

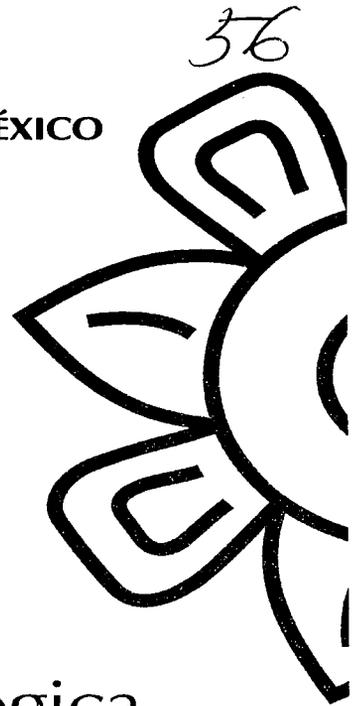


UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Artes Plásticas



DEPTO. DE EDUCACIÓN
PARA LA TRANSICIÓN
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIMILCO D.F.



Identidad Gráfica para la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

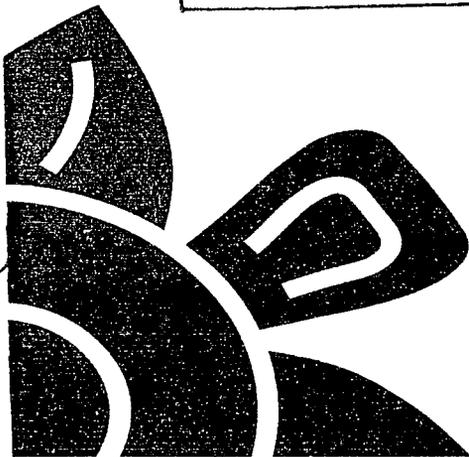
TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN GRÁFICA

PRESENTA
MARIO ALBERTO VILLENA IRIVE

DIRECTOR DE TESIS
MTRA. MA. ELENA MARTÍNEZ DURÁN

ASESOR DE TESIS
PROF. GERARDO CLAVEL DE KRUYFF

MÉXICO, D.F., JUNIO DE 2002





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

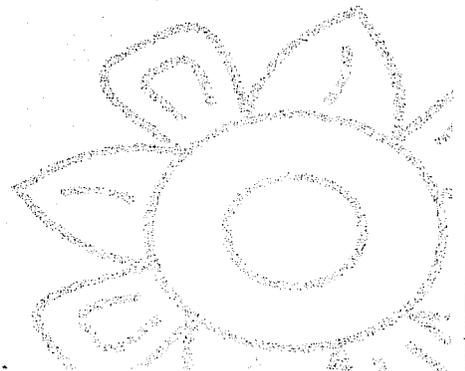
Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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.

D e d i c a t o r i a s

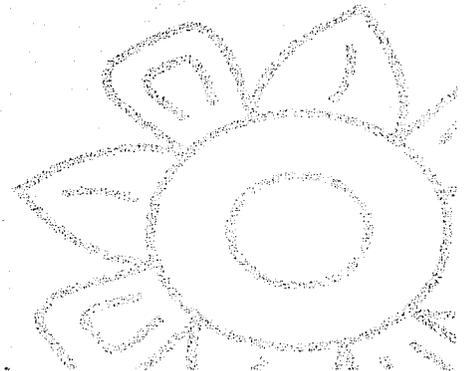
A mis padres
Gabriel y Rosalva
por todo el amor, apoyo y dicha
que me han dado.

A mis hermanas
Gabriela y María Fernanda
esperando que sea un ejemplo
a seguir para ustedes.



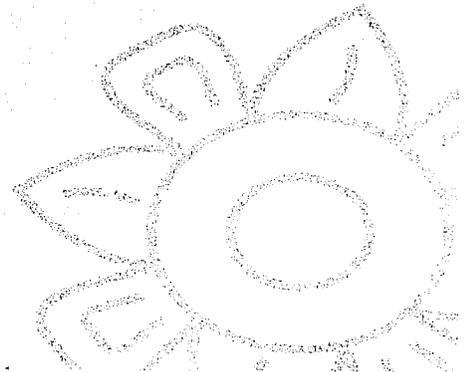
D e d i c a t o r i a s

**A María Guadalupe
mi mejor amiga y compañera
por todo su apoyo y los hermosos
momentos que hemos vivido juntos.**



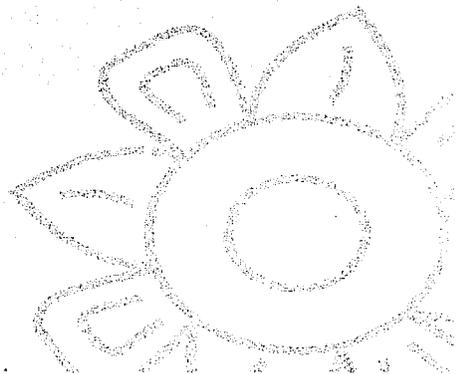
Agradecimientos

A la Universidad Nacional Autónoma de México
Alma Mater



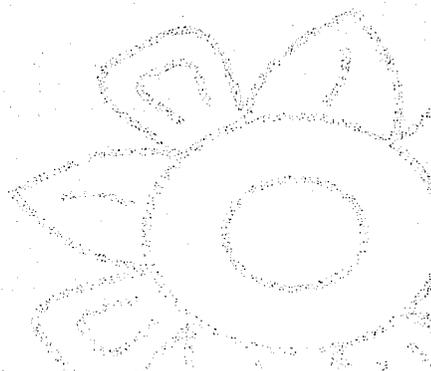
Agradecimientos

A la Maestra María Elena Martínez Duran y al Profesor Gerardo Clavel de Kruyff, por haber compartido sus valiosos conocimientos y tiempo conmigo



Agradecimientos

Al Doctor José Antonio Galindo López
Director de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco

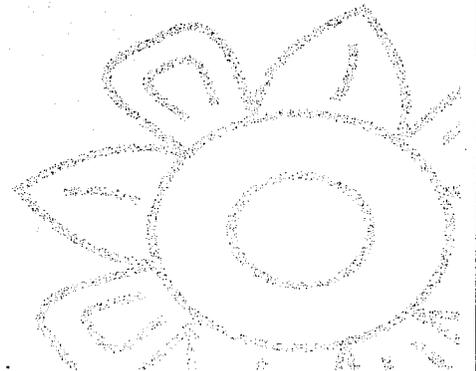


Agradecimientos

A René y Francisco, por apoyarme tanto a lo largo de mi carrera.

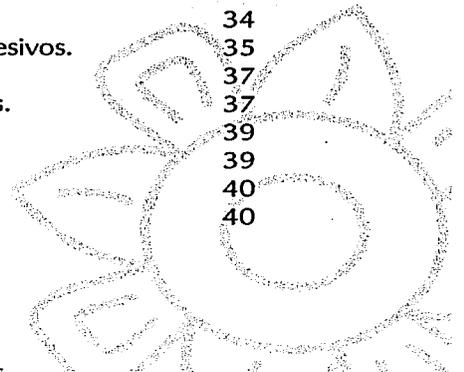
Agradesco de todo corazón a Alan, Leticia, Martha y Marco por estar siempre conmigo.

A Gerardo por su apoyo y confianza en mí.



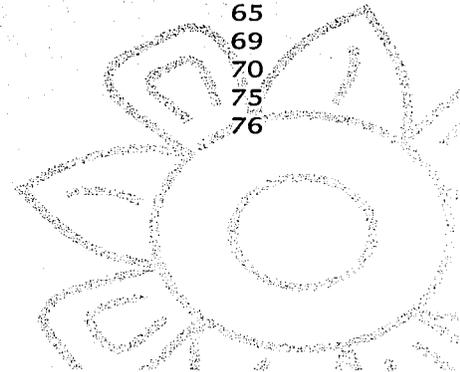
Í n d i c e

-Introducción.	1
-Capítulo I. Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco	2
1.1 Antecedentes.	3
1.1.1 Filosofía, objetivos y metas.	6
1.1.2 Servicios y actividades.	7
1.2 Ubicación e instalaciones.	9
1.2.1 Ubicación geográfica.	9
1.2.2 Instalaciones.	10
1.2.3 Entorno social.	15
1.3 Las adicciones, las sustancias psicoactivas y sus pacientes	17
1.3.1 Situación de las adicciones con respecto a las Delegaciones Políticas del D.F.	22
1.3.2 Prevalencia del consumo de drogas en la delegación Xochimilco.	23
1.4 Imagen previa.	23
1.5 Detección de necesidades.	23
1.5.1 Planteamiento del problema.	23
1.5.2 Detección de soportes de aplicación.	24
Resumen.	24
-Capítulo II. Marco teórico	26
2.1 Teoría de la comunicación.	27
2.1.1 Tipos de comunicación.	32
2.1.2 La comunicación visual.	33
2.1.3 Los elementos de la comunicación visual aplicados al diseño.	34
2.1.3.1 Elementos básicos expresivos.	35
2.1.3.2 Elementos de relación.	37
2.1.3.3 Elementos conceptuales.	37
2.2 Fundamentos de la semiótica.	39
2.2.1 El signo y el símbolo	39
2.2.2 Los niveles sígnicos.	40
2.2.2.1 Nivel sintáctico.	40



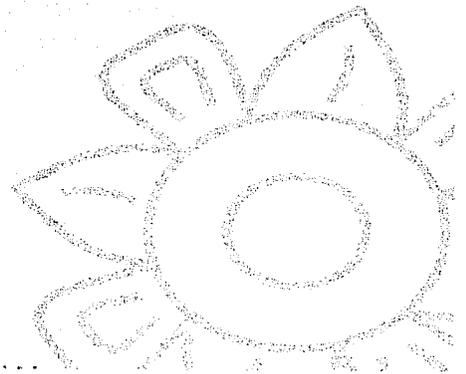
Í n d i c e

2.2.2.2 Nivel semántico.	40
2.2.2.3 Nivel pragmático.	40
2.3 Identidad, teoría específica.	41
2.3.1 Definición de identidad.	41
2.3.2 Tipos de identidad.	42
2.3.2.1 Personal.	42
2.3.2.2 Empresarial	43
2.3.2.3 Corporativa	44
2.3.2.4 Institucional	45
2.3.3 Elementos de la identidad.	46
2.3.4 Requisitos generales para el diseño de programas de identidad.	50
2.3.4.1 Principio simbólico.	50
2.3.4.2 Principio estructural.	51
2.3.4.3 Principio sinérgico.	52
2.3.4.4 Principio universal.	52
2.4 El método de diseño.	53
Resumen.	56
-Capítulo III. Diseño de la Identidad Gráfica.	60
3.1 Definición y limitación del proyecto.	61
3.2 Investigación.	61
3.3 Análisis.	61
3.3.1 Funciones y componentes.	62
3.3.2 Límites.	63
3.4 Síntesis de la información.	63
3.4.1 Tabulación.	63
3.4.2 Identificación de elementos.	64
3.5 Proyección.	65
3.6 Etapa de selección.	69
3.7 Variantes.	70
3.8 Alternativas de solución.	75
3.9 Variantes de color.	76



Índice

3.10 Propuesta final.	78
3.11 Aplicación.	79
3.11.1 Papelería básica.	80
3.11.2 Sello.	83
3.11.3 Receta individual.	84
3.11.4 Uniformes	85
3.11.5 Fachada	86
-Conclusiones.	87
- Bibliografía.	88



introducción

I n t r o d u c c i ó n

El ser humano por naturaleza, tiende a lo largo de su vida a formarse atributos y características que les son únicos; a estos se les denomina Identidad. De igual forma en una institución u organización se pueden percibir estos atributos, formandole en su ambiente una personalidad única e intransferible; la forma de exteriorizar éstos signos en una institución o empresa, es por medio de una Identidad Gráfica.

Este trabajo tiene por objeto, representar gráficamente las cualidades, actividades y funciones de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco, teniendo por resultado su identidad gráfica, la cual le ayudará a que el público en general la ubique e identifique dentro de su entorno social.

Para realizar lo antes planteado, es necesario contar con una investigación que ayude a reunir y clasificar la información para así conocer a profundidad a la Unidad.

El presente trabajo está dividido en tres capítulos, los cuales contienen información acerca de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco, así como la sustentación del proyecto en un marco teórico y finalmente el diseño de la identidad gráfica del centro toxicológico.

El primer capítulo se refiere a la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco, trata de sus antecedentes, los objetivos, sus metas, así como también de las actividades y funciones que tiene para con la sociedad; sobre la situación y problemática actual de la Delegación Xochimilco y ofrece un panorama general acerca de las adicciones.

El marco de referencia teórica se aborda en el capítulo segundo y trata temas como el de la teoría de la comunicación, de los principios básicos del diseño , sobre la teoría de la identidad, sus componentes y sus principios; en general contiene la información necesaria en donde se sustentará el proyecto, de tal manera que al continuar hacia el tercero, el lector tendrá una noción acerca de la teoría del diseño.

El capítulo tercero trata sobre el análisis, procesamiento y aplicación de la información investigada, es aquí en donde se fusionan los conocimientos que envuelven este proyecto, para dar paso al diseño; se plantean las propuestas tanto gráficas como cromáticas, así como su aplicación en soportes reales.

Finalmente las conclusiones cierran este proyecto de tesis, es aquí donde afloran los resultados, producto de la investigación tanto teórica como práctica.



capítulo I

-Capítulo I. Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco

1.1 Antecedentes.

1.1.1 Filosofía, objetivos y metas.

1.1.2 Servicios y actividades.

1.2 Ubicación e instalaciones.

1.2.1 Ubicación geográfica.

1.2.2 Instalaciones.

1.2.3 Entorno social.

1.3 Las adicciones, las sustancias psicoactivas y sus pacientes.

1.3.1 Situación de las adicciones con respecto a las delegaciones políticas del D.F.

1.3.2 Prevalencia del consumo de drogas en la delegación Xochimilco.

1.4 Imagen previa.

1.5 Detección de necesidades.

1.5.1 Planteamiento del problema.

1.5.2 Detección de soportes de aplicación.

Resumen.

1.1 ANTECEDENTES.

Los servicios médicos del D.D.F. han vivido, a través de sus más de 80 años de existencia, un intenso proceso de crecimiento, desarrollo y transformación, con el fin de dar respuesta a las cambiantes necesidades y demandas de servicios médicos y salud.

Los servicios médicos han realizado, entre 1984 y 1999, la reordenación de su infraestructura, con la remodelación, transformación, ampliación y construcción en nuevas unidades, así como la implementación de nuevos programas de salud, donde se encuentran los programas de toxicología y atención médica integral a niños en situación de calle.

En 1984 la Dirección General de Servicios Médicos del D.D.F, ante el creciente problema de las adicciones, firma un convenio con el Sistema de Localización Telefónica (LOCATEL) con el propósito de brindar un servicio permanente de orientación y referencia de los pacientes a los módulos de desintoxicación.

Estas primeras acciones se consideraron necesarias ya que en los servicios de urgencia de los hospitales generales se detectó un incremento de intoxicaciones por sustancias tóxicas por consumo voluntario o intencional.

Para la operación de este primer programa de toxicología, se capacitó a personal médico y se implementaron módulos en los servicios de urgencia de los Hospitales Generales de la Villa, Balbuena, Xoco y Dr. Rubén Leñero, con el fin de apoyar a la red hospitalaria, a los servicios médicos en las agencias investigadoras del ministerio público, así como en reclusorios, este programa dejó de operar a finales de 1990.

La Dirección General de Servicios Médicos del D.D.F. en 1990, como parte de las políticas de salud y para dar respuesta a la demanda de la sociedad, ante el incremento de las adicciones en la población joven, pone en operación el programa "Jóvenes por la Salud".

Para la operación de este programa se crearon dos centros de atención toxicológica ubicados en las delegaciones políticas de Xochimilco y Venustiano Carranza, adoptando su denominación por la delegación en que se ubican.

El programa "Jóvenes por la Salud" inició su operación normal en 1990, tuvieron una proyección importante en la comunidad y en las instituciones que participan en el combate a las adicciones. Las actividades

La Unidad Toxicológica

realizadas por los centros toxicológicos fueron importantes para el beneficio social que representa la prevención, atención y rehabilitación de los pacientes adictos.

El programa contra las adicciones, por sus características y tipo de atención, es pionero en el campo de las adicciones y se crea como consecuencia de las políticas que establece el Departamento del Distrito Federal para coadyuvar con este problema de salud pública que cada día es mayor. El gobierno federal, en diferentes foros ha manifestado el interés de fortalecer las acciones contra el narcotráfico, en donde se implementen estrategias como incrementar las acciones preventivas, de atención médica y rehabilitación.

En 1994 la Dirección General de Servicios de Salud en el Departamento del Distrito Federal, en coordinación con la Delegación Política Gustavo A. Madero implementaron y operaron un centro toxicológico en esa delegación, el cual únicamente brindó servicios a la comunidad durante cinco meses, dejando de operar por problemas de tipo presupuestal.

El programa contra las adicciones opera después de 10 años de que fue implementado, con la misma infraestructura y recursos, a pesar de que la demanda y cobertura de estos servicios se ha incrementado a través del tiempo.

El plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 señala que los estilos de vida han cambiado traduciéndose en nuevos problemas de salud pública, dentro de los cuales están las adicciones incluyendo el alcoholismo y tabaquismo. Al respecto se han realizado esfuerzos a través de los servicios de salud pero todavía existen rezagos, a los que habrá que atender con mayor cobertura, calidad y eficiencia. Para ello se deben destinar recursos a los programas preventivos y de atención médica, para la adecuada prestación de los servicios en este campo.

En cumplimiento a lo ordenado por la Ley General de Salud, a través del Consejo Nacional Contra las Adicciones se elaboró en 1998-2000 el programa de Prevención y Control de la Farmacodependencia para combatir el abuso de drogas en todas sus formas y niveles, asignando tareas específicas a las diferentes instancias gubernamentales, sociales y privadas, con el propósito de que las acciones se realicen de manera coordinada y lograrán los objetivos planteados en el programa.

La Unidad Toxicológica

El proceso de descentralización de los servicios de atención a la población no asegurada es una prioridad del gobierno federal que contribuirá al mejoramiento de los servicios y a la solución de los problemas existentes; siendo los Servicios de Salud en el Distrito Federal una de las entidades que se incluyen en la primera fase de este proceso, iniciándose a partir de diciembre de 1997. Por lo anterior y con objeto de favorecer este proceso, el Instituto de Servicios de Salud del Distrito Federal elaboró un programa de Toxicología y fortaleció los servicios que prestaba la institución en este campo.

“En 1996 el Gobierno del Distrito Federal, como apoyo al Programa Nacional de Acción de México y la Cumbre a favor de la Infancia, crea el Programa para la Atención Integral de Niños en Situación de Calle, implementándose el Centro de Atención anexo al Hospital Pediátrico de Iztacalco para este fin.

En enero de 1998, de acuerdo con el plan de descentralización del gobierno federal por decreto presidencial, se crea la Secretaría de Salud del Distrito Federal con el propósito de integrar y operar los servicios de salud en sus tres niveles de atención con un solo mando. Con esto se asegura la optimización de los recursos y la regionalización adecuada de los servicios de acuerdo con las necesidades actuales de salud de la población de la Ciudad de México.

Las intoxicaciones por sustancias químicas, incluyendo las drogas ilícitas, son un importante problema de salud pública que afecta principalmente a personas jóvenes en plena edad productiva y que consecuentemente provoca severos trastornos, no sólo físicos y mentales, así como también graves disfunciones sociales y familiares cuando se trata de drogodependencia.

Por lo anterior, a principios de 1999 se modifica la estructura orgánica de los servicios, incorporando la Unidad Departamental de Toxicología a la Subdirección de Servicios Médicos de Apoyo a la Impartición de Justicia, dejando bajo su responsabilidad la operación de los centros toxicológicos, ampliando sus estrategias y funciones como la atención médica a los pacientes intoxicados por cualquier sustancia química incluyendo las drogas ilícitas.

La Unidad Toxicológica

económicas y familiares.

Las múltiples causas a las que obedece las intoxicaciones, la hacen especialmente compleja en su manejo y obligan a los servicios de salud y a la sociedad a adoptar medidas de diversa índole para enfrentarla.¹

1.1.1 Filosofía, objetivos y metas.

* **FILOSOFÍA:** La Unidad tiene como punto de partida el bienestar de la sociedad, mejorar las situaciones y el bienestar familiar, enfrentar y solucionar al problema de las adicciones.

De alguna manera la unidad incide en todo esto, por lo que constantemente ofrece pláticas a escuelas, instituciones, grupos, universidades, con el fin de llevar información y orientación a los asistentes acerca del problema de las drogas.²

* **OBJETIVO:** Contar con un instrumento técnico administrativo que contemple los aspectos de organización, funcionamiento y normatividad, con el fin de orientar las acciones en el campo de la toxicología, del personal de nivel central y operativo de los Centros Toxicológicos, en los servicios de consulta externa, urgencias, hospitalización de corta estancia, laboratorio de análisis clínicos, promoción de la salud, capacitación e investigación para brindar una atención más eficiente y de alta calidad a los usuarios.³

* **METAS:** La meta de la Unidad es subsanar, llegar a realizar algo. Así, la meta del usuario/consumidor de drogas sería dejar de consumirlas. Por otro lado es lograr que la familia funcione como tal, ya que cuando existe algún consumidor de drogas, la familia tiende a tener disfunciones o problemas que de alguna manera u otra repercuten en la sociedad.

-Atender y reafirmar al paciente para que sea una persona funcional, tanto como trabajador, como padre o como hijo; todo esto tiene como resultado que el consumidor sea un buen ciudadano.

-Orientar, tratar, manejar y llegar a que no vuelva a suceder.

-Fomentar la cultura de la salud.⁴

¹ Manual de organización, funciones, normas y procedimientos para la atención toxicológica; Secretaría de Salud de Distrito Federal. Pp. 4-6

² Entrevista al Dr. José Antonio Galindo, Director de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco

³ Manual de organización, funciones, normas y procedimientos para la atención toxicológica; Op.cit. pag. 8

⁴ Entrevista al Dr. José Antonio Galindo, Director de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco

1.1.2 Servicios y actividades del centro toxicológico

Entre los servicios y actividades que tiene la Unidad se encuentran los siguientes:

*** Consulta externa:**

Atención médica y psicológica integral que incluye la detección a través de la clínica del laboratorio de toxicología, la desintoxicación, detección del daño y tratamiento de las secuelas y complicaciones orgánicas y psicológicas de pacientes agudos o crónicos intoxicados por sustancias químicas y/o drogas ilícitas.

Concepto: Consulta externa es el área del centro que tiene como funciones elementales: la educación para la salud, la prevención, el diagnóstico oportuno de las intoxicaciones y el tratamiento eficaz de las mismas; así como el control y aplicación de las medidas de rehabilitación de los pacientes que lo requieran.

Consulta externa representa, para el centro, la selección y clasificación de pacientes que se lleva a cabo mediante el estudio cuidadoso del mismo a través de la historia clínica. Este documento consigna los datos más importantes de identificación, antecedentes, motivo de la consulta y define las conclusiones relativas a diagnósticos y pronósticos que serán, en última instancia, los factores que determinen el tipo de atención que necesita en los diferentes servicios del centro.

*** Urgencias:**

Atención médica inmediata de casos agudos de intoxicación por sustancias químicas incluyendo drogas ilícitas. En este servicio el médico realizará el diagnóstico y los procedimientos de desintoxicación.

Concepto: Urgencias es el área del centro toxicológico que proporciona atención médica inmediata a los pacientes intoxicados en estado crítico, cuyo propósito dependerá en gran medida de la oportunidad y aplicación eficaz de los recursos para su atención.

La Unidad Toxicológica

El objetivo fundamental de este servicio es resolver los problemas que ponen en peligro la vida del paciente, para posteriormente canalizarlo a hospitalización o consulta externa del centro, o bien a otra institución si el caso lo requiere.

*** Hospitalización de corta estancia:**

Atención médica inmediata de casos agudos de intoxicación por sustancias químicas incluyendo las drogas ilícitas, por un máximo de 72 horas, para los pacientes, que por sus condiciones físicas, no puedan ser tratados ambulatoriamente.

*** Promoción de la salud:**

Impartir pláticas sobre temas de toxicología intra y extramuros a población abierta con énfasis a grupos de alto riesgo como la población estudiantil y zonas en donde se haya detectado una mayor prevalencia del problema en el Distrito Federal.

*** Laboratorio toxicológico:**

Los centros cuentan con: dos equipos de inmuno-ensayo enzimático homogéneo (EMIT-ST) y un espectrofotómetro de absorción atómica (EAA) para la detección de sustancias químicas en fluidos orgánicos, que se realiza a todos los pacientes que son atendidos en el centro toxicológico para la confirmación diagnóstica, así como a pacientes de otras unidades de salud o instituciones que lo soliciten.

*** Cursos de capacitación:**

Organizar e impartir cursos específicos sobre toxicología a grupos organizados de la comunidad, instituciones educativas o de salud que lo soliciten para implementar programas preventivos y de atención al problema de las intoxicaciones por sustancias químicas incluyendo las drogas adictivas.

*** Investigación:**

Elaboración y distribución de protocolos de investigación epidemiológica y clínica, así como apoyar a otras instituciones en estudios sobre toxicología, con el fin de retroalimentar y fortalecer las acciones del centro en el campo de la prevención y atención.

La Unidad Toxicológica

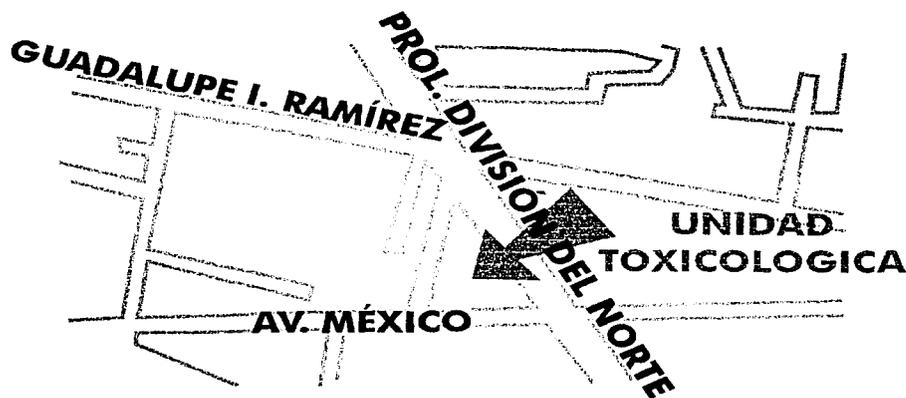
* CICAT Centro de Información y Control Toxicológico:

Orientar oportunamente sobre el manejo integral de intoxicaciones y las alternativas de atención a la población abierta, aún a través de línea telefónica y sistema de radio comunicación las 24 horas de los 365 días del año en la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco.⁵

1.2 UBICACIÓN E INSTALACIONES.

La Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco, está ubicada en: Prolongación División del Norte S/N, Col. Huichapan, Xochimilco, D.F.

1.2.1 Localización geográfica.



⁵ Manual de Organización, funciones, normas y procedimientos para la atención toxicológica; Op.cit. Pp. 28,29

La Unidad Toxicológica

1.2.2 Instalaciones.

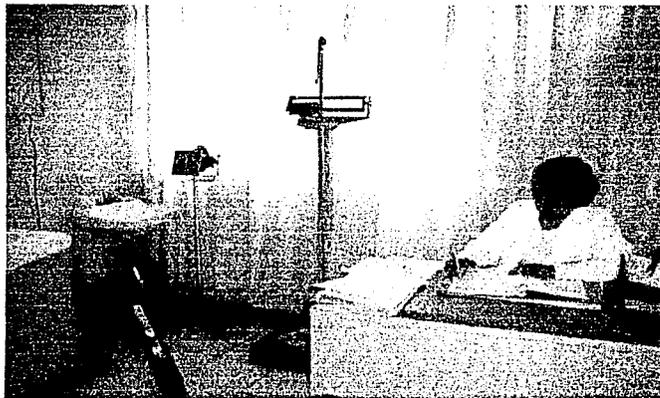
Las instalaciones de la Unidad Toxicológica cuentan con las siguientes áreas:

- Dirección.
- Consultorio médico.
- Áreas de hospitalización.
- Área de urgencias.
- Consultorio de Psicología y psiquiatría.
- Archivo clínico.
- Recepción.
- Sala de espera.
- Cocina.
- Lavandería.

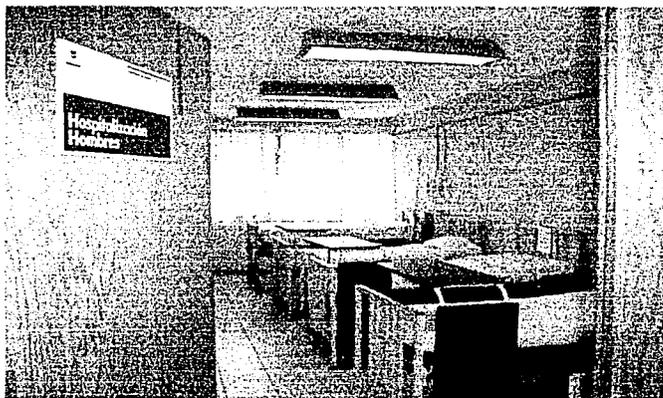


Dirección de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco; en cuadro, el Doctor José Antonio Galindo, director de la Unidad.

La Unidad Toxicológica

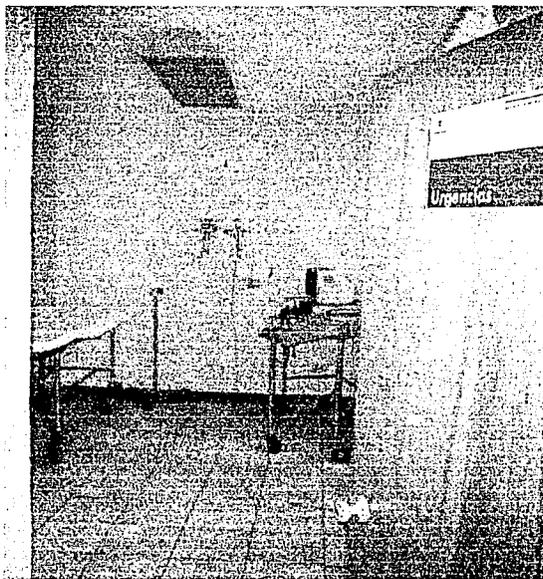


Consultorio médico

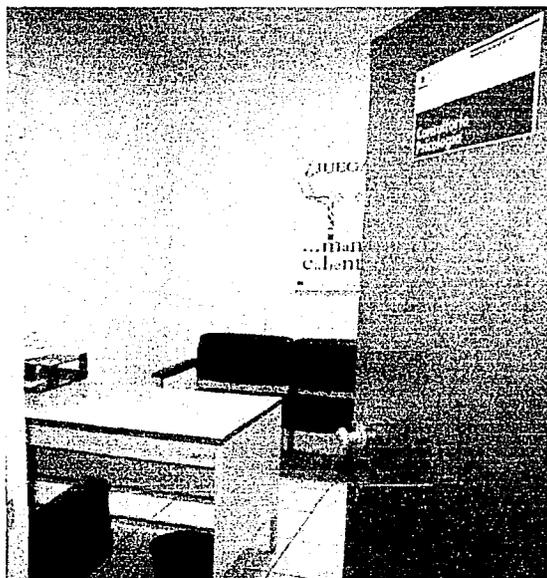


Área de hospitalización

La Unidad Toxicológica

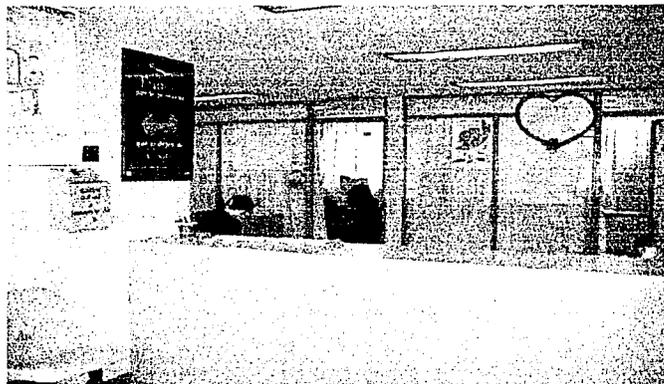


Área de urgencias



Consultorio de psicología y psiquiatría

La Unidad Toxicológica



Recepción

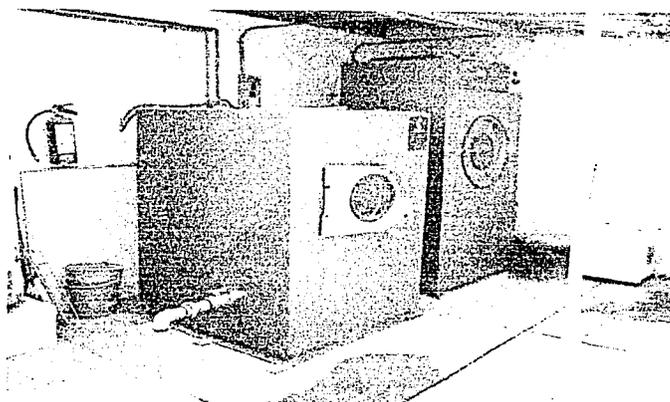


Recepción

La Unidad Toxicológica



Cocina



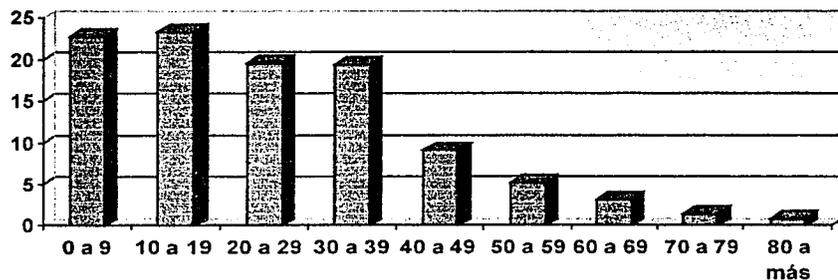
Lavandería

1.2.3 Entorno social.

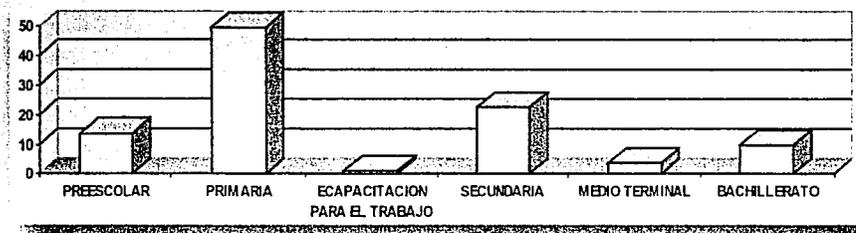
La Unidad de Atención Toxicológica se encuentra ubicada en las inmediaciones de la Delegación Xochimilco, lugar caracterizado por sus entrañables costumbres y cultura popular.

La Delegación Xochimilco concentra el cuarto índice poblacional más bajo del Distrito Federal, con un 3.29% del total de personas del conjunto delegacional, concentra en su superficie 271,151 habitantes de los 8,235,744 que conforman el universo capitalino.

Esta población está distribuida de una manera porcentual en rangos de 10 años:



Dentro del ámbito escolar, la población estudiantil en activo, sin contemplar el nivel profesional o universitario, llega a un total de 83,454 personas. La distribución de esta población según el nivel del sistema escolar al que está inscrito es el siguiente:



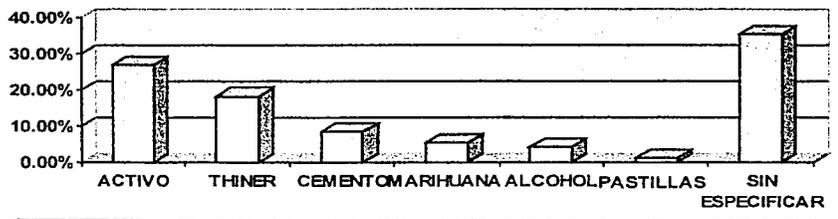
La Delegación Xochimilco se encuentra entre las que concentran el menor número de puntos de encuentro es decir, lugares donde se concentran menores y personas en situación de calle, así como también se ubica entre las cinco primeras delegaciones que concentran la menor cantidad de niños en situación de calle con un total de 365 menores.

En general, en la Ciudad de México 1,850 niños viven en la calle, representando el 13.84% del total de menores en esta situación. Del por ciento anterior el .02% se registraron como indígenas de la calle.

"7 de cada 10 menores en situación de calle se drogan, de éstos, el 24.73% desde el año de 1998; 32.26% entre 1 y 2 años; y el 8.6% desde hace menos de 1 año, siendo las drogas más utilizadas los inhalables (activo, 26.8%; thiner, 18.28%; cemento, 8.60%; marihuana 5.38%), alcohol (4.30%), pastillas (1.08%)."6

Distribución del consumo según tipo de droga en Xochimilco de niños en situación de calle (total 256)

6 Diagnostico situacional, Delegación Xochimilco, Secretaría de Salud del Federal, 2002



La Unidad Toxicológica

La población que prevalece (usuarios) en la Unidad Toxicológica, son personas del sexo masculino, y su edad oscila entre los 25 y 35 años; el nivel socioeconómico que ostentan estas personas es el nivel medio.

Anualmente la unidad tiene un ingreso promedio de 584 usuarios, los cuales acuden por causas tales como la adicción a algún tóxico, al alcohol, o al tabaco; los beneficiados que acuden a la Unidad provienen de las diferentes delegaciones políticas del D.F., siendo las más concurridas la Delegación Xochimilco, seguida por la Delegación Iztapalapa y por último la Delegación Coyoacán.

1.3 LAS ADICCIONES, LAS SUSTANCIAS PSICOACTIVAS Y SUS PACIENTES

El abuso de sustancias es uno de los problemas de salud pública que existen actualmente en la sociedad. Las muertes relacionadas con el consumo de alcohol se ubican en tercer lugar, detrás de las enfermedades cardíacas y el cáncer. El alcoholismo, el trastorno más común por consumo de sustancias, afecta a millones de personas cada año. El uso y aceptación cultural de otras sustancias psicoactivas, incluyendo los fármacos ilegales, se incrementa significativamente.

La adicción, según la define la Organización Mundial de la Salud, es un "patrón de conducta de fármacos que se caracteriza por aferramiento insuperable al consumo de una sustancia, conducta de búsqueda compulsiva de la misma y gran tendencia a las recaídas después de la supresión. La Organización Mundial de la Salud insiste en que la adicción debe considerarse una continuidad relacionada con el grado al cual el consumo de la sustancia afecta a la calidad total de vida del consumidor y a los límites de las circunstancias bajo de las cuales controla su conducta"⁷

"El abuso compulsivo de ciertas sustancias, como sedantes hipnóticos y analgésicos narcóticos, pueden producir dependencia física. Aunque los estimulantes como anfetaminas y cocaína son muy tóxicos, el abuso compulsivo de las mismas no produce un patrón bien definido de dependencia física; sin embargo, representa el proceso de la enfermedad adictiva, puesto que el consumidor se vuelve compulsivo a pesar de los efectos adversos que tiene sobre su salud y su funcionamiento ocupacional

⁷ Goldman H. Howard, *Psiquiatría general*, Ed. Manual moderno, 1994, pag 281

y social. Por consiguiente, centrarse solamente en la dependencia física es inapropiado debido a que:

- 1) algunos fármacos no producen la conocida dependencia alcohol/heroína y los fenómenos de abstinencia.
- 2) puede haber una ausencia de dependencia física a pesar del uso compulsivo y disfuncional de un fármaco que causa dependencia física.
- 3) con frecuencia la dependencia física representa una etapa tardía de la enfermedad adictiva.
- 4) la enfermedad adictiva es manifestada a menudo por patrones de borrachera de uso."⁸

Lo anterior se refiere a que algunos fármacos reaccionan de diferente manera y depende mucho de l grado de pureza, vía de administración, dosis, duración eficaz y psicofarmacología. La estabilidad mental, las expectativas del usuario, los factores médicos y psicológicos, e incluso factores sociales, afectan el potencial para el abuso de un fármaco.

En nuestra sociedad, la utilización de determinadas sustancias que alteran el estado de ánimo o la conducta es estimada, en algunas circunstancias, como normal y apropiada. Así, se consideran como pasatiempo la bebida de alcohol, de la cual participan la mayoría de las personas; sin embargo algunos grupos incluso desaprueban el uso de alcohol como pasatiempo, mientras que en otros se acepta ampliamente el uso de diversas sustancias ilegales para conseguir una alteración del estado de ánimo. Además, algunas sustancias psicoactivas son usadas con finalidades médicas para aliviar el dolor, disminuir la tensión o suprimir el apetito.

Los cambios conducturales provocados por el uso de sustancias



• Ibid

La Unidad Toxicológica

psicoactivas son claramente contemplados por la sociedad como indeseables en casi todas las culturas. Como ejemplo, se puede citar el uso continuo de una sustancia psicoactiva a pesar de la presencia de un problema social, laboral, psicológico o físico persistente o recurrente, que el sujeto sabe que puede incrementarse con tal uso, y el desarrollo de graves síntomas de abstinencia después de cesar o reducir el uso de la sustancia psicoactiva. Estas condiciones son conceptualizadas como trastornos mentales.

El uso patológico de todo tipo de sustancias psicoactivas se clasifica como dependencia de sustancias psicoactivas o como diagnóstico residual de abuso de sustancias psicoactivas. La sintomatología de este trastorno consiste en un grupo de síntomas cognitivos, conducturales y fisiológicos que indican que el sujeto ha perdido el control sobre el uso de sustancias psicoactivas y sigue usándolas a pesar de sus consecuencias adversas.

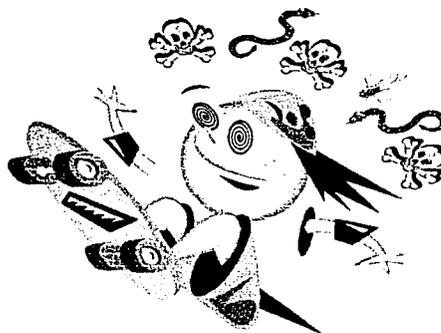
Para verificar el diagnóstico del síndrome de dependencia son necesarios como mínimo tres de los nueve síntomas característicos de la dependencia; además requiere que algunos síntomas de la alteración hayan persistido durante un mes como mínimo o que se haya presentado repetidamente por un largo período de tiempo.

Los síntomas de la dependencia son:

1. Cuando el sujeto toma la sustancia psicoactiva con frecuencia, lo hace en mayor cantidad o por un período de tiempo más prolongado de lo que en un principio pretendía.
2. El sujeto reconoce que el uso de la sustancia es excesivo y ha intentado reducirlo o controlarlo, pero ha sido incapaz de ello.
3. La mayor parte del tiempo lo emplea en tomar la sustancia, en recuperarse de sus efectos o en llevar a cabo actividades destinadas a conseguirla (incluyendo el robo). En casos leves, el sujeto puede pasar muchas horas al día tomando la sustancia mientras sigue implicado en otras actividades. En casos graves, casi todas las actividades diarias del sujeto giran en torno a la obtención, uso y recuperación de los efectos de la sustancia.
4. El sujeto puede tener síntomas de intoxicación o abstinencia cuando desempeña algunas de sus actividades (escolares, laborales o domésticas).

La Unidad Toxicológica

5. Se abandonan o reducen importantes actividades sociales, laborales o recreativas a causa del uso de la sustancia. El sujeto puede sustraerse de las actividades familiares y de sus hobbies a fin de disponer de más tiempo para tomar la sustancia entre amigos también dependientes, o bien para tomarla en privado.
6. Con el uso, abundante y prolongado, de la sustancia aparecen toda una variedad de problemas sociales, psicológicos y físicos, que se incrementan por el uso continuo de ella. A pesar de tener alguno o varios de estos problemas y reconociendo que son provocados y estimulados por el uso de la sustancia, el sujeto sigue tomándola.
7. Tolerancia significativa: notable disminución de los efectos que provoca la sustancia tras el uso continuo de la misma cantidad. Entonces, tenderá a tomar mayores cantidades de sustancia para conseguir la intoxicación o el efecto deseado. Hay que distinguir entre este fenómeno y la variable sensibilidad individual en cuanto a los efectos que la sustancia puede provocar en cada sujeto.
8. Con el uso continuo, se desarrollan los síntomas característicos de abstinencia cuando el sujeto suprime o reduce la toma de la sustancia.
9. Después del desarrollo de los síntomas displacenteros de la abstinencia, el sujeto empieza a tomar la sustancia básicamente para aliviar o evitar tales síntomas. Normalmente esto implica el uso de la sustancia durante todo el día, ya desde el momento de despertarse.⁹



⁹ American Psychiatric Association, *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales*, Ed. Masson, España, 1996, Pp. 201-204

La Unidad Toxicológica

Abuso de sustancias psicoactivas.

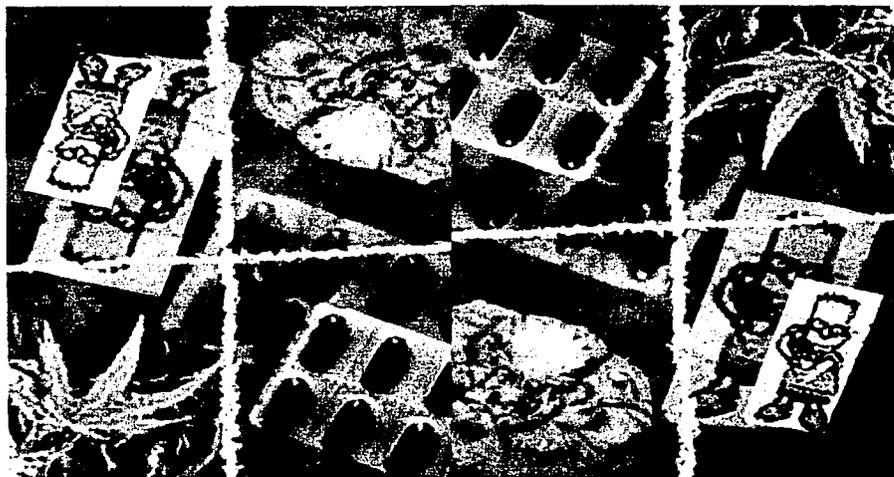
El abuso de sustancias psicoactivas es un modelo de desadaptación del individuo en la sociedad y se caracteriza por:

1) el uso continuo de la sustancia psicoactiva a pesar de que el sujeto sabe que tiene un problema social, laboral, psicológico o físico persistente o recurrente, provocado o estimulado por el uso de la sustancia.

2) el uso recurrente de la sustancia en situaciones en las que éste resulta físicamente arriesgado (por ejemplo, conducir en estado intoxicado).

Clases de sustancias psicoactivas.

Nueve clases de sustancias psicoactivas están asociadas tanto con el abuso como con la dependencia: alcohol, anfetaminas o simpaticomiméticos de acción similar, cannabis, cocaína, alucinógenos, inhalantes, opiáceos, fenciclidina (PCP) o arilciclohexilaminas de acción similar y sedantes, hipnóticos o ansiolíticos. La dependencia sin abuso se da con la nicotina.



La Unidad Toxicológica

En la Delegación Xochimilco, entre las drogas más usadas se encuentran: las sustancias inhalantes (activo, thinner y cemento), la marihuana, las pastillas y la cocaína; siendo la sustancia de mayor consumo entre personas en situación de calle los inhalantes.

1.3.1 Situación de las adicciones con respecto a las Delegaciones Políticas del D.F.

Los resultados obtenidos por los registros mensuales del año próximo pasado, indican que el tóxico más consumido por los pacientes que acuden para ser atendidos por la Unidad es la cocaína, seguida por el alcohol y la marihuana respectivamente y finalmente los solventes o inhalables (pvc, thinner, resistol 5000, etc.) que son consumidos principalmente por personas de bajos recursos y niños en situación de calle.

Xochimilco, es la delegación con mayor incidencia en la Unidad Toxicológica; esto se debe a la ubicación que tiene con respecto de las delegaciones periféricas. Los habitantes de Xochimilco, de alguna manera tienen mayor accesibilidad que una persona proveniente de la Delegación Gustavo A. Madero.

A pesar de que la Delegación Xochimilco ocupa el primer lugar de incidencia en la Unidad, la prevalencia que tiene con respecto al consumo de drogas es inferior al resto del Distrito Federal, especialmente en el uso de inhalables; el consumo de alcohol y tabaco es elevado, y parece no ser afectado por los reglamentos que restringen su venta a menores de 8 años, por lo que son consumidos por un mayor número de personas. En segundo término en cuanto a consumo, se ubican importantemente los inhalables y la marihuana.

En un sondeo realizado por la Unidad de Toxicología, sus resultados dieron que el 72.17 % opina que el consumo de drogas es un problema importante entre la población estudiantil; el 54.17 % opina que la falta de información sobre el manejo de la sexualidad influye en la incidencia de embarazadas, lo que en ocasiones desemboca en el uso de alguna droga.

1.3.2 Prevalencia del consumo de drogas en la Delegación Xochimilco.

El 4.07% reportó experimentación con inhalables, marihuana 4.0%; cocaína 1.67%; alucinógenos 1.17% y crack, 0.83%. Estos promedios resultan inferiores a los del Distrito Federal. En cuanto a la edad, 1.70% de los menores de 16 años reportaron haber probado marihuana, sucediendo de igual forma en el 12.31% de los mayores de 17 años; los inhalables se reportaron en el 3.22% y 4.85% respectivamente.¹⁰

1.4 IMAGEN PREVIA.

Actualmente la Unidad de Atención Toxicológica no tiene una identidad gráfica, no obstante y por cuestiones administrativas utiliza impreso en su papelería la imagen del Gobierno del Distrito Federal, la cual es una imagen representativa de la Unidad.

1.5 DETECCIÓN DE NECESIDADES.

La necesidad primordial de la Unidad de Atención Toxicológica, es la de contar con una imagen que refleje la personalidad y los atributos que ésta tiene, con el fin de tener una unidad gráfica dentro y fuera de las instalaciones para lograr que el público en general la reconozca y la identifique como tal.

La imagen deberá reflejar la personalidad y los atributos de la Unidad como son:

- Confianza
- Seriedad
- Profesionalismo
- Calidad
- Trabajo
- Servicio

1.5.1 Planteamiento del problema.

Actualmente la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco, carece de una imagen propia que refleje la personalidad y los atributos que la identifican y la distinguen como tal, por lo que se debe resolver el problema de identificación y distinción de la Unidad.

¹⁰ Diagnóstico situacional, Op.cit. Pp. 32-34

1.5 Detección de soportes de aplicación.

Es necesario aplicar la nueva imagen en soportes gráficos, para tener unidad gráfica.

Los soportes que utiliza la Unidad y en donde será aplicada la imagen son los siguientes:

- Papelería básica
- Sello
- Receta individual
- Uniformes
- Fachada

RESUMEN

La Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco, es un centro que tiene por objetivo la atención, detección, tratamiento, limitación del daño y rehabilitación de los usuarios, pacientes y sociedad en general con problemas relacionados con las adicciones a sustancias psicoactivas lícitas e ilícitas, así como también problemas de intoxicación accidental.

La adicción es uno de los problemas más grandes que sufre la población nacional y mundial, debido a los grandes índices de mortandad que deja a su paso. La adicción se define como dependencia a alguna sustancia tóxica al organismo y que tiene como resultado la búsqueda compulsiva a la sustancia, así como también tendencia a recaer por la falta y desesperación de la misma.

Anualmente la Unidad tiene una incidencia de aproximadamente 584 usuarios, de los cuales el sexo masculino es el que prevalece y tienen una edad de 25 a 45 años. El principal problema de estos pacientes es el consumo de la cocaína y Xochimilco es la delegación política de mayor incidencia.

Una institución o empresa es distinguida y reconocida por su público porque cuenta con una imagen que refleja su personalidad, características y atributos que la definen como tal.

La Unidad Toxicológica carece de esta imagen, de esta identidad que la caracteriza; es por eso que es necesario diseñar una imagen que cumpla con este objetivo, y poder cumplir el proceso de comunicación que se sucede entre la Unidad y su público.

El diseñar una imagen no es cosa fácil, es necesario tener una serie de conocimientos que orienten y dirijan la investigación. Estos

conocimientos están conformados en el marco teórico que es el que contiene las teorías sobre la comunicación y diseño; conocimientos que harán falta para llegar a la solución del problema de diseño como lo veremos en el capítulo siguiente.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

- Manual de organización, funciones, normas y procedimientos para la atención toxicológica; Secretaría de Salud del Distrito Federal
- Entrevista al Dr. José Antonio Galindo, Director de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco
- Diagnóstico situacional, Delegación Xochimilco, Secretaría de Salud del Distrito Federal
- Goldman H. Howard, Psiquiatría General, Ed. El manual moderno, 1994



capítulo II

-Capítulo II. Marco teórico

2.1 Teoría de la comunicación.

2.1.1 Tipos de comunicación.

2.1.2 La comunicación visual.

2.1.3 Los elementos de la comunicación visual aplicados al diseño.

2.1.3.1 Elementos básicos expresivos.

2.1.3.2 Elementos de relación.

2.1.3.3 Elementos conceptuales.

2.2 Fundamentos de la semiótica aplicados al diseño.

2.2.1 El signo y el símbolo

2.2.2 Los niveles sígnicos.

2.2.2.1 Nivel sintáctico.

2.2.2.2 Nivel semántico.

2.2.2.3 Nivel pragmático.

2.3 Identidad, teoría específica.

2.3.1 Definición de identidad.

2.3.2 Tipos de identidad.

2.3.2.1 Personal.

2.3.2.2 Empresarial.

2.3.2.3 Corporativa.

2.3.2.4 Institucional.-

2.3.3 Elementos de la identidad.

2.3.4 Requisitos generales para el diseño de programas de identidad.

2.3.4.1 Principio simbólico.

2.3.4.2 Principio sinérgico.

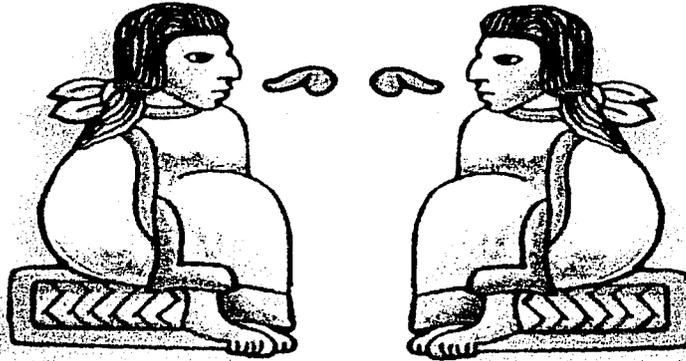
2.3.4.3 Principio estructural.

2.3.4.4 Principio universal.

2.4 El método del diseño.

Resumen.

Marco Teórico



2.1 TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN.

Teoría.- Es la explicación racional de los fenómenos y de las cosas que el hombre tiene a su alrededor; es todo aquello donde el humano ejerce su racionalidad y su conocimiento sirve de precursor a otros.

Comunicación.- Desde hace millones de años el hombre ha tenido la necesidad imperante de exponer y expresar sus ideas y pesamientos a sus semejantes, con el objeto de relacionarse y poder llevar a cabo un fin común. Ésto lo orilló a crear una serie de elementos que ordenados de una determinada manera, logra transmitir esas ideas.

El ser humano por naturaleza, tiene gestos, movimientos, actos, que quieren decir algo y con ello hace comunicación.

La comunicación es pues, un proceso de transmisión y retroalimentación de información que tiene una persona hacia sus semejantes; para que este proceso se cumpla completamente, es necesario que ambas partes formen parte del mismo entorno social y principalmente

Marco Teórico

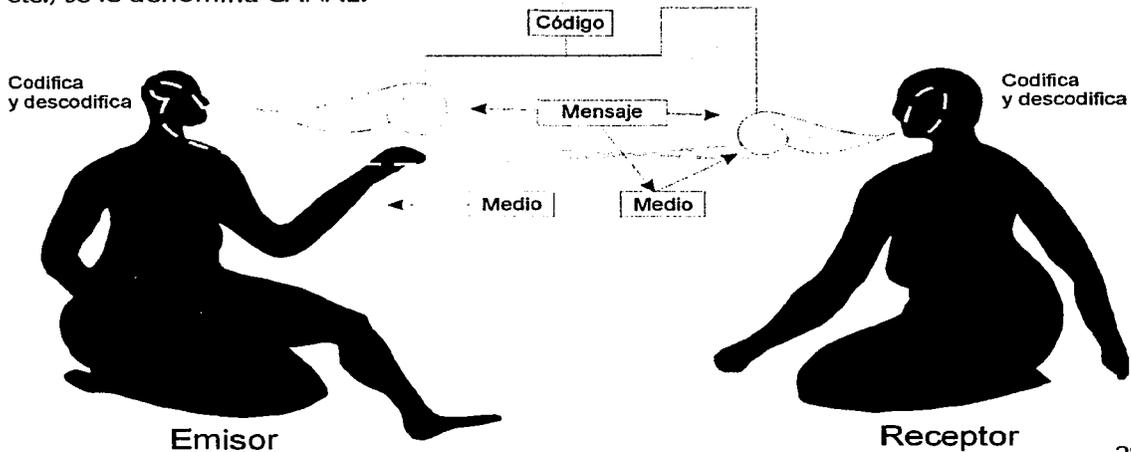
que dominen el mismo tipo de información.

Comunicación es la transmisión e interacción por medio de mensajes de una persona a otra; esto es, "decir algo a alguien". Comunicarse es transmitir las ideas y expresiones por medio del lenguaje, gestos, movimientos o actitudes.

En este proceso están involucrados tres elementos fundamentales: emisor, mensaje y receptor; sin ellos simplemente no existiría la comunicación.

El emisor es aquel que envía el mensaje, éste es el contenedor de la información que quiere transmitir, y a su vez, como dice Daniel Prieto, "el mensaje es el reforzamiento parcial de la realidad"; finalmente el receptor es el que recibe la información emitida por el emisor. Para que todo el proceso sea efectivo, ambas partes (emisor y receptor) deben manejar el mismo CÓDIGO que es la organización, estructuración y ordenamiento de elementos con significado común para los miembros de una comunidad.

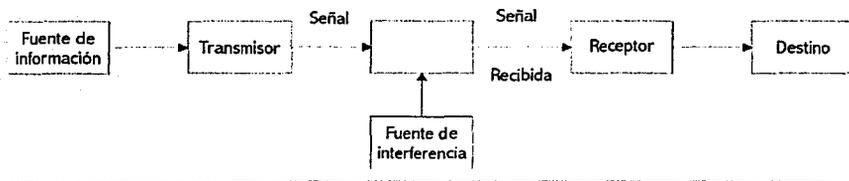
El mensaje debe ser emitido a través de un MEDIO, que es el soporte físico o electrónico donde el emisor se apoya para mandar el mensaje; este medio puede ser la propia persona, un libro o el internet. A la vía física que usa el mensaje para viajar (ondas sonoras, electromagnéticas, etc.) se le denomina CANAL.



Marco Teórico

Refiriendo este modelo al proyecto en proceso, la Unidad Toxicológica toma el rol del emisor y el público en general, los usuarios y la sociedad, serán el receptor respectivamente. La identidad gráfica (imagen) que proyectará la Unidad retoma el papel del mensaje, siendo éste la conjugación de diversos conceptos o símbolos que el receptor descifrará conciente o inconcientemente, para así reconocer e identificar a la Unidad Toxicológica.

Este proceso se podría decir, es el más simple que podríamos deducir de la comunicación, sin embargo existen diversos modelos que explican la teoría de la comunicación y que, de alguna manera, son más complejos como pueden ser el Modelo de Shannon y Weaver (la escuela centrada en el proceso que estudia a la comunicación como la transmisión efectiva de mensajes), que es un modelo simple y lineal. El modelo implementa nuevos elementos tales como: fuente de información, transmisor, señal, fuente de interferencia, señal recibida, receptor y destino.



- La fuente de información, es el origen de las decisiones, es quien decide que mensaje se envía y selecciona el mensaje posible.
- El transmisor, convierte el mensaje con una señal que se envía a través del canal al receptor.
- La señal, es la forma física de un mensaje (ondas sonoras, de luz o impulsos electromagnéticos)
- La fuente de interferencia, es cualquier cosa añadida a la señal entre su transmisión y recepción sin intención de la fuente.

Marco Teórico

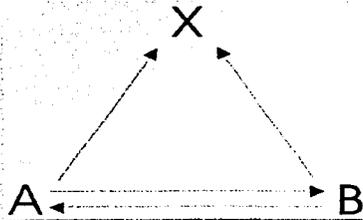
- El receptor es el que recibe los mensajes enviados por la fuente de información.
- Destino es el fin del proceso, cuando el mensaje cumple su cometido.

En 1948, Lasswell aportó un modelo lineal para la comunicación masiva, que " para comprender los procesos de este tipo de comunicación se debe estudiar cada uno de los siguientes pasos:

- ¿Quién? (emisor)
- ¿Dice que? (mensaje)
- ¿Por qué? (medios)
- ¿A quién? (receptor)
- ¿Con qué efecto? (resultado)

Ésta es una versión verbal del modelo original del Shannon y Weaver; es lineal y define a la comunicación como la transmisión de mensajes, y provoca el problema de los efectos, más que el del significado. "Efecto", implica un cambio observable y medible en el receptor, causado por elementos identificables en el proceso. Si se cambia uno de estos elementos cambiará el efecto: podemos cambiar el codificador, podemos cambiar el canal, podemos cambiar el mensaje. Cada uno de estos cambios debería producir los cambios apropiados en el efecto".¹¹

El Modelo de Newcomb (1953), está dirigido a la comunicación en una sociedad o relación social, e implica a un comunicador (A), un receptor (B) y su ambiente social (X). Este modelo, a diferencia de los anteriores, es triangular.



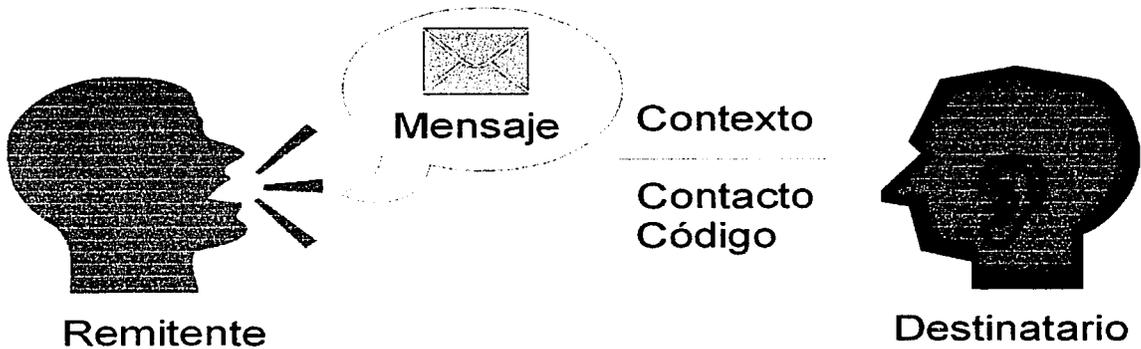
¹¹ Fiske John; "Introducción a la teoría de la comunicación." Pp. 24,25

Marco Teórico

En este modelo, el ambiente social es algo que el comunicador y el receptor conocen, por lo que existe un equilibrio; sin embargo, cuando una de las dos partes es discordante a su ambiente indudablemente existirán inconvenientes para que se lleve a cabo el proceso de la comunicación.

En 1958, Jakobson plantea un modelo situado entre los del tipo lineal y el triangular. Aquí, "un remitente envía un mensaje a un destinatario, este debe referirse a algo diferente a sí mismo; le llama contexto y es el tercer punto del triángulo cuyos otros dos vértices son el remitente y el destinatario. Jakobson añade dos nuevos factores: el contacto, es decir el canal físico y las conexiones psicológicas entre el remitente y el destinatario; y el código, un sistema de significados por medio del cual se estructura el mensaje"¹²

¹² Ibidem, Pag. 29



Marco Teórico

2.1.1 Tipos de comunicación.

Existen diferentes tipos de comunicación, cada uno tiene un propósito y un canal determinado, así como también un código específico que los distinguen; entre estos tipos tenemos los siguientes:



- Comunicación hablada.- Ésta comunicación utiliza como código el lenguaje hablado; es un tipo de comunicación que se establece de manera personal.



- Comunicación escrita.- Aquí la comunicación se da a partir de un conjunto de signos y símbolos y su medio es esencialmente la letra impresa.



- Comunicación auditiva o sonora.- Los mensajes viajan por medio de ondas sonoras; un ejemplo de este tipo de comunicación es el código morse.



- Comunicación no verbal.- Es la comunicación entre personas resultado de expresiones y gestos corporales.



- Comunicación masiva.- Es el manejo de información dirigida a un gran número de personas y utiliza como medio los impresos, el radio, la televisión y la cinematografía.



- Comunicación visual.- Es la transmisión de mensajes por medio de las imágenes.

Marco Teórico

2.1.2 La Comunicación Visual.

La comunicación visual es la transmisión de mensajes por medio de imágenes; para Bruno Munari "la comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos; una nube, una flor, un dibujo, un cartel, una bandera."¹³

Se podría decir que la comunicación visual lo es todo o casi todo, ya que gran parte de la información que asimilamos la capturamos por medio de la vista, todo lo que se encuentra a nuestro alrededor son imágenes. Pero ¿Qué es una imagen?

"La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico (universo perceptivo)"¹⁴

La imagen es una parte o representación de la realidad, sin embargo también puede ser un pensamiento, un recuerdo. Tal vez la imagen sea esa fracción de segundo que queda en nuestra mente y puede perdurar tan solo un segundo o toda una vida.

Existen todo tipo de imágenes, cada una nos remite a cosas, ideas o significados, ya sea mesa, silla, peces, pluma, paz, amor, amistad, violencia, muerte, etc. Infinidad de términos reales o abstractos. Dado a la diversa cultura, a los diferentes grados de información que tiene cada una de las personas, las imágenes tienen varios significados según la persona que los percibe como lo refiere Bruno Munari "las imágenes tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes."¹⁵

Para poder entender más ampliamente a la imagen, se debe definir la relación que tiene ésta con el significante, significado y el referente.

El significante es la serie de fonemas que conforman alguna palabra; el significado es lo que significan esas palabras; finalmente el referente es la imagen gráfica que lo representa; para Daniel Prieto, "toda imagen está referida a algo, llamaremos a ese algo, a esa porción de la realidad, referente".¹⁶

Daniel Prieto, en su libro Vida Cotidiana, Diseño y Comunicación, dice que la imagen "externa" es la que corresponde al significante y la "interna" o mental al significado.

¹³ Munari, Bruno; "Diseño y Comunicación Visual", Ed. Gustavo Gili, 2000, Pag. 79

¹⁴ Moles, Abraham; "La Imagen, comunicación funcional", Ed. Trillas, México, 1991. Pag. 24

¹⁵ Munari, Bruno, opcit, Pag 79

¹⁶ Prieto Daniel, "Diseño y comunicación", Universidad Nacional Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, 1982, Pag 27

Marco Teórico

La comunicación visual se sustenta en estos elementos para estructurar sus mensajes.

El trabajo de la comunicación visual es resolver vehículos de comunicación visual; la cual se encuentra en medio del mensaje y el receptor.



2.1.3 Elementos de la comunicación visual aplicados al diseño.

Tomando en cuenta los atributos tanto del emisor, como el del mensaje y el receptor, se propone un vehículo de comunicación que es un grupo de códigos en el que se basa el comunicador se basa para que el receptor haga una decodificación óptima del mensaje, es aquí donde entra en acción el diseño.

El comunicador gráfico elige los medios adecuados, el mejor sistema de codificación y el canal necesario para que el mensaje llegue con toda claridad y objetividad al receptor y así no dar un mensaje ambigüo; La comunicación visual debe ser objetiva y directa, la imagen diseñada deberá ser legible en todo momento y por cualquier persona; si la imagen no cumple estos lineamientos, corre el riesgo de generar confusión en el mensaje.

La comunicación gráfica tiene la capacidad de crear imágenes con una fuerte carga de significación; es aquí en donde el diseño usa elementos o herramientas para dar al mensaje un sentido, una intención y un efecto.

Marco Teórico

2.1.3.1 Elementos básicos expresivos.

El comunicador gráfico crea un diseño a partir del ordenamiento y la interrelación de elementos gráficos tales como los colores, los contornos, texturas, proporciones, etc, pretendiendo así dar un significado.

"La caja de herramientas de todas las comunicaciones visuales son los elementos básicos, la fuente compositiva de cualquier clase de materiales y mensajes visuales, o de cualquier clase de objetos y experiencias: el punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, la textura, la escala, la dimensión y el movimiento".¹⁷

Se define como punto a la unidad gráfica mínima e irreductible; una línea es la sucesión de puntos, es decir, es la proximidad de puntos al grado de no percibir su separación; la línea puede ser regular o irregular y esta describe a su vez un contorno del cual se desprenden los tres planos básicos: el cuadrado el triángulo y el círculo. Estos contornos tienen la cualidad de la dirección que de igual forma son cuatro: la horizontal y la vertical, la diagonal y finalmente la curva.

La intensidad de oscuridad o claridad de un objeto se le llama tono.

"El color está cargado de información y es una de las experiencias visuales más penetrantes. El color tiene tres dimensiones que pueden definirse y medirse: El matiz, es el color mismo. Hay 3 matices primarios o elementarios: amarillo, rojo y azul. La segunda dimensión del color es la saturación, que se refiere a la pureza de un color respecto al gris. La tercera dimensión del color es acromática y se refiere al brillo que va de la luz a la oscuridad, es decir, el valor de las graduaciones tonales; el color tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar información visual".¹⁸

"La textura es el elemento visual que crea una sensación óptica y que de alguna manera se relaciona con el sentido del tacto. Existen texturas que pueden no tener textura táctil y sí textura óptica. La mayor parte de nuestra experiencia textural es óptica y no táctil".

¹⁷ Dondis A, Dondis; "La Sintaxis de la Imagen". Ediciones gustavo Gili, SA de CV México, 1992, Pag 28

¹⁸ *Ibidem*, Pag. 67,68

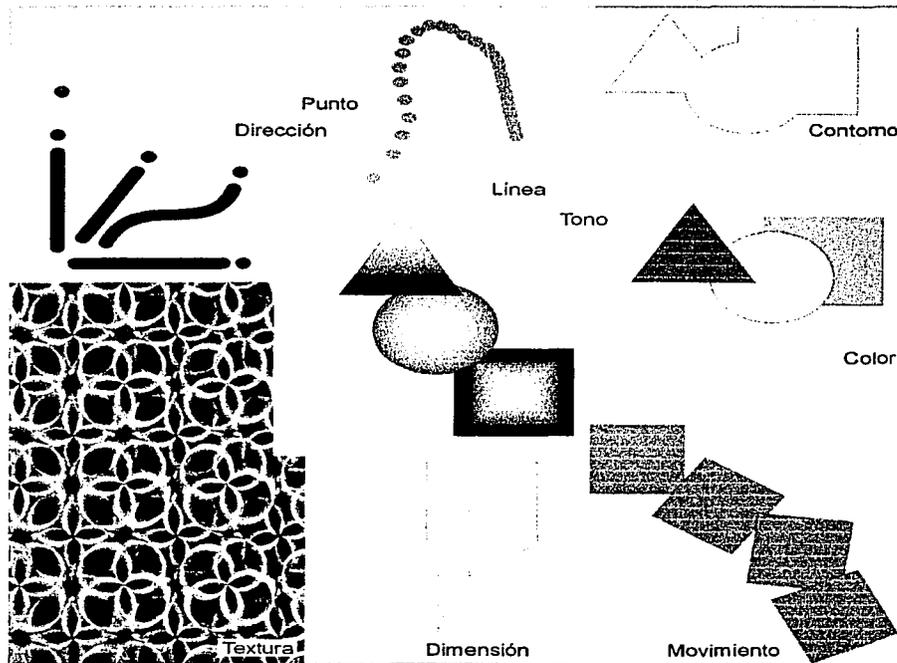
Marco Teórico

La escala es la capacidad que tienen todos los elementos para modificarse y definirse unos a otros. Una escala no solo se puede establecer mediante el tamaño relativo de las claves visuales, sino también mediante relaciones con el campo visual o el entorno.

“La dimensión es la representación volumétrica en formatos visuales bidimensionales; no sólo se puede sentirla, sino también verla. Generalmente se apoya en la perspectiva para su resolución”.¹⁹

El elemento visual del movimiento como el de dimensión, “está presente en el modo visual con mucha frecuencia de lo que se reconoce explícitamente, es probablemente de las fuerzas visuales más predominantes de la experiencia humana”.²⁰

Elementos gráficos:



¹⁹ Ibidem, Pp. 64-81

²⁰ Ibidem, Pp. 79

Marco Teórico

2.1.3.2 Elementos de relación.

Los elementos mencionados anteriormente, sirven para crear propuestas gráficas cargadas de una significación; éste significado se puede reforzar con las técnicas de representación visual. Para A. Dondis, "las técnicas de representación visual manipulan los elementos visuales con un énfasis cambiante, como respuesta directa al carácter de lo que se diseña y de la finalidad del mensaje".²¹

El mensaje propiamente estructurado necesita apoyarse de elementos que le den una legibilidad; los elementos visuales no trabajan solos, es necesario que el diseñador aplique una carga de significación adicional, haciendo que el mensaje sea más efectivo. A los elementos se les atribuye un concepto, así el elemento básico ahora tiene un significado perceptible, por ejemplo una línea o una forma vertical trazada sobre un plano se asocia con una forma estable, refleja rectitud y seriedad. Ahora ya no es una línea o forma simple, es una forma que quiere decir algo. Así mismo la dirección diagonal es asociada con la inestabilidad y el dinamismo; la curva con el calor, la repetición o la confianza.

El diseño toma estas asociaciones para manipular el mensaje, le sirve para reafirmar el concepto o idea que el mensaje trae inmerso.

2.1.3.3 Elementos conceptuales.

La unión y fusión de los elementos básicos y los de relación o asociación tienen como resultado propuestas gráficas con un significado y contenido visual que apoya al mensaje para su decodificación por parte del receptor.

Estos gráficos tienen un propósito: representar algo. "Un signo es algo físico, perceptible por nuestros sentidos; se refiere a algo diferente de sí mismo; y debe ser reconocido por sus usuarios como signo".²² El diseño crea estos signos, que a su vez representan objetos.

"Peirce definió tres categorías de signos:

- Icono.
- Índice (indicio)
- Símbolo

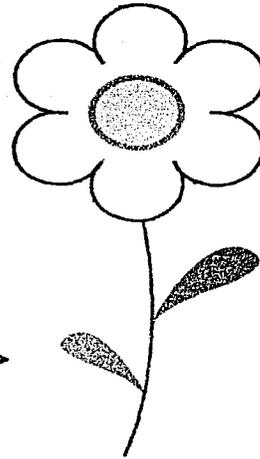
²¹ Ibidem, Pp. 23

²² Fiske John, op.cit, Pp 53

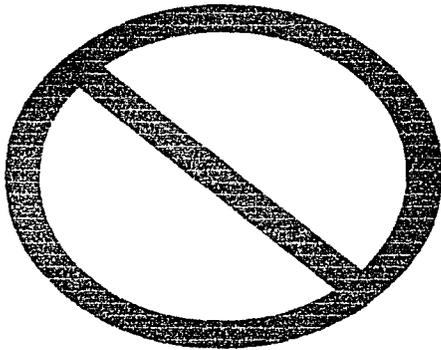
Marco Teórico

En un ícono, el signo se parece de alguna manera a su objeto, se ve o se oye parecido. En un índice hay un lazo directo entre el signo y su objeto, tiene una conexión existencial directa con su objeto. En un símbolo no hay conexión o parecido entre el signo y el objeto: un símbolo comunica solamente porque la gente se ha puesto de acuerdo en que va a representar algo".²³

Ícono

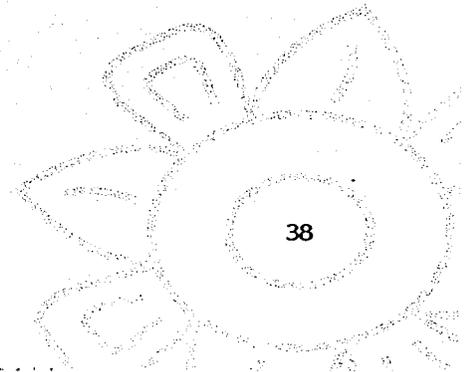


Índice



Símbolo

²³ Fiske John, opcit, Pp. 40,41



Marco Teórico

El signo es la abstracción formal de una imagen, sigue siendo parte del objeto y sin embargo sufre una transición cuando éste tiene ya un impacto psicológico dentro del contexto social, es aquí cuando el signo se transforma en un símbolo.



Símbolo de la cruz roja

Un estudio más profundo de los signos y los símbolos es el que lleva a cabo la semiótica.

2.2 Fundamentos de la Semiótica.

Se define como semiótica a la ciencia que se encarga del estudio, ordenamiento e interpretación de los signos y los símbolos, así mismo la relación y conexión que tiene con su significado.

Su objetivo es estudiar los sistemas y estructuras que rodean al signo, para dar paso a un alfabeto visual del cual el comunicador gráfico se sirve para estructurar y configurar los mensajes y los vehículos de comunicación.

2.2.1 El signo y el símbolo

El signo es la representación mental de una forma o concepto real asociado a otra imagen mental y está constituido por el significado y el significante.

El significado corresponde a la imagen mental que tenemos; y la imagen externa o que vemos, es el significante.

Un signo es universal siempre y cuando signifique algo, además de ser comprensible en todo momento y espacio.

Marco Teórico

Los símbolos son la trascendencia del signo, con personalidad concreta y atribuida por convención social.

Los niveles sgnicos, son las dimensiones de estudio que tiene la semiótica y son los siguientes:

2.2.2 Niveles sgnicos

2.2.2.1 Nivel sintáctico.

“Se determina por la posible relación formal de unos signos con otros. Comprende las reglas de organización y composición que determinan los alcances combinatorios permisibles de los elementos visuales fundamentales.”²⁴

“Los términos utilizados en el nivel sintáctico son: estructurar, que expresa la acción de conjuntar todos los trazos o valores de la expresión estética necesarios para la realización de un gráfico; Relacionar que es la acción de vincular el significado de varios gráficos en forma secuencial con el fin de obtener una información más completa.”²⁵

2.2.2.2 Nivel semántico.

El nivel semántico es aquel que se refiere a la relación que existe entre el signo y el objeto que representa. Guillermo de la Torre y Rizo, define el nivel semántico como “ la relación que hay entre el signo y el sujeto o concepto que representa; los términos que lo representan son: Denotar, que es la acción de mostrar la representación gráfica, debe ser objetiva, explícita y precisa; Significar, que es el mensaje o contenido cognoscitivo implícito en un gráfico, constituye el objetivo por el cual fue creado; Connotar, conjunto de conceptos o ideas que se relacionan indirectamente con el significado de un gráfico.”²⁶

2.2.2.3 Nivel pragmático

“La pragmática estudia la relación entre el signo y sus usuarios; los términos que utiliza son: Expresar, que explica la función que tiene un gráfico al transmitir un mensaje visualmente.”²⁷

²⁴ Luz del Cármen Vilchis, “Diseño universo de conocimiento”, Claves Latinoamericanas, México, primera edición 1999, Pp. 35

²⁵ Guillermo de la Torre y Rizo, opcit, Pp 57

²⁶ Ibidem

²⁷ Ibid,

Marco Teórico

Todo el estudio de los signos y los símbolos, está encaminado a la representación, abstracción y relación de la identidad de la Unidad de atención Toxicología Xochimilco con su entorno.

2.3 Identidad, teoría específica

2.3.1 Definición.

“Etimológicamente, identidad viene del latín *identitas*, *átis*, de *idem*, lo mismo; es decir, que “cada cosa es lo que es”²⁸

La identidad es el conjunto de atributos y características que conforman a una persona; por medio de estos es posible distinguir a alguien de los demás, tienen una esencia propia. La forma de vestir, de hablar, los movimientos gestuales quieren decir algo, y hacen única a la persona o ser biológico que lo hace; son rasgos que la diferencian de los demás y por lo tanto la identifican.

Joan Costa en su libro *la imagen global*, menciona que “la identidad es también la de las organizaciones sociales: un grupo étnico, nacional, ideológico, cultural, o mercantil.”²⁹ Así que podemos hablar de la identidad de un individuo, de un grupo, de un país, de una civilización y de una empresa. Cada uno de ellos será reconocible por un conjunto de signos perceptibles que le son propios y característicos: sus signos de identidad.

Los miembros de estos grupos distinguen estos signos y los toman como propios; se identifican con ellos.

Para Norberto Chaves, “el concepto de identidad arrastra cierta ambigüedad, básicamente planteada entre su alusión a una serie de atributos intrínsecos de la institución y a un conjunto o sistema de signos identificadores.”³⁰

Dentro del concepto de identidad, encontramos diversos tipos que van desde la noción personal, hasta la identidad de una compleja organización, como se verá a continuación.

²⁸ Costa Joan, “La imagen global”. Pp 12

²⁹ Ibidem, Pp.15

³⁰ Chaves Norberto, “La imagen corporativa”, Ed. G. Gili, S.A de C.V., México, 1994, Pp. 35

Marco Teórico

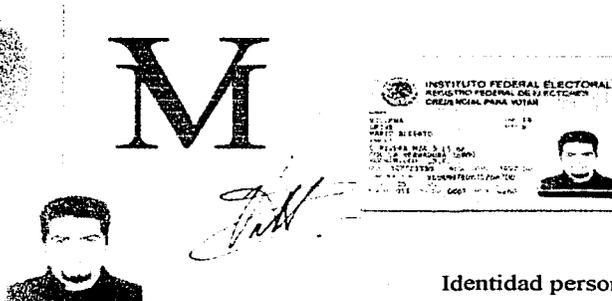
2.3.2 Tipos de identidad.

La manera de hablar, comportarse, de vestirse y expresarse gestualmente, encierran toda una serie de atributos, que en su conjunto descifran los rasgos y características que conforman a un individuo (lleva consigo una identidad, la cual lo hace único y diferente); éste por su naturaleza tiende a conjuntarse con personas que guardan los mismos rasgos, formando así una organización que se define, diferencia y caracteriza de los demás.

Como vemos, la identidad existe desde la persona misma hasta todo un conjunto de ellas, formando así parte de una sociedad, una empresa u organización; así podemos hablar tanto de una identidad personal, como de una identidad empresarial, corporativa o empresarial como veremos a continuación.

2.3.2.1 Personal.

La identidad personal la constituyen todos los rasgos físicos y psicológicos de una persona; Joan Costa en su libro Comunicación en acción, manifiesta que "en un primer nivel, la identidad de una persona se dá por su aspecto físico, sus rasgos característicos y por ciertos datos objetivos que son los que figuran en su documento de identidad: nombre y apellidos, año de nacimiento, sexo, estado civil, grupo sanguíneo, profesión, etc., fotografía y firma o huella dactilar. En un segundo nivel, la identidad del individuo es toda la parte viva, emocional que define su personalidad: simpatía, locuacidad, creatividad, actitud, conocimientos, trato, etc."²¹



Identidad personal

²¹ Costa Joan; "Comunicación en acción.", Ed. Paidós, 1999, Pp.67

Marco Teórico

2.3.2.2 Empresarial.

Definimos como identidad empresarial, al tipo de identidad dirigida a organizaciones de origen económico; es decir, entidades de orden lucrativo; Joan Costa, hace una comparación con la identidad personal o del individuo; menciona que "la identidad de la empresa es exactamente como el capital genético en un individuo que nace con el y es el núcleo de su desarrollo, su socialización, su adaptación al mundo, su crecimiento y las diferentes orientaciones que tomará en el curso de su vida."³²

Es posible definir la identidad de una empresa; primeramente por medio de su historia, de un informe anual o una monografía institucional; o bien por medio de su imagen (percepción que tiene de la empresa el público exterior); a continuación se presentan ejemplos de identidad empresarial.



³² Ibidem

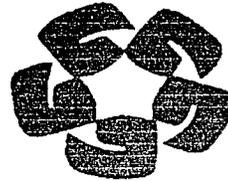
Marco Teórico

2.3.2.3 Corporativa

Es la identidad dirigida a formas organizativas más complejas; para Norberto Chaves, una organización corporativa, "es una organización de asociaciones que integra, por ejemplo, a empresas privadas, organismos públicos y/o sectores de la comunidad a través de sus entidades representativas."³³



ASEMEX
BANPAIS
GRUPO FINANCIERO



Banamex



TELMEX

³⁰ Chaves Norberto, "La imagen corporativa", Op.cit, Pp. 37

Marco Teórico

2.3.2.4 Institucional.

Es la identidad que se refiere a las instituciones, definiendo a esta como una organización que ofrece bienes o servicios de una manera no lucrativa; para Norberto Chaves, "suelen ser concideradas instituciones todas las entidades públicas o privadas que administran y gestionan actividades sin fines de lucro directo". La Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco, es una de estas; ofrece servicios del tipo médico sin costo para los usuarios, por lo que puede ser considerada como una institución de orden público.³⁴



**FONDO NACIONAL PARA EL
FOMENTO DE LAS ARTESANIAS**



³⁴ Ibidem, Pp. 37



Marco Teórico

2.3.3 Elementos de la identidad.

Estos elementos reafirman y definen en todos sentidos la identidad tanto de una institución, como de una empresa o una corporación. Cada elementos lleva automáticamente al otro, por lo que interactúan en si mismos para dar como resultado una lectura óptima de los atributos y características de la entidad de la que se trate. Los elementos que conforman a la identidad son tres: el símbolo, el logotipo y el color.

Símbolo

La única manera de reflejar la identidad de una empresa o institución, de hacerla tangible, y traerla a la realidad, es por medio de la representación simbólica; esto es, representar las características y atributos por medio de un símbolo "Un símbolo es un elemento sensible, convencional que está en el lugar de otra cosa ausente".³⁵

Joan Costa define al símbolo, "como el elemento de mayor capacidad de impacto y de pregnancia; esto se debe a que las imágenes son más fuertes que las palabras. Esta condición convierte a los símbolo icónicos en auténticos "sistemas mnemónicos", es decir signos para ser recordados por todo el mundo".^{36z}



³⁵ Costa Joan, op.cit., Pp 114

³⁶ Costa Joan, "Identidad corporativa y estrategia de empresa", Ed Paidós. 1993.Pp 86

Marco Teórico

Logotipo

El logotipo parte del nombre identitario; es decir, al nombre de la institución, empresa o corporación, se le aplica una propuesta gráfica o diseño con el fin de darle a la identidad un mayor refuerzo.

“Para que una identidad visual, sea singular, tenga emoción y pregnancia, capacidad de ser recordada y de persistir en el tiempo y en la memoria social, evidentemente una escritura corriente del nombre de la empresa o de la marca, no basta³⁷, es necesario cargarla de una fuerza expresiva y hacerla diferente, para que el signo verbal sea ahora más visible.

De alguna manera el logotipo hace que el nombre o signo verbal de la organización se transforme en una imagen con todas las características que la constituyen como tal.

Norberto Chaves, define al logotipo como “la versión gráfica estable del nombre de la marca.”³⁸

Joan Costa en su libro Identidad corporativa y estrategia de empresa, asegura que “al ser el logotipo de identidad una palabra diseñada, recupera su originalidad, su personalidad propia como Nombre de marca y como Marca, que la diferencia de la misma palabra escrita en caracteres mecanográficos, tipográficos corrientes”.³⁹

amee
asociación mexicana
de envase y embalaje

Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares

³⁷ Prieto Castillo, Daniel;
Op.cit, Pp. 78

³⁸ Chaves, Norberto,
Op.cit. Pp 115

³⁹ Costa, Joan, Op.cit.
Pp. 56

HONDA

Mercedes-Benz

Marco Teórico

Color.

El color, es el elemento que refuerza los conceptos que encierran tanto el símbolo como el logotipo debido a la gran carga de significación que tiene; esto es que el color es el elemento de mayor expresión, dice, expresa y significa algo. Su significado está inmerso dentro del mismo.

Existen símbolos con conexiones psicológicas directas (denotativos), y se refieren a los colores que cotidianamente vemos en las cosas; o por asociación (connotativas) en donde entra el criterio y la experiencia de cada persona, es decir, se refieren a aspectos más personales.

Dado a todo esto, el color es utilizado como medio de identificación indudable, con el se puede expresar toda la confiabilidad, responsabilidad, seguridad o higiene que puede tener una empresa o institución; esto es que el color tiene significados asociados: "el negro por ejemplo, significa muerte, sueño, maldad, ira, misterio, depresión, sobriedad o elegancia; el color gris se asocia con significados de inteligencia, sabiduría o neutralidad; el blanco está relacionado con la redención, la pureza, la paz, la inocencia o la verdad; el rojo, color de mayor atracción para el ojo, está asociado con significados tales como la sangre, guerra, pasión, peligro, sexo, masculinidad, excitación y violencia; el color naranja significa choque, disturbio, calor, exaltación, exotismo y energía; el amarillo, vida, riqueza, sabiduría, inteligencia, alegría, fortuna y optimismo; el reposo, la decadencia, la naturaleza, la vida y la victoria, se asocian con el color verde; el azul significa tranquilidad, espíritu,

nobleza, depresión, tristeza, soledad, esperanza, salud, gran calidad, agua, libertad, serenidad, fidelidad, melancolía, frío y profundidad; el violeta, se asocia con la intimidad, la sublimación, la espiritualidad, depresión homosexualidad, excitación, lujuria, poder, inseguridad; por último el púrpura, es de carácter ritual, orgiástico y significa riqueza." (significados retomados de exposición de clase de séptimo semestre)





amee

asociación mexicana
de envase y embalaje

Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares



Mercedes-Benz

“Dado que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual”⁴⁰. Como elemento de identidad, refuerza los conceptos y atributos que una organización posee; el código cromático actúa por sí solo dentro de la mente del receptor; por lo que su decodificación es inmediata. Una cualidad del código cromático es su universalidad de significación; este significado es compartido simbólicamente.

“Más instantánea que la percepción de un símbolo es la percepción de el color. Es la medida en que ésta actúa no como “información, sino como “señal”, el color se convierte en un lenguaje. El color por sí mismo realiza una función identificadora en el primer nivel de la sensación visual, y una función memorable que vincula el color, posicionamiento e imagen”⁴¹.

⁴⁰ Dondis A, Dondis, op.cit, Pp 69

⁴¹ Costa Joan, “Identidad corporativa y estrategia de empresa”, Op.cit, Pp 54

Marco Teórico

2.3.4 Requisitos generales para el diseño de programas de identidad.

Un programa de identidad, es un sistema de signos, que estructurados y ordenados de una manera determinada, dan como resultado un código, que en su conjunto estructuran la propia identidad; se puede hablar de una identidad programada, cuyo origen se centra en el signo.

Joan Costa en su libro Imagen global, define un programa de identidad como "un sistema de signos que conlleva un código combinatorio y un conjunto de criterios que son estructurantes de la propia identidad."⁴²

Para desarrollar un programa de identidad, es necesario que el diseñador, tome el rol de investigador; deberá obtener datos de toda índole que le permita crear grafismos, éstos en un momento determinado serán los símbolos icónicos que determinan la identidad. Es así como en un primer momento se diseñan los signos que la designan y en un segundo momento los símbolos que la representarán.

La base de la conceptualización, la creatividad y la proyectación gráfica, es el producto de la combinación de los elementos resultantes de estos principios (mentales, materiales y técnicos)

Para el diseño de la identidad de la Unidad de Atención Toxicológica es necesario contar con principios que ayuden a la descifrar de manera objetiva la conceptualización icónica de la identidad.

El diseño de programas de identidad se basan en principios conceptuales y se dedican a la traducción icónica de la realidad; estos principios son: el principio simbólico, estructural, sinérgico y universal, los cuales se analizarán y definirán en los incisos siguientes.

⁴² Costa Joan, "Imagen global", Op.cit, Pp 167

2.3.4.1 Principio simbólico.

Se refiere a la necesidad de representación de la organización o empresa en su totalidad o por sus partes como un todo por medio de símbolos.

El principio simbólico, representa lo que no pertenece a la realidad material (los atributos psicológicos); lo que no puede ser representado globalmente ni directamente, ha de ser evocado por medios simbólicos

Marco Teórico

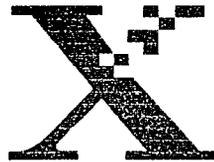
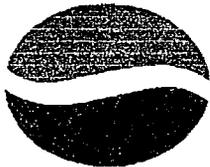
en el que el principio consistirá en visualizar la identificación por símbolos: símbolos icónicos, símbolos lingüísticos, símbolos cromáticos".⁴³

La gran mayoría de las identidades cumplen con éste principio dado a que todas, tienen necesidad imperante de representar sus atributos.



2.3.4.2 Principio estructural.

"El principio gestáltico, considerado también estructural, se fundamenta en el hecho de que el sistema de la identidad visual se sostiene sobre una serie de elementos esenciales invariantes. Son aquellos factores del design que están en relación intrínseca de interdependencia, y que por ello mantienen el conjunto de la identidad visual como una organización estable -una estructuración memorizable-, aún cuando cada elemento del sistema, o cada mensaje, sea percibido por separado".⁴⁴



⁴³ Costa Joan, "La imagen global", Pp. 170
⁴⁴ Ibidem, Pp 171

Marco Teórico

2.3.4.3 Principio sinérgico.

Es la asociación, conjugación e interacción de los elementos de la identidad signo, logotipo y gama cromática, para así convertirlos hacia una misma dirección o fin; este fin se traduce como el objetivo que busca la identidad (ser reconocida, identificada y diferenciada de las demás instituciones u organizaciones).

Con la interacción de los elementos de la identidad, se busca lograr la unidad gráfica implementada en soportes de aplicación.

“El movimiento sinérgico, opera una retroalimentación constante de los elementos de la identidad en sus aplicaciones y en su dinámica”.⁴⁵



2.3.4.4 Principio universal.

El principio universal, es la capacidad que tiene la identidad de ser reconocida en todos niveles, tiempo y espacio.

“El principio de universalidad, presenta tres vertientes; a) la universalidad temporal, es decir que la identidad está hecha para perdurar en el tiempo, por lo tanto no debe estar sujeto a modas pasajeras; b) la universalidad espacial, en donde la identidad está hecha para expandirse (espacialidad) y para estar en muchos soportes o media simultanea (ubicuidad); c) la univarsalidad psicológica, la cual está hecha para ser asimilado por un número indefinido, pero siempre importante de individuos, avces correspondientes a diferentes países.

⁴¹ Ibid



Marco Teórico

Un programa de identidad se diseña para durar en el tiempo, expandirse, para la obicuidad, y tiene que ser universal y versatil".⁴⁶

Para la realización y proyectación de una Identidad gráfica, es necesario contar con un método que nos ayude a llevar a cabo la organización y estructuración de los pasos a seguir, con el fin de diseñar la identidad gráfica de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco.

2.4 El método de diseño.

El método, es la serie de pasos a seguir con el fin de realizar algo, ahorrando tiempo y esfuerzo; dentro de la disciplina del diseño, cabe señalar que de igual manera es necesario llevar un orden de los procedimientos, para así asegurar el éxito del proyecto.

Bruno Munari define su método proyectual, como la serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia, con la finalidad de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo. Este método es el que se tomará como referencia para el diseño de la identidad gráfica de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco.

El método que propone Munari, tiene la característica de ser flexible, es decir, se pueden modificar los pasos a según convenga más al diseñador.

Los elementos que componen el método proyectual de Munari son: problema, definición del problema, elementos del problema, recopilación de datos, análisis de datos, creatividad, materiales, pruebas y ensayos, muestra definitiva, verificación, dibujos constructivos (bocetos) y solución.

Luz del Carmen Vilchis, en su libro Fundamentos teóricos, menciona que el método de diseño, está estructurado por componentes lógicos, a los que se adhieren facultades de índole creativo, además de contar con cuatro constantes:

"1.- Información e investigación: consiste en el acopio y ordenamiento del material relativo al caso o problema particular.

2.- Análisis: descomposición del sistema contextual en demandas, requerimientos o condicionantes.

⁴⁶ Ibidem

Marco Teórico

3.- Síntesis.- consiste en la propuesta de criterios válidos para la mayor parte de demandas y que el conjunto se manifieste en un todo estructurado y coherente llamado respuesta formal o problema.

4.- Evaluación.- concierne a la sustentación de la respuesta formal a la contrastación con la realidad.⁴⁷

Es importante hacer un especial énfasis en que el método proyectual es dictado principalmente por la experiencia, por lo que el método que se propone para el diseño de identidad está formado por los siguientes elementos:

- *Definición y limitación del proyecto.*
- *Investigación.*
- *Análisis de la información.*
- *Síntesis de la información.*
- *Límites.*
- *Tabulación.*
- *Proyctación.*
- *Etapas de selección.*
- *Aplicación de color.*
- *Solución Final.*
- *Aplicación.*

La definición y delimitación del proyecto se refiere a delimitar el tema o problema a solucionar; posteriormente, es necesario recolectar información que apoye a la realización del proyecto, ésta investigación podrá ser sustentado por textos, entrevistas, medios impresos o cualquier fuente de información útil al proyecto; una vez recolectada la información, es necesario analizarla y compararla con el contexto en el que se desenvuelve. Para llevar a cabo el proyecto en cuestión, hay que poder analizar los límites que tiene el mismo, éstos consisten tanto a nivel económico, humano o de tiempo.

La síntesis de la información servirá obtener la información más importante y sustanciosa para poder así llegar a una tabulación que orientará al proyecto a su solución óptima.

La proyectación se refiere al diseño propio de la identidad, producto de toda la investigación que se llevó a cabo anteriormente, posteriormente se tendrá una etapa de selección, en donde se elegirán las

⁴⁷ Vilchis Luz del Carmen, "Fundamentos teóricos", Centro Juan Acha, UNAM.

Marco Teórico

las propuestas mejor resueltas para así poder elegir entre una u otra propuesta y poder aplicar esta propuesta en los distintos soportes que previamente se han identificado.

El seguimiento ordenado de estos elementos darán como resultado la solución del problema acerca del diseño de la identidad de la Unidad de atención Toxicológica Xochimilco.

Marco Teórico

RESUMEN

El ser humano por naturaleza ha tenido la necesidad de exponer y expresar sus ideas y pensamientos a sus semejantes, con el objeto de relacionarse y poder llevar a cabo un fin común; es por esto que creó una serie de elementos que ordenados de una determinada manera logra transmitir esas ideas; estos elementos forman entre sí el proceso de la comunicación.

Los elementos que componen el proceso de comunicación son: Emisor, mensaje, receptor, código, medio y canal. El emisor es aquel que envía el mensaje, éste es el contenedor de la información que quiere transmitir, y a su vez, como dice Daniel Prieto, "el mensaje es el reforzamiento parcial de la realidad"; finalmente el receptor es el que recibe la información emitida por el receptor. Para que todo el proceso sea efectivo, ambas partes (emisor y receptor) deben manejar el mismo CÓDIGO que es la organización, estructuración y ordenamiento de elementos con significado común para los miembros de una comunidad.

El mensaje debe ser emitido a través de un MEDIO, que es el soporte físico o electrónico donde el emisor se apoya para mandar el mensaje; este medio puede ser la propia persona, un libro o el internet. A la vía física que usa el mensaje para viajar (ondas sonoras, electromagnéticas, etc) se le denomina CANAL.

Existen diferentes tipos de comunicación, en donde destaca la comunicación visual, que es en sí la transmisión de mensajes por medio de imágenes; aquí la imagen juega un papel de gran importancia, dado a que en la imagen se guarda o sustenta el mensaje. La comunicación visual, tiene por objeto, el resolver vehículos de comunicación visual; ésta se encuentra en medio del mensaje y el receptor.

El diseño tiene la capacidad de crear imágenes con una fuerte carga de significación; es aquí en donde el diseño usa elementos o herramientas para dar al mensaje un sentido, una intención y un efecto.

Los elementos como el punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, la textura, el color, etc., forman parte de los elementos básicos expresivos, que sirven para crear propuestas gráficas cargadas de una significación; este significado puede ser reforzado a través de las técnicas de representación visual, los cuales son denominados también como

Marco Teórico

elementos de relación; la conjunción de estos elementos dan como resultado la creación de los elementos conceptuales, los cuales son gráficos que tienen el propósito de representar algo. Los elementos conceptuales abarcan los conceptos signo, símbolo e icono.

El signo es la representación mental de una forma o concepto real asociado a otra imagen mental y está constituido por el significado y el significante. C.S. Peirce sostiene que un "signo es algo que de alguna manera o capacidad representa algo a alguien."⁴⁸ La ciencia encargada del estudio del signo, es la semiótica.

Se le denomina símbolo a la trascendencia que sufre el signo, por lo que adquiere una personalidad atribuida por convención social.

El signo esta compuesto de tres niveles llamados niveles sýgnicos y son: el nivel sintáctico, que se refiere a la relación formal de unos signos con otros; el nivel semántico, que se refiere a la relación que existe entre el signo y el objeto que representa; finalmente el nivel pragmático, que estudia la relación que existe entre el signo y sus usuarios.

Los elementos analizados anteriormente tienen como finalidad, orientar la investigación hacia una propuesta gráfica de características identificativas de la Unidad Toxicológica; así pues, definimos como identidad, al conjunto de atributos y características que distinguen a una persona u organización.

Existen distintos tipos de identidad, de los que destacan: la personal, la institucional, la empresarial, la corporativa; de estos, se desprende principalmente la identidad referente a las instituciones, definiendo a esta como una organización que ofrece bienes o servicios de una manera no lucrativa, debido a que la Unidad de Atención Toxicológica se encuentra dentro de este rubro.

El símbolo, el logotipo y el código o gama cromática (color), son elementos que componen a la identidad gráfica; cada uno de estos elementos cuentan con diferentes características que los definen, pero que al unirse forman un todo significativo.

La identidad gráfica es el resultado de un plan de trabajo, y este a su vez fue originado a partir de la planificación de un programa de identidad; este es un sistema de signos que estructurados y ordenados de una manera determinada, dan como resultado un código, que en su conjunto estructuran la propia identidad.

⁴⁸ Fiske, John, Op. cit.
Pp 89

Marco Teórico

Un programa de identidad parte de cuatro principios: principio simbólico, que se refiere a la necesidad de representación de la organización o empresa en su totalidad o por sus partes como un todo por medio de símbolos; el principio gestáltico o estructural que se refiere a la organización estable de la identidad visual, de manera tal que pueda ser percibida de manera total, aún cuando sus componentes se aprecien por separado; el principio sinérgico, que es la asociación, conjugación e interacción de los elementos de la identidad: signo, logotipo y gama cromática, para así convertirlos hacia una misma dirección o fin; este fin se traduce como el objetivo que busca la identidad (ser reconocida, identificada y diferenciada de las demás instituciones u organizaciones); finalmente el principio universal, que se refiere a la trascendencia que tiene la identidad en tiempo y espacio.

Para llevar a cabo el diseño de la identidad gráfica de la Unidad Toxicología, es necesario contar con un método que organice y dirija los pasos a seguir para llegar a la solución del diseño de identidad. La utilización del método dentro del proceso de diseño, es de gran importancia debido a que con el uso de este se logra la sustentación racional del proyecto, como se analizará en el capítulo siguiente.

Marco Teórico

REFERENCIAS.

- FISKE, John, *Introducción a la teoría de la comunicación*, NORMA.
- COSTA, Joan, *Comunicación en acción*, Paidós, México, 1999.
- PRIETO, Daniel, *Diseño y comunicación*, Universidad Nacional Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, 1982.
- VILCHIS, Luz del Carmen, *Diseño universo de conocimiento*, Claves Latinoamericanas, México, primera edición 1999.
- MUNARI, Bruno, *Diseño y Comunicación Visual*, Gustavo Gili, España, 2000.
- DE LA TORRE Y RIZO, Guillermo, *El lenguaje de los símbolos gráficos*, Limusa, México, 2000
- DONDIS A., Dondis; "La Sintaxis de la Imagen". Ediciones Gustavo Gili, SA de CV México, 1992.
- MOLES, Abraham, *La Imagen, comunicación funcional*, Trillas, México, 1991.
- COSTA, Joan, *La imagen global*, CEAC, España, 1994
- CHAVES, Norberto, *La imagen corporativa*, Gustavo Gili, S.A de C.V., México, 1994.
- COSTA, Joan, *Identidad corporativa y estrategia de empresa*, Paidós, México, 1993.
- VILCHIS, Luz del Carmen, *Fundamentos teóricos*, Centro Juan Acha, UNAM.
- MUNARI, Bruno, *Como nacen los objetos*, Gustavo Gili, México, 1993



capítulo III

-Capítulo III. Diseño de la Identidad Gráfica.

3.1 Definición y limitación del proyecto.

3.2 Investigación.

3.3 Análisis.

3.3.1 Funciones y componentes

3.3.2 Límites.

3.4 Síntesis.

3.4.1 Tabulación.

3.4.2 Identificación de elementos

3.5 Proyección.

3.6 Etapa de selección.

3.7 Variantes.

3.8 Alternativas de selección.

3.9 Variantes de color.

3.10 Propuesta final.

3.11 Aplicaciones.

3.11.1 Papelería básica

3.11.2 Recetas internas

3.11.3 Expediente clínico

3.11.4 Uniformes

3.11.5 Fachada

Resumen.

Diseño de la Identidad

3.1 Definición y limitación del proyecto.

1. Definición. Diseño de identidad gráfica institucional.
2. Delimitación. Diseño de una identidad gráfica para la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco.

3.2 Investigación.

Toda la información acerca de la investigación de La Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco, está referida dentro del capítulo 1 del presente proyecto; de aquí, que la Unidad Toxicológica, es un centro dedicado a la atención, detección, tratamiento, limitación del daño y rehabilitación de los usuarios, pacientes y sociedad en general con problemas relacionados con las adicciones a sustancias psicoactivas lícitas e ilícitas, así como también problemas de intoxicación accidental.

3.3 Análisis.

1. Contexto. Anualmente, la Unidad tiene una incidencia de aproximadamente 584 usuarios, de los cuales el sexo masculino es el que prevalece y tiene una edad promedio de entre los 25 y los 45 años; su principal problema es el consumo de cocaína y Xochimilco es la delegación política con mayor número de usuarios; sin embargo, la Unidad dirige también sus servicios a la población en general, no importante edad, sexo o condición social.
2. Existen instituciones que, de alguna manera tienen un tipo de similitud con la Unidad Toxicológica. Estas, no precisamente se dedican a la desintoxicación y atención a pacientes con problemas de adicción o accidentales, más bien a la prevención de los mismos. Las instituciones a las que nos referimos específicamente son "Centros de Integración Juvenil", cuya gráfica consiste en un envolvente cuadrado, sus vértices están compuestos por curvas, dentro se encuentra un círculo y bajo



Diseño de la Identidad

éste una línea curva que divide dos planos, la imagen está acompañada de su logotipo, una tipografía del tipo romana; la otra institución a la que nos referimos, es "Vive sin drogas", organización dedicada a la prevención acerca del problema de las drogas, su gráfica es sencilla y consta de una flor, en donde cada una de las hojas o pétalos, tiene diferente color, de igual manera, está acompañada de un logotipo, con una tipografía dinámica que dice "vive sin drogas".



3.3.1 Funciones y componentes

- A) **Funciones físicas:** La identidad de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco, deberá tener una óptima percepción visual, aún cuando ésta sea reducida, además de ser una imagen sintética y contrastante.
- B) **Funciones psicológicas:** La imagen debe ser comprensible, memorizable, además de reflejar las actividades de la Unidad Toxicológica.
- C) **Componentes físicos:** Deberá ser reproducible y adaptable para así poder aplicarla a seportes como: tarjeta de presentación, hoja membretada, sobre, sello y fachada.
- D) **Componentes psicológicos:** Colores tierra (calidez, beneficio, confianza, integridad, atención), gris (equilibrio, profesionalismo), azul (seguridad, salud, confianza); empleo de líneas y plastas.
Semántica: Atención, calidez, servicio, profesionalismo; empleando líneas curvas y rectas; uso de tipografía romana y/o palo seco con peso normal.

Diseño de la Identidad

3.3.2 Límites.

- Económicos: Debido a que la Unidad es una institución gubernamental de carácter social, no cuenta con presupuesto suficiente para la reproducción óptima de las aplicaciones, por lo que es necesario diseñar soportes de aplicación que se adapten a las posibilidades de la Unidad, actualmente no se ha destinado un presupuesto para la realización de este proyecto, sin embargo, la unidad está comprometida a la reproducción total del mismo.
- Recursos técnicos. Plataforma PC, impresiones en inyección de tinta y serigrafía

3.4 Síntesis de la información.

El proyecto tiene como objetivo diseñar la identidad gráfica para la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco; ésta, es una institución dedicada a la desintoxicación, atención y prevención de problemas relacionados con el consumo de sustancias lícitas e ilícitas, así como también de problemas de sustancias tóxicas ingeridas accidentalmente.

Los conceptos que representarán y reforzarán las cualidades y atributos de la Unidad Toxicológica son: confiabilidad, calidad, beneficio, profesionalismo y calidez; para esto será necesario aplicar trazos estables y curvos dado a su carga significativa; una gama cromática basada en los matices: azul, ocre, negro o índigo; finalmente la tipografía que apoye a la imagen deberá ser sans serif o romana, para dar así cierta formalidad a la identidad. La unión y conjugación de todos estos elementos dará como resultado una imagen correctamente diseñada, con amplia legibilidad y percepción visual.

3.4.1 Tabulación.

La manera óptima de controlar y ordenar la información referida en el punto anterior, es por medio del empleo de un tabulador como el que se presenta a continuación.

Diseño de la Identidad

Conceptos	Envolvente	Grafismo	Color	Tipografía
Confiabilidad	○ □	—	Azul, amarillo blanco, tierra	San serif
Calidad	○	—	Azul	Romana
Beneficio	□	⤿	Azul, tierra, indigo	Romana, san serif
Profesionalismo	□		Negro, gris	Romana
Calidez	○	⤿	Tierra, naranja	San serif

3.4.2 Identificación de elementos

Los resultados obtenidos por el tabulador, indica que la imagen representativa de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco, tendrá prevalentemente elementos envolventes circulares, así como cuadrangulares; grafismos principalmente verticales o curvas; el color que tendrá la imagen será azul o bien una matiz tierra, sin embargo por causas de presupuesto, la identidad se imprimirá y representará en color negro, sin embargo habrá soportes o aplicaciones en las que el color se aplique sin problema alguno; el elemento tipográfico del la Identidad será sin empastamientos.

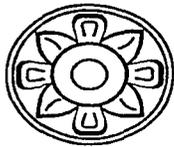
Los soportes en los que posiblemente será aplicada la imagen, será en la documentación interna de la Unidad como recetas, expedientes papelería básica, en donde la hoja membretada estará sujeta al formato impuesto por el Gobierno del Distrito Federal; la Identidad gráfica será aplicada en papelería, sello, uniformes y fachada de las instalaciones.

Diseño de la Identidad

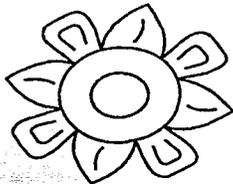
3.5 Proyección.

Debido a que la Unidad se encuentra en un lugar de arraigadas costumbres prehispánicas y cultura popular, se diseñaron propuestas inclinadas a este aspecto; sin embargo, también hay propuestas totalmente opuestas dirigidas hacia el ámbito clínico de la Unidad.

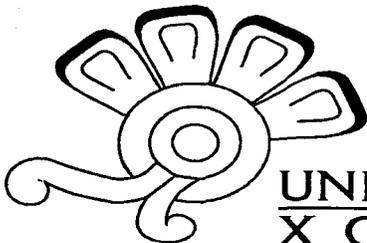
Cada uno de los diseños, está encaminado a reflejar la personalidad de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco.



UNIDAD TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

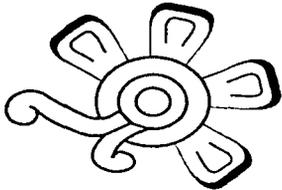


UNIDAD TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

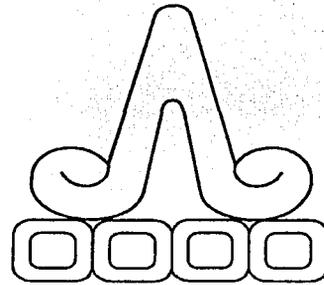


UNIDAD TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

Diseño de la Identidad

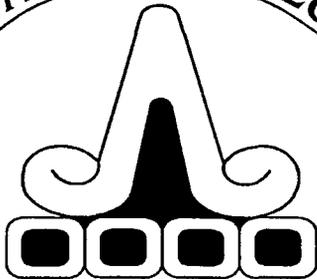


UNIDAD TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

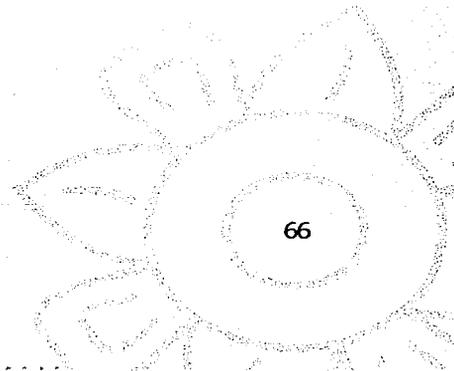


UNIDAD TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

UNIDAD TOXICOLÓGICA



X O C H I M I L C O



Diseño de la Identidad



U N I D A D
T O X I C O L Ó G I C A
X O C H I M I L C O



U N I D A D
T O X I C O L Ó G I C A
X O C H I M I L C O



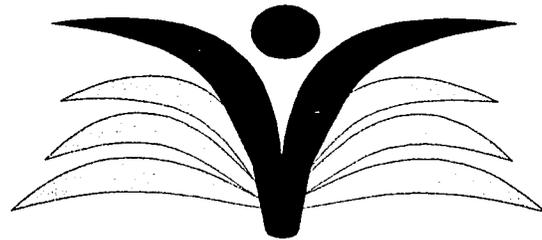
Unidad Toxicológica Xochimilco

UNIDAD TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

Diseño de la Identidad



UNIDAD
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO



UNIDAD TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO



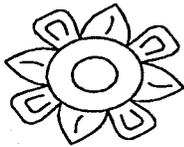
UNIDAD
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO

Diseño de la Identidad

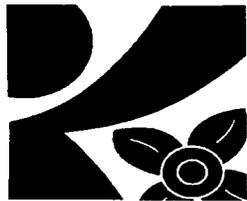
3.6 Etapa de selección.

Las siguientes propuestas fueron seleccionadas debido a que se apegan al tabulador; remite a la atención, el profesionalismo y la calidez que se busca representar en la Unidad Toxicológica.

Los diseños presentados, están situados dentro de la gráfica prehispánica y en su percepción general remite a un sol, el cual tiene diversas conotaciones relacionadas con la calidez, el optimismo y la superación; sin embargo, es necesario representar también la confiabilidad y el profesionalismo.



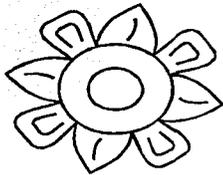
UNIDAD TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO



U N I D A D
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO

3.7 Variantes

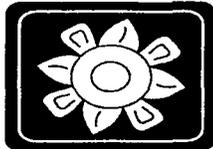
Las variantes de las propuestas seleccionadas, consisten en reforzar la imagen mediante el uso de elementos gráficos como flecos, planos, así como el empleo del contraste para dar mayor fuerza y percepción a la propuesta.



UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

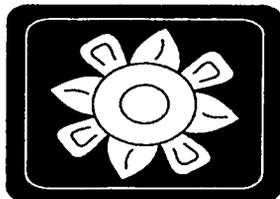


UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

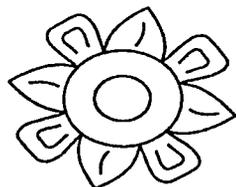


UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

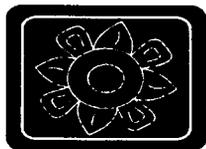
Diseño de la Identidad



UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

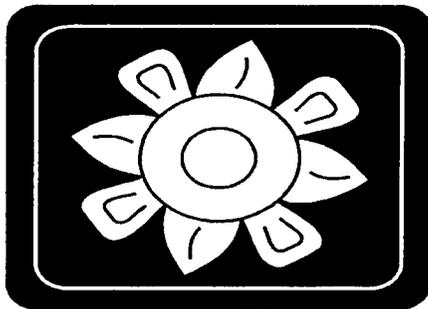


UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

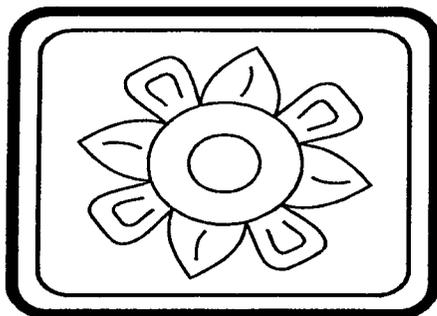


UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

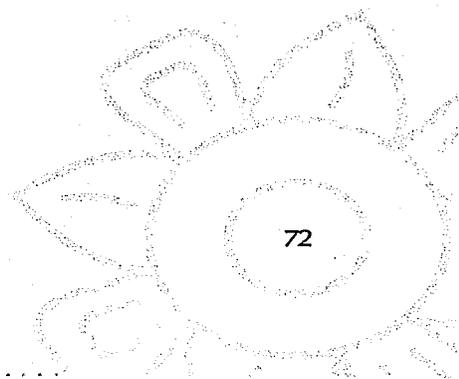
Diseño de la Identidad



UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O



UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O



Diseño de la Identidad



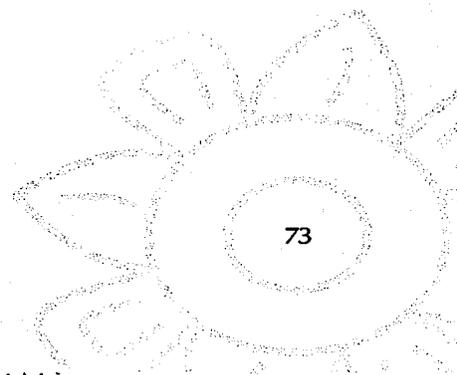
U N I D A D
DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO



U N I D A D
DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO



U N I D A D
DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO



Diseño de la Identidad



Diseño de la Identidad

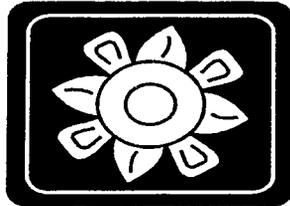
3.8 Etapa de selección.

Este diseño se eligió ya que se apega al tabulador y por lo tanto, remite a la atención, el profesionalismo y la calidez que quiere representar la Unidad de Atención Toxicológica. Fue seleccionado bajo el criterio figura fondo; se tiene una óptima integración entre signo y logotipo.

Por un lado, se buscó un diseño ligado con la gráfica prehispánica debido a la relación que existe entre esta y Xochimilco (lugar de las flores), que es la zona en que se sitúa la institución.

Por otro lado, se recurrió al elemento flor, ya que se asocia con la vida y connota: tranquilidad, confianza y felicidad. Así mismo, su forma cuya envolvente es circular, tiene similitud con la de un sol y este a su vez se relaciona con la calidez y la luz.

Debido a lo anterior se eligió esta imagen, ya que funciona adecuadamente para la Unidad.

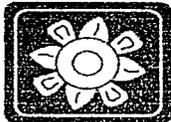


UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

Diseño de la Identidad

3.9 Variantes de color

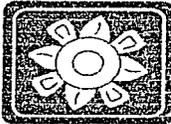
El color es el elemento de mayor expresividad dentro de la identidad gráfica, refuerza los conceptos que encierran tanto el símbolo como el logotipo. Los colores sugeridos por el tabulador son tierra, gris, negro, azul, matices que se relacionan con la confianza, calidez, profesionalismo, salud, y atención.



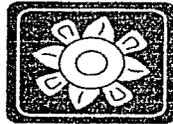
UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO



UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO



UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO



UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO

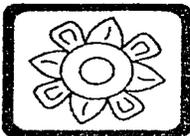


UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO



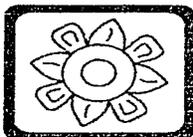
UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO

Diseño de la Identidad



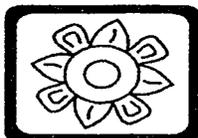
UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO

PANTONE S95-1 CVS y negro 100 y 10%



UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO

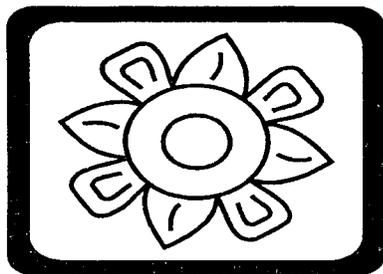
PANTONE S95-1 CVS y negro en 10%



UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
XOCHIMILCO

PANTONE S184-1 CVS y 10% negro

3.10 Propuesta final



UNIDAD DE ATENCIÓN
TOXICOLÓGICA
X O C H I M I L C O

Diseño de la Identidad

3.11 Aplicaciones.

Las aplicaciones propuestas a continuación fueron seleccionadas tomando en cuenta la importancia de uso que tienen en la Unidad; además de que éstas están en continuo contacto con los usuarios y público en general.

De acuerdo a la investigación realizada, las aplicaciones a diseñar, serán para ser usadas a corto plazo y se diseñarán tomando en cuenta las necesidades primordiales y los límites económicos que tiene la Unidad. Los soportes a diseñar son:

- Papelería básica
- Sello
- Receta individual
- Uniformes
- Fachada.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Diseño de la Identidad

3.11.1 Papelería básica.

Hoja membretada

La hoja membretada está sujeto a un formato establecido por el Gobierno del Distrito Federal, por lo que el diseño propuesto se apeg a este formato.

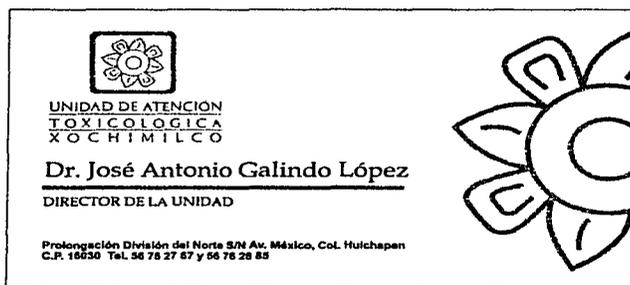
		GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL México - La Ciudad de la Esperanza	
SECRETARÍA DE SALUD			UNIDAD DE ATENCIÓN TOXICOLÓGICA XOCHIMILCO
<hr/>			
<p>Prolongación División del Norte 850 Av. México, Col. Huichapan C.P. 16630 Tel. 56 76 27 67 y 56 76 28 65</p>			

Diseño de la Identidad

Tarjeta de visita

La tarjeta de visita es una aplicación de gran importancia, ya que es ésta la que establece el contacto inmediato con los representantes de las dependencias, instituciones o empresas relacionadas con la Unidad Toxicológica.

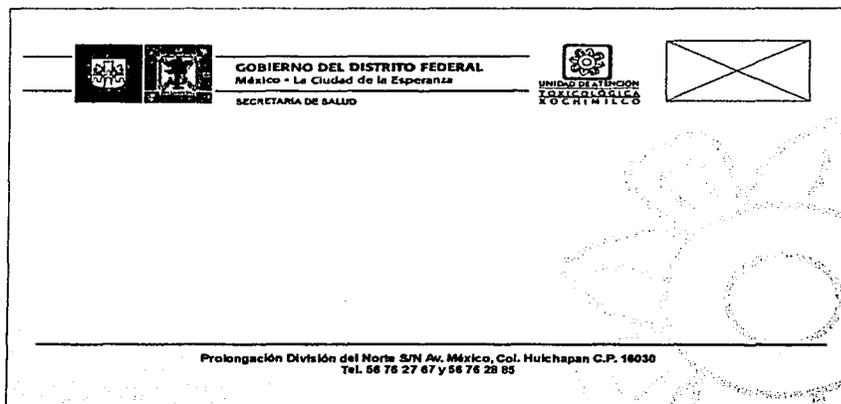
La tarjeta propuesta, al igual que la hoja membretada, se apega al tabulador, además de partir del principio sinérgico con el fin de tener una coherencia formal con la hoja y el sobre.



Diseño de la Identidad

Sobre

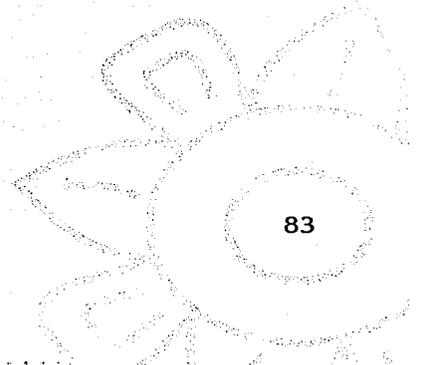
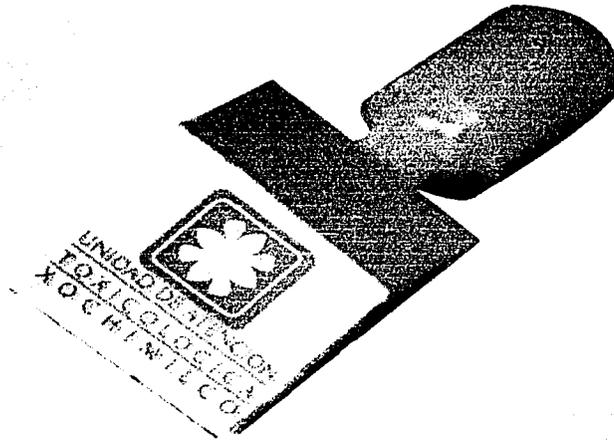
El sobre se relaciona tanto con la hoja membretada como con la tarjeta de visita, para seguir así con la sinergia del diseño; de igual manera que la hoja membretada, el sobre está sujeto a la aplicación de la identidad gráfica del Gobierno del Distrito Federal.



Diseño de la Identidad

3.11.2 Sello.

El sello se usará en los documentos que no precisamente sean de la Unidad, pero que es necesario validar; es de gran utilidad ya que trasciende a los medios de impresión utilizados en la Unidad Toxicológica.



Diseño de la Identidad

3.11.3 Receta individual.

La receta individual, al igual que la tarjeta de visita, es de gran importancia debido a que establece el contacto entre la Unidad y el usuario, y a su vez con el exterior de la Unidad, cubriendo así uno de los objetivos de la identidad, esto es, que la identidad trabaje fuera del centro de atención.

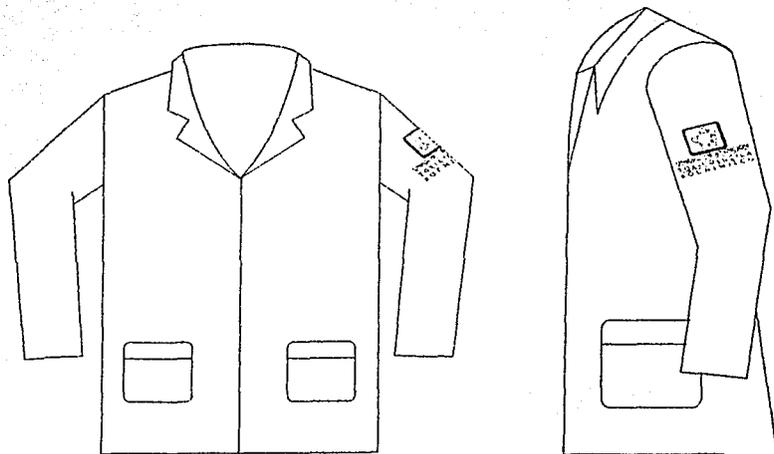
La propuesta, está sujeto a un formato establecido por el Gobierno del Distrito Federal.

		RECETA MEDICA INDIVIDUAL	
UNIDAD MEDICA		GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL	UNIDAD DE ATENCIÓN TOXICOLÓGICA XOCHIMILCO
SECRETARÍA DE SALUD		CLAVE 601	FECHA
NOMBRE DEL PACIENTE			
APELLIDO PATERNO		APELLIDO MATERNO	NOMBRE(S)
DATOS DEL MÉDICO			
NOMBRE		FIRMA	
REG. CFO PROF.		REG. S. S. A.	

Diseño de la Identidad

3.11.4 Uniformes

La aplicación de la Identidad Gráfica en uniformes y batas, servirá para identificar al personal laboral de la institución tanto internamente como al exterior de la Unidad.



Diseño de la Identidad

3.11.5 Fachada.

Uno de los principales problemas que enfrenta la Unidad, es la identificación exterior de las instalaciones, por lo que es necesaria la aplicación de la identidad en fachada; así el público en general la identificará y ubicará dentro de su entorno.



conclusión

Conclusiones

Es necesario someter la Identidad gráfica de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco a un sondeo de opinión; con los resultados que se obtengan se podrá validar la imagen, así como también su eficacia e impacto en la sociedad. No obstante, la propuesta gráfica que se obtuvo, está apoyada totalmente en el tabulador, por lo que sin duda alguna, la Identidad gráfica de la Unidad Toxicológica tiene gran posibilidad de ser aceptada tanto por sus directivos, como también por el público usuario y la sociedad en general.

El proceso de diseño de una identidad, es de gran complejidad por lo que la necesidad de utilizar una metodología es preponderante, el ordenamiento, clasificación y análisis de la información recopilada se convierte en una herramienta indispensable en el diseño y en el caso de la Identidad gráfica de la Unidad de toxicología no fue la excepción.

Pese a la investigación que se tuvo tanto a nivel interno como externo de la unidad, la imagen propuesta esta cimentada en un marco teórico, el cual ayudó a llevarla a la solución óptima; realmente representa los conceptos que la Unidad tiene como atributos y cualidades como son: la calidez, la superación, la confianza y el profesionalismo. Se logró una imagen con gran estabilidad, óptima percepción visual y gran capacidad de sinergia, así como su capacidad de universalidad. Definitivamente es una imagen funcional debido a la capacidad de reproducibilidad en cualquier medio.

La conjunción tanto de la investigación como del marco teórico dan como resultado que la Identidad gráfica de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco sea precisa, concisa y de gran solidez.

Se logró diseñar la Identidad gráfica de la Unidad Toxicológica, debido a que se consiguió cubrir los objetivos planteados al inicio del proyecto, la Unidad cuenta ahora con una imagen que la identifica, la ubica y la diferencia.

Conclusiones

La aportación de esta tesis es la solución a un problema real, basado en un estudio de la gráfica prehispánica, la cual se aplicó a una imagen contemporánea cuya función es identificar visualmente. Así mismo ofrece información al lector sobre diversos autores importantes del ámbito del diseño y la comunicación visual.

Espero que este trabajo represente una herramienta más que sea de utilidad a nuevas generaciones que requieran resolver una necesidad de comunicación de esta índole, así como para ampliar sus conocimientos y memoria visual.

Bibliografía

- *American Psychiatric Association, Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales, Ed. Masson, España, 1996.*
- CASO, Alfonso, *El Pueblo del Sol*, ed. Fondo del cultura económica, México, 1986.
- CHAVES, Norberto, *La imagen corporativa*, Gustavo Gili, S.A de C.V., México, 1994.
- COSTA, Joan, *La imagen global*, CEAC, España, 1994
- COSTA, Joan, *Comunicación en acción*, Paidós, México, 1999.
- COSTA, Joan, *Identidad corporativa y estrategia de empresa*, Paidós, México, 1993.
- *Diagnostico situacional, Delegación Xochimilco, Secretaría de Salud del Distrito Federal, 2001*
- Dioses del México antiguo, Antigua Colegio de San Ildenfonso, Diciembre de 1995- agosto de 1996, Ediciones del equilibrista S.A. de C.V. / Turner libros S.A, México, 1996. (catálogo)
- DE LA TORRE Y RIZO, Guillermo, *El lenguaje de los símbolos gráficos*, Limusa, México, 2000
- DONDIS A., Dondis; "La Sintaxis de la Imagen". Ediciones Gustavo Gili, SA de CV México, 1992.
- ENCISO, Jorge, *Design motifs of ancient México*, Dover publications, Inc., New York, 1997.
- *Entrevista al Dr. José Antonio Galindo, Director de la Unidad de Atención Toxicológica Xochimilco, Octubre 2001.*
- FISKE, John, *Introducción a la teoría de la comunicación*, NORMA.

Bibliografía

- Flores, plantas y motivos prehispánicos, Serie de información gráfica, Archivo General de la Nación, Impreso en los Talleres de la Nación, México, 1979.

- GOLDMAN, H. Howard, *Psiquiatría general*, Ed. Manual moderno, 1994.

- GUTIÉRREZ SOLANA, Nelly, *Códices de México*, Panorama editorial, México, 1990.

- HEYDEN, Doris, *Mitología y simbolismo de la flor en México prehispánico*, UNAM, Instituto de investigaciones antropológicas, México, 1983.

- JACOB, Esther, *Cómo leer un códice*, trillas, México, 1987.

- LEÓN-PORTILLA, Miguel, *De Teotihuacan a los aztecas*, UNAM, 1995.

- Manual de organización, funciones, normas y procedimientos para la atención toxicológica; *Secretaría de Salud de Distrito Federal*.

- MOLES, Abraham, *La Imagen, comunicación funcional*, Trillas, México, 1991.

- MUNARI, Bruno, *Diseño y Comunicación Visual*, Gustavo Gili, España, 2000.

- MUNARI, Bruno, *Como nacen los objetos*, Gustavo Gili, México, 1993

- PRIETO, Daniel, *Diseño y comunicación*, Universidad Nacional Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, 1982.

-VILCHIS, Luz del Carmen, *Diseño universo de conocimiento, Claves Latinoamericanas*, México, primera edición 1999.

Bibliografía

- VILCHIS, Luz del Carmen, *Fundamentos teóricos*, Centro Juan Acha, UNAM.

- WESTHEIM, Paul, *Ideas fundamentales del arte prehispánico en México*, Era, S.A., México, 1972.