



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

DIRECTORIO PARA EL HOSPITAL PEDIATRICO TACUBAYA

TESIS
QUE PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LIC. EN DISEÑO GRAFICO

PRESENTA
MA. ELENA ALVAREZ ANAYA
NO. CTA. 8423348-0



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

DIRECTORA DE TESIS : MTRA. MA. ELENA MARTINEZ DURAN
ASESOR: PROF. GERARDO CLAVEL DE KRUYFF

MEXICO, JUNIO DEL 2002

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIA

A DIOS:

**Quien me de dió la vida y
me ha dado muchas alegrías y ayudado en la tristezas.**

A MI MADRE:

**Quien me apoyó e n toda mi carrera y
me ha apoyado en la vida.**

Gracias

AGRADECIMIENTOS

**Al Director del Hospital Infantil Tacubaya
Dr. Rodolfo Rodriguez Villalobos
por todas las facilidades ofrecidas para la realización de esta tesis.**

A Claudia, y Marina por el apoyo técnico que me brindaron

Gracias.

INDICE

| | |
|--------------------|---|
| INTRODUCCION | 1 |
|--------------------|---|

CAPITULO I

ANTECEDENTES

| | |
|---|----|
| 1.1 Como se funda el Hospital Pediátrico Tacubaya | 3 |
| 1.2 Ubicación y medio ambiente del hospital | 6 |
| 1.3 El usuario | 7 |
| 1.4 Necesidades de comunicación | 8 |
| 1.5 Descripción gráfica actual del hospital | 10 |

CAPITULO II

COMUNICACION

| | |
|---|----|
| 2.1 Comunicación | 13 |
| 2.2 Comunicación visual | 16 |
| 2.3 Comunicación y diseño | 20 |
| 2.4 Semiótica | 21 |
| 2.4.1 Signo | 24 |
| 2.4.2 Elementos semióticos aplicables al diseño (iconos, signos, símbolo, índices) | |
| 2.5 Niveles sgnicos | 27 |
| 2.5.1 Sintáctico | |
| 2.5.2 Semántico | |
| 2.5.3 Pragmático | |

| | | |
|------|---|----|
| 2.6 | Conceptos de señalética, señalización y su diferenciación. | 24 |
| 2.7 | Tipos de señales, su clasificación. | 27 |
| 2.8 | Elementos que constituyen una señal. | 28 |
| 2.9 | Angulo de visión. | 31 |
| 2.10 | Soporte y sistemas de sujeción | 34 |
| 2.11 | Metodología. | 36 |

CAPITULO III

EL PROCESO GRAFICO

| | | |
|-----|-------------------------|----|
| 3.1 | El método. | 42 |
| 3.2 | Formato. | 48 |
| 3.3 | Tipografía. | 49 |
| 3.4 | Colores. | 50 |
| 3.5 | Material y soporte | 51 |
| 3.6 | Proyecto Final | 52 |

| | | |
|--------------|-------|----|
| CONCLUSIONES | | 53 |
|--------------|-------|----|

| | | |
|----------|-------|----|
| GLOSARIO | | 54 |
|----------|-------|----|

INTRODUCCION

Resolver problemas de comunicación mediante gráficos es objetivo del Diseño Gráfico y para eso se auxilia de procesos gráficos basados en fundamentos teóricos, para una mejor realización y respuesta de los requerimientos del proyecto que se quiera realizar.

Ayudar en le problema de comunicación gráfica a una institución que lo requiera debe ser requisito de la realización de una tesis por esto, la elaboración de la presente tesis, tiene como objetivo principal diseñar un directorio para El Hospital Pediátrico Tacubaya con la finalidad de ayudar a las personas que acuden a el, ya sea como pacientes o proveedores, a que puedan identificar el área requerida.

El hospital cuenta con una señalización escasa y obsoleta ya que se encuentra en remodelación y ampliación en su arquitectura.

Para llevar a cabo este proyecto en el primer capítulo se analizarán los antecedentes del hospital donde se abarcará desde su fundación hasta su descripción gráfica actual.

El segundo capítulo tratará sobre conceptos de comunicación que son la base para realizar el proceso gráfico. Aquí también se analizarán métodos y se elegirá uno para el proyecto.

En el tercer capítulo se mostrará el método utilizado paso a paso desde los primeros bocetos hasta el proyecto final.

Los alcances de esta tesis «El Hospital Pediátrico Tacubaya» son determinar los lineamientos y gráficos para el proyecto, presentando una solución viable, la cual satisfaga la necesidad gráfica existente.



Capítulo I

Antecedentes



I.-Como se funda el Hospital Pediátrico Tacubaya

El Hospital Pediátrico Tacubaya forma parte del proyecto de once hospitales Infantiles creados por el gobierno de la Ciudad de México, al ver la necesidad de contar con unidades médico pediátricas, enfocadas a dar atención a la población desprotegida por la Seguridad Social en las zonas marginadas.

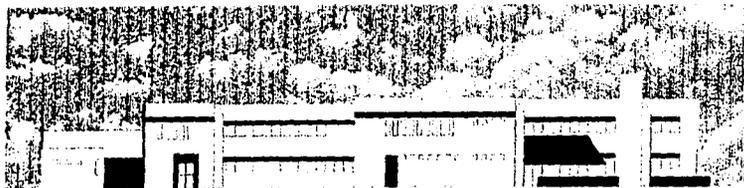
Es así como el 6 de marzo de 1961 fue inaugurado el Hospital Pediátrico Tacubaya por el C. Regente de la ciudad, Lic. Ernesto P. Uruchurtu, tomando a su cargo la Dirección el Dr. José P. Cacho y como jefe de enfermeras la enfermera Ped. Luz María Ramírez.

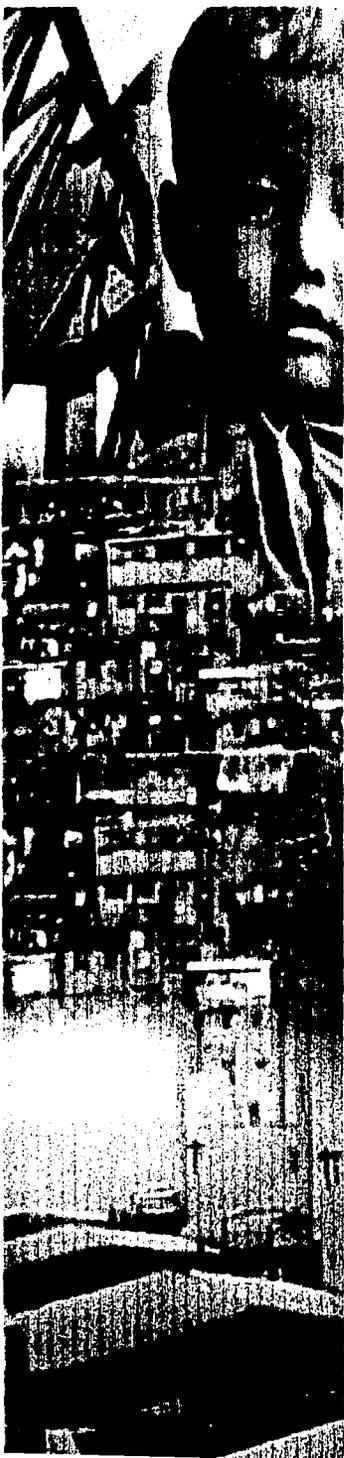
Se encuentra ubicado en la zona de Tacubaya perteneciente a la delegación Miguel Hidalgo, con una capacidad de 100 camas.

Se inicia con 25 médicos que brindan atención a padecimientos gastroenterales y sus complicaciones, así como padecimientos respiratorios, urgencias, traumatológicas, quirúrgicas y de infectología.

La consulta externa era tanto de pediatría general como de especialidades, tales como otorrinolaringología, dermatología, oftalmología, ortopedia, urología, además de contar con un filtro para clasificación de la consulta médica.

El servicio de cirugía plástica y reconstructiva da inicio en 1967 con la llegada del Dr. Mario Becerra Caletti y otros cirujanos plásticos. En 1984 se integra el Dr. José Maya Behar, el cual inicia actividades sobre la clínica de excelencia de labio y paladar hendido.





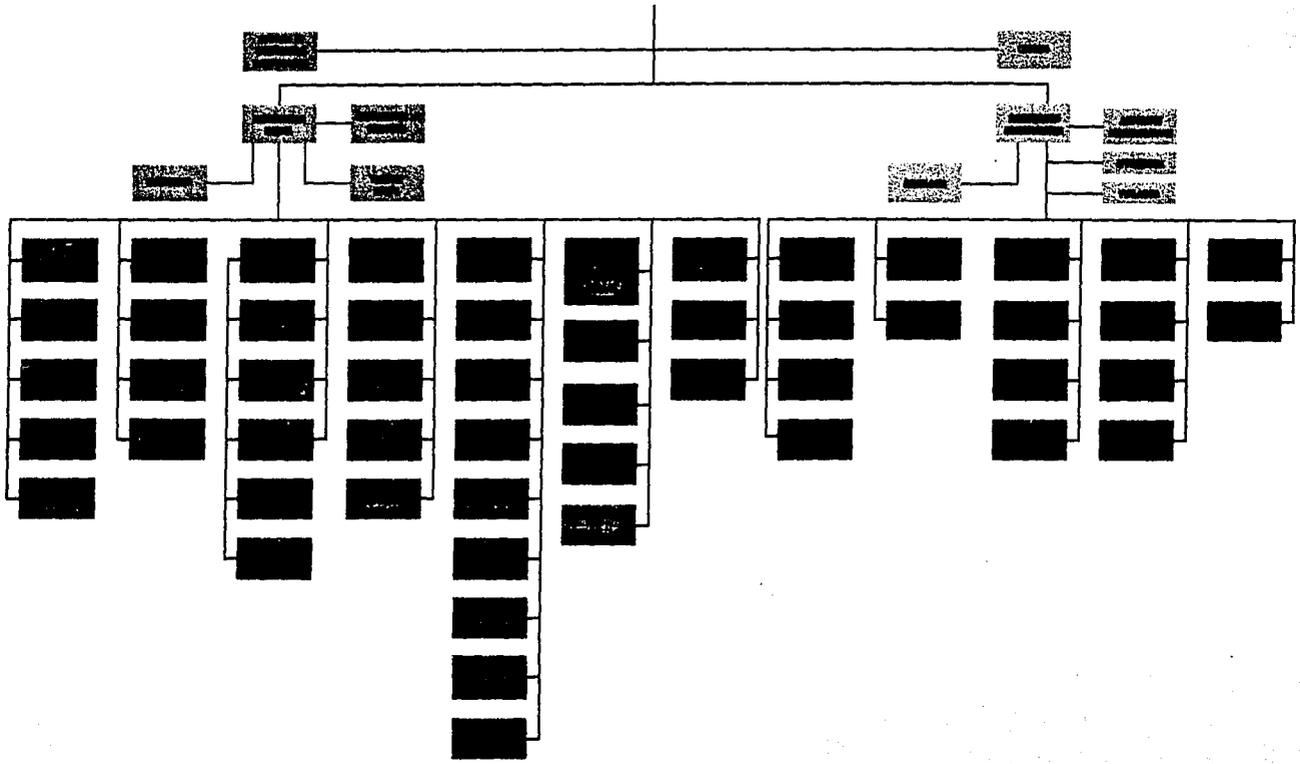
En 1986 se lleva a cabo lo que fue la primera remodelación al hospital y está consistió en modificar la sala de quemados para crear las salas de terapia de cuidados intensivos y la terapia intermedia, con el objetivo de dar una mejor atención a los pacientes quemados en estado crítico.

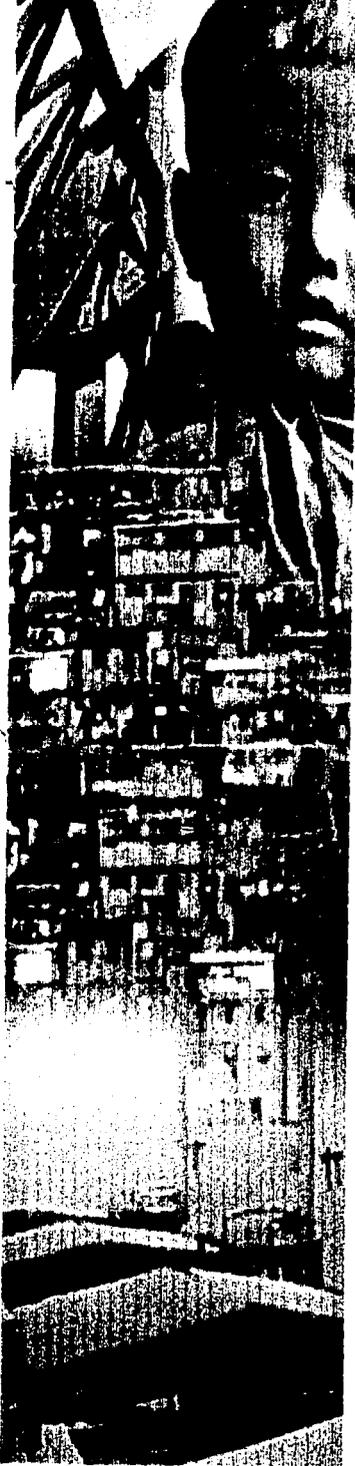
Desde el mes de octubre del 2000 el hospital sufrió cambios en su arquitectura, que consisten en ampliar el hospital para dar cabida a más especialidades, debido a que se ha vuelto insuficiente para los pacientes.

La obra estuvo detenida por algunos meses, pero a partir del mes de noviembre del 2001 se retomó este proyecto el cual se espera terminar para el mes de junio del presente año.

HOSPITAL PEDIATRICO TACUBAYA
ORGANIGRAMA
2002

DIRECCION





1.2.- UBICACIÓN Y MEDIO AMBIENTE DEL HOSPITAL

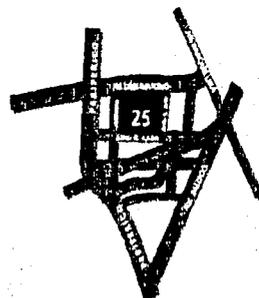
El Hospital Pediátrico Tacubaya se encuentra ubicado al sur de la delegación Miguel Hidalgo, en la calle Carlos Lazo No. 25 Esq. con Gaviota Col. Tacubaya.

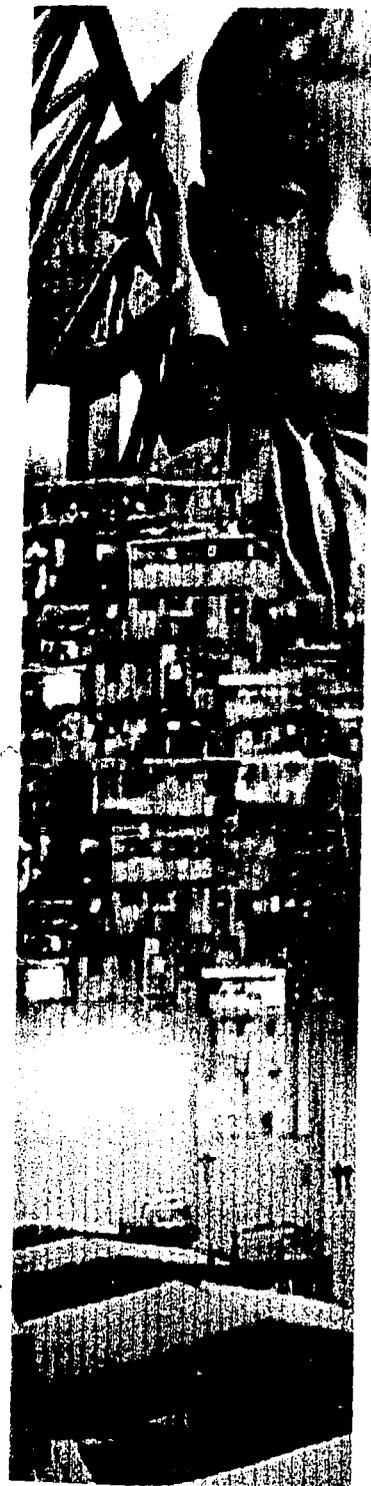
«La delegación Miguel Hidalgo, representa el 3.1 % de la superficie del Distrito federal, tiene una superficie de 47.97 km² y está integrada por 352,640 habitantes; de estos, los menores de 15 años corresponden al 20.8%; 44,761 habitantes; considerándose como población objetiva de atención por afiliarse al Hospital Pediátrico Tacubaya, el 12% de ese grupo de edad: 5,371 habitantes.»⁽¹⁾

Como se señala, por ubicación el Hospital Pediátrico Tacubaya se encuentra en la delegación Miguel Hidalgo sin embargo la mayor parte de pacientes que demanda de atención proviene de la delegación Alvaro Obregón la cual no cuenta con ninguna Unidad Hospitalaria de 2º nivel que proporcione atención a población abierta.

La zona cercana a la Unidad, corresponde a la delegación Miguel Hidalgo que cuenta con alumbrado público y alcantarillado, la mayoría de las viviendas cercanas a la unidad son vecindades, conjuntos habitacionales, colegios, mercados, un hospital privado y comercios, así como la estación de metro Tacubaya.

Su arquitectura actual es de 2 plantas en donde en la primera planta se encuentran ubicadas las siguientes áreas: recepción, urgencias, quirófano, camas, oficinas y consulta. En la segunda planta se encuentran otras oficinas y enfermería.





1.3.-EL USUARIO

El Hospital Pediátrico Tacubaya brinda ayuda a niños de escasos recursos que no son derechohabientes de alguna institución médica como lo es el Seguro Social y el ISSSTE, o no están asegurados en alguna institución privada.

La edad de estos niños va desde los recién nacidos hasta los 15 años y normalmente su nivel cultural es bajo. Sus padres o familiares que los acompañan tienen las mismas características: nivel cultural bajo o nulo y escasos recursos económicos, teniendo así a estos como un primer grupo de usuarios.

Otro grupo es el personal que labora dentro del hospital, como lo son los médicos, las enfermeras, secretarias, trabajadoras sociales, laboratoristas, terapeutas, el voluntariado, personal de limpieza, personal de vigilancia y los estudiantes de servicio social, en este grupo el nivel cultural y el nivel socioeconómico es muy variable.

Como tercer grupo tenemos a las personas que ofrecen sus servicios como los son los proveedores y visitantes médicos. Aquí al igual que el grupo anterior el nivel socioeconómico y el nivel cultural es variable.

Teniendo ya definidos estos 3 grupos de usuarios el directorio deberá ser comprendido por cualquiera de estos, no importando su nivel socioeconómico ni cultural, por consiguiente cualquier persona que llegue al hospital podrá desplazarse fácilmente por el hospital identificando el área que requiera y su comunicación deberá ser clara y precisa.

El estudio del proyecto nos ayudará a conocer las necesidades y limitantes de éste.



1.4.-NECESIDADES DE COMUNICACIÓN

El Hospital Infantil Pediátrico es una institución gubernamental apoyada económicamente con escaso presupuesto, preocupada por la salud de los niños de escasos recursos, la cual ofrece atención médica gratuita como lo son las consultas, hospitalización, urgencias, rehabilitación y material necesario para su recuperación.

Actualmente el Hospital esta teniendo cambios en su arquitectura, sé está ampliando para dar cabida a más especialidades, consulta externa y hospitalización. El Hospital contará con las siguientes áreas: áreas del personal, oficinas administrativas, hospitalización, quemados, neonatos, cirugía plástica, consulta externa, cirugía y urgencias.

Los planes de remodelación consisten en trasladar todas las oficinas administrativas al segundo piso con la escuela de enseñanza de enfermería y la segunda parte de la consulta externa.

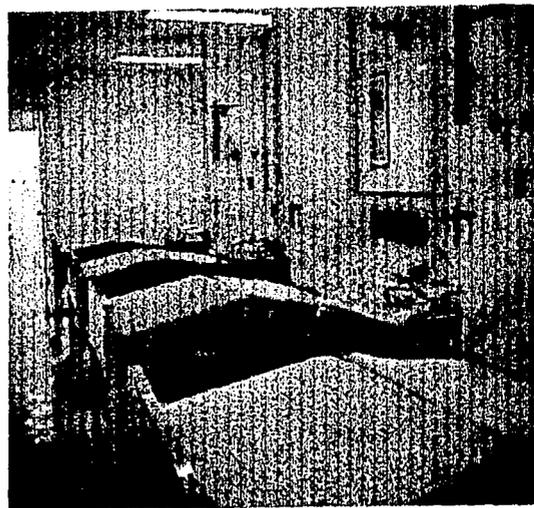
En el primer piso, con el que vamos a realizar el proyecto, es el principal ya que es el que utiliza el usuario externo y el que necesita el proyecto. Se ubicarán las áreas del personal, hospitalización, quemados, neonatos, cirugía plástica, consulta externa, cirugía y urgencias.

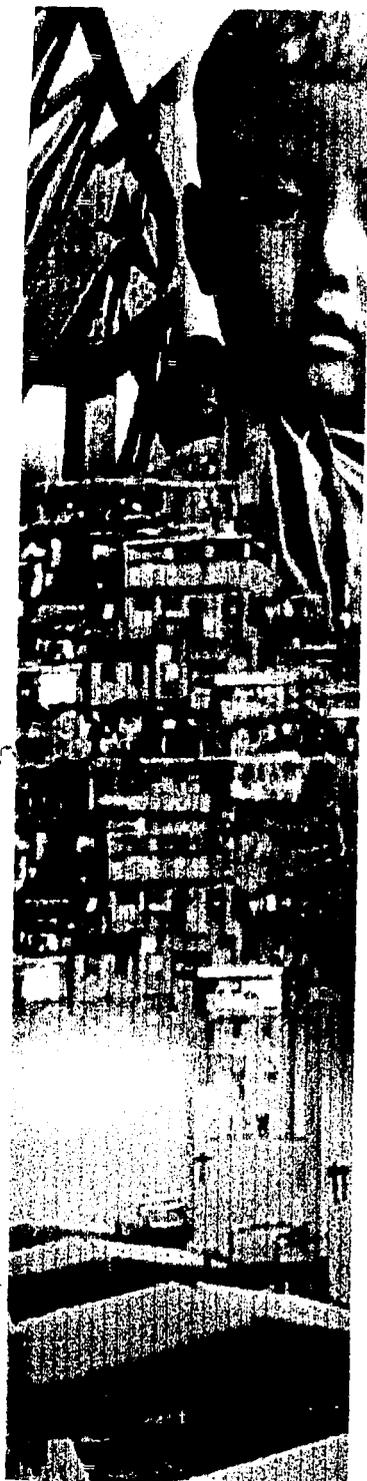
Con esta reestructuración de espacios todo señalamiento actual pasará a ser obsoleto e inservible. Por todo esto es necesario crear un directorio el cual ordene, oriente y vaya de acuerdo con la nueva arquitectura del hospital, para así poder cubrir su necesidad principal que es la comunicación e identificación de las áreas que el usuario requiere.



Las características de comunicación que este directorio requiere son:

- servicio,
- amabilidad,
- modernidad,
- confianza,
- seguridad,
- funcionalidad
- legibilidad y
- visibilidad.





1.5.- DESCRIPCIÓN GRAFICA ACTUAL DEL HOSPITAL

Cuando se tiene poco presupuesto, los principales gastos son enfocados hacia material, equipo quirúrgico y sueldos del personal. Aunque existe gente sin recibir un sueldo como lo son el voluntariado y los estudiantes de servicio social, no existe alguna persona de diseño gráfico encargada de las necesidades gráficas del hospital.

Dentro del hospital existe la siguiente señalización: desde la puerta de entrada donde uno atraviesa un pequeño estacionamiento a la entrada de la instalación no existe ninguna señal, este pequeño tramo es un poco confuso, porque en ocasiones hay camionetas que tapan la entrada.

De esta entrada hay 3 rutas que uno puede tomar:

- 1) un pasillo donde existen unas oficinas sin rótulos.
- 2) unas escaleras que van hacia unos lockers y otras oficinas.
- 3) la entrada de pacientes hacia lo que es el hospital .

Ya dentro del hospital existe una serie de señales que indican las áreas que hay en ese piso. Aquí existen dos pasillos donde hay pocas señales, solo las áreas de camas, cuneros, y quirófanos lo tienen y están hechas de acrílico pero ya se ven muy viejas.

Hay unos letreros hechos a mano con unas hojas de papel tamaño carta donde indican "SILENCIO", otras con unas flechas que indican la dirección del pasillo todas estas están pegadas con diurex, esto es lo único que existe de señalización en el hospital.

Para la remodelación que se esta efectuando en el hospital se trabajará con los planos, para estudiar dónde y que tipo de señalización se necesitará.



RESUMEN CAPITULAR

En este primer capítulo se ha conocido al Hospital Pediátrico Tacubaya, cómo se inició y cómo se ha ido desarrollando a lo largo de estos 39 años de existencia y de ofrecer ayuda médica a niños de escasos recursos que no cuentan con el apoyo de alguna institución médica.

Se ha estudiado su ubicación tanto geográfica como ambiental. La primera nos ha ayudado a conocer al usuario y sus características, las cuales son el punto más importante para desarrollar el directorio ya que estos serán los receptores del proyecto.

Con su ubicación ambiental actual conocimos las áreas existentes y sus necesidades de comunicación, que se tratarán de resolver con el directorio que se utilizará en su nueva arquitectura.

Se revisó la gráfica actual que existe en el hospital que va desde el señalamiento más elaborado hasta el más sencillo como lo es una hoja de papel.

Partiendo de estos puntos en el siguiente capítulo se hará un estudio del método para elegir adecuadamente todas las características del directorio para el hospital tratando de cumplir con los objetivos del proyecto, identificando las principales secciones del hospital, organizando, favoreciendo su orden y su seguridad, ayudando al usuario a desenvolverse adecuadamente.



Capítulo III

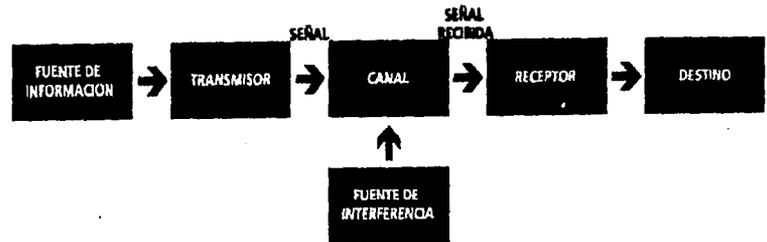
COMUNICACION

2.1. COMUNICACION

La comunicación, en la vida cotidiana es la actividad más común que todos realizamos a diario. Todo ser humano tenemos la necesidad de comunicar lo que queremos, sentimos o pensamos por medio de actos y mensajes. Esta se da en medios como la T.V., la radio, en medios impresos como catálogos, libros, revistas, posters, etc. y sobre todo en el tipo de comunicación más sencilla que existe y que casi todo el mundo buscamos o realizamos: el hablar con otra persona intercambiando puntos de vista o informando.

«En toda comunicación se involucra signo y códigos. Los signos son actos o artefactos que se refieren a algo diferente de ellos mismos, es decir, son conceptos significativos. Los códigos son los sistemas de organización de los signos que determinan cómo estos pueden estar interrelacionados.»⁽²⁾

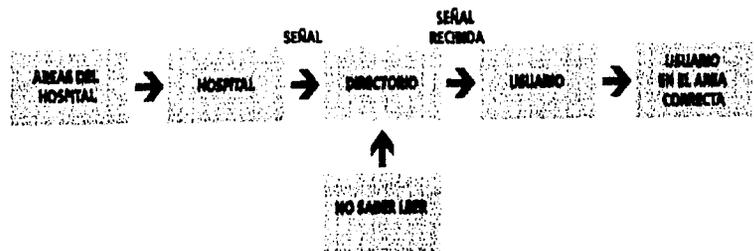
Existen varios modelos de comunicación el más sencillo es el que se muestra a continuación y es de la obra de Shannon y Weaver (mathematical theory of communication).



Los modelos de comunicación nos llevan a otros 3 conceptos que van implícitos son: Canal, medio y código.

La exactitud, la efectividad y la precisión son puntos básicos que se deben de realizar para que el mensaje sea recibido adecuadamente.

Basados en este modelo el nuestro quedará de la siguiente manera:



Se dice que esta comunicación ha sido efectiva cuando el receptor responde adecuadamente a lo que el emisor le ha pedido por medio del mensaje. Mas sin embargo existe la posibilidad de que esto no se realice adecuadamente y el principal problema es la interferencia, que se realiza cuando el emisor envía su mensaje al receptor, pero este mensaje llega distorsionado, añadido de información o algo extra que el emisor no envió con intención, haciendo más difícil su recepción.

Canal, medio y código son conceptos importantes que arrojan los modelos de comunicación y a continuación definiremos.

Canal

Es el elemento físico por el que se envía la señal, por ejemplo la T.V., el radio, el teléfono, etc.

Medio

Es el que transforma el mensaje en señal para ser transmitida por el canal, este existe en tres diferentes categorías:

1) medios presenciales: donde el cuerpo, la presencia del comunicador es el factor principal.

2.2. COMUNICACION VISUAL

La necesidad de comunicación ha existido desde la aparición del hombre, aparece en cavernas en las pinturas rupestre donde se pintaban acontecimientos cotidianos, comunicaban una forma de vida.

La comunicación visual existe en nuestro entorno, por medio de esta captamos un sin número de información, aproximadamente el 80%. Si estamos solos y volteamos hacia algún lugar seguro encontraremos información visual ya sea en cuadros, fotos, objetos hasta en la misma decoración y arquitectura del lugar. «Todo lo que nuestra vista capte eso será comunicación visual.»⁽³⁾

En la comunicación visual no existe una metodología para su comprensión, factores como el estado anímico de cada persona influye para dar significados diferentes.

Los elementos básicos de la comunicación visual son el punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, color, textura, escala, dimensión y movimiento.

Para que la comunicación se de con eficacia debe estudiarse al receptor de ésta, por ejemplo si el receptor pertenece a un nivel cultural bajo, la realización de la comunicación debe ser sencilla y realista.

Siempre que se quiera transmitir algo visualmente deben evitarse las ambigüedades, realizarlo lo más sencillo posible y directo.

A nosotros los diseñadores gráficos nos toca este tipo de comunicación.

2.3 COMUNICACION Y DISEÑO

El diseño tiene dos versiones acerca de su nacimiento: la primera comienza en 1919 en Weimar la Staatliches Bauhaus. La Bauhaus consistía entre aspectos manual-artesanal, gráfico-pictórico y científico-tecnológico, a las personas que realizaban este trabajo eran llamadas artesano-artista que eran destinados a diseñar.

La otra versión acerca del nacimiento del diseño comienza en E.U. después de la segunda guerra mundial cuando un empresario alemán dueño de la marca Braun contacta a tres diseñadores para realizar la imagen de su productos.

En la posguerra la producción creciente incorpora el diseño a sus productos. El diseño tiene un objetivo principal que es la comunicación visual, la cual satisface necesidades relacionadas con la producción.

Los mensajes visuales son el resultado de necesidades sociales y de desarrollo, estos mensajes están diseñados bajo un proceso donde al final éste es recibido por el receptor. En un mensaje el texto ayuda a reafirmar lo gráfico y produce un efecto mágico al producto siendo así fetichista. Cada mercancía tiene su público y este es el principal elemento para el proceso del diseño.

El fetichismo se da en casi todos los mensajes y puede ser dominador o reafirmador en la primera se dirige a un público explotado socialmente en donde se le vende el producto sin opción de rechazarlo. Ambos venden la idea de ser admitidos en un mejor sector social y ambos significan un proceso de transformación social. Cualquier proceso de diseño se basa en los siguientes elementos:

Diseñador

Su formación social depende del nivel social al que pertenece y sus relaciones sociales. Existe 2 tipos el diseñador real, que es aquel con un mejor nivel económico político que determina el proceso y el diseñador vocero que es el que realiza su trabajo bajo las bases del anterior.



Los códigos

«Conjunto de obligaciones destinadas a posibilitar la comunicación entre individuos y grupos dentro de una determinada formación social.»⁽⁴⁾

Lo diseñado

Es el resultado de una información semántica y estética.

Medios y recursos

Medios que son los canales y recursos es lo tecnológico.

El referente

Es de los que se habla principalmente en el mensaje, de lo que se refiere.

El marco de referencia

Es la comprensión de un dato presentado, implica una previa comprensión de la realidad, esa comprensión a esa experiencia y a esa valoración general e inmediata de la realidad es el marco de referencia.

El receptor

Es el que recibe el mensaje con una misma clase social y una misma formación social.

La formación social

Se basa en aspectos económicos, políticos e ideológicos.

La totalidad

Para que el proceso sea eficaz debe existir estos elementos, todos en conjunto son importantes para su comprensión.

Vivimos en una sociedad capitalista en la cual se aplica el diseño dominante, el que va a influir para que el consumidor adquiera el producto lo necesite o no, aquí el diseñador requiere de un público consumista.



También existen otras necesidades alternativas, existen organizaciones con la necesidad de un diseño diferente puramente informativo como lo es en la cultura. «Este diseño alternativo ayuda a transmitir y expresar lo que las organizaciones y los sectores mayoritarios necesitan.»⁽⁵⁾

En el diseño el referente no aparece directamente, muchas veces aparece distorsionado con la intención de confundir al receptor.

El usuario esta marcado por su estado social, cada grupo de usuario tiene su grupo de objetos que lo identifica como clase. Pero también, él aspira a pertenecer a una clase superior a la suya haciendo uso de otros objetos valorados como mejores que los que le corresponden.

Los mensajes no deciden la vida de nadie, ellos reafirman lo que el usuario ya ha adquirido a lo largo de su formación.



2.4. SEMIOTICA

La semiótica o semiología estudia el significado de los signos y su funcionamiento. Su objetivo es el estudio de todos los sistemas de signos que de forma espontánea o intencional nos envían mensajes visuales.

Ferdinand de Saussure creador de la semiología y Charles Sanders Peirce creador de la semiótica trabajaban cada uno por su lado, sin conocer el trabajo entre sí, llegando al mismo significado.

2.4.1. Signo

«Los signos son creaciones humanas y solo pueden ser comprendidos en función del uso que la gente haga de ellos.»⁽⁷⁾

Un signo es la representación de algo dirigido a alguien. El signo tiene un significado y un significante, el significado es el concepto mental al que se refiere y el significante es la imagen del signo tal como lo percibimos.

La significación es la relación que existe entre un concepto personal y la realidad física. Saussure llamó significante a la forma física del signo.

2.4.2. Elementos semióticos aplicables al diseño

Existen 3 categorías del signo: icono, índice y símbolo.

Icono

es la representación del objeto con por lo menos 1 de sus características.

Índice

es la relación directa entre signo y el objeto, es una relación más real.

Símbolo

es la representación del objeto sin ningún parecido por lo regular son determinados universalmente para ser comprendidos en todo el mundo.

2.5 NIVELES SIGNICOS

La sintáctica

La sintáctica se refiere a la relación existente de signo a signo, en la cual se estudia la estructura formal de los elementos visuales integrantes de una figura y la relación existente entre los significantes. También es estudiada la estructuración armónica de las formas y el funcionamiento de las normas de visibilidad para que haya un adecuado uso de los sistemas de información gráfica. La sintáctica tiene valores de expresión visual manejados de un contexto visual, estos son: punto línea, contorno, dirección, tono, color, textura, proporción, dimensión y movimiento para una figura armónica.

Al diseñar debemos ayudarnos de los siguiente puntos:

- 1) Las imágenes deben ser visualmente fuertes para que queden impregnadas en nuestra mente.
- 2) Los significantes deben tener un valor estético relativo y valor de expresión para ser más atractivos.
- 3) Debe haber armonía para que resulte estético.
- 4) Lo diseñado debe basarse a una verdad conocida para poder ser admitida, las expresiones del lenguaje gráfico deben ser del dominio común.
- 5) Las imágenes visuales deben ser claras para su apreciación visual.
- 6) Asociar imágenes con recuerdos logran una buena comunicación, y se obtiene el significado correcto de un significante.

Existen 2 formas de estructuración:

- 1) con procedimientos sistemáticos: que es cuando los elementos gráficos con significado se combinan y realizan un interpretación congruente.
- 2) procedimientos asistemáticos, sus elementos son figuras, signos y símbolos pero con significado, dependiendo solo de la forma en que se utilicen. En este procedimiento existen también las estructuras asistemáticas independiente, donde trabajan en conjunto no alterando el significado de los significantes. Cuando se unen varios elementos gráficos y se crea con esto un significado sensible sobre un campo visual se logra una composición gráfica.



La pragmática

En la pragmática se estudia la relación entre los significantes y los interpretetes. Su estudio se divide en tres aspectos:

- 1) La pertenencia y la potencialidad de las expresiones: esto es la correcta expresión del mensaje y las diferentes interpretaciones que una imagen pueda tener.
- 2) La actitud del interprete: El interprete recibe una información de una figura relacionándola con la información mental que el ya tiene de esta.
- 3) «El significado como consecuencia: la expresión del significado al final del proceso de la semiósis representa la etapa donde se comprueba el verdadero contenido de los significantes. Según el grado de previsión que se tenga del aspecto pragmático, la capacidad informativa de un gráfico será mayor o menor.» ⁽⁸⁾

La mente va captando imágenes y las va almacenando y analizando, realizando así el proceso pragmático.

La interpretación es muy diferente dependiendo del estrato social y cultural. Existen gráficos urbanos que se utilizan en las ciudades las cuales están clasificadas por su función y las cuales sus significantes son el mismo para todos.

La semántica

Estudia la relación entre signo y sus significantes. En la semántica se analiza el significado y controla la creación de un símbolo para que sea efectivo. Para poder crear algún símbolo es importante tomar en cuenta los elementos sintácticos que tiene, como lo es la claridad, la proporción, el equilibrio de la estructura formal, si son parte de un código, el estilo que deben seguir y analizar si será comprendido el significado, que nivel de expresión tiene, lo memorable que es, si necesita el apoyo de otro gráfico, en sí, saber si cuenta con los elementos para una buena comunicación.

Existen 3 elementos inseparables llamados constantes semánticas que son:

Significante.- es el gráfico

Significado.- es el mensaje

La función.- es el objetivo del signficante.



Los significantes se pueden clasificar en:

Icono.- que es el que representa una forma real con un significado directo.

El simbólico.- representa una forma real con un significado convencional.

De este se desarrollan otros 3 tipos

1) los característicos.- donde el significante es un gráfico que no habla de la función de la empresa.

2) Los de tipo abstracto.- de forma y significado arbitrario.

3) Los de tipo común o universal.- su forma es muy común con significado simbólico con conceptos muy complejos.

2.6. CONCEPTOS DE SEÑALIZACIÓN Y SEÑALETICA

Señalización

El incremento de las rutas de comunicación y transporte provocaron que su utilización se convirtiera en un problema, a consecuencia de esto, se empezaron a usar rótulos con fines indicativos y orientadores.

El desplazamiento diario de cada persona en diferentes puntos o lugares provoca una señalización. Sistemas de señalización utilizadas en diferentes lugares como carreteras, aeropuertos son de gran ayuda ya que sin ellas no podríamos desplazarnos con seguridad y precisión.

Los objetivos principales de la señalización son dirigir, identificar e informar al usuario a desenvolverse en un espacio con exactitud, sin perdida de tiempo y con seguridad.

En la actualidad se conocen estos rótulos también como señales las cuales resuelven necesidades de información en diversos espacios.

Por lo anterior se llamarán señales a aquellos letreros o inscripciones que pertenezcan a un sistema de señales y rótulo a cualquier letrero o inscripción independiente, no importando la función que se tenga.

Parte de un buen diseño de señales es que se complementen con la arquitectura, recordando que es un añadido necesario y justificado.

En el mundo existen diferentes sistemas de señalización, realizados para que funcionen adecuadamente en cada país y esto se basa en su diversidad cultural, pero existen también sistemas de señalización con un lenguaje universal para ser usados en todo el mundo.

Señalética

«Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos



de los individuos. Al mismo tiempo es la técnica que organiza y regula estas relaciones»⁽⁹⁾

La ciencia de la comunicación social dió origen a la señalética, la cual trabaja con otras disciplinas como, la arquitectura, la ingeniería de la organización, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía pero sobre todo la comunicación visual.

«La señalética se aplica por tanto, al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio o en un lugar determinado para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.»⁽¹⁰⁾

En resumen señalar es poner señales en espacios y cosas y la señalética es un lenguaje desarrollado de signos específicos. La señalética nace de la señalización, ampliandola, alcanzando a nuevos dominios universales.

A continuación se presentan las diferencias entre señalización y señalética.

SEÑALIZACION

- a) La señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos motorizados en el espacio exterior
- b) Es un sistema determinante de conductas
- c) El sistema es universal y está ya creado como tal íntegramente
- d) las señales preexisten a los problemas itinerarios
- e) el código de lectura es conocido a priori
- f) las señales son materialmente normalizados y homologada y se encuentran disponibles en la industria
- g) es diferente a las características del entorno
- h) aporta al entorno factores de uniformidad
- i) no influye en la imagen del entorno
- j) la señalización concluye en sí misma.⁽¹¹⁾

SEÑALETICA

a) 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).

b) Es un sistema más optativo de acciones. Las necesidades son las que determinan el sistema.

El sistema debe ser creado o adaptado en cada paso particular.

D) Las señales y las informaciones escritas son consecuencia de los problemas precisos.

e) El código de lectura es parcialmente conocido.

F) Las señales deben ser normalizadas, homologadas por el diseñador del programas y producidas especialmente.

g) Se supedita a las características del entorno

h) Aporta factores de identidad y diferenciación

i) Refuerza la imagen pública o la imagen de marca de las organizaciones.

j) Se prolonga en los programas de identidad corporativa o deriva de ellos.

Comparando la señalización y la señalética podemos encontrar que al realizar un proyecto señalético par el hospital cubrirá esta necesidad de comunicación. ⁽¹¹⁾



2.7 TIPOS DE SEÑALES SU CLASIFICACIÓN

Las señales se clasifican en 6 diferentes tipos

1.- Orientadores

Esto son utilizados en mapas, planos de entrada, visitas esquemáticas y en puntos cruciales.

Son los que ayudan al usuario a saber su ubicación y lo que haya en su entorno.

2.- Informativos

La mayoría de las señales puede decirse que son informativos ya que ofrecen información o nos están avisando de algo que nos quieren comunicar, esta información puede ser los horarios, los directorio, instructivos, etc. La información por lo general es escrita y puede ser muy pequeña o tener gran cantidad de información.

3.- Direccionales

Estos nos indican la circulación, son generalmente parte de un sistema de señalización, como los son en las carreteras puede estar representados por un gráfico y una flecha.

4.- Identificativos

Son los que nos muestran el lugar a donde queremos llegar, los que nos confirman que estamos en el lugar que buscamos, es un rótulo de algún establecimientos que nos muestra su actividad como una tienda, un bar, o puede ser que el rotulo muestre las secciones de un supermercado.

5.- Reguladores

Estas señales establecen normas de orden permitiendo o prohibiendo actos o usos, estas normas son hechas por autoridades o propietarios y su objetivo es proteger al usuario y evitarle un peligro o accidente. Estas señales son usadas en productos químicos, maquinaria, edificios públicos, transportes y edificios.

6. Ornamentales

Sirven para dar un aspecto estético y embellecer el ambiente. Estos son las bandas, placas conmemorativas, etc.

2.8 Elementos que constituyen una señal.

Pictograma

Un pictograma es la traducción visual de un concepto, representa un objeto claramente sin ambigüedades sin llegar a ser figurativo.

Los pictogramas son abstracciones que se basan en objetos reconocibles, asociados con una idea que comunica; por ejemplo el gráfico de una señora puede identificar el sanitario de damas.

Las abstracciones son la reducción de todo lo que vemos a elementos visuales. Cuanto más representacional sea la información visual, más específica su referencia; cuanto más abstracta, más general y abarcadora.

Los símbolos por el contrario son formas abstractas o geométricas que se asocian con una idea. Por ejemplo, cierto tipo de cruz representa un hospital.

La flecha es probablemente, el símbolo más utilizado, y universalmente conocido, empleada en la señalización direccional por varias razones: es entendida a pesar de las barreras del lenguaje, es más flexible y requiere menos espacio que una direccional verbal como "a la izquierda", la cual puede reemplazar y proporcionar una imagen consistente con los textos en las señales. La flecha no necesita ser incluida en el espacio donde se colocan las letras; puede colocarse en un módulo separado o incorpora a un panel para la señal.

Texto

El texto de la señal deberá ser claro y preciso, entre menos texto será mejor para que sea directo, sin tantas ambigüedades. Debe ser amable y positivo, no debe ser agresivo para que la respuesta sea de la misma forma positiva. El texto debe ir de acuerdo con el usuario al que esté destinado para que pueda ser comprendido pero siempre siendo cortés y con un buen lenguaje.

Las abreviaturas pueden causar confusión ya que muchas personas no conocen todas las abreviaturas, esto se aplica para cualquier tipo de usuario, pero como



en toda regla esta se puede romper siempre y cuando esto sea necesario e inevitable sobre todo cuando se trate de seguridad.

Tipo de letra.

El tipo de letra que se escoja puede ser de palo seco o con patines, la tipografía es buena o mala según su uso. Sólo debemos recordar que la elección del tipo expresa el mensaje.

Legibilidad.

El tipo de letra que se haya escogido debe ser legible, esto significa que la gente los entienda, los comprenda y sobre todo que los vea. Existen muchos factores que pueden distorsionar la legibilidad como la luz por ejemplo, si le da directamente la señal se pierde, sobre todo si esta es electrónica.

Al diseñar debe tenerse en cuenta la edad, educación, motivación y estado de salud del observador.

Las características tipográficas como el grosor son importantes por ejemplo una tipografía muy delgada es poco visible, las tipografías condensadas son poco legibles. La separación de los caracteres debe tener un ritmo consistente y debe tener la misma superficie. El espaciado entre las palabras debe llevar también un ritmo, palabras muy pegadas provocan que las palabras se vean juntas haciendo que no se comprendan, normalmente conocemos las palabras por su forma y al verlas muy pegadas no las reconocemos, el separarlas demasiado provoca que el ojo tropiece con el espacio.

El espaciado (interlineado) entre línea y línea también es importante cuando se utilizan tipografías de palo seco, el interlineado deberá de ser mayor por lo monótona que es. Se debe tener cuidado de no tener la misma palabra al inicio o al término de dos líneas juntas para que el ojo no vuelva a leer la misma línea. Las mayúsculas, un espacio entre líneas el color y el espesor es lo más indicado para enfatizar un encabezado.



Tamaño

Se realiza en función de su utilidad y del ambiente que lo rodeará. Los rótulos de gran escala deberán realizarse a escala para comprobar su eficacia.

Color

Cada color provoca y evoca un sentimiento diferente, su significación es muy variada y es muy importante estudiar el color elegido a utilizar para que vaya de acuerdo con el mensaje y el material. El color ayuda a proporcionar el rótulo y a enfatizarlo.

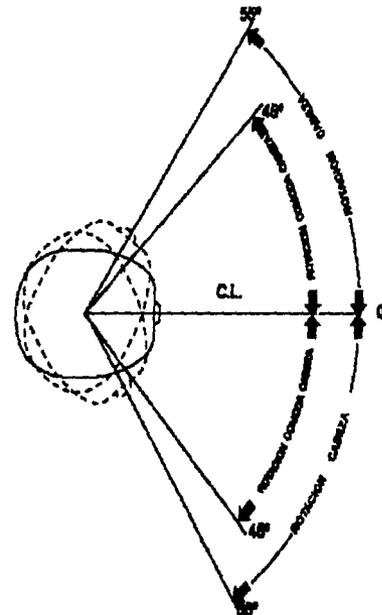


2.9. Angulo de visión

«El campo o cono de visión normal de una persona abarca un ángulo de visión de unos 60° . Las áreas que quedan fuera de este ángulo se ven con mucho menos detalle.»⁽¹³⁾

La antropometría estudia todo lo relacionado a la visión, donde investiga la visión de personas altas o bajas, sentada o paradas, la amplitud del campo visual, zonas de visión cómodas y grado en que el movimiento de la cabeza y el giro del ojo aumentan la capacidad de visión, factores para la colocación de una señal o algún tipo de información visual en un espacio.

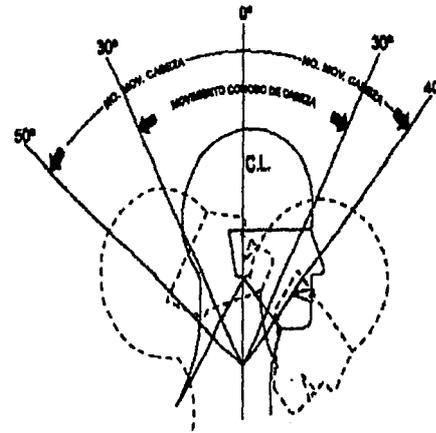
En la antropometría existe un movimiento llamado «rotación de cuello» que es el movimiento horizontal de la cabeza de un lado a otro, es el movimiento más amplio que la cabeza puede hacer, este giro alcanza un ángulo de 45° .



MOVIMIENTO DE LA CABAHA EN EL PLANO HORIZONTAL



En el movimiento vertical (plano capital) donde la cabeza se mueve de atrás para adelante de 0° a 30° este movimiento se llama «flexión de cuello».



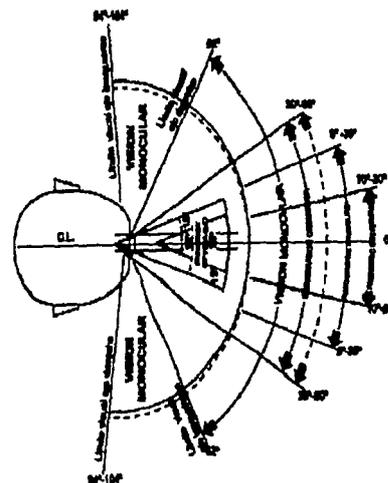
MOVIMIENTO DE LA CABEZA EN EL PLANO VERTICAL

«El campo de visión es la porción de espacio, medida en grados, que se percibe manteniendo fijos cabeza y ojos». ⁽¹⁴⁾

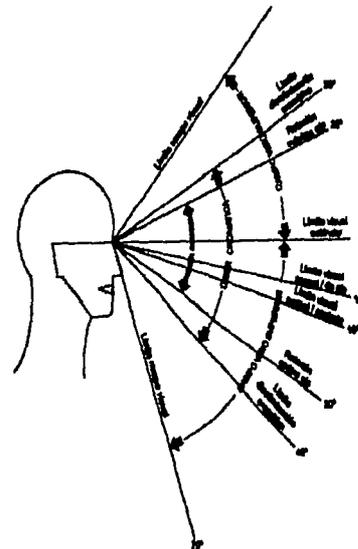
El contemplar un objeto con un ojo (visión monocular) el objeto se aprecia difuso, e indefinido, el contemplarlo con los dos ojos (visión binocular) los campos de visión de cada ojo se traslapan resultando que el objeto sea percibido con claridad. Este campo tiene una amplitud de 60° en cada dirección.

En el plano monocular las palabras y símbolos se reconocen entre los 10 y 20° a partir de la línea visual, en el binocular es de 5 a 30° el rebasar estos límites provoca que los objetos se desvanezcan.

El mejor enfoque que se encuentra a partir de la línea visual, a 1° de cada lado. Los colores empiezan a desaparecer entre los 30 y 60° de la línea visual dependiendo del color.



La línea visual puede variar en cada persona y también depende de la posición en que se encuentre parada o sentada. Podría pensarse que la línea visual se encuentra en los 0° en plano horizontal pero en realidad se encuentra cerca de los 10° estando de pie y sentado se encuentra en los 15° .



2.10. Soportes y sistemas de sujeción

El soporte es la técnica donde se hará cualquier tipo de señalamiento. Hoy en día existen en el mercado una gran variedad de materiales y técnicas que hay que estudiar para poder escoger el más práctico e indicado para el proyecto que se vaya a realizar.

A continuación se mencionarán diferentes soportes, técnicas y materiales que se utilizan en la elaboración de directorios.

MATERIALES

Acrílico
Vidrio
Madera
Papel
Metal
Tela
Lona

TECNICAS

Serigrafía
Impresión digital
Grabado
Tallado

SOPORTES

Tubos
Acrílicos

Tamaño

La elección del tamaño depende en gran medida del entorno en el cual estará situado el directorio. El aumento de medidas no garantiza legibilidad y el tamaño opera en relación a otras desiciones como lo son el tipo y el color.



La ubicación

La ubicación es de gran importancia, debe ser adecuada no solo al fondo sino de acuerdo a la lectura de las personas y su estatura.

En la decisión de la posición correcta se debe tener en cuenta factores como: que no estorbe, que sea perceptible, que no existan obstrucciones dentro del campo de visión y líneas visuales de una persona normal.



2.11. Metodología.

«Método concepto derivado de dos vocablos griegos: meta-significa a lo largo o a través de los caminos. Por consiguiente, el método es ir a lo largo del buen camino, del camino del conocimiento». ⁽¹⁵⁾

La metodología se deriva del método, es la ciencia que estudia los métodos. Para llevar un método es necesario una investigación, la cual es un proceso para conocer la realidad de algo. Cualquier investigación comienza con un problema específico, el cual al final de esta tendrá su solución y aportará cosas nuevas.

Diferentes teóricos coinciden que hay cuatro puntos a seguir en la metodología del diseño:

- 1) Información e investigación.- material bibliográfico que sirva para nuestra investigación.
- 2) Análisis.- identificación de las necesidades del proyecto.
- 3) Síntesis.- es dar posibles respuestas para llegar a la solución final.
- 4) Evaluación.- es la sustentación de la solución.

Existen diferentes modelos de métodos del diseño por diferentes autores. Oscar Olea es creador del modelo Diana, uno de los modelos más serios en el diseño en México.

«El modelo Diana encuentra su principio en la definición de la demanda que condiciona la respuesta del diseñador al integrar factores de ubicación, destino y economía que contiene la información determinante de la forma más propicia del objeto-satisfactor.» ⁽¹⁶⁾

Modelo Diana

«Demanda.- Se basa en ubicación, destino y economía y para que esta demanda obtenga una respuesta debe ser capaz de discernir los cinco niveles de respuesta que caracterizan el campo específico de la proyectación.» ⁽¹⁷⁾

- 
- a) funcional
 - b) ambiental
 - c) estructural
 - d) constructivo
 - e) expresivo

Este modelo se utiliza para:

- organizar la estructura de la demanda
- definir su enfoque o estrategia del diseño
- establecer los niveles propositivos y decisivos
- operar con rapidez en la búsqueda de las soluciones posibles y su eficiencia mayor.
- regular todo el proceso lógico del diseño permitiendo abordar con relativa facilidad problemas de alta complejidad de carácter interdisciplinario.

Las fases son:

- Configuración de la demanda.
- Organización de la información obtenida.
- Definición del vector analítico del problema.
- Definición del enfoque como estrategia.
- Definición de las áreas semánticas de los términos de la demanda que tengan una relación con cada variable.
- Organización de la investigación.
- Asignación del factor acumulativo.
- Establecimiento de las restricciones.
- Calificación binaria de las áreas semánticas.
- Fijación del límite inferior de la probabilidad de elección.
- Consignación de los datos.

Este modelo ayuda a resolver problemas complejos de alta responsabilidad y es recomendado para un gran control en el proceso de diseño.



Otro método estudiado por Joan Costa se podría realizar en las siguientes etapas:

Etapa 1 Contacto

En esta etapa se establece comunicación con la fuente buscando con esto determinar su tipología funcional, su personalidad y su imagen de marca. Logrando con esto definir los atributos del Hospital.

Etapa 2 Acopio de información.

Esta etapa tiene por objeto la descripción exacta de la estructura del espacio señalético, así como sus condiciones.

Etapa 3 Organización.

A partir del conjunto de documentos en informaciones obtenidos en las etapas anteriores, se trata de planificar, (requerimientos de diseño) lo que será el trabajo del diseño, el cual se iniciará en la siguiente etapa.

Etapa IV Diseño Gráfico.

En esta etapa y la siguiente constituyen de hecho el conjunto de tareas específicas de diseño gráfico en las cuales se establecen los lineamientos gráficos del diseño para más adelante ser normados.

Etapa V Realización.

En esta etapa son aprobados los prototipos del directorio y elaborados los originales necesarios para su producción.

Etapa VI Supervisión.

Esta etapa no corresponde su estudio debido a los alcances de este proyecto de tesis, ya que en ella el diseñador se responsabiliza de que el proceso de realización y colocación sean adecuados.

Etapa VII Control experimental

Después de un tiempo de permanecer el directorio funcionando en el espacio



arquitectónico se debe investigar los posibles problemas o las nuevas necesidades que pudieran haber surgido, procediendo a hacer las modificaciones pertinentes.

En este proceso las etapas 1, 2, y 3 comprenden el diseño conceptual y organizativo de todo el proceso. La etapa VI comprende el establecimiento de lineamientos gráficos, en las etapas V, VI y VII se ocuparán de la realización material del programa por medios industriales, así como su instalación y finalmente en la etapa VII se verificará el funcionamiento del directorio por parte del equipo de diseñadores responsables.

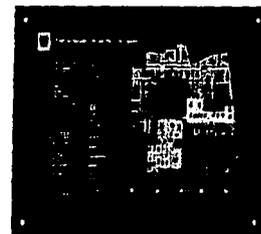


RESUMEN CAPITULAR

Este capítulo se ha realizado con el estudio formal y conceptual del proyecto. Se han revisado conceptos como comunicación, diseño, semiótica, señalización, señalética, ángulos de visión, soportes, sistemas de sujeción y metodología con los cuales llevaremos a cabo nuestro proceso de bocetaje hasta llegar al proyecto final, que es el directorio para el Hospital Pediátrico Tacubaya.

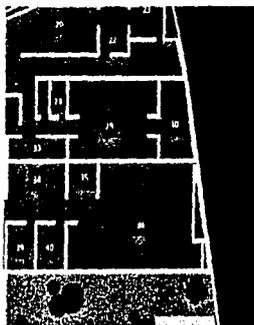
El estudio de los conceptos anteriores nos ayudarán a realizar el proyecto de una manera correcta, rápida y eficaz, haciendo que el usuario pueda identificar el área que requiera con facilidad.

Se llevará a cabo un método para poder realizar el directorio donde estudiaremos las necesidades de comunicación del hospital. Se escogerán colores para identificar cada área del Hospital, el tamaño adecuado, los materiales y como y donde serán sujetados.



Capítulo III

PROCESO GRAFICO



3.1 EL METODO

Con la información de los capítulos anteriores, el método del proyecto se realizó en diferentes etapas.

Se comenzó a bocetar con los planos del hospital sobre todo con el plano del 1er. piso del Hospital.

Las áreas a identificar son: el área del personal, hospitalización, quemados, neonatos, cirugía plástica, consulta externa, cirugía y urgencias.

Para este proyecto se utilizó el método de Joan Costa.

Etapas del Proyecto:

Etapas 1 a 7:

- Etapas 1, 2, 3: Diseño conceptual y organizativo
- Etapas 4, 5, 6, 7: Realización material del programa por medios industriales

Etapas 1 a 7:

- Etapas 1, 2, 3: Diseño conceptual y organizativo
- Etapas 4, 5, 6, 7: Realización material del programa por medios industriales

Etapas 1 a 7:

- Etapas 1, 2, 3: Diseño conceptual y organizativo
- Etapas 4, 5, 6, 7: Realización material del programa por medios industriales

Etapas 1 a 7:

- Etapas 1, 2, 3: Diseño conceptual y organizativo
- Etapas 4, 5, 6, 7: Realización material del programa por medios industriales

Etapas 1 a 7:

- Etapas 1, 2, 3: Diseño conceptual y organizativo
- Etapas 4, 5, 6, 7: Realización material del programa por medios industriales

Etapas 1 a 7:

- Etapas 1, 2, 3: Diseño conceptual y organizativo
- Etapas 4, 5, 6, 7: Realización material del programa por medios industriales

Etapas 1 a 7:

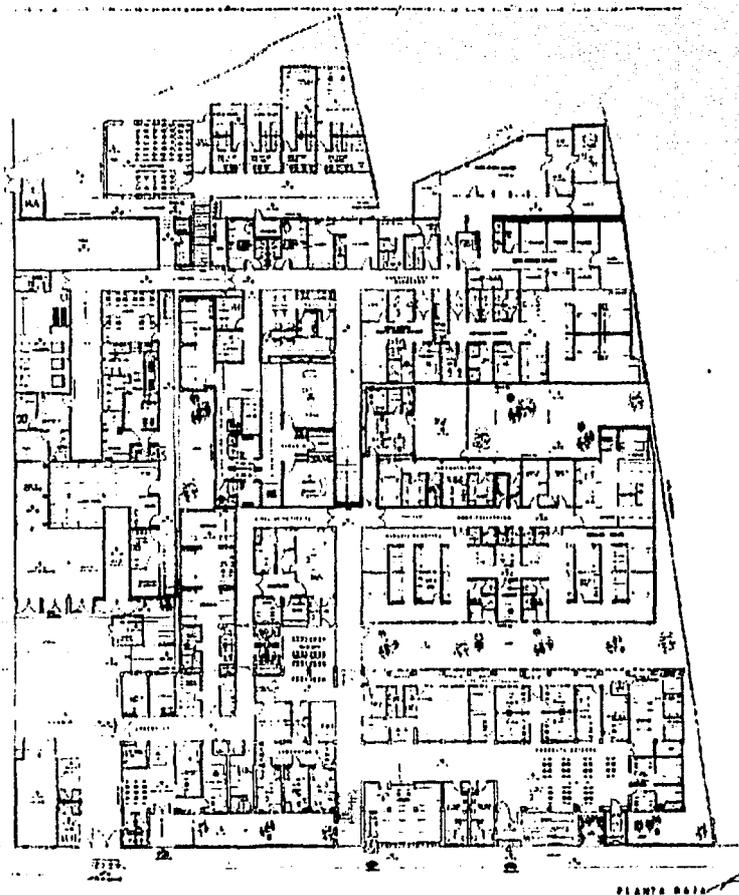
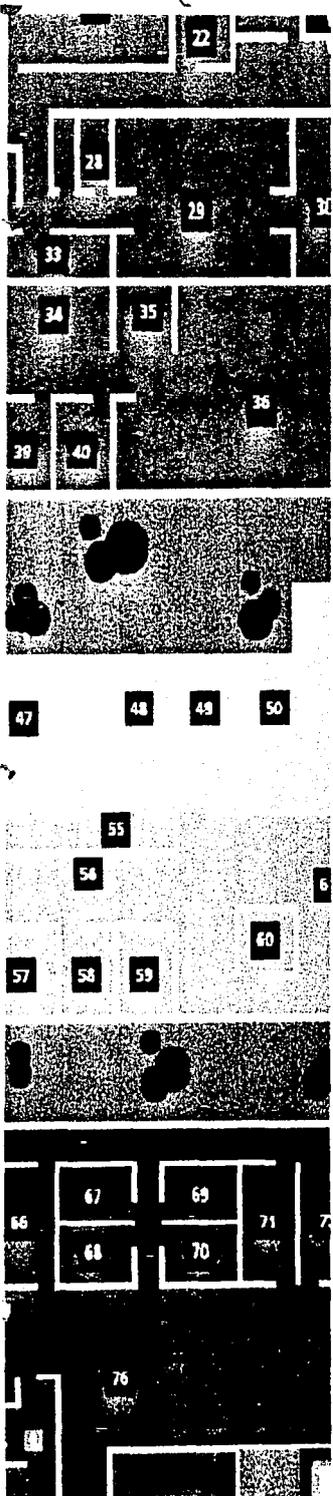
- Etapas 1, 2, 3: Diseño conceptual y organizativo
- Etapas 4, 5, 6, 7: Realización material del programa por medios industriales

Etapas 1 a 7:

- Etapas 1, 2, 3: Diseño conceptual y organizativo
- Etapas 4, 5, 6, 7: Realización material del programa por medios industriales

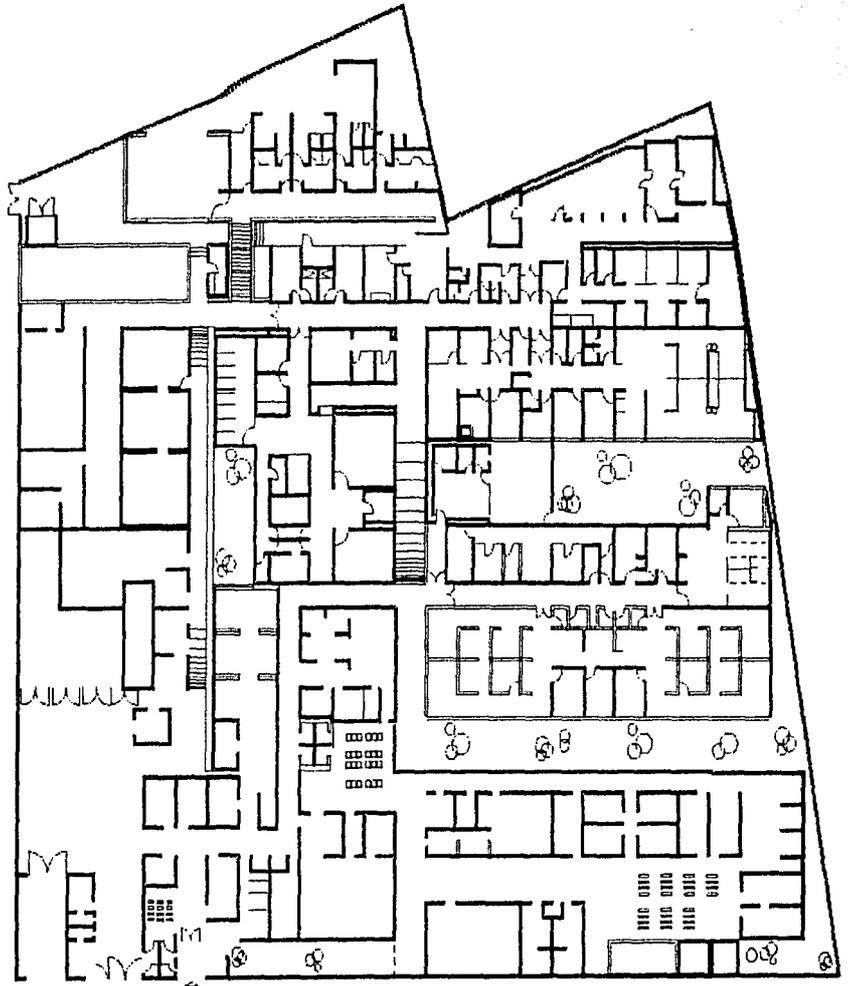
En este proceso las etapas 1, 2, y 3 comprenden el diseño conceptual y organizativo de todo el proceso. La etapa VI comprende el establecimiento de lineamientos gráficos, en las etapas V, VI y VII se ocuparán de la realización material del programa por medios industriales, así como su instalación y finalmente en la etapa VII se verificará el funcionamiento del directorio.

Plano del 1 er. Piso

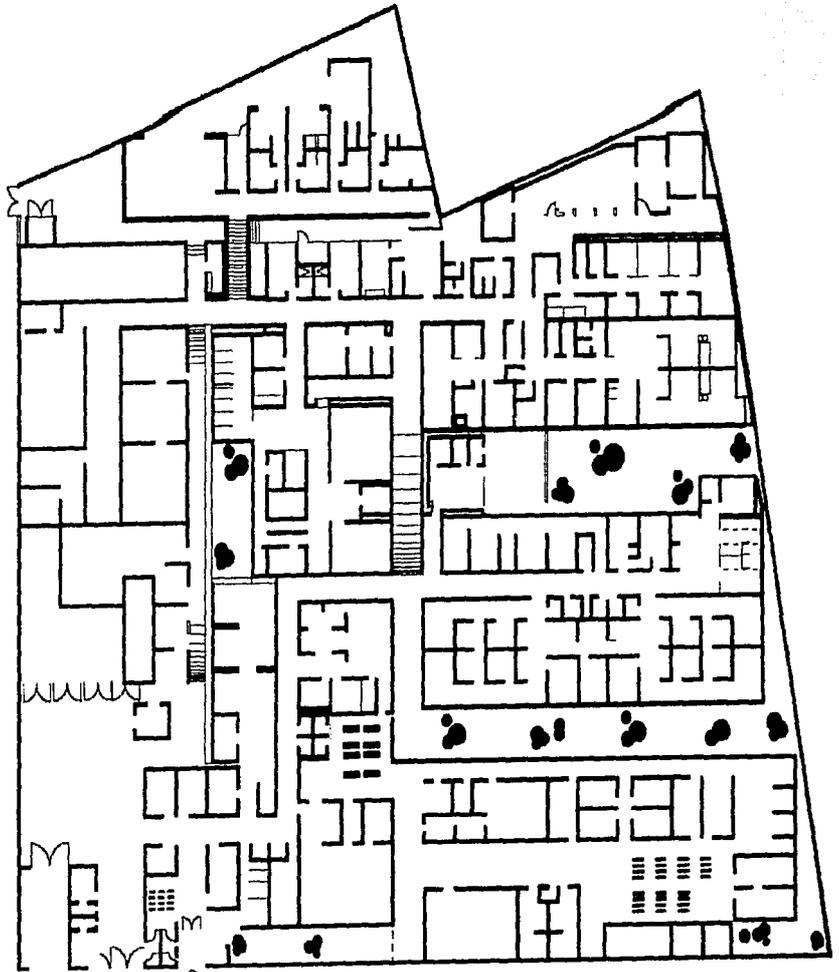


PIANTA 001A

Dibujo del plano linea

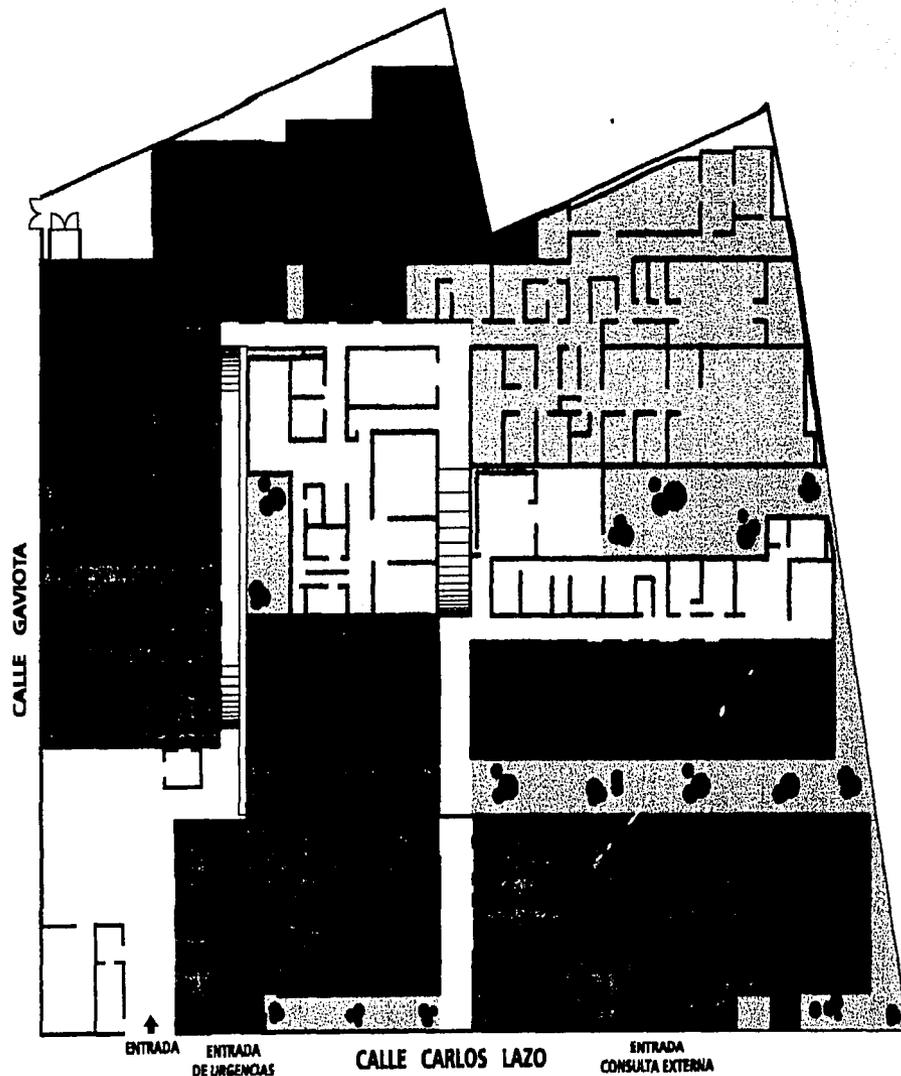


Dibujo del plano linea gruesa



Identificación de áreas

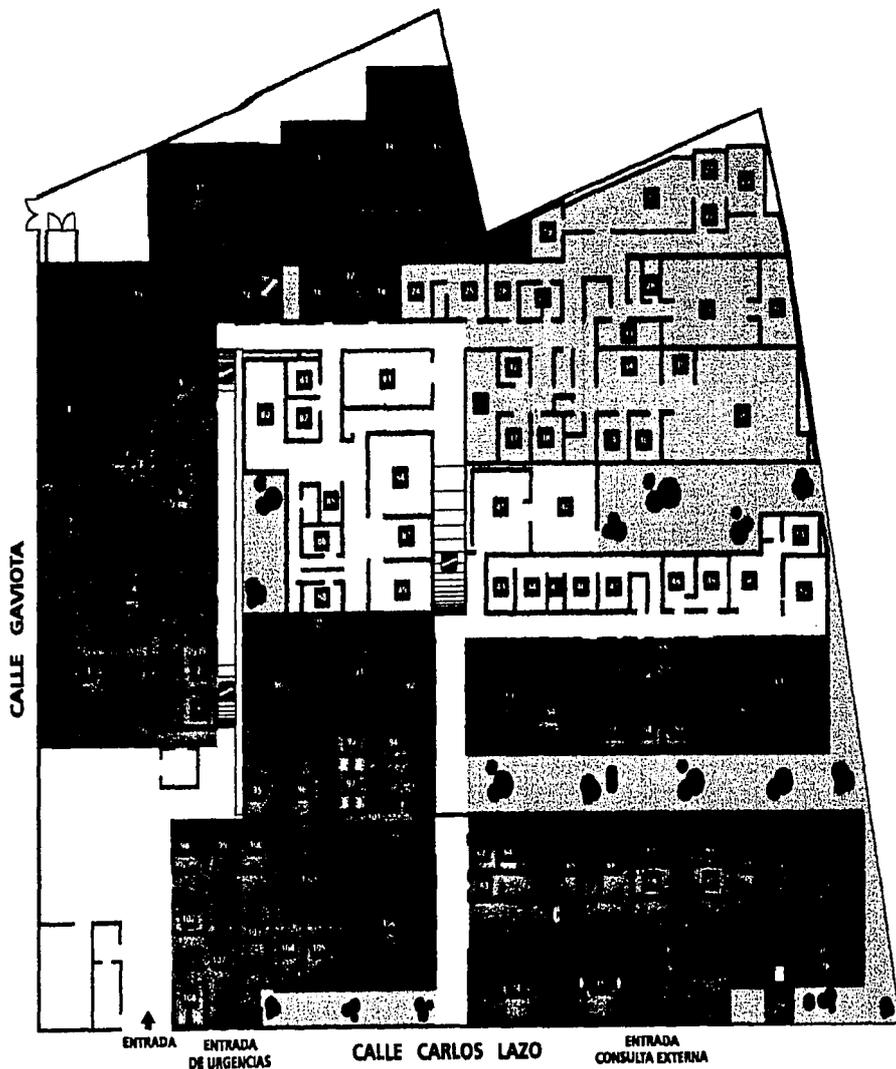
PLANTA BAJA



Identificación de áreas, servicios y lugares específicos.

Realización de algunas señales las cuales serán de servicios, teléfonos, elevador, escaleras y rampa.

PLANTA BAJA

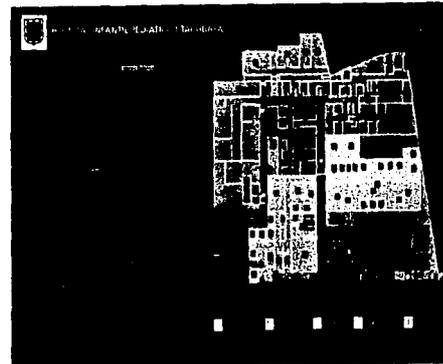


3.2 FORMATO

El muro donde será ubicado en directorio es de 2.5 x 2 mts. en este espacio el directorio podría ser en posición horizontal o vertical.

La más adecuada fue horizontal con una medida de 90 x 60 cm.

La elección del formato horizontal fue porque en cuanto a su organización su lectura resulto más fácil y la gente de corta estatura lo alcanzó a leer mejor.



3.3 TIPOGRAFIA

Las tipografías elegidas para bocetar fueron Frutiger, Avant Garde y Futura, las tres de palo seco. La fuente Frutiger fue seleccionada para diseñar el directorio ya que es una tipografía de palo seco, moderna, legible y cuenta con diferentes estilos: light, book, medium, bold, black y cursiva en todos sus estilos.

Los tamaños usados fueron:

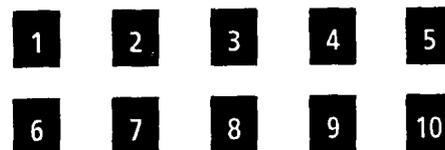
Frutiger roman 18 pts.
para el texto en general

Hospitalización
Sanitarios
Consulta externa

Frutiger black 20 pts.
para las áreas

CIRUGIA PLASTICA

Frutiger bold 13 pts.
para los números

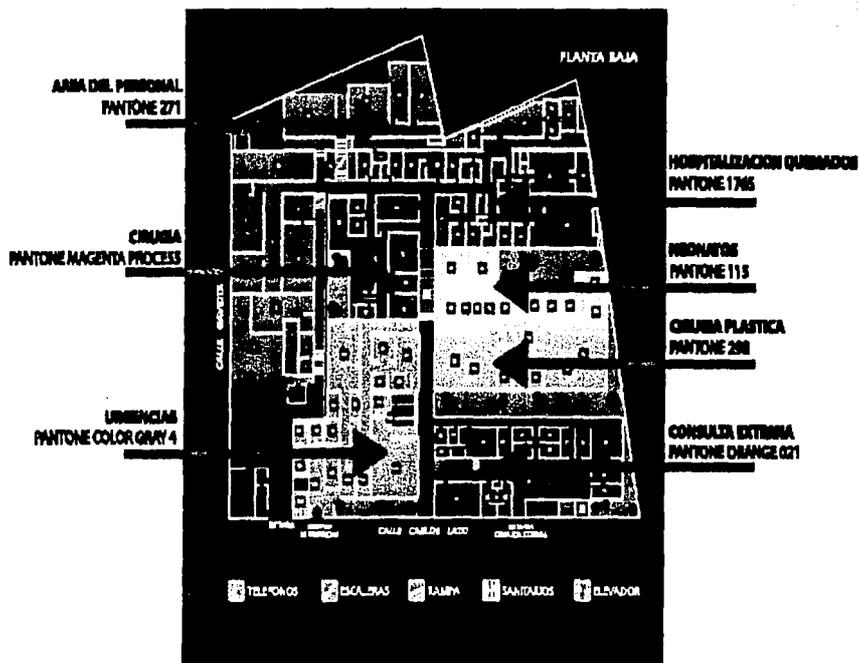
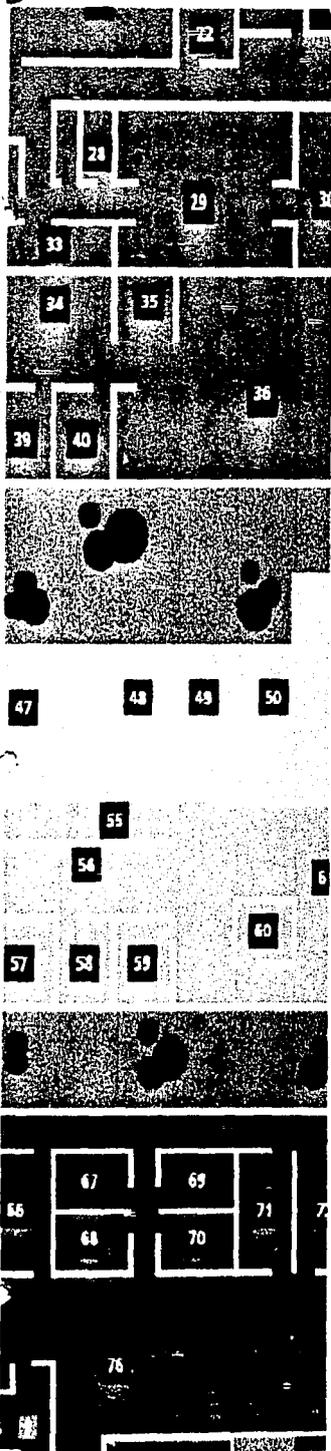


Frutiger roman 30 pts.
para las señales

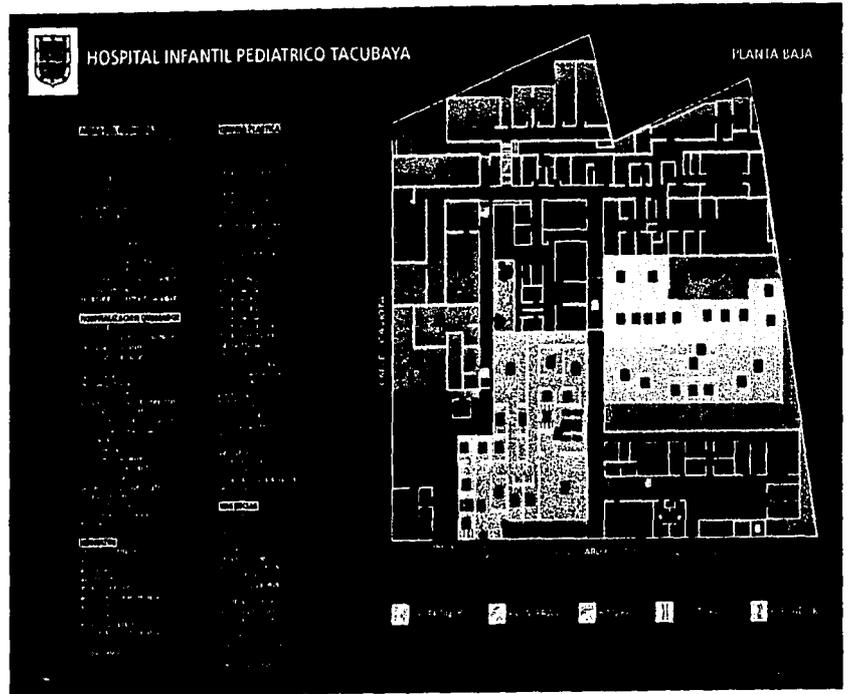
Teléfonos

3.4 COLORES

Los colores que se eligieron fueron:



3.6 PROYECTO FINAL



CONCLUSIONES

Al finalizar el desarrollo de esta tesis «Directorio para el hospital Pediátrico Tacubaya» se ha observado que el objetivo principal fue cumplido y la necesidad del hospital solucionada con el diseño del directorio.

La realización de este proyecto fue interesante y más porque fue posible aplicar, ampliar y plasmar los conocimientos adquiridos durante la carrera de Diseño Gráfico en el directorio.

El diseño gráfico es una profesión interdisciplinaria por lo que el diseñador debe estar estrechamente relacionado con las diferentes personas (productores, impresores, formadores, etc.) que llevarán a cabo la realización del proyecto. Si todas estas personas y el diseñador trabajan con una buena comunicación favorecerá al proyecto.

El diseñador gráfico es importante dentro de la sociedad ya que es capaz de solucionar necesidades de comunicación gráfica que ninguna otra profesión podría hacerlo, siendo motivo para estar siempre en búsqueda del conocimiento y ofrecer un servicio profesional y con calidad humana.

La experiencia de la realización de esta tesis con una institución gubernamental como lo es el Hospital Pediátrico Tacubaya es satisfactoria ya que contribuyó a mi formación profesional de forma positiva interactuando con otros profesionales que también aportaron sus conocimientos.

GLOSARIO

CANAL

Es el elemento físico por el que se envía la señal, por ejemplo la T.V., el radio, el teléfono, etc.

CODIGO

Es un conjunto de signos que dan un significado para un grupo de personas.

COMUNICACION

En toda comunicación se involucra signo y códigos. Los signos son actos o artefactos que se refieren a algo diferente de ellos mismos, es decir, son conceptos significativos. Los códigos son los sistemas de organización de los signos que determinan cómo estos pueden estar interrelacionados.

ICONO

es la representación del objeto con por lo menos 1 de sus características.

INDICE

es la relación directa entre signo y el objeto, es una relación más real.

MEDIO

Es el transforma el mensaje en señal para ser transmitida por el canal.

METODOLOGIA

La metodología se deriva del método, es la ciencia que estudia los métodos.

SEMIOTICA

La semiótica o semiología estudia el significado de los signos y su funcionamiento.

SEMÁNTICA

Estudia la relación entre signo y sus significantes.

SEÑALÉTICA

Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo es la técnica que organiza y regula estas relaciones.

SINTACTICA

La sintáctica se refiere a la relación existente de signo a signo, en la cual se estudia la estructura formal de los elementos visuales integrantes de una figura y la relación existente entre los significantes.

SIMBOLO

es la representación del objeto sin ningún parecido por lo regular son determinados universalmente para ser comprendidos en todo el mundo.

PICTOGRAMA

Un pictograma es la traducción visual de un concepto, representa un objeto claramente sin ambigüedades sin llegar a ser figurativo.

PRAGMÁTICA

En la pragmática se estudia la relación entre los significantes y los interpretes.

CITAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) **Rodolfo Rodríguez Villalobos**
Reporte Hospital Pediátrico Tacubaya
- 2) **John Fiske**
Introducción a la Teoría de la comunicación
- 3) **De la Torre y Rizo, Guillermo**
El lenguaje de los signos gráficos
Introducción a la comunicación visual
- 4) **Prieto, Daniel**
Diseño y Comunicación
- 5) **Prieto, Daniel**
Diseño y Comunicación
- 6) **De la Torre y Rizo, Guillermo**
El lenguaje de los signos gráficos
Introducción a la comunicación visual
- 7) **John Fiske**
Introducción a la Teoría de la comunicación
- 8) **De la Torre y Rizo, Guillermo**
El lenguaje de los signos gráficos
Introducción a la comunicación visual
- 9) **Costa Sagales, Joan**
Señalética

- 10) Costa Sagales, Joan
Señalética
- 11) Costa Sagales, Joan
Señalética
- 12) Señalética
Costa Sagales, Joan
- 13) Sims, Mitzi,
Gráfica del entorno,
- 14) Panero, Julius
Zelnik, Martin
Las dimensiones humanas en los espacios interiores
- 15) Diccionario Larousse
- 16) Vilchis, Luz del Carmen
Fundamentos teóricos
- 17) Vilchis, Luz del Carmen
Fundamentos teóricos

BIBLIOGRAFIA

Rodolfo Rodríguez Villalobos
REPORTE HOSPITAL PEDIÁTRICO TACUBAYA
México, 2001
5 Pags.

Panero, Julius
Zelnik, Martin
LAS DIMENSIONES HUMANAS EN LOS ESPACIOS INTERIORES
Gustavo Gili
Barcelona, 1992
320 Págs.

Donis, A Donis
LA SINTAXIS DE LA IMAGEN
Editorial Gustavo Gili
Barcelona, 1992
211 págs.

Costa Sagales, Joan
LA COMUNICACIÓN EN ACCIÓN
Ediciones Paidós, Ibérica S.A.
Barcelona, 1999
157 Págs.

Costa Sagales, Joan
SEÑALÉTICA
Enciclopedia del Diseño
Barcelona, 1989
256 Págs.

Aicher, Otl
Krampen, Martin
SISTEMA DE SIGNOS EN LA COMUNICACIÓN VISUAL
Editorial Gustavo Gili S.A.
México, 1995
155 pgs.

López Rodríguez Juan Manuel
SEMIÓTICA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
Editorial EDIMBA
México, 1993
499 pag.

John, Fiske
INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN
Editorial Norma
Colombia, 1982
147 págs.

Olea, Oscar
González Lobo
METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO URBANO, ARQUITECTÓNICO, INDUSTRIAL Y
GRÁFICO.
Editorial Trillas
Primera Edición 1988
149 págs.

Vilchis, Luz del Carmen
FUNDAMENTOS TEÓRICOS
Centro Juan Acha A.C.
219 pags.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Arfuch, Leonor
Chaves, Norberto
Ledesma, María
DISEÑO Y COMUNICACIÓN
Teoría y enfoques críticos
Editorial Paidós Buenos Aires 1997
229 pags.

Sims, Mítzi,
GRÁFICA DEL ENTORNO,
Ed. Gustavo Gili Diseño,
Barcelona, 1991,
174 Págs.

De la Torre y Rizo, Guillermo
EL LENGUAJE DE LOS SIGNOS GRÁFICOS
Introducción a la comunicación visual
Editorial Limusa, México
110 pags.