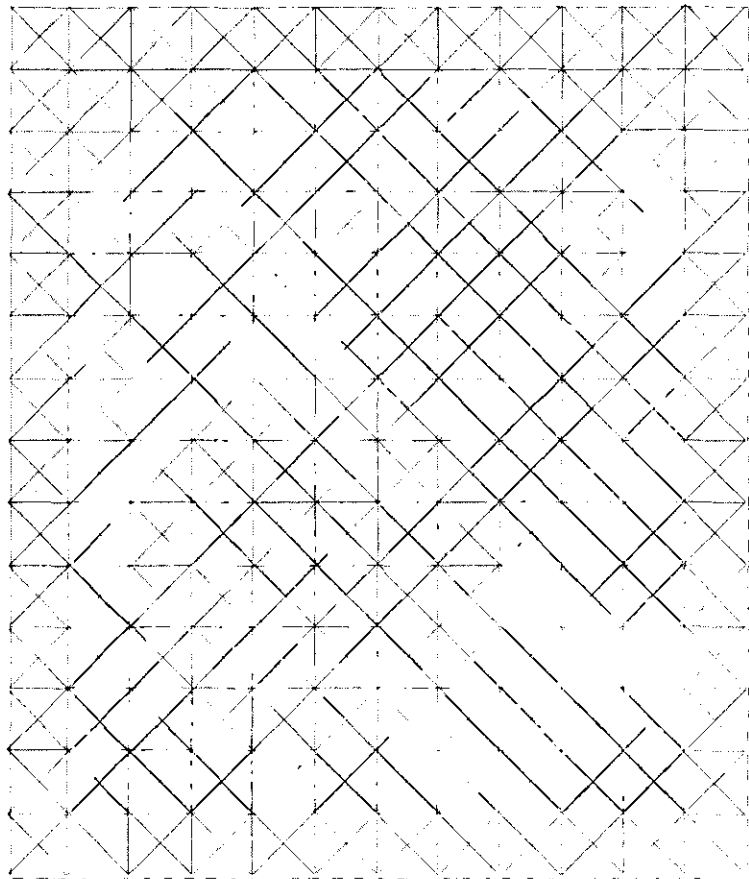
Pictograma: síntesis de balón y portería

Situación de flecha: X

Situación en el plano: Panel Señalético, en cancha.

Color: azul intenso

Observaciones: es fácil reconocer que el elemento base de éste deporte es la portería por tanto se representó en su totalidad (con el mismo nivel de abstracción que en el caso de basquetbol y voleibol. No fue fácil encontrar un balón que al momento de la sintaxis no denotará otro objeto como en el 2do. ejemplo donde según la encuesta representaba más a un diamante y sin embargo el nivel de sintaxis está presente en cada señal.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Cancha de voleibol**

Clase de señal: direccional e identificativa.

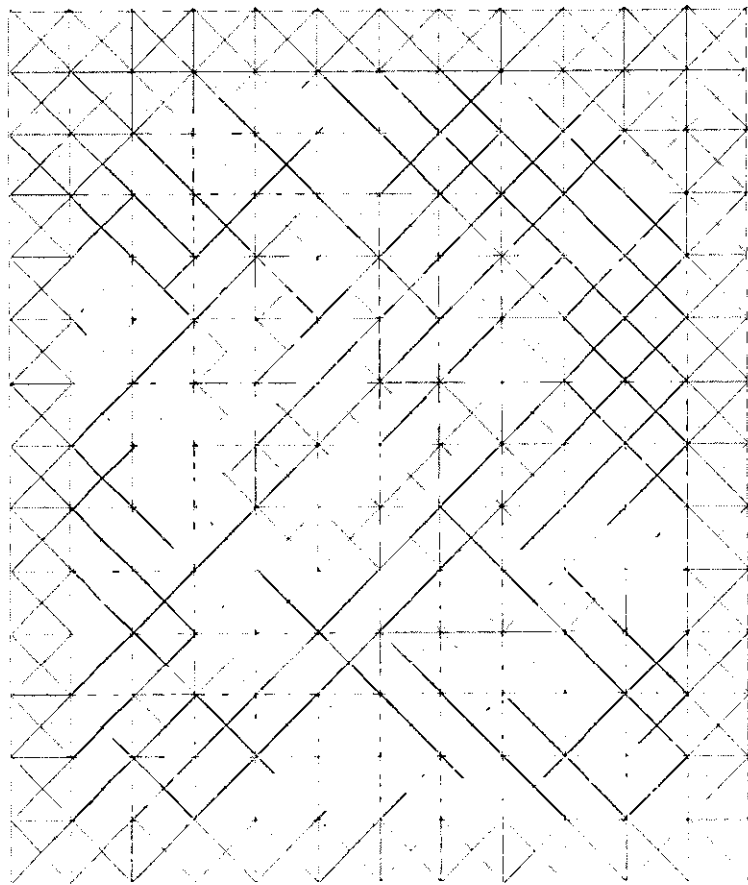
Pictograma: síntesis de balón y red

Situación de flecha: X

Situación en el plano: Panel Señalético, en cancha.

Color: azul intenso

Observaciones: dos elementos del deporte fueron red y balón, el trazo se conservó y el nivel de la red corresponde a la justificación de la señal de estacionamiento, en este caso la sintaxis del balón con todos los encuestados les remitió al deporte.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Cancha de tenis**

Clase de señal: direccional e identificativa.

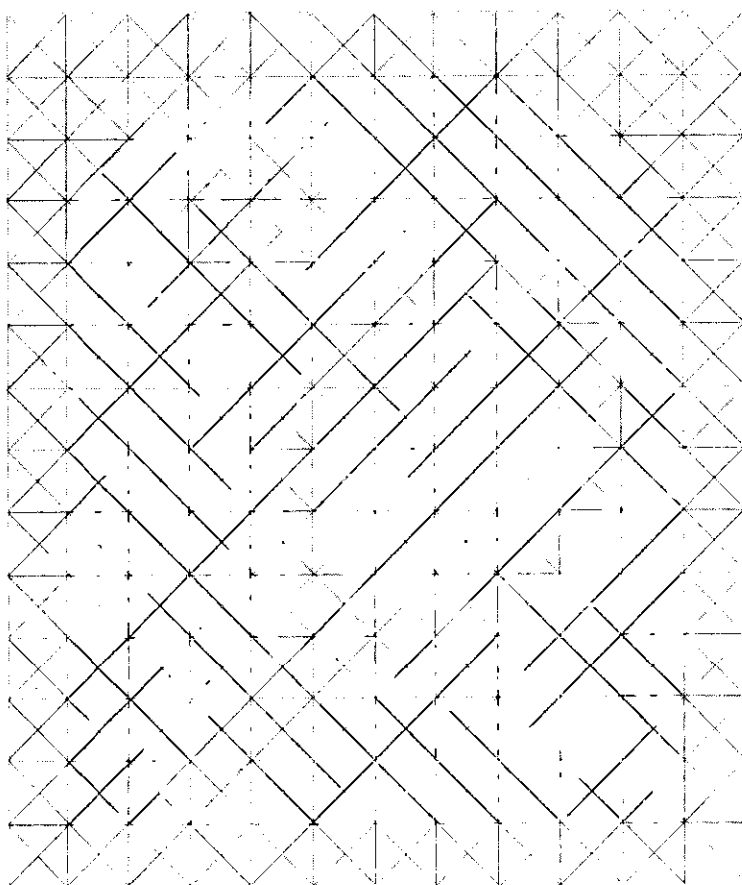
Pictograma: síntesis raqueta y pelota

Situación de flecha: X

Situación en el plano: Panel Señalético, en cancha.

Color: azul intenso

Observaciones: en este deporte la sintaxis de la raqueta resultó muy interesante pues al principio el temor de perder el nivel pragmático, con la estilización estaba latente, sin embargo al momento de las encuestas el resultado fue favorable pues existía la posibilidad de perder significado con una raqueta sin red. Aquí otro elemento clave fue la imagen de la pelota pues las costuras de ésta, sin duda remitió a tenis.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Area de juegos infantiles**

Clase de señal: identificativa

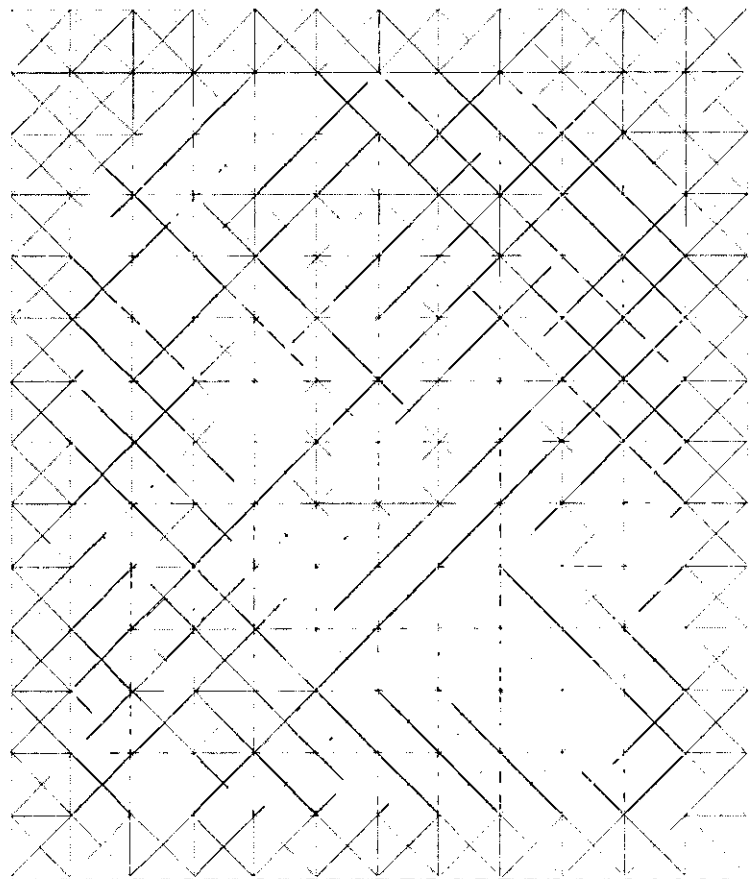
Pictograma: síntesis de columpio

Situación de flecha: X

Situación en el plano: en el área.

Color: azul intenso

Observaciones: área requerida por los pequeños, lo que más les gusta a ellos son los columpios y la esfera tubular con asientos que gira, otro elemento que se identifica con niños es la pelota (a diferencia de los balones de cada deporte que ahí se practican). Así que unificamos la síntesis del juego y la pelota para representar dos elementos que son propios del lugar.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Alberca**

Clase de señal: direccional e identificativa.

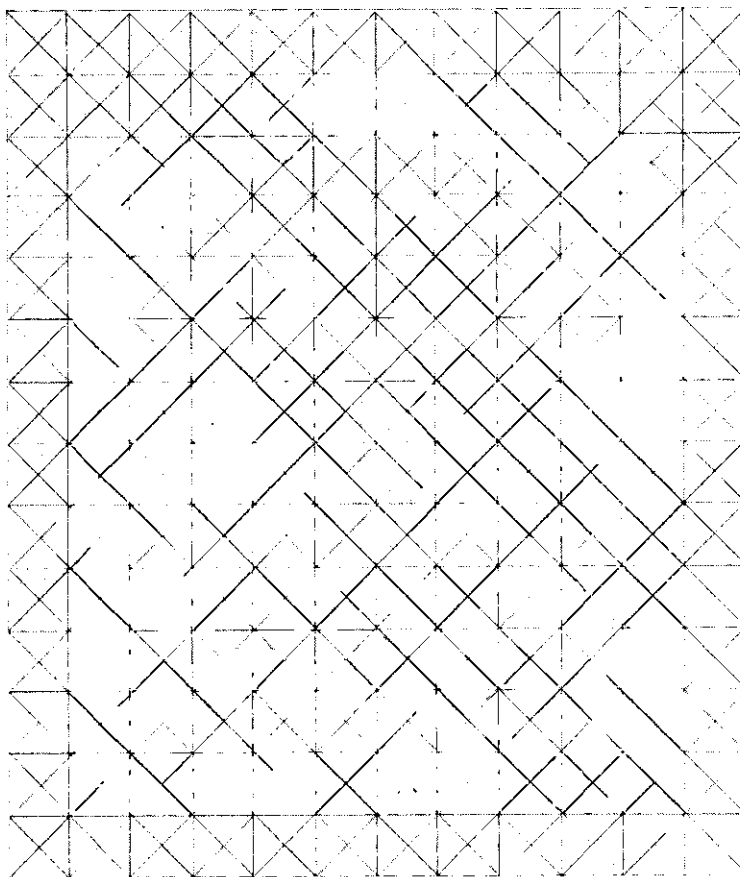
Pictograma: síntesis sombrilla de sol y agua

Situación de flecha: X

Situación en el plano: Panel Señalético, en alberca

Color: azul intenso

Observaciones: dos elementos netos son el sol y el agua, sin embargo esta combinación nos lleva a una semántica distinta que habla de mar, el lugar es muy sencillo no hay elementos suficientes para representarlo (trampolín o escaleras metálicas) lo que ahí pudimos encontrar fueron las sombrillas de sol con mesas que colocó la concesión de la fuente de sodas y que empiezan a ser reconocidas por los socios.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Discoteque**

Clase de señal: direccional.

Pictograma: Disco compacto, nota musical

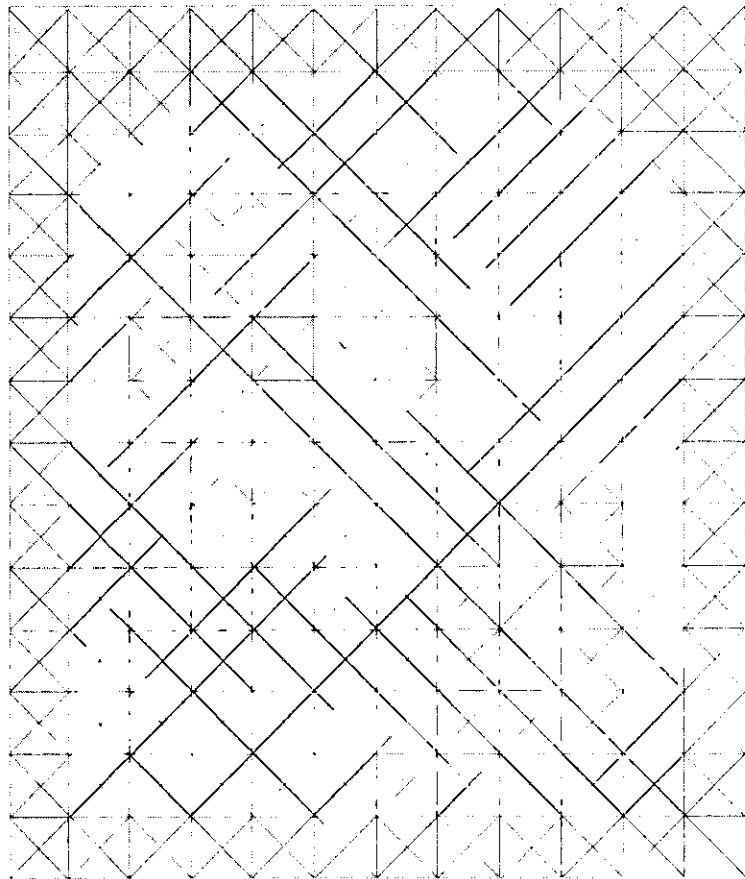
Situación de flecha: X

Situación en el plano: Panel Señalético, en la discoteque

Color: azul intenso

Observaciones: los elementos eran varios como música, instrumentos, ruido, discos, notas musicales, la semántica de algunas combinaciones habla de grupos, música en vivo, o clases de música.

El resultado: la síntesis de un disco compacto que habla de actualidad, y una nota música que representa todo tipo de música.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Salón de juegos**

Clase de señal: direccional

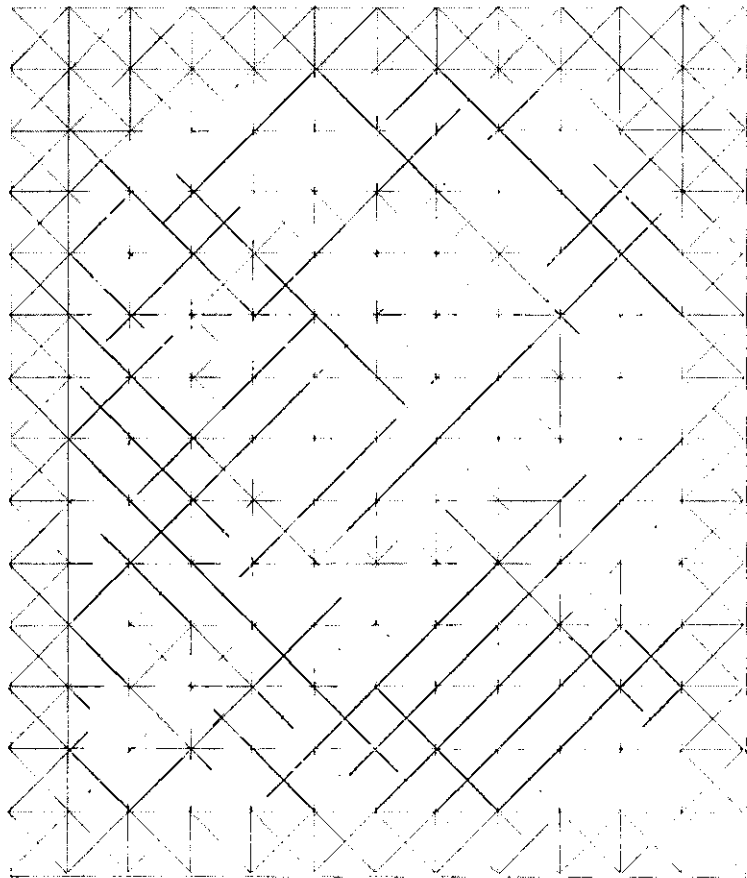
Pictograma: Raqueta y pelota de pin pon

Situación de flecha: X

Situación en el plano: Panel Señalético y salón

Color: azul intenso

Observaciones: los elementos estudiados fueron una mesa de billar, taco y pelota; una mesa de pin pon, raqueta y pelota. La síntesis el billar denotaba un lugar para caballeros o adultos, el lugar es familiar y resulta fácil identificar el pin pon como un juego mixto y para todas las edades.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Fuente de sodas**

Clase de señal: direccional

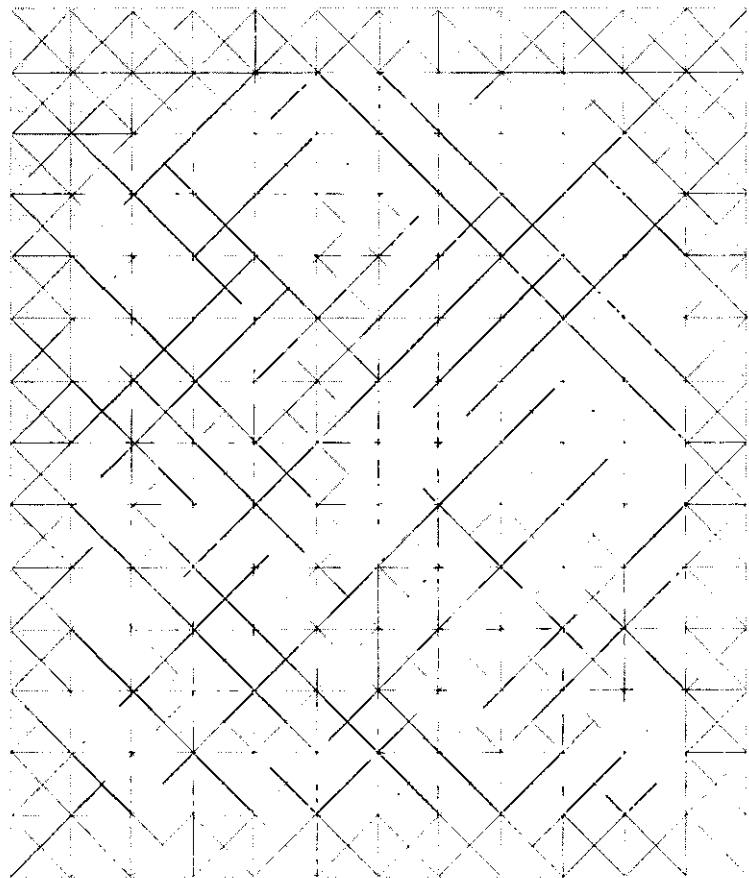
Pictograma: refresco y hamburguesa

Situación de flecha: X

Situación en el plano: panel señalético

Color: azul intenso

Observaciones: las papas al igual que la botella de refresco son buenos elementos representativos del servicio, sin embargo no alcanzaron el nivel de sintaxis del resto de la serie.



Bocetos previos

Imagen final

Nombre de la señal: **Mantenimiento**

Clase de señal: identificativa

Pictograma: síntesis de herramienta

Situación de flecha: X

Situación en el plano: en la cabaña de materiales para servicio.

Color: azul intenso

Observaciones: herramientas varias. Lo que más reparan los encargados son cambios de gas y mantenimiento de las cabañas, de aquí las herramientas elegidas para la síntesis.

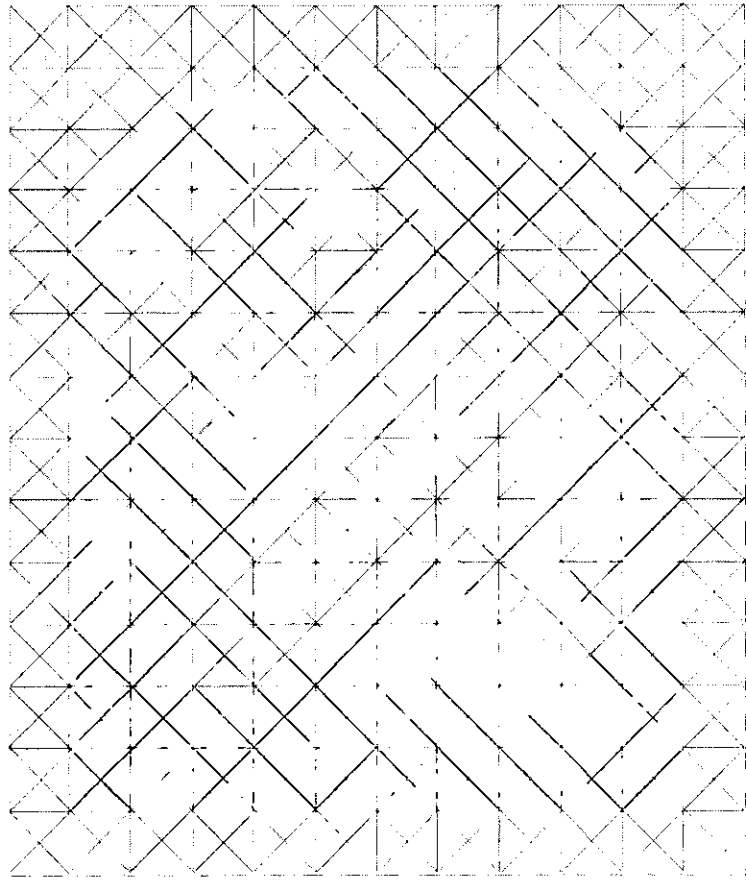


Imagen final

Nombre de la señal: **Flechas**

Clase de señal: izquierda derecha

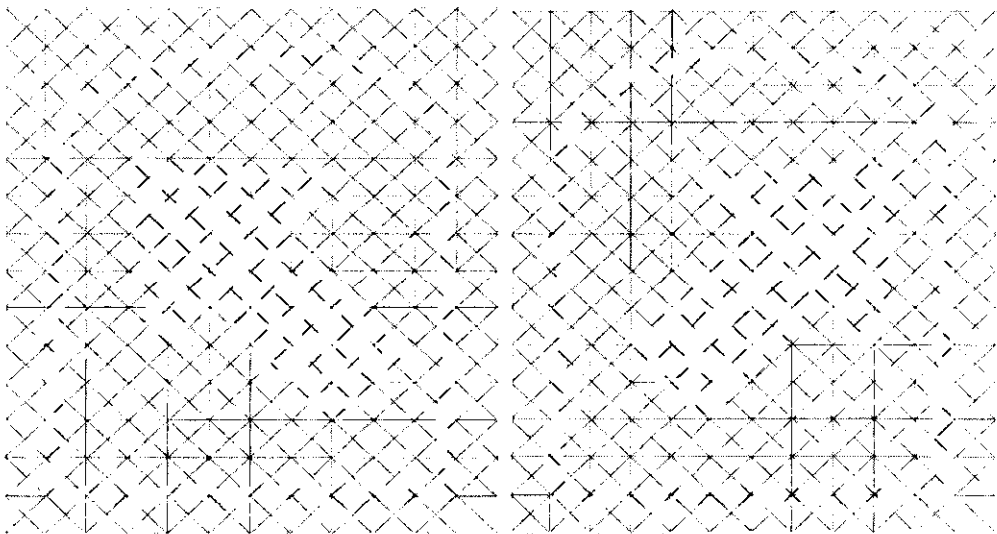
Pictograma:

Situación en el plano: Panel Señalético

Color: en negativo, azul intenso

Observaciones: esta señal será colocada en paneles señaléticos y debe causar mayor impacto al resto de las señales, es por esto que se decidió invertir el color, así podemos mantener los niveles pragmático y sintactico dentro del programa.

Bocetos previos



Imagenes finales

Nombre de la señal: **Carretera**

Clase de señal: informativa

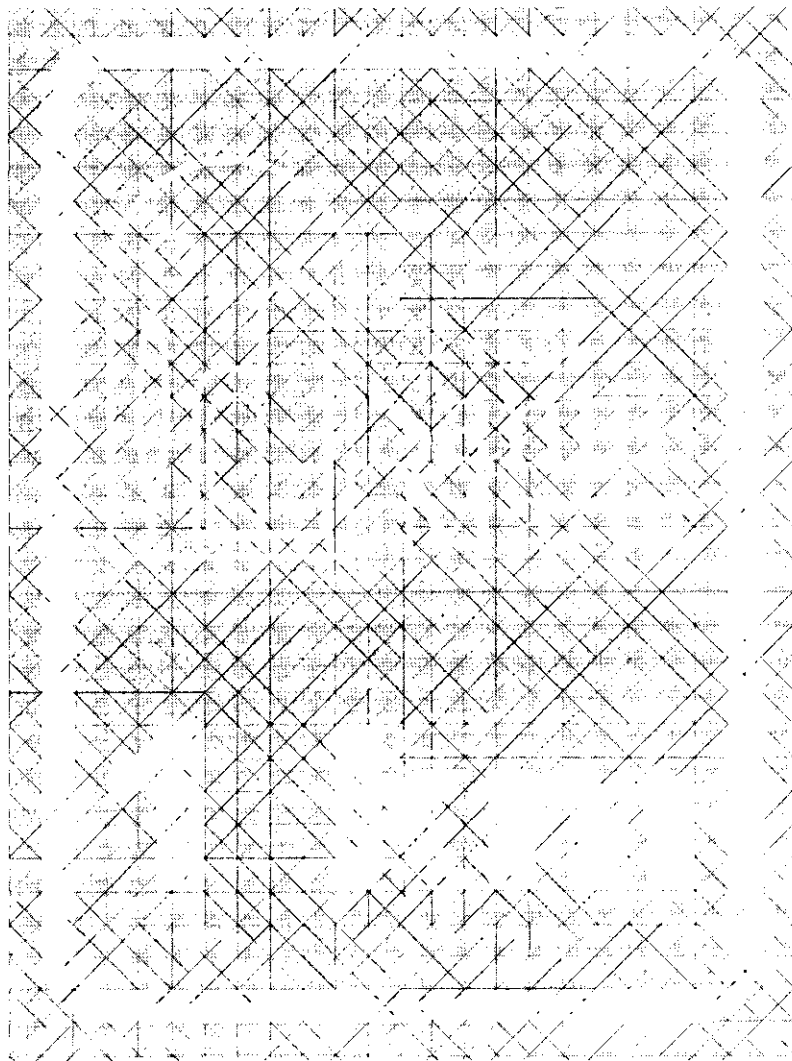
Pictograma: texto e imagotipo

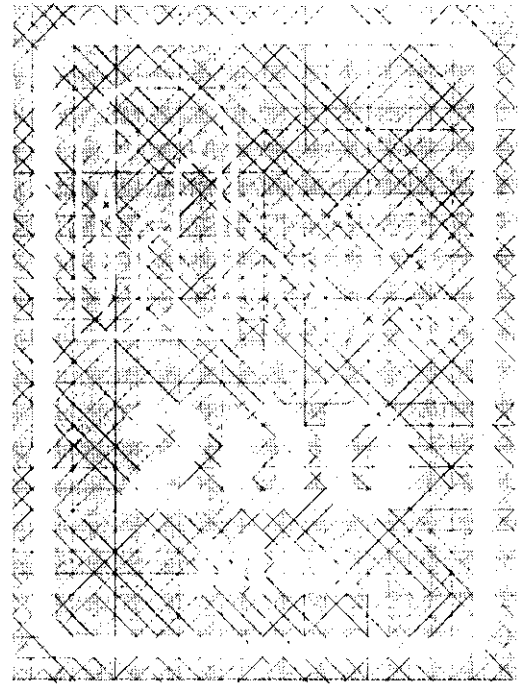
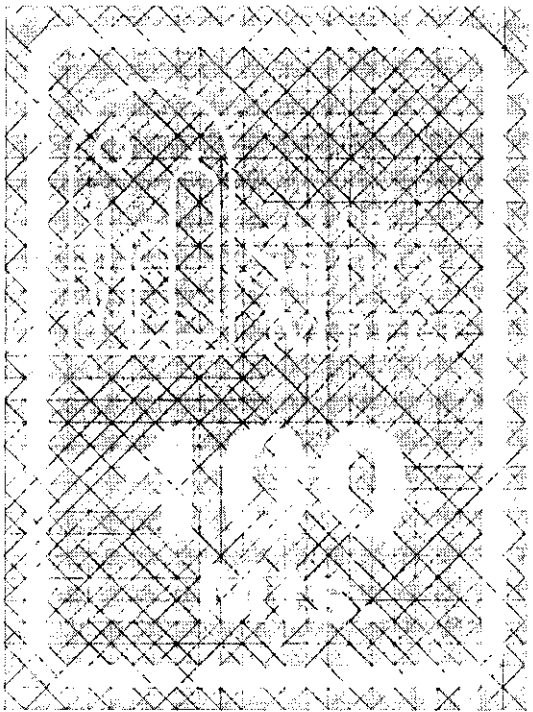
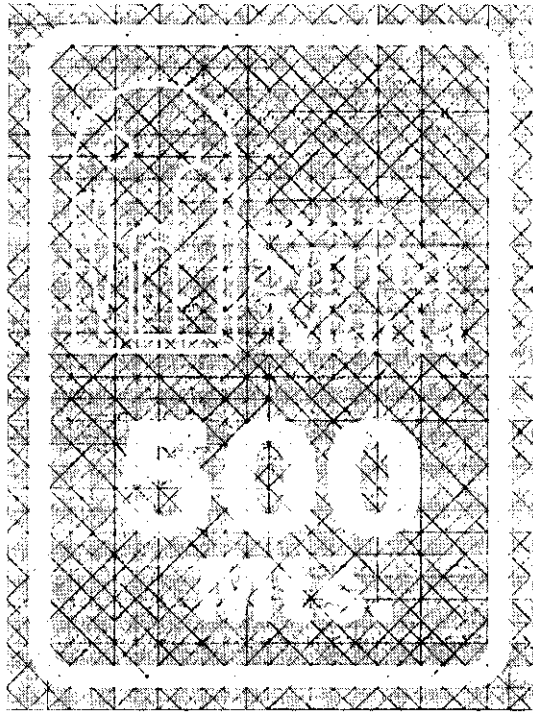
Situación de flecha: X

Situación en el plano: 100 mts, 200 mts, 500 mts y 1 km antes de llegar la salida de la carretera

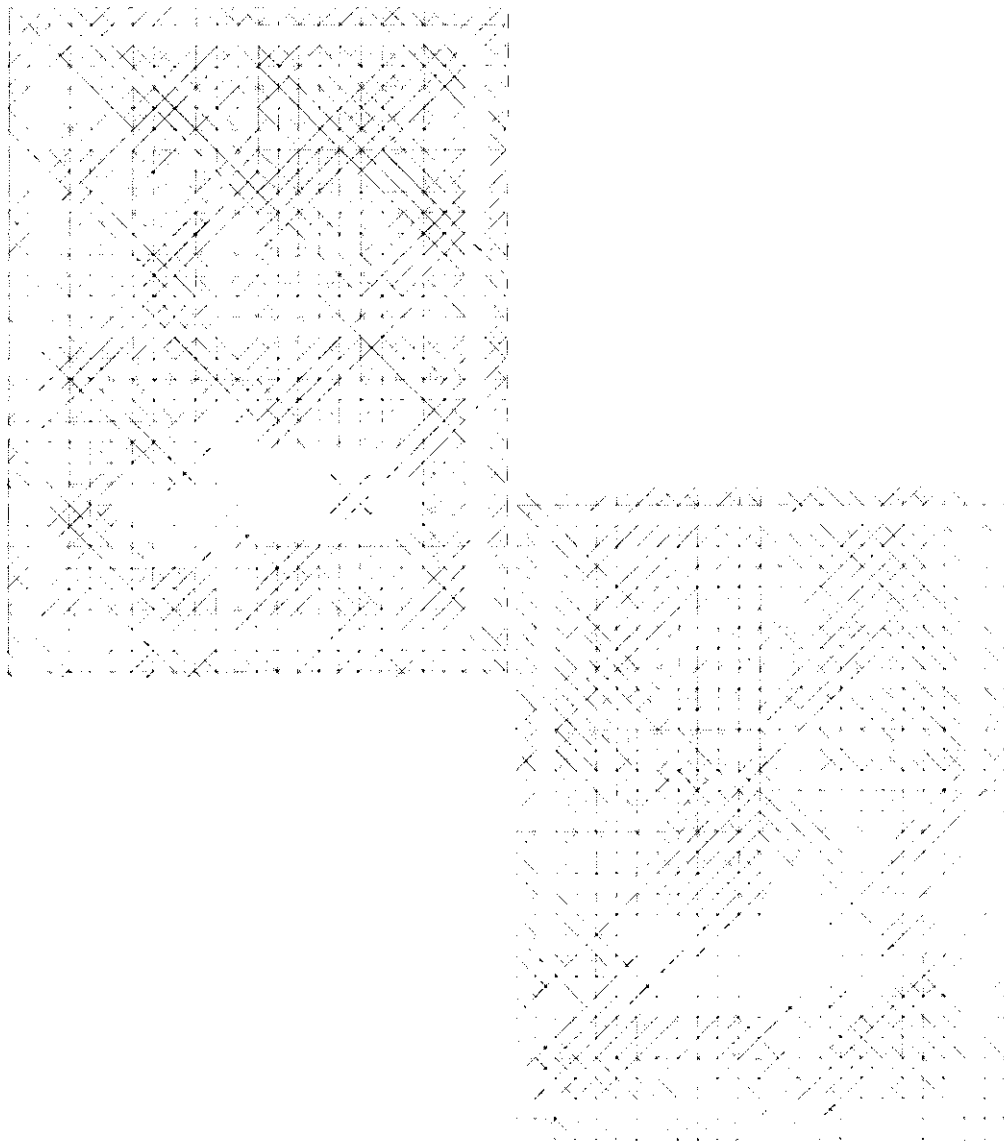
Color: azul intenso

Observaciones: éstas serán colocadas en árboles a la orilla de la carretera.





Nombre de la señal: **De camino**
Clase de señal: direccional
Pictograma: imagotipo y flecha
Situación de flecha: derecha e izquierda
Situación en el plano: en los 200 mts de la carretera al club
Color: azul intenso
Observaciones: adosadas.



Nombre de la señal: **Portón**

Clase de señal: identificativa

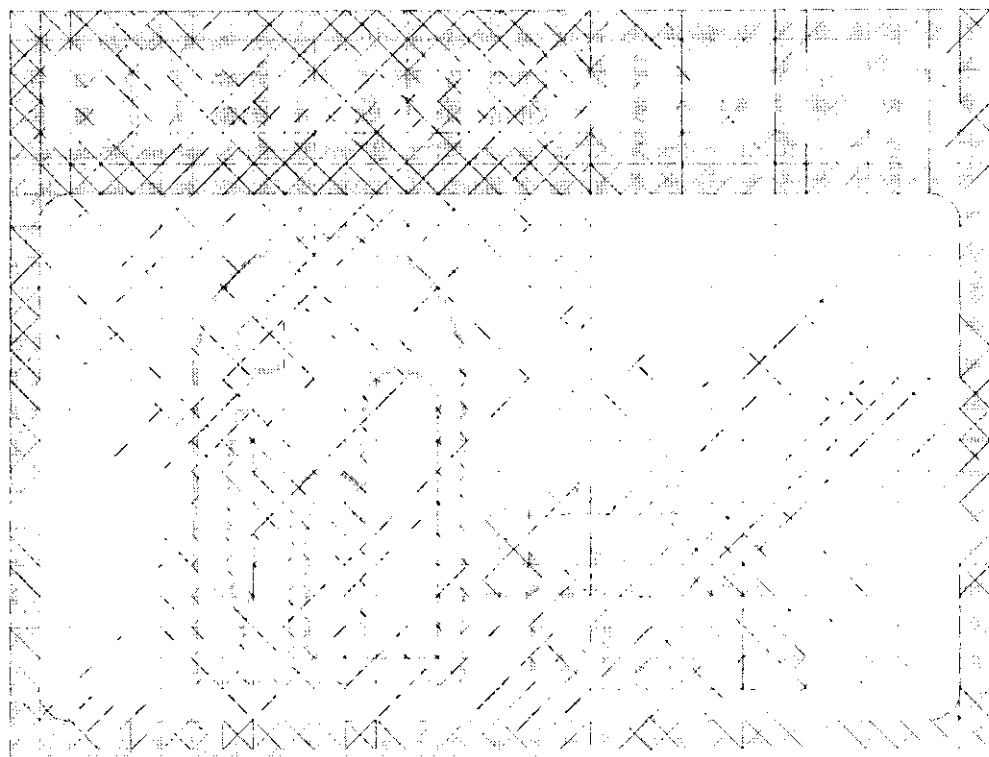
Pictograma: texto e imagotipo

Situación de flecha: X

Situación en el plano: en la entrada del club

Color: colores corporativos

Observaciones: ésta será autosoportable y será el vínculo entre las señales externas y las internas.



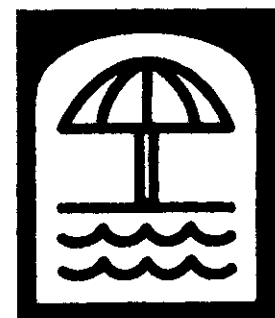
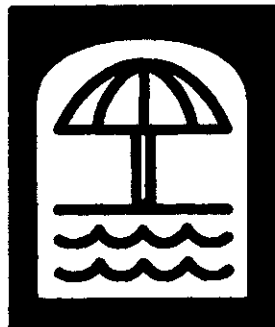
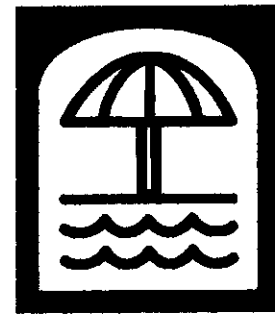
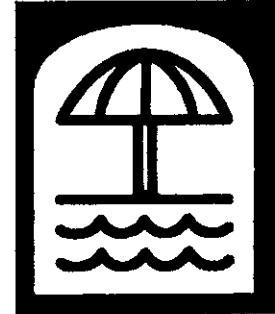
3.7 Código cromático

* Esto es la elección de colores que apoye la identificación de las diferentes zonas o lugares. En los diversos proyectos.

De acuerdo a lo estudiado en comunicación visual (capítulo Los colores asignados por la dependencia de protección y vialidad en el sistema de señalético vial vigente en México son verde para las señales informativas (por ejemplo aquellas que avisan del kilometraje restante para llegar a algún destino: Viaducto Tlalpan próxima salida a 400 mts). Y azul para las identificativas (están relacionadas con lugares específicos como algún museo, teatro, universidad, iglesia, ya sea como identificativas o direccionales esto es muy cerca del lugar)

Y de acuerdo a lo estudiado en comunicación visual, capítulo dos, estos colores tienen influencia psicológica que atraen nuestra atención y que están relacionados con la naturaleza, y tranquilidad. Conceptos beneficiosos para nuestro proyecto.

Los colores corporativos no son una buena solución ya que pueden perderse dentro del ambiente, es decir el lugar por naturaleza es verde en su conjunto y por tanto incluir más verde dentro de las señales se corre el riesgo de que estas pasen desapercibidas. En tanto el color café no tiene una buena percepción al ojo. Los colores corporativos pierden presencia, no nos dan el impacto que requerimos, pues se integran al medio en forma tal que corremos el riesgo de perder su funcionalidad.

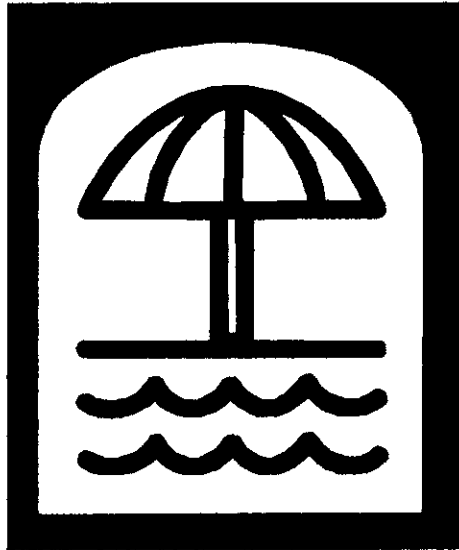


Por tanto se determinó que el color óptimo sería el azul intenso sobre fondo blanco.

AZUL INTENSO

formato CMYK:

100% cian
70% magenta
0% amarillo
0% negro.



Formato RGB:

0% rojo
70% verde
142% azul.

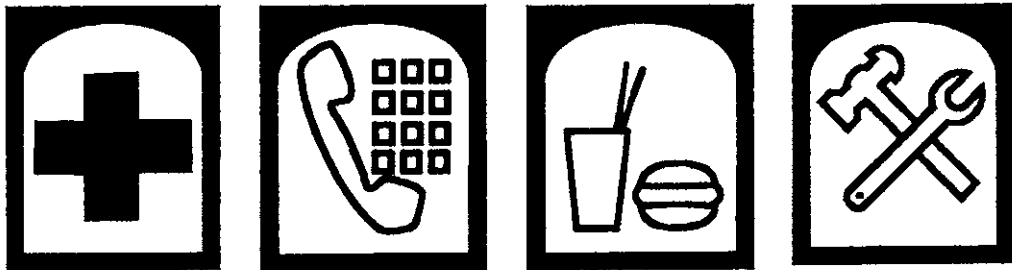
Programa señalético

3.8 Señales informativas y direccionales



3.9 Señales identificativas

SERVICIOS



INSTALACIONES



3.10 Directorio

Nombre de la señal: **Directorio**

Clase de señal: orientadora

Pictograma: plano del club

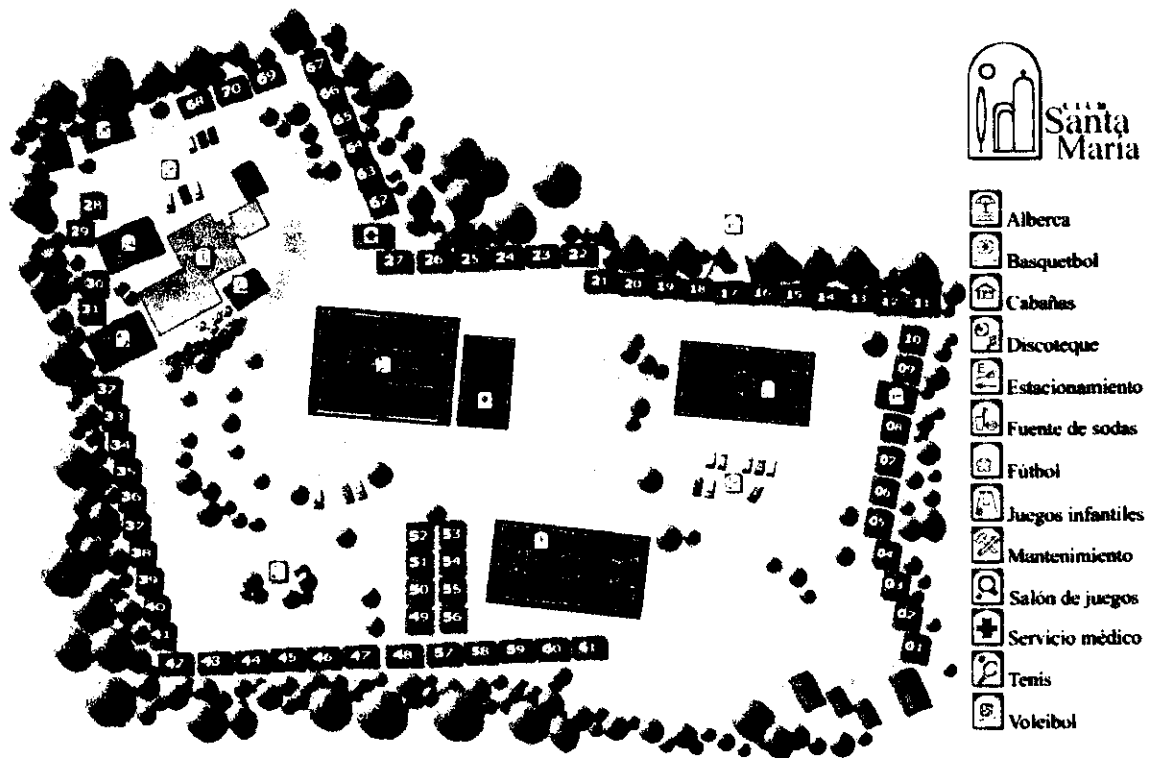
Situación: en recepción

Color: imagen en impresión fotográfica

Observaciones: es quizás el elemento más completo del programa pues aquí vemos reunidas casi todas las señales diseñadas y podemos evaluarlas en función de sus niveles semióticos.

Éste directorio puede también utilizarse en el consorcio para promover el lugar, sus instalaciones y servicios.

La medida final será de 60 x 90 cms.



Realización.

3.11 Elección de originales

***Originales para prototipos:** se elegirán señales significativas de acuerdo al programa como prototipos que se presentarán al cliente para que pueda tomar una idea más real de la magnitud que tomó su proyecto.

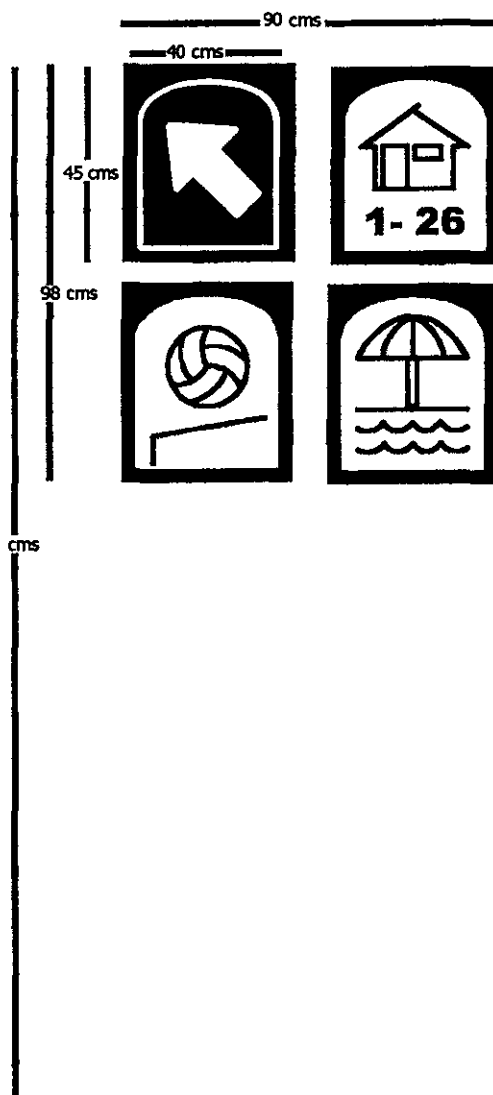
En el caso particular del programa para el Club santa María elegimos mostrarle el siguiente panel a tamaño real a nuestro cliente para que evalúe la dimensión que el proyecto alcanzó.

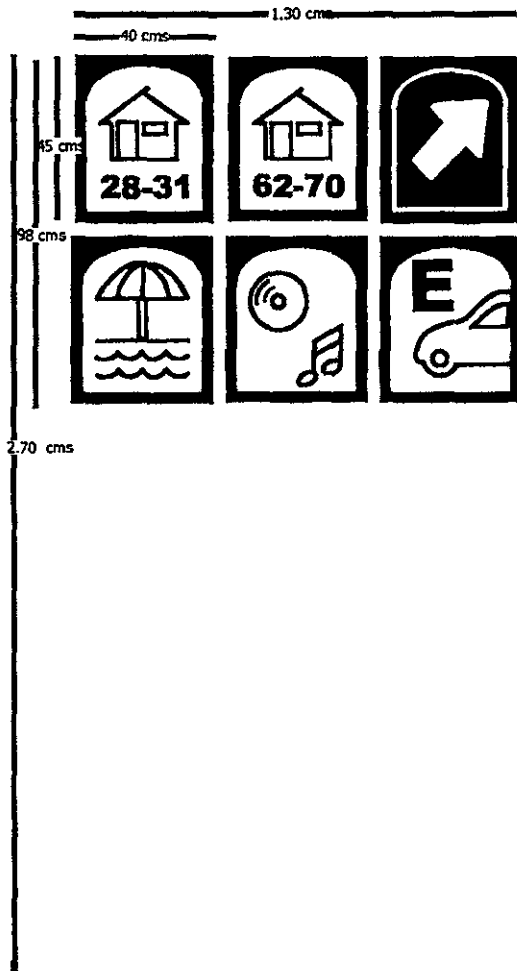
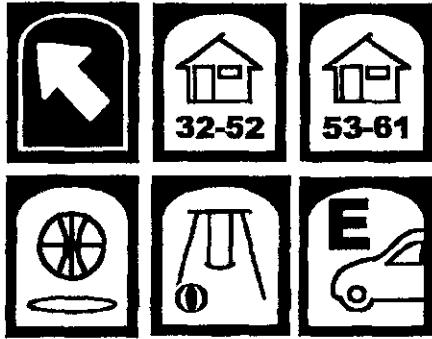
Este panel consta de cuatro señales y estará colocado al inicio del circuito

*Presentación de prototipos para su aprobación, se recomienda lo siguiente:

Incorporar señales claras y ubicarlas en áreas precisas.

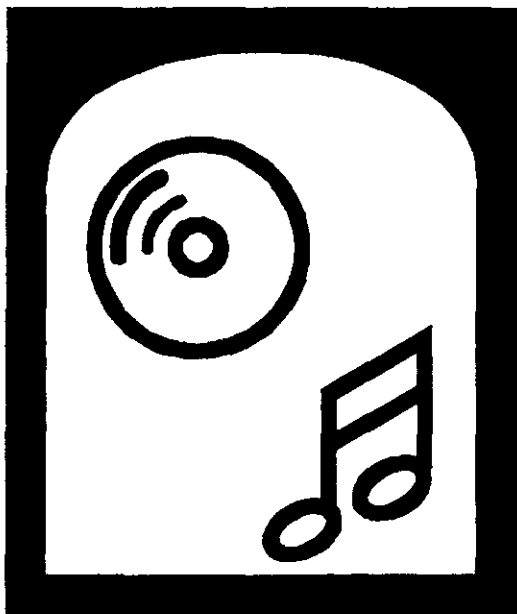
Reducir el número de señales para la buena información (clara, legible y veraz) 2.70 cms





40 cms

45 cms



60 cms

80 cms



3.12 Sistema de sujeción

El programa esta comprendido por tres tipos de señales y tres sistemas de sujeción:

*El primero será autosoportable para las señales identificativas que estarán en un mismo soporte, a manera de panel donde la flecha indica una sola dirección que lleva a varios destinos.

Para este sistema concluimos que la mejor solución será fabricarlas en película de vinil reflejante de alta durabilidad, resistente a factores ambientales y montar éstas en un soporte rígido como lo sería una lámina de aluminio galvanizado. Con una estructura tubular que se encuentre anclada al suelo para evitar el robo de las señales o accidentes.

* El segundo será el sistema adosado para las señales de carretera que se recomienda sean colocadas en árboles a una altura máxima de 1.70 mts de altura para que así estén dentro del ángulo de visión recomendable. Estas señales estan expuestas al vandalismo, a pesar de todo sí queremos continuar con la idea original de buscar y hacer perseverar la imagen en la mente de las personas hay que colocarlas en donde se puedan ver y no en donde se conserven sin ser vistas.

*Por último la solución para el directorio, éste será elaborado en impresión fotográfica y colocado en un soporte rígido y puede o no estar fijo en alguna de las paredes en la recepción del club, o bien a manera de autosoportable en la repisa de la recepción.

Es muy importante inspeccionar el proceso de producción de las señales y su colocación, pues es aquí donde pudiera venirse a bajo toda la investigación; por ejemplo en el caso del ángulo de visión que por querer resguardar más la señales pudieran ser colcados fuera de visión y entonces se perdería la intensidad de colocar la señal en donde pueda ser vista correctamente.

***Notas: Al realizar los originales es recomendable que se elabore el manual señalético para que su reproducción sea igual a los diseñados, incluyendo tipografía, pictogramas definitivos y código cromático.

Conclusiones

Conclusiones

En este proyecto el diseño tubo un compromiso con la sociedad de la que emana y que es la misma que hoy solicita su cooperación para conservar vivos los ideales y la filosofía que un día dieron vida al Club Santa María.

El diseño gráfico encuentra su razón de ser en el apoyo que brinda a su comunidad para transmitir todos aquellos mensajes que no siempre son fáciles de enviar; mensajes tales como una imagen exclusiva, que hable de muchos atributos y cualidades en pocas palabras y en el proyecto mismo sólo con imágenes.

En la medida en que se avanzó con el proyecto se antojaba más ambicioso sin embargo éste cumple con la encomienda original de buscar una imagen agradable para transmitir a los futuros socios.

Club Santa María tiene su propia imagen que quiere y podrá proyectar con el apoyo gráfico de lo aquí diseñado, pues todo esto fue hecho pensando y partiendo de una imagen misma del club.

El programa de señales aquí propuesto cumple con los requisitos de diseño y tiene la ventaja de poder ser aplicado en los otros dos destinos turísticos que oferta el consorcio con lo que ayudará a consolidarse en la memoria de aquellos a quienes quiere dirigir sus ventas.

Considero que mucho de lo aplicado en este proyecto esta sin duda en la base educativa que me formó como diseñadora gráfica, egresada de la Escuela Nacional de Artes Plásticas comprometida con la sociedad y que debe ser en adelante un escudo a portar con orgullo.

Como diseñadora he tenido la oportunidad de servir a la sociedad de la que emano, y me siento orgullosa de poder contribuir con ella. Así pues, invito a todos aquellos que sienten en sus corazones el deseo de construir una nación con valores humanos y artísticos a que no se den por vencidos pues ... "Subir a la cima cuesta trabajo PERO VALE LA PENA"

Glosario

Glosario

Abstracto Se ocupa en las cosas que no son reales. En el caso del arte abstracto significa que tiende a representar la realidad abstracta y no las apariencias de la realidad.

Altas Cuando nos referimos a las letras mayúsculas.

Bajas Hablamos de las letras minúsculas.

Boceto Trazos secundarios al bosquejo para determinar la idea, en busca de su mejor proyección.

Bosquejo El trazo primero, no definitivo de una producción. Es una idea vaga de un concepto o producto definido.

Caracter Cualquier signo tipográfico que puede ser una puntuación, letra, marca o espacio.

Color Es cada una de las siete radiaciones luminosas en que se descompone la luz solar a través del prisma. Hay tres colores simples o fundamentales magenta, amarillo y cyan. Su mezcla determina los colores secundarios conocidos como anaranjado, morado y verde. Se les conoce como cálidos aquellos que expanden luz (magenta y amarillo) y fríos a los que la absorben (verde azul violeta). Son complementarios los colores que al juntarse forman el blanco.

Comunicación Es la necesidad básica del hombre para transmitir sus ideas y pensamientos por medio visual o auditivo.

Dummy Realización del diseño con colores y medidas a tamaño real que permitan al cliente conocer la magnitud de la propuesta.

Estética Ciencia que trata de la belleza y de la teoría fundamental y filosófica del arte. En este concepto se encierra, no solo la percepción sino también el placer, los objetos que los causan son varios y de diferente naturaleza. Comprende así mismola belleza en su sentido ordinario.

Familia Tipográfica Grupos de tipos de impresión con caracteres de diseño comunes.

Figura Podemos decir que es la forma exterior de un cuerpo.

Formato Aspecto general de un escrito incluye tamaño y forma de papel, tipografía y encuadernación.

Gráfico Es todo aquello relacionado con la escritura, aplicado a las descripciones operacionales y demostraciones que se presentan por medio de figuras o signos.

Iconografía Es la ciencia de las imágenes y las pinturas. Estudia el desarrollo de los temas sus fuentes y significado.

Imagen Una representación de un objeto y puede ser a través de la pintura, escultura, dibujo, fotografía entre otros.

Interlinea Es el espacio entre una línea tipográfica y otra dentro del mismo texto.

Legibilidad La capacidad que tiene un texto para ser leído con el máximo de facilidad, mínimo de fatiga y la máxima recuperación de ésta.

Letra. Es cada uno de los caracteres del alfabeto. Carácter tipográfico que representa una de dichas letras.

Marca Es una señal que se pone a una persona o cosa para reconocerla, como puede ser una marca de fabrica. Es también sinónimo de firma, sello o timbre.

Medios de Comunicación Esfera intelectual, social y moral que transmite toda clase de mensajes a grandes cantidades de personas con procedimientos por lo regular muy sencillos (cine, radio televisión entre otros)

***Mensaje** En el sentido estricto de la comunicación es la idea o pensamiento a transmitir de un emisor a un receptor. Es también un encargo de decir y lleva una cosa.

Metodología Es toda una serie de procedimientos lógicos y ordenados para lograr un resultado.

Original mecánico Una lámina hecha en blanco y negro que sirve para pre prensa o imprenta, de aquí se pueden sacar los negativos.

Patines Son los trazos cortos transversales que se encuentran en los extremos de los fustes de ciertos estilos tipográficos. También se les conoce como terminaciones o remates.

Pictograma Parte de pictografía que es la escritura ideográfica. Es una imagen elemental que representa un objeto o palabra.

Red Plano integrado por módulos que se repiten hasta el infinito, uniéndose en ciertos puntos comunes llamados nodos.

Semántico Está relacionado a la significación del signo.

Señal Es una marca que impone a las cosas con el fin de distinguirlas de otras. Puede ser también un signo que se coloca para recordar algo.

Signo Es un objeto que tiene un significado puede y es interpretado por alguien.

Símbolo Es aquella figura u objeto que tiene una significación convencional dentro de una sociedad que le otorgó dicho significado.

Tipo Se refiere a toda letra , o carácter de imprenta.

Bibliografía

Bibliografía

Aicher, Otlly. y Kramper, Martín. *Sistema de signos de la comunicación*, México 1991, Editorial Gustavo Gili, S.A

Baird, N. Russell y Turnbull T.Arthur. *Comunicación gráfica: tipografía, diagramación, diseño, producción*, México 1990, Editorial Trillas 2ª ed.

Cook, Altan. Y Fleury, Robert. *Tipo y color: manual de combinaciones creativas*, México 1994, Editorial Somohano ediciones, S.A. de C.V.

Costa, Joan. *De la señalética al diseño de programas*, Barcelona, editorial Gustavo Gilli, 1988

De la torre y Rizo Guillermo. *El lenguaje de los símbolos gráficos, introducción a la comunicación visual*, México, 1ªed., Ed. Limusa,1992

Donis A. Dondis. *La sintaxis de la imagen*, Barcelona, Editorial Gustavo Gilli, 1985

Fiske, John. *Introducción al estudio de la comunicación*, México, 1ªed., Ed. Norma 1994

Ortiz Hernández, Georgina. *El significado de los colores*, Editorial Trillas, México, 1992

Sims, Mitzi. *Gráfica del entorno*, México, Editorial Gustavo Gili, 1991

Wong, Wicius. *Fundamentos del diseño bi y tridimensional*, Barcelona Editorial Gustavo Gilli, 1988

TESIS

Aguilar, Mondragon, Gabriel. *Diseño del sistema señalético para el CECATI N°13*, México 1996.

Alonso, Barron, Oscar. *Sistema de señalización para la zona arquitectónica de Xochicalco en el Estado de México*, México 1994

Cerecedo, Robles, Martha P. *Elementos de la semiótica aplicados al estudio comparativo del signo y la imagen*, México 1994

Matsumoto, Méndez, Hanna. *Señalización para la Biblioteca de México*, México 1993

Zarco Gómez, Judith Adriana. *Proyecto de señalética para la Feria del Disco México*, Tesis para obtener el título de licenciada en Diseño Gráfico UNAM. 1997