



UNIVERSIDAD DON VASCO A.C.
Incorporada por la
Universidad Nacional Autónoma de México

escuela de
diseño y
comunicación
visual



Unidad Deportiva
uruapan

Identidad Corporativa y Señalización de espacios recreativos:

"Propuesta para la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón de Uruapan, Michoacán"

Tesis Profesional que para obtener el título de
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
Presenta

Ana Luisa Arroyo Valencia

Asesor: Kenneth Luis Treviño Cassilly
Uruapan, Michoacán, Mayo 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradecimiento



AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por haberme dejado avanzar cada día de mi vida y llegar al punto en el que estoy. También agradezco, desde ahora, por los que aún faltan por llegar.

A mis padres:

Ana Luisa Valencia Espinosa y
Felipe Arroyo Villaseñor,

por haberme dado la vida, por su amor y por ayudarme en cada paso que doy en ella, apoyando mis decisiones y dándome siempre consejos sabios, paciencia y comprensión. Por cada uno de sus esfuerzos, sacrificios y oraciones para poder salir adelante. Por dejarme tener estas alas y jamás cortarlas.

A mis amigos, quienes hicieron este camino más alegre y liviano.

A mis hermanos, por apoyarme cuando lo necesitaba.

A todas esas personas queridas que se encuentran a mi alrededor, quienes hacen que cada situación que vivo sea algo inolvidable y alentador.

A mis maestros, por haberme brindado su intelecto y apoyo académico, y por haberme formado en lo que ahora soy profesionalmente.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
---------------------------	---

CAPÍTULO 1

1.1 Planteamiento del problema.....	8-9
1.2 Objetivos de este proyecto.....	10

CAPÍTULO 2. URUAPAN

2.1 Historia general de Uruapan.....	12-17
2.2 Ubicación.....	18-19
2.3 Significado.....	20
2.4 Actualmente.....	21-23

CAPÍTULO 3. EL DEPORTE

3.1 ¿Qué es Deporte?.....	25
3.2 Facetas que estimulan la realización del deporte.....	26
3.3 Historia del Deporte.....	27-30
3.4 Deporte en México.....	31-32
3.5 Breve historia de los Juegos Olímpicos en México.....	33-34
3.6 Breve historia del Deporte en Uruapan.....	35-37

CAPÍTULO 4. LA UNIDAD DEPORTIVA

4.1 A qué se denomina Unidad Deportiva.....	39
4.2 Historia de la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón.....	40-43
4.3 Objetivo de la Unidad Deportiva.....	44
4.4 Ubicación.....	44
4.5 Instalaciones de la Unidad Deportiva.....	45-47
4.6 Situación Problemática.....	48-49
4.7 Visitantes.....	50-53
4.8 Situación actual de Señalización e Identidad en la Unidad Deportiva.....	54-57
4.9 Análisis de soluciones de Diseño en Instituciones similares a la Unidad Deportiva.....	58-62
4.10 Análisis de Señalizaciones de diferentes planteles.....	63-72

CAPÍTULO 5. EL DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL

5.1 Qué es Diseño Gráfico.....	74
5.2 Función	75-77
5.3 Historia	78-89
5.4 Áreas del Diseño Gráfico	90-93
5.5 Técnicas de Impresión.....	94-100

CAPÍTULO 6. LA SEÑALIZACIÓN

6.1 Definición.....	102-103
6.2 Diferencia entre Señalización y Señalética.....	104-106
6.3 Semiótica- signo y símbolo.....	107
6.4 Características de la señalización.....	108
6.5 Metodología del Diseño Gráfico de Señalización.....	109-110
6.6 Clasificación de las señales.....	111-113
6.7 La estilización y sus grados.....	114-115

CAPÍTULO 7. ELEMENTOS PARA LA REALIZACIÓN DE SEÑALIZACIÓN

7.1 Tipografía Señalética.....	117-119
7.2 Legibilidad y visibilidad del texto.....	120-121
7.3 El uso de la retícula.....	122
7.4 Color señalético.....	123-125
7.5 Formato señalético.....	126-127
7.6 Tipos de señalamientos.....	128-130
7.7 Principios generales sobre señales visuales.....	131
7.8 Materiales de impresión para señalización.....	132-135

CAPÍTULO 8. IDENTIDAD CORPORATIVA

8.1 Qué es Identidad Corporativa.....	137-139
8.2 El logotipo y sus clasificaciones.....	140-142
8.3 Color corporativo.....	143
8.4 Tipografía Corporativa.....	144-145
Conclusión.....	146

CAPÍTULO 9. SOLUCIÓN GRÁFICA

9.1 Brief.....	148-152
9.2 Desarrollo de la Imagen.....	153-160
9.3 Desarrollo del Formato de Señalización.....	161-201
9.4 Manual Corporativo y Señalético.....	202-271
9.5 Sistema de Impresión y Presupuesto.....	272-278

CONCLUSIÓN.....	279
------------------------	------------

BIBLIOGRAFÍA.....	280-282
--------------------------	----------------

ÍNDICE DE IMÁGENES.....	283-289
--------------------------------	----------------



Introducción



INTRODUCCIÓN

Aún cuando es más antiguo que la letra escrita, el lenguaje gráfico se ha convertido, en los últimos años, en el mecanismo más efectivo para la transmisión de mensajes entre los seres humanos. A través de la elaboración de símbolos que simplifican una idea o información social, así como de su colocación en el sustrato y ubicación adecuados, es posible llevar a cabo la transmisión de numerosos mensajes, muchos de los cuales pertenecen a la llamada señalización.

En la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón, de la ciudad de Uruapan, se presenta un problema en cuanto a la falta de orientación e identificación de las zonas deportivas y recreativas; éste, a su vez, genera confusión en el plantel, la cual se aúna a la falta de una identidad visual con la que el público pueda reconocerlo. Por lo anterior, surge el objetivo de generar un sistema de señalización e identidad visual, para lograr que los usuarios identifiquen pronta y correctamente cada una de las áreas del plantel, al igual que reconocer la personalidad visual de la institución.

Para llevar a cabo dicha tarea se desarrollará un proyecto, el cual será resuelto tomando como base algunas áreas y herramientas del diseño. En este caso, se tratará específicamente con la Señalización e Identidad Corporativa, dentro de las cuales se tomarán como apoyo la historia, metodología y función del diseño gráfico, así como la clasificación de las señales, sus características y los tipos de estilización con los que se cuenta.

Al ser la Unidad un centro deportivo, el Diseñador Gráfico tomará en cuenta para la realización de los signos el tema del “deporte”, y elaborará un formato específico que tomará en cuenta las necesidades ambientales del lugar, adicionando un aspecto visual conveniente en cuanto a sus colores, tipografía y visualización.

La Identidad Corporativa será creada conforme a las necesidades de la Unidad Deportiva y formará, en conjunto con la señalización, una imagen visual basada en los mismos colores, tipografía y elementos auxiliares, para lograr que la gente logre establecer procesos de identificación y relación.

Al lograr lo anterior, también se conseguirá dotar con un sistema de Señalización e Imagen Corporativa a la “Unidad Deportiva Hermanos López Rayón”, el cual tome en cuenta sus necesidades, consiga la identificación de cada una de las instalaciones y, al mismo tiempo, le otorgue una Identidad visual.

Capítulo 1



CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Uruapan, Michoacán, habitada por 265,699 habitantes, (conteo de población en el año 2000, por el INEGI), cuenta con una zona para realizar deportes, llamada Unidad Deportiva Hermanos López Rayón, la cual es una dependencia del H. Ayuntamiento. Este lugar refleja un problema en cuanto a la orientación, accesibilidad e identificación de cada una de las áreas deportivas y recreativas con las que cuenta, lo cual afecta a las personas que van a realizar actividades deportivas y recreativas, quienes no pueden dirigirse con facilidad y libertad en él. También carece de una identidad visual, que represente al plantel y por lo tanto el público no la reconoce. Además, las personas que por primera vez visitan la Unidad no tienen el conocimiento de cuáles son las actividades deportivas que pueden desarrollarse y, por lo mismo, no pueden identificarlas. El promedio mensual de gente que asiste en temporada media es de 35,000 personas. Las instalaciones que se encuentran para el servicio deportivo a los ciudadanos son:

- 1 Pista de atletismo
- 3 Canchas de fútbol
- 1 Estadio de fútbol (con capacidad para 5,000 personas)
- 4 Canchas de básquetbol
- 1 Auditorio techado (con capacidad para 1,500 personas)
- 6 Canchas de Voleibol
- 4 Canchas de tenis
- 1 Frontón de mano
- 1 Frontenis
- 1 Alberca
- 1 Chapoteadero
- 1 Cenador grande
- 1 Área comercial
- 1 Pared de rappel
- Áreas verdes
- Área de juegos Infantiles



Estatua representativa de la Unidad Deportiva

1.2 UNO. DOS OBJETIVOS

1.2

OBJETIVO (General):

Lograr que los visitantes de la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón, tengan una mayor facilidad de guía en el plantel y una ubicación e identificación de cada una de las zonas deportivas donde realizarán sus actividades, así como brindar a la Unidad una Identidad Visual para su desarrollo integral y social.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (límites):

- Dotar a la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón con un sistema de Identidad Institucional.
- Realizar el sistema de Señalización de cada zona deportiva dentro del plantel.

Capítulo 2



CAPÍTULO 2

HISTORIA GENERAL DE URUAPAN

2.1

La Ciudad de Uruapan fue fundada, en el año de 1533, por Fray Juan de San Miguel. Ya había antes un asentamiento de población de la rama del reino Purhépecha bajo el mando del Emperador Tariácuri. Los conquistadores no habían podido dominar a los tarascos, hasta que Fray Juan de San Miguel llegó y los evangelizó.

Después llegaron por sorpresa y pudieron conquistar el Imperio Tarasco.

Junto al río Cupatitzio se había formado lo que más tarde sería la población de Uruapan. Al principio estuvo dividido en nueve barrios a los que el Fraile dejó enseñanzas para que hicieran diferentes tipos de materiales, como lacas, telas, rebozos y varias artesanías.

El nombre oficial del estado es Michoacán de Ocampo; su capital es Morelia.

Fray Juan de San Miguel agrupó y organizó a la gente en barrios, mismos que fundó con nombres de santos patronales, y los cuales contaban con capilla, coro y escuela. Estos barrios eran considerados de alguna manera como comunidades autónomas, con identidad clánica y costumbres propias, realizando los trazos urbanos de los mismos el ya mencionado fundador. Los nombres de los barrios, siguiendo su disposición por parte norte y dando vuelta al pueblo en el sentido de las manecillas del reloj, fueron; San Juan Bautista, San Miguel, San Francisco, La Magdalena, San Juan Evangelista, San Pedro y Santiago. En el centro del pueblo el de la Trinidad y, en la zona conocida actualmente como los Riyitos, el barrio de los Reyes.



Indígena elaborando sus artesanías



Estatua de Fray Juan de San Miguel

El trazo de Uruapan estuvo sujeto a las normas de urbanización española (de la época del Renacimiento, en ejes y cuarteles, cuyas calles van de norte a sur y de oriente a poniente y en el centro de la traza los edificios de gobierno y de atención social y religiosa).

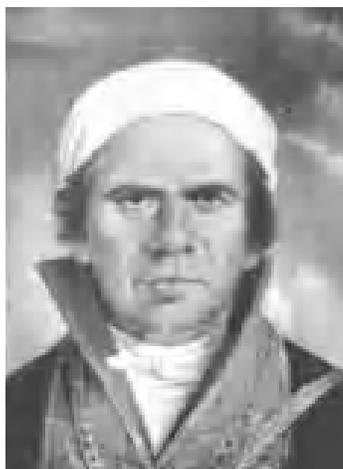
De acuerdo al cronista Fray Alonso de Rea, quien menciona que en Uruapan existían un poco más de mil fuegos (hogar por familia) contando cada uno con un promedio de cinco habitantes, en Uruapan existían alrededor de 4,500 habitantes.

Fray Juan tuvo el interés en que los pobladores aprendieran oficios como artesanías .

Fray Juan de San Miguel, inició la construcción del convento e iglesia en 1535. Así mismo el trazo de la ciudad quedó definido en nueve barrios, cada uno con su respectiva capilla y patrono, y destinado respectivamente a cada barrio.

De 1540 a 1629 en esta época el pueblo sufrió muchas injusticias. Los encomenderos trataban inhumanamente a los nativos, aunque estos jamás se doblaron ni se humillaron; al contrario, estuvieron completamente rebeldes e inconformes con los españoles.

En 1766 surgió un motín en Uruapan contra el violento reclutamiento que hacían los españoles para la integración de los nuevos cuerpos de milicias provinciales y para el año



José María Morelos

siguiente estalla una violenta represión y castigo para 39 vecinos de la comunidad de Uruapan, varios de los cuales son ahorcados y degollados, debido a los actos cometidos contra la Corona del año anterior, y por las protestas que hicieron ante la expulsión de los jesuitas.

El 19 de diciembre de 1795, recibe encargo José María Morelos de impartir la enseñanza y permanecer aquí hasta el año de 1798.

Durante el movimiento de independencia en 1810 se incorpora el uruapense José María Izazaga. Y en 1814 en dos ocasiones se refugian aquí los miembros del Consejo Constituyente, antes de la redacción de la Constitución y posterior a su proclamación, ocupando varios edificios y emitiendo resoluciones, como formación de la Junta Subalterna Gubernativa, que asumió el poder ejecutivo a fines de 1815.

Ya para 1863 se nombra al Gobernador del Estado en la ciudad de Uruapan. Un año después el 1º de enero es tomada la ciudad por las tropas imperialistas y a partir de este momento uno y otro bando, van apoderándose sucesivamente de la población. Así mismo el 20 de diciembre, hay un alzamiento en favor de los imperialistas

En 1865, el general Nicolás Régules arrebató heroicamente la plaza principal a los imperialistas. El 23 de junio muere a manos de los franceses el general García Pueblita, el 21 de octubre, es fusilado el general José María Arteaga, jefe del ejército republicano del centro y cuatro oficiales más, conocidos como los Mártires de Uruapan.



Monumento a los Mártires de Uruapan

Para el año siguiente el 20 de febrero, se libró la Batalla de la Magdalena, donde fueron derrotadas las tropas republicanas que comandaban el general Vicente Rivapalacio. Para el año 1874 se establece la primera empresa textil. En 1886 se construyó el Hospital Civil, ubicado en la hoy escuela Secundaria Benito Juárez.

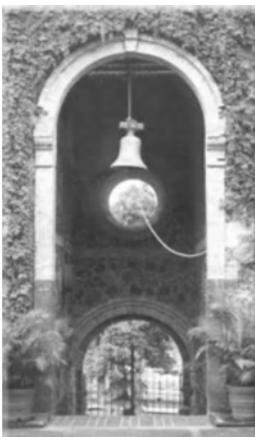
En el año de 1888, período de Don Porfirio Díaz, entra la primera Locomotora y ese mismo año estábamos comunicados por medio del Telégrafo.



Telégrafo



Locomotora



Patio principal de la Fabrica de San Pedro

La Fabrica de Hilados y Tejidos San Pedro, en 1897, inicia con la industrialización del municipio, generando una gran cantidad de empleos, esta contaba con máquinas de origen Ingles, Francés y de EUA, llegando a manejar hasta 6000 usos y 200 telares.

La carretera nacional, nos conectó con el resto del País y nos puso en camino al desarrollo moderno, poco a poco se fueron sumando más carreteras, aumentando los destinos y acortando las distancias. Y en 1900 se inaugura la línea del tranvía que corría de la estación del ferrocarril a la Plaza de los Mártires.

En el mes de febrero de 1932 se celebra en esta ciudad el primer congreso agrario. Para 1939 al año siguiente se lleva a cabo la creación y dotación definitiva de la mayoría de los ejidos del municipio.



El volcán Parícutín nos puso en el mapa Turístico Mundial en 1943. El 1º de mayo de 1947, se crea la comisión de Tepalcatepec, con sede en Uruapan, y se da un impulso a toda la economía de la región. La ciudad se moderniza y amplía todos sus servicios. Y en 1977 esta Comisión de Tepalcatepec, hizo de la ciudad el territorio que debía atender el Desarrollo Social y Económico de Tierra Caliente.



Volcán Parícutín



Ruinas del volcán parícutín

A finales de los 60's son traídos del Sur de California, unas varetas para injertar los Aguacates Criollos de esta región, hecho que vino a revolucionar la Agricultura, la vocación de la tierra y sus moradores, disparó los valores y transformó la economía e hizo de Uruapan el destino de inmigrantes, ante todas las bondades ya antes mencionadas.

Actualmente, Uruapan es considerado como la capital mundial del Aguacate, por ser el municipio con mayores tierras destinadas a este cultivo, además de su alta producción.



2.2 DOS. DOS UBICACIÓN

2.2

La Ciudad de URUAPAN está situada en la vertiente sur de la sierra de Uruapan, prolongación de la de Apatzingán, formando parte del eje volcánico. Su altura sobre el nivel del mar se considera de 1634 metros y queda situada a los 19° 24' 56" de latitud Norte y 102° 03' 46" de longitud Oeste del Meridiano de Greenwich.

Colindancias-Michoacán de Ocampo colinda al norte con Jalisco, Guanajuato y Querétaro de Arteaga; al este con Querétaro de Arteaga, México y Guerrero; al sur con Guerrero y el Océano Pacífico; al oeste con el Océano Pacífico, Colima y Jalisco. En cuanto a porcentaje territorial, el estado de Michoacán de



Mapa de Michoacán

Ocampo representa el 3.0% de la superficie del país. Sus coordenadas geográficas extremas-Al norte 20°24', al sur 17°55' de latitud norte; al este 100°04', al oeste 103°44' de longitud oeste.

Cuenta con vegetación, fresca y su clima es templado, agradable, por su ubicación geográfica que propicia todas series de bondades naturales y por su abundancia de agua que brota cantarina de su suelo. El estado de Michoacán se localiza entre el lago Chapala y el río Lerma por el norte y el río Balsas por el sur, es uno de los estados más bellos de la República Mexicana y su tierra es fértil y productiva. Tiene una Superficie de 59,864 kilómetros cuadrados (no consideradas superficies insulares).

2.3 DOS. TRES SIGNIFICADO

2.3



Escudo de Uruapan, Michoacán

El significado de la palabra URUAPAN es en la opinión general «JÍCARA»; pero también se le da otro significado a esa misma palabra que proviene de la lengua purhépecha «URUAPINI» que significa “lugar de la eterna formación y fecundidad de los botones florales”.

2.4 DOS. CUATRO ACTUALMENTE



Actualmente, la Ciudad de Uruapan cuenta aproximadamente con 265,699 habitantes, de los cuales 128,112 son hombres y 137,587 son mujeres, (censo de población del año 2000 por el INEGI), cuya principal actividad es el comercio. Se produce en gran cantidad el aguacate en lo que se refiere a su Agricultura. Logrando ser la principal ciudad en exportar aguacate a varios países, por ese motivo es conocida mundialmente como «La Ciudad Mundial del Aguacate».



Parque Nacional



La Tzaráracua



La Huatápera

La Plaza principal del centro de la Ciudad de Uruapan, tiene un monumento allí erigido en 1893, que lleva el nombre de «Mártires de Uruapan» en honor a la memoria de los llamados «mártires de Uruapan»; cinco republicanos, entre ellos los generales Carlos Salazar y José María Arteaga, fueron fusilados en la ciudad de Uruapan por las armas imperialistas del coronel Ramón Méndez, el 21 de octubre de 1865.



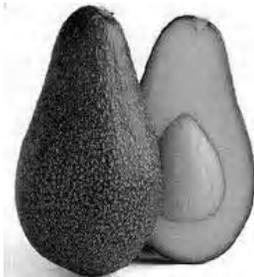
Monumento a los Mártires de Uruapan

También se le ha dado una amplia difusión a la gran variedad de artículos de madera que se elabora en toda nuestra geografía michoacana, frente al Parque Nacional se encuentra el Mercado de Artesanías, y es ahí donde diariamente los artesanos conviven y ofrecen sus servicios al turismo, artículos típicos de singular mérito que han ganado merecida fama en los ámbitos del mercado internacional.



Jarrones Artesanales

Las festividades más importantes en Uruapan son la fiesta de su patrono, San Francisco de Asís, que tiene lugar en el mes de octubre; el carnaval, que se lleva al cabo en febrero; la Semana Santa, la fiesta de San Miguel Arcángel y de la virgen de Guadalupe, entre otros. Cuenta con una gran variedad de servicios, entre ellos esta la Feria del Aguacate que se festeja del 13 de Noviembre al 6 de Diciembre. En ella viene a presentarse gran variedad de artistas. Uruapan está comunicado con el resto del mundo por todos los medios comunes, cuenta con un aeropuerto; por carretera cuenta con salidas o llegadas de autobuses de pasajeros o de carga. Se comunica por carretera con grandes ciudades como México, Guadalajara y Monterrey.



Tianguis Artesanal en Uruapan

Capítulo 3



CAPÍTULO 3

¿QUÉ ES DEPORTE?

3.1

Es un conjunto de actividades físicas que el ser humano realiza con intención lúdica o competitiva. Palabra del vocablo francés “desport” (tomada de la Real Academia Española) lo define como recreación, pasatiempo, placer o ejercicio físico, generalmente al aire libre.

El deporte es el esfuerzo muscular, más o menos intenso (dependiendo del ejercicio que se realice) ya sea por diversión o por mejorar la capacidad física, mental, espiritual y estética.

Tiene un carácter de competición, en una lucha consigo mismo o de una competición con otros, permitiendo alcanzar nuestro máximo desarrollo físico, contribuyendo a la socialización entre los hombres y una constante aspiración al éxito.

Una actividad física intensa sometida a reglas precisas y preparada por un entrenamiento intensivo (por Bernard Gillet).



Deporte

3.2 TRES. DOS FACETAS QUE ESTIMULAN LA REALIZACIÓN DEL DEPORTE



Físicamente beneficioso- La Medicina considera que el esfuerzo físico que se hace en las actividades deportivas tiene repercusiones positivas para el cuerpo humano, activando y completando el crecimiento, proporcionando reservas y recursos energéticos, eliminando toxinas, potenciando la elasticidad corporal, mejorando la capacidad respiratoria, dando fondo físico y fuerza.

Sociabilizante- Los Psicólogos ven que el deporte bien dosificado es beneficioso para el equilibrio mental y para las relaciones del individuo con su entorno, fomenta la buena relación colectiva y es un catalizador de instintos.



3.3 TRES. TRES HISTORIA DEL DEPORTE

La humanidad siempre ha hecho deporte.

El deporte inicia desde las actividades físicas que preparaban al individuo para salir airoso en los constantes enfrentamientos con los rigores del medio, al tratar de autosatisfacer las tres necesidades del hombre que son el alimento, el ataque y la defensa, lo cual provocaba en el individuo un desgaste físico importante en lo que puede calificar como “proezas deportivas”, actos que el hombre ha realizado desde la prehistoria: correr para escapar a los animales, saltar para franquear los obstáculos naturales, atravesar a nado los cursos de agua, lanzar armas como jabalinas o luchar cuerpo a cuerpo con sus enemigos.

En América, las civilizaciones precolombinas practicaban cierto juego con una pelota (*el tlachtli*). En la antigüedad (se supone que se comenzó a practicar alrededor del 3.500 antes de Cristo) se realizaba con un sentido ritual y religioso y los perdedores eran decapitados, pues el juego servía para conocer el designio de los dioses.

La denominación de este juego varía de acuerdo con la lengua aborígen. Los campos de juego se construían cercanos a los templos y, según los arqueólogos, consistía en una superficie rectangular limitada por muros verticales, y en el centro los jugadores colocaban un aro de piedra por el que se intentaba introducir la pelota. Ésta se fabricaba de goma o látex que extraían de distintos árboles, y era de unos 12 centímetros de diámetro.



Anillo central del juego de pelota



Juego de Pelota

Los equipos variaban entre dos, cuatro, cinco o seis integrantes, a veces lucían atavíos majestuosos. Otras veces usaban taparrabos, con cinturones de cuero, y protectores en las piernas. Quien lograba introducir la pelota por el anillo central, ganaba inmediatamente el juego. Pero a la vez se puntuaba por los toques y rebotes de la pelota en las partes no autorizadas del cuerpo del adversario, por lo que se debían proteger muslos, caderas, rodillas. Se jugaba usando un guante.

El juego fue prohibido por los conquistadores españoles, porque exaltaba las divinidades indígenas.

Los egipcios eran apasionados del tiro con arco y de las justas náuticas y, 500 años antes de que tuvieran lugar los primeros Juegos Olímpicos,



Tiro con Arco



los griegos ya medían sus fuerzas en carreras de carros y en combates. Le dieron importancia a la gimnasia, gimnasio y natación como fundamento de la salud física y también como contribución a la formación intelectual e incluso moral de las personas. En honor a Zeus se instituyeron los juegos olímpicos los cuales, a partir del año 776 a.C, se desarrollaron sin interrupción alguna.



Natación



Gimnasia

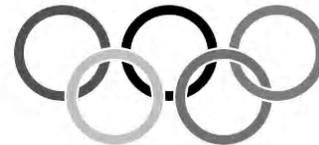
Los romanos convierten las olimpiadas en juegos circenses de combates de gladiadores y luchas entre hombres y fieras; además educaban soldados, en el ejercicio de caballería.



Combates de gladiadores



Primera Olimpiada (atletismo)



Los primeros Juegos olímpicos, se disputaron en Olimpia, duraban seis días y consistían en combates y carreras hípicas y atléticas. No fue hasta el año de 1896 cuando tuvo lugar en Atenas la primera olimpiada de la era moderna y, con ésta, el resurgimiento del deporte (atletismo) como la actividad primordial que todo ser humano debe practicar para el buen desarrollo físico y mental.

3.4 TRES. CUATRO DEPORTE EN MÉXICO

3.4



Piedra Maya

En México se iniciaron los deportes y juegos en épocas prehispánicas, tratando de satisfacer algunas necesidades que el hombre tenía como eran el alimento, defensa y ataque. Dieron origen al juego de pelota, el cual no era propiamente un juego sino un rito religioso.

Actualmente, México es un país con decadencia de deporte, afectado por factores que son:

- La Falta de apoyo económico para la construcción de centros e instituciones para la actividad deportiva, recreativa y de convivencia social.
- Falta de Educación a la conciencia física que permita la participación y competitividad.
- La desviación de presupuesto destinado para apoyo deportivo, la mala administración e inversión de las instalaciones Deportivas.



Esto genera las participaciones regulares de los atletas mexicanos en competencias mundiales.

La mayoría de los estados de la República cuenta con un apoyo para la educación física, pero por lo regular este apoyo es canalizado a las capitales. Las demás ciudades quedan en un atraso considerable.

Actualmente en el campo del deporte se cuenta con el apoyo de unas cuantas instituciones que lo fomentan, considerándolo como parte de las estrategias de integración social, individual y familiar; como son; UNAM, CONADE, DDF, Comité Olímpico Mexicano, Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte, Instituto del Deporte del D.F., Comité Olímpico Internacional (COI) y Confederación Deportiva Mexicana A.C. (CODEME).

Estas se encargan de fomentar y promover la cultura física, la recreación y el deporte en nuestro país para que los mexicanos puedan hacer ejercicio sistemáticamente, ocupar positivamente su tiempo libre y practicar habitualmente un deporte, para elevar su capacidad de vida, pero sobre todo, para ser más competitivos y aprender a trabajar en equipo y como resultado, tener deportistas exitosos.



Instituciones de apoyo al deporte



3.5 TRES. CINCO BREVE HISTORIA DE LOS JUEGOS OLIMPICOS EN MÉXICO

3.5



Antorcha Olímpica de México de 1968

XIX OLIMPIADA MÉXICO 1968 DEL 12 AL 27 DE OCTUBRE

Países: 112

Aletas: 5531

Los juegos que se celebraron en México, fueron cubiertos por más de 4.373 periodistas; la prensa los consideraba un evento de primera magnitud.

Más de 600 millones de espectadores pudieron seguir vía satélite el desarrollo de los mismos.

Aprovechando los juegos, unos 10.000 estudiantes mejicanos, se manifestaron en la plaza de las tres culturas para protestar contra el régimen dictatorial que asolaba el país.

Los Juegos Olímpicos de la Ciudad de México fueron seriamente amenazados. Deportistas de muchos países europeos fueron invitados a la Ciudad de México para participar en una especie de Olimpiada de ensayo. Todos regresaron diciendo: ¡Es un escándalo que se haya confiado a México ser anfitrión de los Juegos Olímpicos! Se necesitaría estar allí siquiera medio año antes de poder acostumbrarse al aire pobre en oxígeno...Se pondría en peligro la vida si se trata de batir récords. Toda la prensa europea se pregunta cómo ha sido posible que el Comité Olímpico aceptara que tantos deportistas sean expuestos a condiciones tan poco frecuentes.

Debido a que la ciudad de México se encuentra a 2.260 metros de altitud sobre el nivel del mar, se temió que esto afectara a las marcas en atletismo y natación, se resintieron los tiempos en las pruebas de fondo y medio fondo pero en las cortas y los saltos fue determinante para conseguir estupendas marcas.

Los atletas norteamericanos arrasaron y consiguieron extraordinarias marcas en las pruebas de velocidad. En las tres pruebas cortas batieron las marcas olímpicas y mundiales.

Wyoma Tyus ganó la prueba de 100 metros femeninos batiendo el récord olímpico y mundial con un tiempo de 11 segundos.

Lee Evans logró la victoria en la prueba de 400 metros batiendo los récords olímpico y mundial con una marca de 42 segundos y 8 décimas.



Wyoma Tyus



Lee Evans

3.6 TRES. SEIS BREVE HISTORIA DEL DEPORTE EN URUAPAN

En Uruapan, antes de ser construida la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón, los habitantes realizaban sus actividades físicas y recreativas en sus hogares, calles, escuelas o zonas tranquilas y solitarias; ésta era la manera mas cómoda y accesible de realizar deportes, por la falta de instalaciones para realizar actividades. Los deportes que se realizaban en ese entonces eran más a menos, tranquilos, sin mucho requerimiento físico, como juego de pelota, montar bicicleta, correr o deportes organizados de caminatas por las calles. No había mucha actividad física; algunas veces tomaban el trabajo pesado como ejercicio. Es por esto, que la comunidad requería un plantel para desarrollarse físicamente y tener varias posibilidades para llevarlo al cabo. Por la falta de una institución deportiva se forzaba al ciudadano a llevar una vida inactiva, sin realizar deportes. A no desarrollar ampliamente sus habilidades y energías, ni tener una muy buena salud física.

Actualmente se cuenta con mas centros deportivos recreativos en Uruapan para que la comunidad se desarrolle físicamente y se mantenga saludable. Algunos de estos son clubes privados a los que ingresan personas de recursos monetarios elevados; el único lugar abierto para toda la comunidad y de un costo accesible (sobre todo para los de bajo y medios recursos), es la Unidad Deportiva, que cuenta con las instalaciones necesarias para realizar diferentes deportes.



Desgraciadamente, a ésta no se le da mucha importancia en cuanto a su mantenimiento por parte de las autoridades municipales, ya que está descuidada y abandonada, con falta de nuevas instalaciones y equipamiento para las que ya se encuentran en el plantel. Al no poder construir una Unidad nueva (por el momento, al menos) se debería atender y mantener bien la que se encuentra, para dar mejor servicio a la comunidad y, así, fomentar mas interés por la realización del deporte.



Pero al contrario, se ha llegado a perder la importancia al deporte y de las instalaciones; tanto, que las autoridades municipales prefieren gastar en pavimentar una calle, mejorar las instalaciones de la Expoferia y financiar buenos uniformes para sus empleados, o el arreglo de jardines, que el fomentar el deporte y darle beneficios al mismo.

Actualmente se ha ido perdiendo el interés hacia el deporte por parte de la comunidad ya que la gente, conforme va creciendo, se va concentrando más en el trabajo laboral que en su salud física. Es así como, algunas veces, los que llegan al poder político como presidentes (que son de 40 años en adelante aproximadamente) llegan ya con una visión donde opacan el deporte porque no lo practican, y comienzan a darle prioridad a otras cosas.



Igualmente no se aprovechan las instalaciones que se encuentran en cada una de las colonias ya que, reglamentariamente, cada colonia (cuando se fracciona) debe dejar un área de donación destinada al deporte; si cada colonia respetara esa zona, los niños acudirían a ella comenzando a practicar deporte y a los 13 años estarían listos para desarrollarse mejor en los deportes, pero en realidad las colonias crecen irregularmente, no dejan sus espacios, las zonas de donación no son aprovechadas por el municipio, dejándolas abandonadas, llegando algunas veces a que las mismas colonias las tomen y construyan casas ahí.



El programa del deporte en Uruapan no es crear más espacios; la idea es aprovechar los que ya existen y que están abandonados, evitando que los vicios continúen creciendo, facilitándole a la colonia la práctica de deporte cerca de sus casas y no distanciarse tanto. Para aprovechar más estas zonas se debería dar promoción, fomentar el deporte realizando eventos y facilitar entrenadores. Actualmente Uruapan cuenta con ligas municipales de Fútbol, Basquetbol, así como exhibiciones de Tae kwon do, y carreras de Ciclismo.

Capítulo 4



CAPÍTULO 4

A QUÉ SE LE DENOMINA UNIDAD DEPORTIVA

4.1



Unidad Deportiva: Es una institución de tipo deportivo-recreativo, donde se brinda espacio a las personas para realizar algún tipo de deporte, logrando así preparar a los niños, jóvenes y adultos en diversas competencias deportivas, ya sean internas o externas.

4.2 CUATRO. DOS HISTORIA DE LA UNIDAD DEPORTIVA HNOS. LÓPEZ RAYÓN

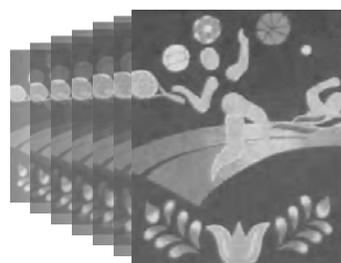


Imagen actual de la Unidad Deportiva

En la Ciudad de Uruapan, el 11 de Enero de 1964, mediante una junta en el salón de Actos del Ayuntamiento, se reunieron varios regidores del Ayuntamiento y los representantes de las diferentes secciones deportivas de la localidad, con objeto de Construir el patronato Pro-Construcción de la Unidad Deportiva Municipal, aceptando dicha propuesta a la falta de una institución que brindara a la comunidad de Uruapan zonas para realizar deporte, a fin de que los niños, jóvenes y adultos desarrollara mejor sus capacidades físicas y contribuyera al progreso social de la población. Se formó un comité que se encargaría de vigilar tanto los trabajos encaminados; (que sería localizar un terreno para llevar a cabo la Construcción de dicha Unidad) así como lo relacionado con los posteriores trabajos en beneficio de la misma. Se designaron por unanimidad al Presidente, Vice-Presidente, Secretario, Pro-Secretario, Tesorero, Pro-Tesorero y Vocales.



Primera piedra colocada en la Unidad Deportiva

El 5 de Marzo de 1964, fue colocada la primera piedra de la Unidad Deportiva, contando con la presencia de los licenciados. Humberto Romero, Srío. Particular del Sr. Presidente de la República y Agustín Arriaga Rivera, Gobernador del Estado, construida gracias a la cooperación del municipio y por el acuerdo del C. Presidente de la República, Adolfo López Mateos.

Estando presentes el Presidente Aureliano Aguirre Ávila y su secretario, el constructor y diseñador, el Arquitecto Eugenio Torres, el 31 de Octubre de 1964 hizo entrega de la Unidad a las autoridades Municipales la cual constaba de los siguientes elementos:
Una Conserjería, Juegos Infantiles, Monumento y Plazoleta, un Lote de Jardines y Bancas, un Diamante de Béisbol, 2 Canchas de Básquetbol, un Auditorio, una Alberca, unos frontones, una Pista de Atletismo de 400 metros con un Estadio Olímpico y 2 canchas de fútbol.

Fue Inaugurada con el nombre de “Unidad Deportiva Hermanos López Rayón” el domingo 01 de Noviembre de 1964 a las 9:00 am. El presidente municipal de Uruapan, Aureliano Aguirre Ávila, hizo la cordial invitación a varios elementos contando con la presencia de C. Secretario de Educación Pública, el Dr. Jaime Torres Bodet; el Gobernador Constitucional del Estado de Michoacán, Licenciado Agustín Arriaga Rivera y Directivos y filiales de Clubes deportivos para acompañarlos a este acto.



El Terreno para la Construcción de la Unidad Deportiva Municipal de Uruapan mide 400 metros Norte Sur por 250 Oriente Poniente, fue adquirido a Isabel Bustamante de García de Alba; anteriormente era una ex -hacienda. La aportación monetaria la dio el Ayuntamiento por un total de \$472, 500. 00. Dicho costo se distribuyó en la compra del terreno, la introducción de agua potable y luz, así como los gastos de mantenimiento por mes de los encargados y trabajadores de la Unidad.

Se llevó a cabo el proyecto, y año con año se comenzó a incrementar y completar con más instalaciones, en el año de 1977 se colocó 1 cancha de básquetbol y 1 cancha de fútbol; en 1979 fueron construidas 4 canchas de tenis; en 1985, el campo de béisbol fue adaptado para jugar fútbol profesional; en 1987 fueron construidas 2 canchas de voleibol; en 1989 1 cancha de basquet ball y, en 1992, 2 canchas de voleibol.

Desde febrero de 1994 hasta diciembre del año siguiente, se realizaron algunas obras de mantenimiento a las instalaciones, resanando los pisos de los juegos infantiles, construyendo bardas perimetrales en el Estadio, reconstruyendo el drenaje de los baños del Auditorio al Área de Juegos y del canal de aguas negras, reconstruyendo las cunetas en toda la Unidad, se moldearon los sanitarios públicos del Estadio y vestidores de los jugadores y árbitros, se colocaron mallas para detener el voladero de balones, se pintaron todas las bardas perimetrales, todos los juegos infantiles, el auditorio, las bancas y 15 tambos de deposito de basura, se construyeron bardas perimetrales y accesos para los minusválidos (rampas).



El 1 de Enero de 1996, a las 16:45 pm, en las oficinas de la Presidencia Municipal, el C. José Robledo Estrada cede el cargo de presidente municipal en el puesto de elección popular, terminando su periodo de administración, a la Sra. María Doddoli Murguía, siendo la presidenta entrante. A ella le entregó un estado de recepción de la Unidad Deportiva, en el cuál se mostraban muestras de abandono en el mantenimiento de algunas zonas deportivas.



Auditorio de la Unidad

En el año 2000 el presidente municipal, Juan Elvira Quezada, hizo colocar una estatua que se encuentra dentro de la Unidad. Dicha estatua es un hombre simbolizando deporte. El presidente en ese entonces dirigió un apoyo económico a la Unidad de un millón y medio de pesos para su remodelación y se logró empastar las áreas, poner jardineras, remodelar el Auditorio, la Alberca, Juegos, puestos comerciales, y a la pista de Atletismo se le colocó drenaje evitando que se inundaran en temporadas de lluvia la pista, las canchas de fútbol y Voleibol. Sólo en dicho año se ha brindado ayuda, y en los años siguientes ya no se ha brindado ninguna otra aportación.

Ahora se tienen planeados varios proyectos que se puedan llevar a cabo en un futuro en la Unidad, como es el espacio de «zona x», en el cual se realizaran deportes de rampas para skate.



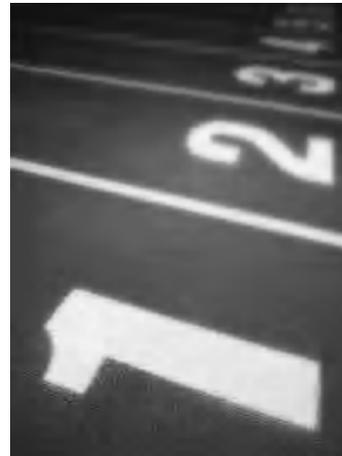
4.3 CUATRO. TRES OBJETIVO DE LA UNIDAD



La Unidad Deportiva tiene como objetivo brindar un espacio e instalaciones a la comunidad de Uruapan para la realización y práctica de algún tipo de ejercicio o deporte logrando una convivencia social saludable y así lograr que los niños, jóvenes y adultos tengan una vida más saludable y fuerte, evitando las múltiples incitaciones a las drogas, alcohol, cigarro, delincuencia que afectan a nuestra población.

4.4 CUATRO. CUATRO UBICACIÓN

La Unidad Deportiva Hermanos López Rayón cuenta con una extensión de 9 hectáreas; colinda, al norte, con la calle Ricardo Flores Magón; al sur, con la vía del tren y la carretera a Taretan; al oriente y poniente, con casas habitadas.



4.5 CUATRO. CINCO INSTALACIONES

Actualmente, la Unidad cuenta con las siguientes instalaciones deportivas, administrativas y recreativas:

- 1 Administración
- 1 Pista de atletismo
- 3 Canchas de fútbol
- 1 Estadio de fútbol (con capacidad para 5,000 personas)
- 4 Canchas de básquetbol
- 1 Auditorio techado (con capacidad para 1,500 personas)
- 6 Canchas de Voleibol
- 4 Canchas de tenis
- 1 Frontón de mano
- 1 Frontenis
- 1 Alberca
- 1 Chapoteadero
- 1 Cenador grande
- 1 Área comercial
- 1 Pared de rappel
- Áreas verdes
- Área de juegos Infantiles



Instalaciones de la Unidad Deportiva



PERSONAL

ÁREA DEPORTIVA Y DE RECREACIÓN

Son 26 personas las encargadas del mantenimiento y funcionamiento de las áreas administrativas y de recreación en la Unidad Deportiva, las cuales se distribuyen de la siguiente manera:

ÁREA ADMINISTRATIVA

- 1 Administrador.
- 2 Auxiliares Administrativos (uno para la Unidad y otro para la promoción deportiva).
- 1 Secretaria
- 3 Personas para cobrar las entradas



MANTENIMIENTO

- 4 personas en el área de limpieza.
- 2 Policías.
- 1 Velador cuida todas las noches la Unidad
- 1 persona en Jardinería.
- 1 persona encargada de la alberca
- 1 persona para cobrar las entradas
- 1 instructor de natación
- 1 Soldador y 1 auxiliar



ENCARGADOS DE ÁREAS

Son 10 personas encargadas de las Áreas; cada una se encarga de mantener limpia una sección en especial.

- 1 persona para las canchas de Básquet.
- 1 persona para las canchas de Tenis.
- 1 persona para las canchas de Fútbol.
- 1 persona para las canchas de Voleibol.
- 2 personas para la pista de Atletismo.
- 1 persona para el kiosco.
- 1 persona para el área de Juegos.
- 1 persona para el campo de Fútbol.
- 1 persona para jardinería.



4.6 CUATRO. SEIS SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

El plantel cuenta con ciertas ventajas que la hacen ser agradable y accesible para las personas:

DIMENSIÓN: cuenta con área suficiente para el buen uso de las instalaciones, para satisfacer necesidades deportivas y, así, lograr el buen funcionamiento de la Unidad Deportiva.

ACCESOS: Cuenta con facilidad de acceso, tiene dos rutas de transporte colectivo (centro-Unidad Deportiva e Infonavit patria-Unidad Deportiva) para los visitantes.

ESTACIONAMIENTO: Cuenta con un estacionamiento de autos para usuarios y visitantes.

INSTALACIONES DEPORTIVAS: Las canchas deportivas son suficientes. Si se manejan al límite, pueden dar servicio hasta a 150 000 habitantes, como capacidad máxima por visita al plantel.

VEGETACIÓN: Posee un gran número de árboles (los cuales, al estar en el plantel, transmiten frescura), jardineras para la decoración y mantenimiento de los pastos, logrando hacer más agradable la visita.



52- Fachada de la Unidad Deportiva



No obstante, aunque la Unidad presenta ciertas ventajas, carece de factores que le ayuden a proporcionar al usuario la información clara y precisa acerca del uso, funcionamiento e identificación de las instalaciones dentro del plantel.

Ello es provocado por la falta de un sistema de señalización en el que se exponga, a través de gráficos y señales, todas y cada una de las instalaciones que brinda el plantel. Ahora es muy difícil y confuso para el usuario definir en qué lugar se encuentra la zona que requiere para llevar a cabo cada actividad deportiva y recreativa.



Hay confusión en el plantel y a la vez peligro (al no tener conocimiento de las precauciones en las áreas), para el usuario por no establecer la información adecuada, el problema ocurre por la falta de información en cada una de las instalaciones, así el usuario ignora varias indicaciones, reglamentos e información importante sobre esa zona, haciendo responsables de las consecuencias a los encargados de esta área. Las confusiones para el visitante comienzan desde el instante que llega a la taquilla, ya que no se hace visible el costo de la entrada. Tampoco se le hace saber que ahí mismo se encuentran las oficinas, la administración y servicio de primeros auxilios. El mayor problema de la Unidad es la falta de conocimiento de cada una de las instalaciones que se encuentran en dicho plantel y el como dirigirse a ellas, provocando que el usuario pierda el tiempo cometiendo errores al tratar de identificarlas.



4.7 CUATRO. SIETE VISITANTES

EL USUARIO

Los usuarios de la Unidad Deportiva, son personas con una meta en común, que es satisfacer las necesidades deportivas, de recreación y de esparcimiento, para que su cuerpo esté en un balance físico, mental y psicológico adecuado.

Los usuarios que visitan la Unidad Deportiva se clasifican en 3 tipos:

A) INTERNO

Son personas que tienen un tiempo mayor de permanencia en el espacio deportivo, desarrollan actividades de mantenimiento, aseo y funcionamiento, para que los espacios estén en óptimas condiciones para la atención de la gente que lo visiten. Los usuarios internos son; el administrador, las secretarías, los intendentes y los veladores.



B) EXTERNO

Son personas que permanecen en el espacio deportivo para satisfacer las necesidades físicas y recreativas, utilizan la mayoría de las áreas comunes y públicas. Aquí, la edad del usuario varía desde 1 año hasta 99.

Visitan el lugar frecuentemente; la mayoría son personas que se encuentran cerca del plantel; niños, adolescentes, jóvenes, adultos, ancianos y personas con limitantes físicas. El usuario es mental, física y psicológicamente de todos los tipos y cualquier sexo.

C) EVENTUAL

Son las personas que vienen de otras ciudades o zonas retiradas del plantel, con la finalidad de competir o participar como espectadores de algún deporte, o que buscan diferentes actividades que en su plantel no hay, o el simple hecho de conocer el lugar. Dichos usuarios varían en su edad, su físico y sexo.





Las temporadas altas son en los meses de Marzo, Abril, Mayo, Julio y Agosto. Relativamente son altas, ya que algunas veces son perjudicadas por las lluvias, haciendo que el porcentaje de visitas baje. El mes más bajo es Diciembre; también principios de Enero. En este periodo, el visitante se olvida un poco del deporte y se dedica mas a vacacionar o a las festividades. Otro tipo de variación en las temporadas son tomadas por áreas por ejemplo: en la Alberca se incrementan las entradas en Semana Santa ya que el calor se eleva pero, en esta misma instalación en el mes de Diciembre y Enero baja, porque comienza la temporada de invierno.

PORCENTAJE DE VISITAS

Actualmente, el porcentaje de Visitas en la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón mensualmente es aproximadamente de 40, 000 personas. Es una institución activa, pero al mismo tiempo cuenta con algunos días o temporadas bajas; los Lunes y Miércoles son días de acceso tranquilo con un promedio de 1,400 entradas que equivale monetariamente a \$2,000 pesos, los fines de semana Sábado y Domingo son los días mas altos de visitas con un promedio de 4,500 a 5,000 personas. Cuando se trata de eventos grandes de ligas de deportes organizados y llevados a cabo en el Auditorio de la Unidad, el promedio de entrada es más elevado, hasta de 12,000 personas.

altas

media

bajas

AUMENTO DEL NÚMERO DE VISITAS

Para lograr un aumento de visitantes a la Unidad Deportiva se han implementado nuevos programas de afiliación física, de grupos abiertos con personas que asisten de dos a tres veces por semana, los cuales van creciendo consecutivamente, comenzando con 7 grupos y actualmente con 14 grupos.

En el caso de los niños se aplican y realizan clases de natación, competencias deportivas, y así mismo logrando que los espectadores a dichos eventos regresen a visitar el plantel.

Fomentar interés, apoyo y amabilidad a los encargados e integrantes de las ligas deportivas, ya que son una base importante para el ingreso de la Unidad. Pero ante todo, lo importante es brindar una buena calidad de servicio, ya que así los visitantes se sentirán en un ambiente cómodo logrando satisfacción en ellos, y que ingresen a la Unidad cotidianamente.



4.8 CUATRO. OCHO SITUACIÓN ACTUAL DE SEÑALIZACIÓN E IDENTIDAD EN LA UNIDAD DEPORTIVA

Se ha intentado llevar a cabo una señalización dentro del plantel pero, por falta de presupuesto, no se ha colocado completamente.

Actualmente, hay señales colocadas en algunas partes y zonas del plantel (como en los jardines, la alberca y la pista de atletismo). Otras partes no tienen; hay algunas señales de protección civil desde el año 2000, y se reforzaron algunas, pero la señalización es muy irregular: sólo son letreros sin diseño, ni estándar, ni colores, ni imagen, y esto las hace disfuncionales.

La utilidad que tienen es prevenir y guiar a las personas.

En varias de las zonas hace falta tener reglamentos, señales de cobro y refuerzos del mensaje. Es importante universalizar las señales, para que la gente sea más práctica y se conduzca toda sobre el mismo comportamiento.

Se deben distinguir todas las áreas; cada zona debe tener su identificación, ya que hay que especificar al mismo tiempo el número de cancha (son varias). Hay que marcar los caminos para no pisar los jardines o las áreas restringidas.



Señalización de atletismo en lámina implantada actualmente.



Señalización de Protección Civil, aplicada en el año 2000.



¿QUÉ SE HA HECHO?



Reglamentos actuales en la Unidad



Por la falta de señalización hay un descontrol, por ejemplo en la entrada y salida, ya que las personas no saben hacia dónde dirigirse.



Señales restrictivas actuales en la Unidad



En cuanto a la identidad visual, no cuentan con una, sino sólo con una imagen. Durante la gestión del Ingeniero Juan Elvira, se realizó el logo que tienen actualmente, pero no es muy funcional porque no está bien realizada la imagen y, además, está saturada de colores, lo cual la vuelve cara e impráctica. La imagen que es usada para documentos, oficios, tarjetas de presentación y hojas membretadas es la del Ayuntamiento; también se tiene un espacio Web de la Unidad en la página del Municipio de Uruapan, en la sección de Deportes pero, como la imagen propia de la Unidad Deportiva no se ha dado a conocer externamente, se puede crear una nueva y hacerla efectiva y funcional y de esta manera darle una mejor presentación a la Unidad con el público.



Tarjeta de presentación de la Unidad Deportiva



Hoja Membretada actual de la Unidad



Imagen actual de la Unidad Deportiva

El significado y lo que refleja la imagen de la Unidad es impulsar el Deporte, que se practique, apoyado con el eslogan que dice: "practica el deporte para una sociedad más sana", promocionarlo para que la gente lo practique y para que la sociedad tenga un mejor nivel de vida, mejorando su salud y así evitar enfermedades como el sobrepeso.

4.9 CUATRO. NUEVE ANÁLISIS DE SOLUCIONES DE DISEÑO EN INSTITUCIONES SIMILARES A LA UNIDAD DEPORTIVA

En el municipio de Michoacán se encuentran varias Unidades Deportivas, como son:

1 en Apatzingán
2 en Pátzcuaro
2 en Zacapu
3 en Zamora
1 en Tepalcatepec
1 en Tancítaro
1 en Jiquilpan
6 en Morelia

Unidad Deportiva en Apatzingán

Las instalaciones deportivas con las que cuenta están en buenas condiciones básicas, cuenta con las siguientes áreas:

- 1 cancha de fútbol
- 2 canchas de básquet
- 2 de voleibol
- 1 área de juegos

No cuenta con Identidad visual y en cuanto a señalización, sólo con algunas indicaciones hechas sobre una hoja de metal.



Unidades Deportivas en Pátzcuaro

Las instalaciones deportivas se encuentran en muy mal estado ya que están descuidadas. Las zonas con las que cuenta son:

- 1 cancha de voleibol
- 1 área de juegos infantiles
- 1 cancha de fútbol con gradas
- 1 de básquetbol
- 1 fútbol rápido. No cuenta con una Identidad visual ni señalización, ya que son instalaciones muy pequeñas y básicas.

Unidad Deportiva en Zacapu

Cuenta con instalaciones deportivas muy deterioradas, descuidadas. Tiene:

- 1 cancha de fútbol
- 1 de basquetbol
- 1 de voleibol
- 1 área de juegos infantiles

Se encuentran al aire libre. No cuenta con señalización, ni Identidad visual.



Unidad Deportiva en Tepalcatepec

El municipio destinó un terreno para crearla y así destinarla para que su comunidad realice actividades deportivas. Cuenta con:

2 canchas de básquetbol

3 canchas de voleibol

1 cancha de fútbol

1 área de Juegos Infantiles

Ninguna de las canchas es adecuada para realizar bien deporte. (están mal orientadas, carecen de señalización y también de Identidad visual).



Unidad Deportiva en Morelia

En Morelia se cuenta con 6 Unidades Deportivas, las cuales tienen muy buenas instalaciones y se mantienen en buen estado ya que existe una dirección-coordinación, que se encarga de administrar las 6 unidades y existe otro departamento que se encarga de darle difusión, promoción y así mantenerlas vivas. Tienen un presupuesto para realizar sus desarrollos y esto ayuda mucho a que mejore. En cuanto a su Identidad visual, cuenta con tarjetas de presentación y hojas membretadas, que únicamente tienen plasmado los datos de la unidad y el logotipo del ayuntamiento y no cuentan con una señalización.

Cuentan con:

2 canchas de básquet

2 voleibol

2 fútbol

2 tenis

1 área de juegos infantiles

1 frontón



Unidad Deportiva en Jiquilpan

Esta se encuentra ubicada sobre la Avenida Lázaro Cárdenas, cuenta con dos accesos (uno peatonal y vehicular), tiene un estacionamiento para 80 automóviles y en la parte frontal de la Unidad cuenta con un área de estacionamiento para 300 vehículos. Tiene una construcción tradicional. Hay 9 personas encargadas del funcionamiento y mantenimiento de las áreas administrativas, deportivas y de recreación. Cuenta con:

sanitarios

vegetación

sistema de drenajes de buena calidad

1 Administración

1 pista de atletismo

1 cancha de basquet

1 futbolito

1 cancha para fútbol rápido

1 frontón

1 puesto de consumo.

Carece de rampas para discapacitados, no tiene iluminación artificial, no cuenta con una señalización ni Identidad visual, no tiene personal que brinde entrenamiento a los usuarios en las distintas disciplinas deportivas.



Unidades Deportivas en Zamora

Las Instalaciones que tienen están en buen estado y completas. Cuenta con:

2 canchas de fútbol

2 basquetbol

2 tenis

2 voleibol

1 área de juegos infantiles

1 pista de atletismo

Tienen participación de ligas de los diferentes deportes; y, así, la realización de eventos.

No cuenta con señalización, ni Identidad visual.



Unidad Deportiva en Tancitaro

Aquí las instalaciones deportivas se encuentran muy deterioradas y atrasadas, los fines de semana las instalaciones son visitadas por personas del municipio y de pueblos cercanos, realizando competencias. No cuenta con muchas canchas deportivas donde los adultos puedan practicar, así que mucho menos existen instalaciones infantiles donde los niños comiencen a desarrollar sus habilidades deportivas. Cuentan con:

1 diamante para jugar béisbol

1 cancha de fútbol

1 basquetbol.

Estas están en un estado muy deteriorado, y tienen varias deficiencias. No cuenta con señalización, ni reglamentos, están al descubierto y son insuficientes para que la comunidad pueda realizar algún deporte. Por ser instalaciones mínimas no cuenta el plantel con una identidad visual.



4.10

CUATRO. DIEZ ANÁLISIS DE SEÑALIZACIONES DE DIFERENTES PLANTELES

A continuación se analizarán señalizaciones, aplicadas en diferentes categorías de planteles, como son

Biblioteca
Hospitales
Universidades
Central Camionera
Carreteras
Taller Mecánico
Parques Deportivos
Metro (Tren subterráneo)
Zoológico
Empresa
Centro Comercial



BIBLIOTECA



Esta señalización es de la Biblioteca Don Vasco situada en Uruapan, en la cual utilizan un color verde para darle vida; están realizadas por medio de estilizaciones.

Tiene un formato de trovicel verde con varios cortes irregulares, los textos están realizados con letra Eras Black y su impresión es en Vinil.

PREVENCIÓN EN UNIVERSIDAD



Señalización de prevención en la Universidad Don Vasco, situada en Uruapan Michoacán. Aquí utilizan diferentes colores en cada aplicación, un color verde, uno rojo para las alarmas y uno azul para las informativas, Están realizadas de forma positivo-negativo y negativo-positivo, con unas estilizaciones de plasta. Los textos están realizados con letra Arial Black, y los formatos son cuadrados, estan impresos en vinil sobre trovisel blanco, son formatos básicos y obligatorios, impuestos por Protección Civil Municipal.



CLÍNICA

Señalización de la clínica Fray Juan, situada en Uruapan. Utilizan un color azul para reflejar calma, confianza y frescura. Están realizadas sólo con texto. Tiene un formato con forma recta combinada con dos ondas a los lados. Las señales están realizadas en negativo- positivo, son muy legibles y funcionales, ya que utilizan una tipografía Optima Bold, su impresión es vinil sobre trovisel azul marino.



CENTRAL DE AUTOBUSES

Señalización de la Central Camionera, situada en la ciudad de Uruapan, Michoacán. Utiliza un tipo de estilizaciones universales, con diferentes colores (negro para los baños, el cual no es muy utilizable para este tipo de señales). Tiene un formato cuadrado de trovisel blanco con puntas curvadas; su impresión es de vinil negro, utiliza un margen para resaltar la imagen y el formato.





HOSPITAL

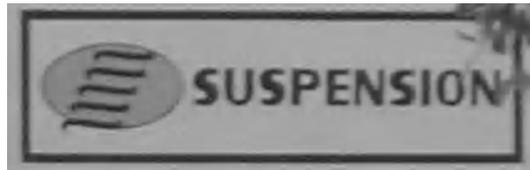
Señalización del Hospital Fray Juan de San Miguel, situado en Uruapan.

Son unas señalizaciones no muy específicas ni entendibles, Utilizan un color azul y magenta, esto es para resaltar más la imagen y darle frescura. Hay otras de protección color verde. Están realizadas por medio de estilizaciones en plasta. Tienen un formato de trovisel blanco, cuadrado y pequeño, lo cual los hace prácticos sin perder legibilidad. Los textos están realizados con letra sin patines, lo cual los hace más entendibles. Están impresos en vinil magenta y azul marino.

TALLER MECÁNICO

Señalización de un taller mecánico situado en Uruapan.

Utiliza un color amarillo con azul, lo cual contrasta y la hace visible sus señales. Cuentan con una imagen estilizada en plasta, acompañada de tipografía (por si una de las imágenes no es entendida). Se realizaron en un formato rectangular; están pintados en la pared de la empresa. Usan una letra sin patín, para ser visible.



ZOOLÓGICO

Zoológico ubicado en Argentina. Utiliza un estilo muy diferente, innovador y agradable y a la vez sofisticado. Utilizan un formato circular con la estilización del animal en bajo relieve y sin colores solo el gris. Es un formato creativo por ser circular el cual no es muy utilizado en señalizaciones, contiene la descripción de dicho animal en texto y apoyado por una imagen del animal estilizada o simplificada, la tipografía es legible con un pequeño patín. Tienen otro formato, el cual es más recto pero con terminación curva; utilizan colores como rojo y amarillo, juegan con la imagen de cada animal dentro de un círculo la cual la hace resaltar y darle un efecto positivo/negativo, lo cual lo hace agradable y funcional. Los formatos son de trovixel blanco con impresión en vinil y otros son de lamina con huecograbado.



SUBTERRÁNEOS

Señalización subterránea de la ciudad de Buenos Aires.

Utilizan un formato rectangular, con diferentes colores para diferenciar cada zona, como son rojo, azul, morado, amarillo y azul cielo.

Llevada a cabo solo por texto, con una letra Sanserif. Es un diseño sencillo pero agradable. Son rotulos horizontales luminosos.



CIUDAD

Señalización para el puerto turístico en Argentina. Un nuevo diseño y formato de señalización, no común; es para poder identificar diferentes zonas importantes de la ciudad. Su formato es un tamaño más grande que la figura humana. Cada uno utiliza gamas de colores vivos e imágenes e ideas nuevas representativas. Tienen forma de flecha para así indicar la dirección a la cual se dirige el caminante. La tipografía con la cual se apoya la información es una Futura, lo que ayuda a que sea visible y entendible a mayor distancia. Estan hechos en trovicel blanco armado y con una impresión electrostática en serigrafía.



VIAL

Señalización Vial de Perú. Utiliza colores vivos (como rojo, verde y azul) estan realizadas con imágenes en positivo en plasta, cuenta con un formato rectangular horizontal y vertical, y algunos cuadrados. La tipografía para reforzar la imagen con texto es Arial. Su formato es de lamina con impresión en vinil.



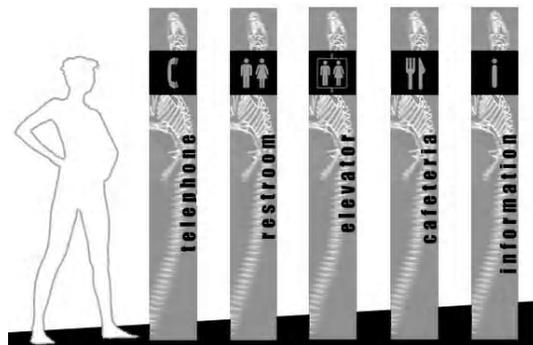
UNIVERSIDAD

Señalización aplicada a una Universidad de la ciudad de Washington D.C. Es muy sencilla, sobre lámina delgada, realizada sólo por texto en vinil y flechas; es muy ordinaria, sencilla, utilizan tipografía Arial que es muy legible a distancia, con colores contrastante y llamativos como son naranja con gris oscuro. Los Directorios y señales informativas están hechos en trovical blanco e impresos en vinil.



EMPRESA

Señalización de un Aeropuerto en E.U.A. Se utilizó un estilo adecuado, elegante, funcional, entendible y llamativo, hecho a escala humana, realizado con estilizaciones en plasta. Las señales son fáciles de captar y entender, acompañadas de texto que las refuerza y es legible; el formato es vertical, y la dirección está integrada en la misma señalización. Utiliza un elemento decorativo en el fondo, en un color que no es intenso; esto, para que no pierda visibilidad con la información sino, al contrario, que la ayude a verse más alegre. Su formato es de plancha de aluminio e impreso en vinil naranja.



ZOOLÓGICO

Señalización para el Zoológico Temaikén de Buenos Aires. Se utilizan dos tipos de formatos, uno rectangular y otro obalado para el mapa del lugar. En las señalizaciones viene una estilización del animal representado, acompañada de texto que brinda conocimiento al visitante sobre lo que ve y visita. Utilizan una tipografía muy sencilla y legible, arial. Los colores que utilizan son azul y naranja. El formato ovalado es de trovicel con impresión electrostática y las demás en vinil.

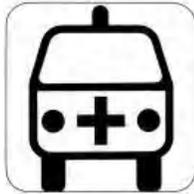


HOSPITAL

Señalización para un hospital en Buenos Aires Argentina. Aporta un estilo diferente ya que utiliza como fondo y base una retícula a cuadros; conformada de estilizaciones simples de plasta, para el texto se utiliza una Tipografía Arial, se juega más con los colores, rojo, blanco y azul, se nota la creatividad en cuanto a las formas; son agradables y entendibles. Cuentan con un formato de trovisel blanco rectangular vertical y una impresión en vinil rojo y azul.

CENTRO COMERCIAL

Señalización de Centro Comercial. Es un informador muy espacioso, tosco y desagradable ya que no cuenta con un buen diseño, ni colorido, ni imágenes, lo cual lo hace aburrido. Utiliza un color verde, azul, rojo y negro. Tienen un formato vertical, recto de Vinil; la tipografía con la cual se apoya tiene patines ligeros ayudando a la legibilidad y una impresión en vinil negro, rojo, verde y azul.



Señalización realizada por medio de estilizaciones de plasta, en negro sobre fondo blanco (lo cual lo hace ser negativo-positivo), con un formato cuadrado con puntas onduladas. No cuenta con texto y es para un hospital; los colores no se me hacen adecuados ya que para un hospital se necesita algo más limpio y alegre.



Las Señalizaciones de lado derecho son de un material parecido al aluminio. Es una placa que está en un formato con terminaciones onduladas, con huecograbado y un fondo azul detrás de ella (para reforzar el texto). No tiene imágenes: sólo utiliza flechas para indicar dirección; la tipografía es visible (es Arial).

PLACAS

Capítulo 5



CAPÍTULO 5

CINCO. UNO

¿QUÉ ES DISEÑO GRÁFICO?

5.1

La Escuela Nacional de Artes Plásticas define al diseño gráfico como: «Un arte que pretende satisfacer necesidades específicas de comunicación visual mediante la configuración, estructuración y sistematización de mensajes significativos para la sociedad, por medio de gráficos y combinaciones de textos, diseñando y comunicando efectivamente.



El Diseño Gráfico recurre a dos términos: la palabra “diseño” que se refiere al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales. La palabra “gráfico” es la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos. Las dos palabras juntas: «diseño gráfico», nombre de una profesión, que es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por los medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.

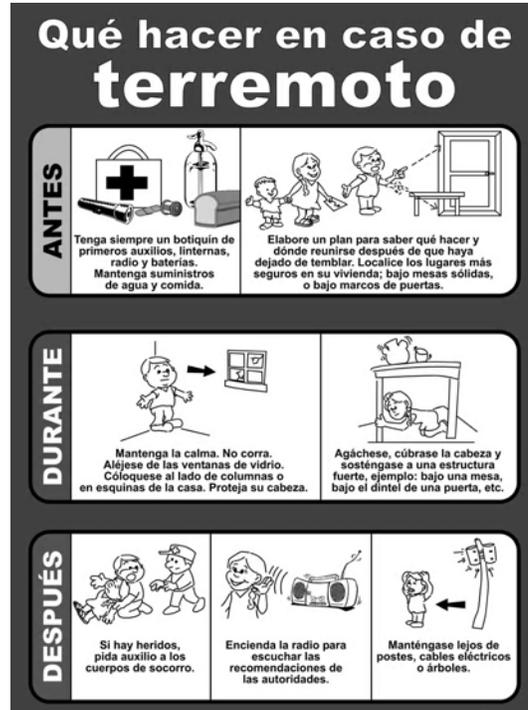
5.2 CINCO. DOS FUNCIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO



Según la ENAP, la función social del Diseño y la Comunicación Visual es la solución de problemas de interacción humana que implican la transferencia de información, la vinculación directa a los procesos de intercambio de conocimiento mediante estrategias, instrumentos, procedimientos, recursos y conceptos propios de los códigos del lenguaje visual. Así mismo, el lenguaje visual se relaciona con los demás sentidos, en especial con el oído, por lo cual incluye también a los medios audiovisuales. El diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes aplicados al diseño a través de ejercicios de percepción sensorial y expresión libre. Estudia el desarrollo morfológico, sistemas de generación de formas, teoría del color y técnicas para el análisis, formulación y construcción de mensajes visuales.

En el ejercicio profesional del Diseño y la Comunicación Visual, convergen tanto los sistemas de configuración (creación y producción) de imágenes, como los aspectos de significación (conceptualización, lectura e interpretación) de las mismas, aplicando el análisis y/o síntesis; así como la proyección de información, codificándola en el lenguaje visual y/o audiovisual, a fin de aplicarlo en los vehículos de comunicación visual de:

a) Representación. Para hacer clara y evidente la esencia del mensaje, como en la ilustración científica, el material didáctico o en los folletos instructivos.



b) Interpretación. Su objetivo es impactar o crear expectación en el receptor, como en el caso de la escenografía, la promoción comercial, los carteles de difusión, etc.



En el ámbito laboral, el Diseñador de la Comunicación Visual realiza sus actividades con gran capacidad creativa y un alto grado de responsabilidad colectiva, además de aplicar en todo momento su sensibilidad artística y conocimiento de los medios de comunicación masiva en proyectos de información y difusión de diversas magnitudes.

El Licenciado en Diseño y Comunicación Visual se vincula con todo aquel profesionalista que requiera utilizar los medios masivos de comunicación y, en particular, con administradores de empresas, educadores, científicos y publicistas, tanto en el sector público como en el privado.



Desarrolla su trabajo en talleres u oficinas, lo que implica contar con el espacio adecuado para las actividades propias de su profesión, utilizando equipo básico para el dibujo y las artes plásticas, como escuadras, pinceles, papeles, cartulinas, así como recursos tecnológicos de instrumentos y equipo de cómputo para la edición, manipulación y reproducción de imágenes.



5.3 CINCO. TRES HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO

SIGLO XIV

Gutenberg Johannes, tipógrafo alemán (1397-1468), nacido en Maguncia, inventor de la imprenta con caracteres móviles, y de una tinta que permitía la impresión de las dos caras del papel. Hacia 1444 Gutenberg realizó pruebas de textos e ilustraciones sobre láminas de metal, sistema ya empleado por otros.

En 1448 recibió ayuda económica de un familiar para que la invirtiera en un taller de imprimir. Su invento estaba tan desarrollado que, en 1450, obtuvo ochocientos florines (suma muy importante para la época) del acaudalado burgués Johann Fust, quien se convirtió en su socio a partir de 1452. El negocio montado por ambos se llamó Das Werk der Bücher y constituyó, de hecho, la primera imprenta tipográfica en sentido moderno.



Gutenberg Johannes

En 1455 completó la primera obra maestra de este nuevo arte, la célebre Biblia de 42 líneas, llamada así por ser éste el número más corriente de líneas por columna. Se editaron 120 ejemplares sobre papel y 20 sobre pergamino, de los que se conservan 33 y 13, respectivamente.



John Baskerville

En este mismo siglo XV se dio una gran producción de libros, pero se comenzó a degradar el grabado xilográfico, al extremo que los artistas rehuyen sus colaboraciones con este procedimiento y entonces se introduce un procedimiento nuevo: el grabado calcográfico (sobre plancha de metal) que permite grabar el trazo directamente.

SIGLO XV Y XVI

En el siglo XV se enmarcó el nacimiento y desarrollo de la tipografía y el renacimiento de la caligrafía, la cual se produce en Francia y España, donde se muestran las secuelas de iniciativas y experimentaciones gráficas, calidades de los diseños tipográficos, la armonía entre mayúsculas, minúsculas y cursivas, y el preciso contenido ornamental presente en algunos trazos.

La Tipografía llamada «celebérrima Garamond», fue fundida en 1545, y es la tipografía romana más perfeccionada.

John Baskerville fue el impulsor de la tipografía inglesa y diseñó un tipo genuino en 1754 (Baskerville), la cual posee notable claridad y elegancia. Los aportes de Baskerville fueron muy innovadores y eficaces; entre ellos, el uso del papel satinado para facilitar una impresión nítida y brillante y la variante del uso a voluntad de la interlínea o espaciado entre líneas de texto impreso.

ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZÀ
 ÅÉÎÏÏØÛabcdefghijkl
 mnopqrstuvwxyzàåéîïø
 ü&1234567890(\$£.,!?)

En el siglo XVI se presenta una energía creadora con que se dio origen a innovadores diseños de tipos, normas de composición, ilustraciones y encuadernaciones, conjuntamente con representantes de gran prestigio.



Texto ornamentado



SIGLO XVII

La caligrafía comenzó a decaer y terminó convirtiéndose en un estilo ornamental; sin embargo, es importante resaltar que esta desviación de la caligrafía logró aportar un conjunto visual que constituyó un recurso gráfico, que la futura imagen publicitaria incorporó a su repertorio lingüístico.

La evolución de las etiquetas de productos comerciales, el texto, el ornamento y la ilustración son componentes que van apareciendo sucesivamente por orden, en un momento histórico en el que la imagen empieza a valorarse como complemento del texto y no, como hasta entonces, como único elemento susceptible de ser leído por el público.



SIGLO XVIII EL SIGLO DE LA RAZÓN

El siglo XVIII al XIX fue de transición y normalización.

La lectura se hace una necesidad para las clases superiores y, por esta razón, crece la demanda en el negocio de la venta de libros; la gran invención de esta época fueron los Periódicos, los cuales se difundieron desde principios del siglo XVII.

En 1730 aparece en Londres el primer diario comercial, dedicado a la publicación de anuncios de ofertas y demandas, algunos realizados con formatos pequeños e ilustrados con xilografías.

El hecho histórico de mayor importancia del siglo XVIII fue la Revolución Francesa (1789), la cual establece una sociedad igualitaria que proclama libertad de prensa, la cual convierte a los diarios y periódicos en productos de consumo masivo de la sociedad.



La practica de la propaganda política introdujo, a su vez, a la caricatura y la sátira, como nuevo elemento gráfico desde 1789. Ésta se utilizó como una forma de lucha contra las ideas y formas despóticas de poder, disminuyendo su fuerza a través de la ridiculización; de esta manera, la caricatura suaviza o acusa el perfil crítico sin perder su contenido original, sea éste de orden político, social o religioso.





Linotipia

SIGLO XIX Y XX

En 1814 se inaugura oficialmente la era de la mecanización de la industria de la impresión, incorporando la máquina semiautomática proyectada por el alemán Friedrich Koenig; posteriormente surge la linotipia. La sustitución de las arcaicas prensas permitió la ampliación de los formatos de papel a imprimir, con lo cual los papeles y las letras pudieron superar los límites de los anteriores, pequeños y estrechos formatos.

En este siglo XIX, se crean las tipografías finas, negras y super negras (según el grueso del palo), y las estrechas o chupadas y anchas (según el ojo de la letra); así mismo se distinguen tres familias genuinas: las egipcias, las antiguas, grotescas o góticas y la escritura inglesa.

Rowland Hill crea el sello de correos, se asume la técnica del grabado calcográfico como unidad estilística propia y aparece el billete con el uso del papel moneda.

Con el desarrollo de la nueva tecnología de composición y prensa, en las últimas décadas del siglo XIX, la impresión manual cambió a automática.

La tecnología proporcionó nuevos medios gráficos a ilustradores y diseñadores, afianzando al Modernismo como el estilo dominante del siglo XX.



PRINCIPALES REPRESENTANTES DEL DISEÑO

A lo largo de la historia gran diversidad de movimientos artísticos se han visto representados por importantes diseñadores, entre ellos: Aubrey V. Beardsley, destaca como dibujante y es llamado «el discípulo del diablo». Beardsley, reflejó el arte decadentista de fines del siglo XIX, influido por el arte oriental utilizó ornamentos con este estilo y en sus diseños el predominio de los espacios en blanco, brilló en la ilustración de libros como «Salomé» de Oscar Wilde (1894).



Obra Peacock Skirt by Aubrey Beardsley



Christopher Wren



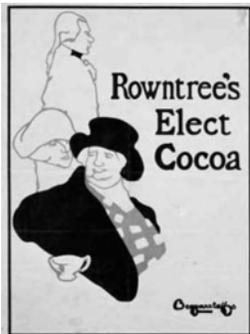
Obra de Walter Crane

Otros representantes destacados fueron el notable arquitecto inglés de la segunda mitad del siglo XVII, Christopher Wren y el acuarelista y pintor Walter Crane, precursor del renacimiento de las artes (Modernismo) y del Art and Craft. Crane ilustró libros de cuentos infantiles como El Grimm, Robin Hood y Don Quijote.



Obra por, Charles R. Mackintosh.

Uno de los más notables precursores del racionalismo fue Charles R. Mackintosh, destacó por sus construcciones geométricas y por su dedicación en la elaboración de carteles, muebles y objetos ornamentales, así como la búsqueda de la estilización de las formas rectangulares combinadas con suaves curvas.



Carteles de Beggarstaff Brothers

El británico William Nicholson fue pintor, impresor y diseñador de teatro. Empezó su carrera profesional como diseñador de carteles y como ilustrador de libros, donde utilizó contrastes llamativos de negro y blanco.

En 1894, Nicholson colaboró en planes del cartel con su cuñado James Pryde y los dos se dieron a conocer como los Hermanos de Beggarstaff (Beggarstaff Brothers).



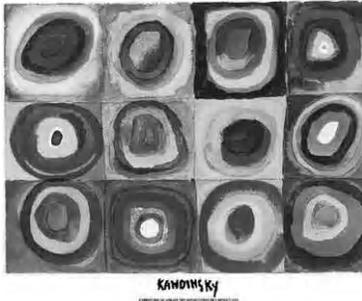
En Perú el pionero del diseño peruano es Claude Dieterich, uno de los calígrafos más profusos y dueños de una excelencia y perfección pocas veces vista, quien después de trabajar en París en diversas agencias de publicidad y en el diseño de revistas, se establece en Lima implementando las influencias europeas en el diseño gráfico contemporáneo de América Latina.



En Colombia, la obra impresa más antigua del país data del siglo XVII. La figura colombiana más relevante es David Consuegra, quien fundó un grupo en la Universidad de Bogotá brindando su experiencia y talento. Otros representantes del diseño en Colombia son Marta Granados, Antonio Grass y Dicken Castro.



En Argentina prevalece una fuerte influencia francesa, los mejores cartelistas argentinos de la historia son Arnaldi y Valerian Guillard. En los años sesenta este país era la primera potencia de América Latina en la edición de libros y otros materiales de lectura. Sin embargo, la ilustración es la especialidad en la que los argentinos han tenido mayor proyección, destacándose Castagnino, Sabat, Quino, Mordillo y Tomás Maldonado.

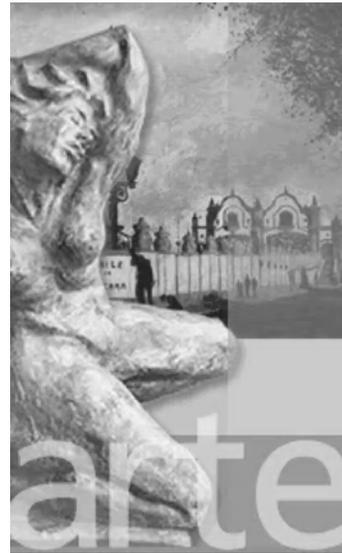


MOVIMIENTO MODERNO Y NEOMODERNO

La pedagogía del diseño moderno es la disposición repetitiva de una colección de signos, según determinadas reglas de combinación. La tarea predominante de la teoría moderna del diseño ha sido organizar los elementos geométricos y tipográficos en relación con oposiciones formal estables como ortogonal/diagonal, estático/dinámico, figura/fondo, lineal/plano o regular/irregular.

ACOGIDA DE LA BAUHAUS

Itten, Klee y Kandinsky buscaban el origen del lenguaje visual en geometrías básicas, colores puros y en la abstracción, constituyendo un análisis de formas, colores y materiales. Para ellos servían como una escritura con la que podría analizarse y representarse la prehistoria visible, por ello la Bauhaus se caracterizó por la conciencia de su separación de la historia y su anhelo por encontrar un punto de origen. La Bauhaus fue un lugar en el cual se unieron diversas corrientes vanguardistas que se dedicaron a la producción de la tipografía, publicidad, productos, pinturas y arquitectura.



EL TIPO UNIVERSAL DE HERBERT BAYER

Con la derrota del imperio alemán, muchos alemanes sintieron que debían empezar de nuevo. Diseñadores como los asociados en la Bauhaus impulsaron un nuevo modo de pensar sobre la visión y la función del entorno visual.

Para ellos el diseño no debía seguir utilizándose para reflejar y reforzar una sociedad jerárquica. Muchos miembros de la Bauhaus creían que el futuro dependía de unas leyes universales de la razón que no estaban vinculadas a las limitaciones de la cultura tradicional.



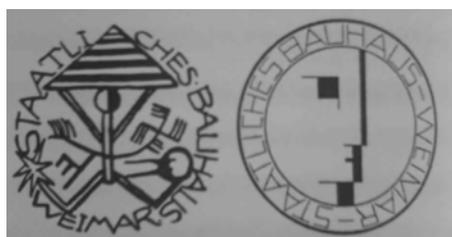
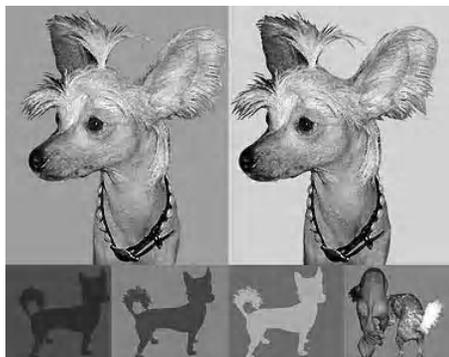
Herbert Bayer

universal
a typeface by herbert bayer
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
0123456789&æœß



Herbert Bayer fue estudiante de la Bauhaus, y Gropius lo invitó a dirigir el taller de tipografía e imprenta. Bayer desarrolló una nueva tipografía que utilizaba tipos de palo seco, filetes gruesos y retículas sistematizadas para conseguir composiciones limpias y lógicas.

Las consideraciones de estilo y expresión fueron subordinadas a la pureza de la geometría y las exigencias de la funcionalidad, este condujo a Bayer a diseñar una tipografía con formas de letras tan esenciales que se entendieran como universales. El tipo Universal diseñado por Bayer en 1925, representa una reducción de las formas de letras romanas a simples formas geométricas. Este tipo de letra abarcó a la industria y a la tecnología y se adaptó a las técnicas de en masa y métodos racionalizados.



Simbolo grafico de la Bauhaus 1912-1921 (izquierda), en 1922 fue cambiado por el nuevo diseño que perduro hasta 1933 (derecha)

En este mismo siglo XX, surge lo que es la Identidad Corporativa, la cual comenzó a desarrollarse como una disciplina especializada en el diseño. Se inicia con la invención de la marca; comenzando por los antiguos artesanos anteriores a Cristo, en seguida por las corporaciones medievales y la tercera por el industrialismo del siglo XIX.

El diseño de la identidad ya no se limita a la marca y pasa a constituir una disciplina mas completa, comenzando a desarrollarse a mediados del siglo XX.

INFLUENCIA DEL ESTILO VANGUARDISTA POP ART

El Pop Art o Arte Popular, es un producto típicamente norteamericano (aunque también se desarrolló en 1950 en Inglaterra), que aspiraba a ser un arte testimonial del tiempo que se vivía. Se caracteriza por inspirarse en la vida de la ciudad, tomando como elementos de expresión los productos masivos de la cultura, es figurativa y emplea objetos de uso diario de la sociedad consumista: botellas de coca cola, latas de cerveza, neveras, autos, comics, personajes del cine y la canción, etc. Utiliza procedimientos dadaístas (ready mades), hiperrealistas (fidelidad fotográfica) y cubistas (collages). Predomina el colorido brillante, con tintes fluorescentes y acrílicos de colores vivos.

El pop art logra tener influencia en el diseño en cuanto al uso de formas y figuras a escala natural y ampliada, así como el uso de colores puros, brillantes y fluorescentes, e iconografía estilizante, principalmente en las formas planas y volumen esquemático.

Dentro de este arte destacan artistas como Jasper Johns, Andy Warhol, Peter Blake y Roy Lichtenstein.



Bocetos del conde Biscaretti di Ruffia para la marca Lancia



Peter Behrens

De 1907 a 1914 Peter Behrens trabajó como un consejero artístico al AEG en Berlín donde creó la primera imagen corporativa del mundo.



Portada de la revista *Direction* por Paul Rand

Otro de los revolucionarios de esta época fue Paul Rand, que gracias a su trabajo y a su férreo impulso transformó la naturaleza del diseño de su país, Estados Unidos, de simple oficio a verdadera profesión. Acercando las ideas más radicales del constructivismo ruso, el De Stijl y la Bauhaus, se convirtió así en un fuerte defensor del modernismo.



Logo para la American Broadcasting Company

Desde 1932, cuando apenas era un adolescente, su trabajo ya mostraba una fuerza expresiva e innovadora que no pasó desapercibida. Y a principios de los cuarenta su trabajo había influenciado profundamente la práctica del diseño en las áreas de packing, diseño editorial y diseño de avisos en su país. La influencia de las vanguardias europeas en su trabajo cambió el arte comercial norteamericano, tiñendo los principios formales del viejo continente con la gracia y el humor nativo.



Poster para el Minute Man National Historical Park. 1974

Elogiado por su trabajo en el campo editorial, y en el diseño de avisos, sus composiciones asimétricas y sus montajes fotográficos crearon una verdadera revolución. Como diría el veterano diseñador Lois Danziger: «totalmente y sin ayuda, convenció al mundo de los negocios que el diseño es una herramienta efectiva», ejerciéndola como su profesión.



ÚLTIMAS TENDENCIAS: EL DISEÑO COMPUTARIZADO

Los avances tecnológicos y computarizados dieron paso a una gran evolución del diseño gráfico, facilitando herramientas para la creación de diseños innovadores y de gran originalidad. Al respecto, cabe destacar el uso de programas como Photoshop, Corel Draw, Free Hand, Adobe Illustrator, Macromedia Flash, Page Maker, entre otros. Los programas como Corel Draw y Free Hand son los mejores programas gráficos de nuestra época, ya que han sabido capturar la imaginación del artista, también se logra el diseño de páginas Web.

Durante el siglo XX, los medios de comunicación aportaron con su desarrollo tecnológico un mayor control del proceso gráfico a los diseñadores, ya que en los años 90 las nuevas formas de comunicación de la era digital presentaron nuevos desafíos, como es el caso del sistema de distribución de información World Wide Web (W.W.W.), contribuyendo a una rápida evolución del diseño gráfico a nivel mundial. El desarrollo tecnológico que ha obtenido el diseño, abarca varias de sus áreas como son; diseño editorial, diseño publicitario, animación, diseño de modas, diseño arquitectónico, diseño de envase y empaque y diseño multimedia.



5.4 CINCO. CUATRO ÁREAS DEL DISEÑO GRÁFICO

5.4



Diseño de modas: diseño de indumentaria (bolsos, zapatos, vestidos...)

El Diseño Grafico es una profesión que surge como una integración comunicacional de distintas especializaciones, en un campo de acción bastante amplio, en el cual el diseñador desempeña diversas actividades. El Diseño, en general, se divide en diferentes áreas, como son:



Diseño industrial: diseño de objetos (lámpara, sillas, coches...)



Diseño arquitectónico: proyectos de edificios, casas, oficinas... y su decoración.

Al Diseño gráfico, a su vez lo podemos dividir en:

Diseño editorial: Da estructura y organización a periódicos, revistas, libros, manuales de instrucción, etc. Presenta resolución gráfica de proyectos de diseño editorial, el manejo del espacio, la diagramación, la tipografía, estudia el impacto del titulado y subtulado y la puesta en página, combina imágenes y texto.



Diseño publicitario: Comprende todo lo que son anuncios, folletos, carteles, volantes, trípticos, etc. Ayuda a dar a conocer al público productos y servicios, además de a diferenciar unos de otros. Su objetivo es persuadir a las personas de hacer o comprar tal o cual cosa, crea necesidades ficticias para lograr su cometido.

Diseño multimedia: páginas electrónicas, Web y CD-ROM. Se utiliza una combinación de texto, sonido, imágenes, vídeo y animación.



Identidad corporativa: Da personalidad a un lugar, empresa o evento, ya sea público o privado, además de diferenciar un establecimiento de otro. Abarca logotipos, manuales de identidad, señalización, promocionales, vehículos, uniformes, artículos utilitarios y productos.



Diseño Audiovisual:

Los diseñadores están capacitados en el desarrollo de la tecnología, para informar masivamente por medio de este método visual y comunicativo.

Diseño de envase y embalaje o Packaging: Tiene como propósito dotar con una imagen funcional y agradable a los contenedores de los productos que consumimos día con día. Abarca todo lo que son envolturas, empaques, envases, embalajes, cajas y bolsas, lo cual da mayor presentación y originalidad a cada uno de ellos.



Diseño Digital: Uso de software para el desarrollo del proceso digital de imágenes, dibujo digital, autoedición, edición de páginas Web, animación Web, edición digital y multimedia.



Diseño de Señalamientos:

Nos ayuda a informar y dirigirnos de una manera inequívoca e instantánea. Se divide en señalización interna y externa en planteles, empresas o urbanas.



5.5 CINCO. CINCO TÉCNICAS DE IMPRESIÓN

5.5

Litografía

Es una técnica que utiliza como matriz una piedra caliza y porosa. Consiste en una impresión plana, es decir, la matriz no sufre ningún tipo de alteración, ni en relieve ni en hueco. La litografía se basa en la incompatibilidad que tiene el agua para mezclarse con grasa. El artista dibuja la imagen sobre la piedra litográfica previamente pulida, con materiales grasos, como lápices, barras y tintas. Una vez dibujada la piedra, se acidula, se trata con una solución de ácido nítrico y de goma arábica que sirve para fijar las zonas dibujadas, es decir, las zonas grasas a la piedra. Cuando la piedra litográfica se moja, las zonas dibujadas con tintas grasas repelen el agua, mientras que las zonas no dibujadas la retienen. La piedra se entinta con un rodillo cuando la piedra está todavía húmeda, de modo que la tinta sólo se adhiere a las zonas previamente dibujadas.

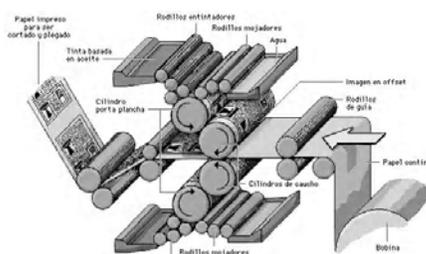
En la actualidad, en lugar de la piedra litográfica se utilizan también como matriz otros materiales como las planchas de zinc o de aluminio graneadas, puesto que proporcionan una superficie y un grano muy similar al de las piedras.



Litografía offset moderna

La función de la superficie de impresión caliza original corresponde hoy a unas finas planchas de aluminio, acero inoxidable y plásticos. Las planchas se enrollan sobre un cilindro y entran en contacto directo con el cilindro de caucho. Una batería de rodillos de goma y metálicos se encarga de llevar la tinta y el agua a la superficie de la plancha. La tinta pasa en primer lugar al cilindro de caucho y de ahí al papel. Es la Impresión más económica de la actualidad.

El tamaño de las prensas modernas de offset va desde los duplicadores pequeños alimentados por hojas utilizados para folletos y boletines o trabajos pequeños, hasta las enormes prensas que imprimen millones de ejemplares como revistas, catálogos y productos de embalaje.



Componentes de la máquina offset



Offset

Es una técnica que combina procedimientos propios de la litografía y de la fotografía, con un sistema de impresión mediante máquinas rotativas. Es denominado mantilla, transfiere la tinta al papel y a otros materiales que no pueden ser impresos de forma directa, como el plástico y los metales. Gracias a que la mantilla se adapta a la textura de la superficie que se va a imprimir, la calidad de las imágenes litográficas resulta inigualable, esta técnica está hecha para imprimir objetos en grandes series.

Serigrafía

Es una técnica plana de estampación en la cual la imagen se realiza en una pantalla de tejido natural o sintético, o bien de malla de trama fina, montadas en un bastidor. Se configura la imagen obturando las zonas que no desea estampar, mediante procedimientos manuales o fotomecánicos.

En el primer caso, se puede obstruir parcialmente la trama de la pantalla serigráfica mediante una sustancia obturadora. En el segundo caso, se aplica una película o emulsión fotosensible sobre la pantalla. En el proceso de estampación, la tinta líquida se esparce mediante una rasqueta sobre la pantalla serigráfica, de modo que se transfiere al papel filtrándose a través de las zonas no obturadas de la misma. Esta característica de la estampación explica que los colores que se obtienen son planos.

Aunque en las culturas orientales el uso de pantallas en la estampación es antiguo, su aplicación al ámbito de las artes gráficas es relativamente reciente. Es utilizada para imprimir en varios colores; estos son sólidos, sus acabados son de gran calidad y proporcionan a los impresos brillantes. Se puede imprimir en diferentes materiales, como son madera, plástico, papel, telas, carteles, papel tapiz, textiles, láminas, cubiertas para menús, vidrio, etc.



Rotativa offset

Técnica por medio de la utilización de máquinas que imprimen sobre una tira de papel continuo procedente de una bobina; la tira puede ser impresa a todo color, por ambos lados.



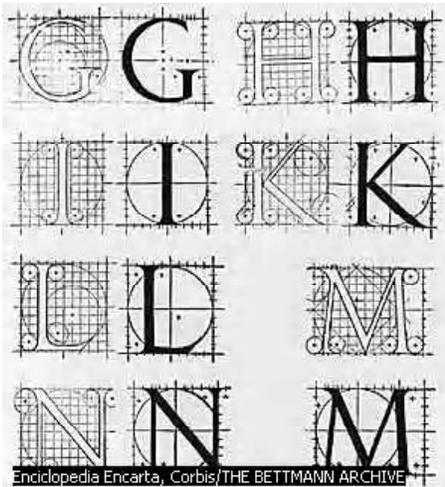
Rotulación por computadora

Es un proceso moderno y práctico. Se inicia por medio del escáner, en el cual se introduce el diseño a rotular; se logra mediante una computadora, en la cual se hacen las modificaciones correspondientes; posteriormente pasa al rotter para que se realicen los cortes necesarios sobre el vinil, del cual existen diferentes colores y es resistente a los agentes climatológicos que pueden alterar su fisonomía. Ya listos los recortes, se retiran los residuos del vinil y el diseño recogido con el transfer y humedecido totalmente para ser adherido a la superficie del material en el cual va a quedar fijado. Puede pegarse de manera muy sencilla sobre cualquier material como acrílico, plásticos transferibles, madera laqueada, metal, cristal, lonas de cloruro de polivinilo, baquelita y trovicel, este último tiene una duración de 7 a 14 años, con resistencia a los afectantes físicos.

Impresión en relieve

El fundamento del proceso de impresión en relieve es el mismo que el de un sello de caucho. Se aplica tinta a las zonas más prominentes de la superficie de impresión y se transfiere al papel o cualquier otro soporte. Dos impresiones actuales utilizadas serían la Tipografía, que utiliza una impresión de metal o plástico y una tinta de gran viscosidad, y la Flexografía por medio de una superficie blanda de caucho o plástico y tinta fluida.





Enciclopedia Encarta, Corbis/THE BETTMANN ARCHIVE

Tipografía

Es la forma más antigua de impresión; nace a mediados del siglo XV, con el invento de la imprenta metálica y móvil. A mediados del siglo XX cedió su predominio al offset por ser un proceso más rápido. Originalmente, las superficies para imprimir la tipografía eran hechas ensamblando miles de tipos de plomo que llevaban fundida en relieve una letra o una combinación de éstas, con el fin de crear páginas de texto; enseguida se aplicaba tinta en el relieve y se estampaba sobre el papel o pergamino, para obtener páginas ilustradas y con texto. La tipografía se combinaba con xilografías y grabados.

Flexográfica

Se utilizan planchas flexibles y tintas fluidas, lo cual lo hace idóneo para la impresión sobre superficies no porosas, como películas y polietilenos. Originalmente estos se construían en caucho moldeado, material más utilizado para crear sobre un único rodillo de impresión copias múltiples de una misma imagen. En 1970 aparecieron las primeras sustancias para las planchas de fotopolímero, que acortaron el tiempo necesario para fabricar y montar un juego de planchas, lo que ha permitido la extensión de dicho proceso a nuevos mercados, sobre todo a la impresión de revistas. Se pueden usar las tintas solubles en agua, con lo que resulta innecesario el empleo de disolventes tóxicos.

Las imprentas flexográficas poseen un diseño sencillo, ya que la tinta líquida se aplica a la superficie de impresión sin necesidad de ningún otro complejo sistema de entintado. La impresión se efectúa en rodillos o bobinas de soporte en hojas sueltas y las bobinas impresas se transforman en el producto, terminándose en un proceso de fabricación independiente.



Grabado

Es denominado huecograbado, es un proceso de impresión de gran tirada, utiliza transferencia de tinta por completo distinto de la impresión en relieve. La superficie de impresión es un rodillo metálico pulimentado recubierto por un conjunto de diminutas cavidades o celdas (hasta 20.000 por centímetro cuadrado) que conforman las imágenes a imprimir.

El rodillo, que puede alcanzar una longitud de 2,5 m o más, está parcialmente sumergido en un recipiente de tinta líquida disuelta. A medida que gira va quedando bañado en tinta. Una cuchilla de acero de la longitud del rodillo elimina la tinta sobrante de la superficie pulimentada, dejando sólo la que ha entrado en las cavidades. La tinta se transfiere inmediatamente a una bobina de papel en movimiento que se comprime contra el rodillo, los cuales están hechos de acero con un fino recubrimiento de cobre, dispuesto con métodos químicos o electrónicos con el objeto de formar las celdas que transfieren la tinta. Una vez creadas las cavidades, el cilindro se recubre con una fina película de cromo para conseguir una superficie dura resistente a la cuchilla. Cada una de las celdas transfiere un punto diminuto al papel. Las celdas pueden tener diferente profundidad, lo que crea un grado de oscuridad distinto en los puntos de tinta. Esto permite obtener en el grabado una amplia gama de tonos grises y proporciona una magnífica reproducción de originales fotográficos.

La impresión en color se consigue con el empleo de diferentes rodillos de impresión para la tinta cyan, magenta, amarilla y negra. Cada rodillo se guarda en una estación de impresión individual. La bobina se transporta mediante rodillos de una estación a otra y puede alcanzar una velocidad próxima a los 900 metros por minuto.

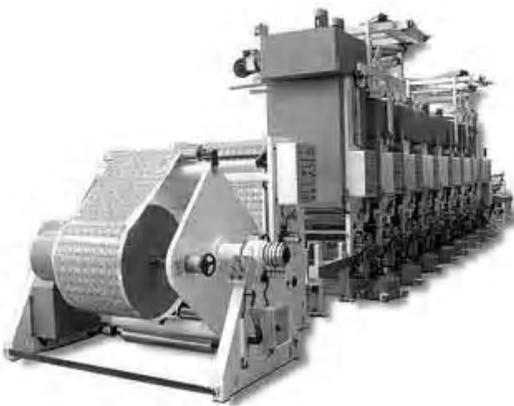


Una vez impreso cada color, la bobina pasa por la secadora, donde se evapora el componente disolvente de la tinta.

El disolvente se regenera o se quema para producir energía. Algunos talleres de huecogrado han comenzado a usar tintas solubles en agua y es probable que esta tendencia continúe, debido a la amenaza que constituye para la salud y el medio ambiente la utilización de disolventes derivados de hidrocarburos.

Las revistas semanales y mensuales de gran tirada, los catálogos de venta por correo y los embalajes constituyen los mercados naturales de esta técnica. El grabado también se utiliza para reproducir diferentes texturas y dibujos sobre materiales de decoración.

La mayoría de las vetas de madera simuladas en los muebles económicos, por ejemplo, están impresas mediante la técnica de grabado.



Capítulo 6



CAPÍTULO 6

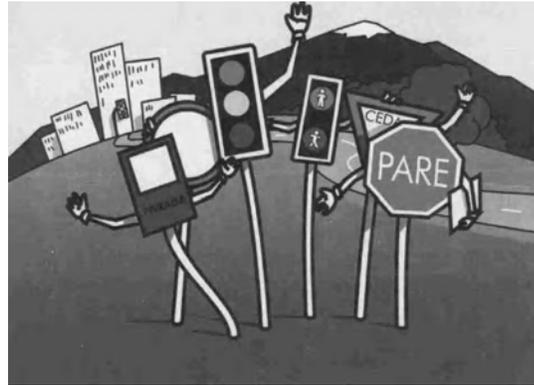
SEIS. UNO

QUÉ ES SEÑALIZACIÓN

6.1

La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Es de carácter “autodidáctico”, entendiéndose éste como modo de relación entre los individuos y su entorno.

Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones. Así mismo, los sistemas de señalización han sustituido al ser humano ya que estos mandan directamente un mensaje visual, sin necesidad de que una persona físicamente se ocupe de ello, ayudando a que regulen el comportamiento del ser humano, ubicándolos en lugares específicos.



Existe un aumento en el flujo de individuos de procedencias y niveles socio-culturales muy distintos. Pero este movimiento demográfico tiene el carácter de circunstancial; esto implica que el individuo se encuentra constantemente frente a situaciones nuevas de organización y morfología del espacio, lo cual acarrea problemas en su desenvolvimiento y, por consiguiente, una mayor necesidad de información y orientación.

6.2 SEIS. DOS DIFERENCIA ENTRE SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA

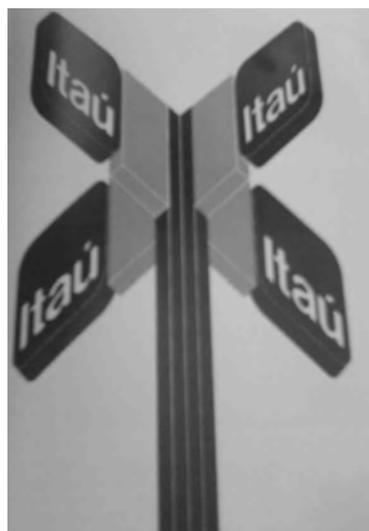
6.2

Señalización es el diseño y creación de imágenes para orientar al individuo exteriormente (como en parques, escuelas, antros, hospitales, centros comerciales, oficinas, museos y empresas) ya que son para necesidades más específicas. Cuenta con un lenguaje más universal, tiene funcionamiento automático, su código son símbolos simbólicos, el procedimiento es visual, su orientación es didáctica e informativa y su finalidad es que tenga funcionalidad.

Señalética “Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones.” -Joan Costa-. Informa y guía a un individuo por medio de imágenes o textos creando así una señal que cumpla con la característica de entendimiento y captación con rapidez y claridad un mensaje o una accesibilidad específica de un plantel interiormente.



Señal con características de entendimiento



La diferencia es que la Señalética tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado ya sea interior o exterior; es un sistema más optativo de acciones ya que las necesidades determinan el sistema, este sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular. Las señales y las informaciones escritas son consecuencia de los problemas precisos, el código de lectura es conocido, las señales deben ser normalizadas, homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente, se supedita a las características del entorno, aporta factores de identidad y diferenciación, refuerza la imagen pública o la imagen de marca de las organizaciones y se prolonga en los programas de identidad corporativa o deriva de ellos. Tiene como finalidad orientar, informar y organizar de una manera inequívoca e instantánea, discreta y silenciosa.



Señales externas

Y las de la Señalización tienen por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados; son externas, utilizan un sistema determinante de conductas universales, las señales preexisten a los problemas itinerarios, el código de lectura es conocido a priori, las señales son materialmente normalizadas y homologadas, y se encuentran disponibles en la industria, es indiferente a las características del entorno, aporta factores de uniformidad al entorno, no influye en la imagen del entorno, concluyendo en sí misma.

6.3 SEIS. TRES SEMIÓTICA SÍMBOLO Y SIGNO

La Semiótica es la ciencia que estudia las diferentes clases de signos y símbolos relacionados con su significado, así como las reglas que gobiernan su generación, producción, transmisión, recepción, interpretación, su relación con el mundo exterior y con quienes los utilizan, así como las bases aplicadas a los sistemas de Diseño Gráfico utilizados en la actualidad.

Signo- La comunicación se produce en el hombre por medio de signos. El signo es portador de una comunicación, de un significado, de un mensaje o información que deberá ser comprendida por un receptor. Puede ser visual, auditivo, táctil, olfativo o gustativo. Se divide por el *significado* que es la palabra o concepto próximo a la expresión y *significante* es la imagen, la cual nace para nombrar algo que le preexiste.



Símbolo-Es un elemento material que representa cosas que no son físicas ni directamente perceptibles y se asocian por alguna semejanza o correspondencia que el entendimiento percibe entre un concepto y una imagen. Es el móvil de comunicación por medio de imágenes que representan una idea.



6.4 SEIS. CUATRO CARACTERÍSTICAS DE LA SEÑALIZACIÓN

6.4

Una señalización debe contar con las siguientes características para obtener un resultado funcional:

- Su finalidad es ser funcional y organizativa.
- Debe contar con un propósito y orientación, ya sea informativo o didáctico.
- El procedimiento que tiene que efectuar debe ser visual.
- El código que utiliza para comunicar son signos simbólicos.
- Debe manejar un lenguaje icónico universal para su entendimiento.
- Debe contar con una presencia discreta y puntual.
- Su funcionamiento debe ser automático e instantáneo.

6.5 SEIS. CINCO METODOLOGÍA DEL DISEÑO GRÁFICO DE SEÑALIZACIÓN

Para planificar y ejecutar un proyecto que beneficie al cliente y a la empresa, se requiere de una metodología que guíe al profesionalista a obtener un buen resultado, que sea funcional y agradable para el cliente y para el público hacia el cual va dirigido el proyecto. Dicha metodología depende de 5 pasos, de acuerdo la empresa de diseño gráfico «Difadi», que son:

1- Análisis Preliminar - Acopio de Información

Se analizan los requerimientos básicos del cliente, se define el objetivo del sitio y se estudia la factibilidad del proyecto. Considerado esto, se elabora una propuesta en la cual se determina el alcance, se estiman plazos y costos. En esta etapa también se recaba toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de creación de imagen, de un producto, servicio o individuo.



2- Diseño - Maduración

Una vez conseguida toda la información pertinente, se comienza a elaborar bocetos de dicho proyecto, generando modelos de aspecto gráfico, de contenido y de funcionamiento. Estos modelos son prototipos del sitio y lo reflejan con exactitud, se trabaja con el cliente evolucionándolos hasta que quede satisfecho con todos los aspectos. Es fundamental la aprobación del cliente para seguir avanzando, pues los cambios en etapas posteriores serán más costosos. Ahora que se conoce al detalle el sitio se corrigen los plazos y costos de las siguientes etapas, y se llega a una propuesta final.



3- Codificación - Creativa

Aquí se analizan las ideas realizadas y se hace realidad el modelo de diseño, es decir que se elaboran y adaptan los elementos gráficos y multimediales, se definen y preparan para que quede en funcionamiento.



4- Puesta en Funcionamiento

Se habilita el gráfico al sitio, para que los verdaderos usuarios comiencen a servirse y tener conocimiento del mismo.

Es necesario difundirlo, mediante publicidad, papelería de la organización, por banners en sitios específicos, inclusión en buscadores, etc. Esto se hace en función de la audiencia y de los objetivos. Ya se encuentra en pleno funcionamiento con usuarios verdaderos accediendo al sitio y con los administradores realizando las tareas periódicas de mantenimiento como atención al cliente, actualización de contenidos y administración del servidor.

5 - Evolución

Como todo sistema, para conseguir su objetivo el sitio debe evolucionar con el diseño, adaptándose a su medio ambiente. Aquí deben definirse las características de tal evolución.

Para esto debe analizarse continuamente su funcionamiento, considerando los resultados planificados, los realmente obtenidos y el comportamiento del usuario hacia éste.



6.6 SEIS. SEIS CLASIFICACIÓN DE LAS SEÑALES



Señales informativas

Son aquéllas que brindan información, ya sea puntual o general, en relación con la identificación o denominación.



Señales de orientación

Son aquéllas que permiten determinar orientaciones de localización, accesos, salidas de emergencia, direccionamiento, etc.



Señales normativas

Son aquéllas que se determinan específicamente según el sistema que las comprende, es decir, guardan relación entre el sistema particular para el que fueron generadas. Por ejemplo: en el caso de sistemas de seguridad (industrial, urbanas, hospitalarias, en administración pública, etc.).

Señales de prohibición

Son aquéllas que delimitan y especifican los lugares a donde no se puede tener acceso.



Señales de atención

Son aquéllas que logran llamar la atención del individuo para darle una información o prevención de último momento o al instante.

Señales de reglamentación

La mayoría de las señales de reglamentación son rectangulares (con algunas excepciones). En la parte superior llevan un disco rojo que indica una restricción reglamentaria. Si dicho disco está cruzado por una barra del mismo color, la restricción consiste en una prohibición completa. El fondo de estas señales es blanco, la leyenda (o símbolo) y la orla son de color negro. En algunas autopistas o vías de tránsito rápido se colocan señales de reglamentación de mayor tamaño.



PROHIBIDO ESTACIONAR



Señales de seguridad

Son aquéllas que se muestran para prevenir accidentes y que se conserve la seguridad.

Señales viales

Son aquellas que se encuentran en las ciudades en el ámbito urbano y en las carreteras



Señales de obligación

Son aquellas que llevan al individuo a realizar una acción, para que el resultado sea el adecuado.



Señales de prevención

Todas las señales de prevención (excepto las de flechas grandes y posición de cruce de ferrocarril) tienen forma cuadrada, esquinas redondeadas, fondo color amarillo, leyendas y orla (bordes) negras. La tendencia es universalizar las señales por medio de dibujos, para que el idioma no sea una barrera. Pueden ser de peligro, desviación, animales, o señales de prevención que indican proximidad (curvas).



Señales de información

La mayoría de las señales de información tienen fondo blanco, con la leyenda (o símbolo) y orla de color negro. En vías de tránsito rápido y autopistas, se usan diseños mayores, en fondo verde con letras blancas.

6.7 SEIS. SIETE LA ESTILIZACIÓN Y SUS GRADOS

La estilización es un método de comunicación que tiene como ventaja llamar la atención del observador, por medio de un proceso de simplificación gráfica de las formas, y tiene como requisito no perder el código, lenguaje, idea o esencia de lo que se representa, ya sea humano, animal u objeto cualquiera. Existen diferentes técnicas para la estilización, dependiendo de su utilización, ya sea por medio de plasta, delineado, sintetización de trazos, el crecimiento, base negativa, caricatura, silueteada o mixta.

6.7

Estilización es pulir una imagen u objeto, de manera que se logre obtener sus rasgos característicos, la cual se da por medio de 3 grados:

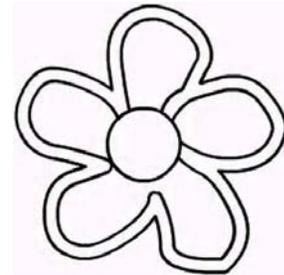
Representativo: Es el más apegado a la realidad, el símbolo o la imagen son imitados perfectamente; es el más cercano a la fotografía. Se puede realizar con diferentes técnicas, como son acuarela, lápiz, puntilla, ilustración, óleo y pastel.



Abstracta: Es la reducción, de la imagen a los detalles más mínimos reconocibles, conservando los rasgos más característicos; excluye la imitación de los objetos naturales y de la realidad; utiliza menos líneas, plastas o figuras que en el representativo. Se conserva únicamente la idea, realizan por medio de texturas, manchas y tinta china.



Simbólico: Es la deformación de una idea u objeto, hasta el mayor grado de estilización. Es el delineado, los rasgos simplificados, las siluetas fácilmente reconocibles, que no muestran muchos detalles. Representa ideas más complejas a través de los trazos más simples, se realiza por medio de líneas, círculos, figuras geométricas o irregulares.



Existen varios tipos de estilización, como son:

Silueta: figura o fondo (positivo o negativo).

Delineado: grabado, grosor de línea, cerramiento.

Sintetizar rasgos: los más importantes.

Anchura: textura.

Cerramiento: partes separadas pero visualmente unidas.

Caricatura: estilo propio.

Capítulo 7



CAPÍTULO 7

TIPOGRAFÍA SEÑALÉTICA

7.1



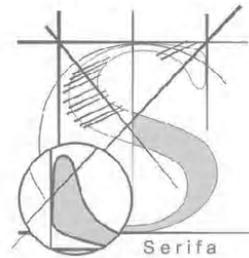
William Morris

La tipografía creativa inicia con William Morris, que se preocupó por darle un uso agradable y legible en las páginas. La tipografía es el lenguaje del diseño. Se le puede dar un buen o mal uso al mensaje visual; puede ser funcional, o no comprendido por el receptor. Las variaciones tipográficas surgen por la preocupación de llegar al público de manera efectiva.

En general, se dividen en cuatro grupos: la Serif o con patines (góticas, humanísticas, garaldas, de transición, didonas, egipcias y glíficas); Sans Serif o sin patines (las lineales, neo-grotescas, lineales geométricas, lineales humanísticas); las gráficas (hechas con un fin expresivo y son poco legibles) y las manuscritas (imitan la escritura caligráfica y cursiva).



Caligráfica
mistral



MAYÚSCULA minúscula
cursiva pequeña

En realidad no existe una tipografía específica y exclusiva para la señalética, pero las utilizadas para su realización no deben tener trazos libres ni ornamentales.

No se debe utilizar solamente tipografía mayúscula, ya que ésta, colocada en frases largas, es menos legible; por eso se debe combinar mayúsculas y minúsculas para un buen entendimiento de las frases.

Las tipografías recomendadas para el uso señalético son la Univers, la Optima o la Antigua Oliva, debido a su legibilidad, caracteres lineales, rasgo de elegancia, equilibrio de trazos gruesos o delgados, su carencia de adornos, diseño limpio y proporcionado, abertura del ojo y mayor rapidez de lectura.

GillSans
humanística

Al elegir la tipografía señalética se debe tomar en cuenta las connotaciones o psicología y la estética de la letra. La claridad y ausencia de adornos ayuda a que la tipografía sea más funcional y brinde mayor utilidad. No se deben utilizar abreviaturas, ya que éstas dificultan el entendimiento de palabras, conduciendo a cometer un error. Tampoco cortar palabras cuando falta espacio, ya que es más difícil captar una frase cuando está fragmentada que cuando está completa. El tamaño de las letras determina el tamaño del formato, y éste el de los pictogramas.

Canch. Tenn.

Cancha de Tennis

hola
hola
hola
hola
hola



7.2 SIETE. DOS LEGIBILIDAD Y VISIBILIDAD DEL TEXTO

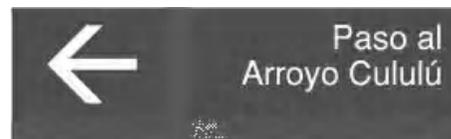
Abdefgh

La legibilidad es de gran importancia en los textos de las señales ya que, si no es claro, de nada serviría. En ésta destacan elementos a tomar en cuenta, como la cultura, la práctica, la edad del lector, la distancia, la iluminación, características de lo escrito, el color, la saturación, tipo de soporte y tamaño.

El tamaño de la letra dependerá siempre de la distancia a la que será leída, así como la forma y ubicación del señalamiento, ya sea en paneles, murales, colgantes, banderas o puertas.



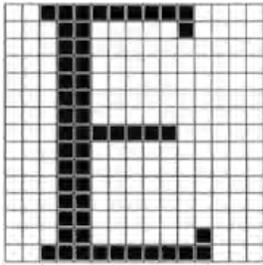
El diseñador que tiene como labor la creación de un sistema de señalización, debe elegir el tipo de letra, la cual se debe ajustar a las condiciones y necesidades del diseño a elaborar. Se debe usar palabras de dominio público, evitar abreviaturas y no cortar palabras, cuidar la distancia entre las letras. Las palabras tienen que ser cortas, solamente usar mayúsculas al inicio del texto, las tipografías más recomendables son las que no tienen patines y usar una familia tipográfica completa.



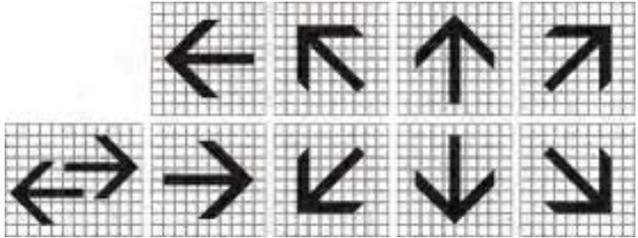
También es importante cuidar los espacios entre los elementos textuales e icónicos que forman una señal, para no causar ilegibilidad, pero si es muy grande el espacio de igual manera daría un mal entendimiento, por eso se debe de cuidar: los espacios entre las letras y palabras, espacios entre las líneas de texto, espacio entre texto y pictogramas, espacio entre los elementos interiores y los márgenes del señalamiento.



7.3 SIETE. TRES EL USO DE LA RETÍCULA

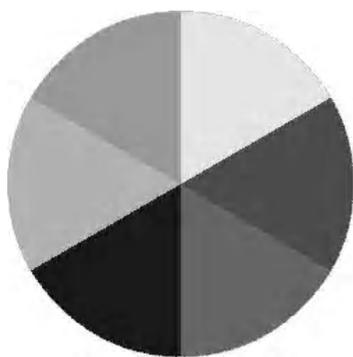


Al crear un sistema de signos para llevar a cabo una señalización, se debe unificar todos los diseños, para lo cual se utiliza una retícula que permite manejar de manera ordenada todos los elementos y brindar una base en cuanto a tamaño y proporción con una medida estándar para la tipografía, el color y la estilización, logrando así que tengan unidad y estilo determinados.



7.4 SIETE. CUATRO COLOR SEÑALÉTICO

7.4



Círculo cromático

El color lleva, por sí mismo, un mensaje, por lo cual su utilización debe ser por su significado. Tomando en cuenta que este significado cambia dependiendo de la cultura y región en la que se encuentre.

El color juega un papel muy importante dentro de la señalización; ayuda a reforzar la información gráfica que debemos poner al alcance de los usuarios, haciendo que el mensaje sea pregnante y, al mismo tiempo, obtener una mayor legibilidad y visibilidad de la señal. El uso del color en señalamientos comprende varios criterios, como son contraste, integración, identificación, connotación, realce y pertenencia a un sistema, la identidad corporativa o de la imagen de marca.

La función informal de los colores dice que los colores señaléticos se determinan por la complejidad organizacional y arquitectónica del espacio, el ambiente, la intensidad de la iluminación y el colorido que denomina el entorno. El razonamiento psicológico considera a los colores por lo que connotan.



Señal Prohibitiva



Señal indicativa



Señal de advertencia



Señal de información

Los colores ya establecidos en las señales son:

Amarillo: utilizado para señales de advertencia.

Verde: utilizado para señales indicativas.

Azul: utilizado en señales de invitación o información.

Rojo: utilizado para las señales de peligro o prohibición.

Lo recomendable al crear un sistema de señalización es utilizar los colores institucionales de la empresa para la cual se realiza el proyecto, tomando en cuenta los colores y entorno que hay en el mismo.

Algunas de las combinaciones consideradas como las mejores, basadas en los estudios realizados por Lo Duca y Enel son:

- El rojo con el azul claro
- El rojo con el gris
- El rojo con el amarillo limón
- El rojo con el anaranjado.

La clasificación del impacto que causan los colores de acuerdo a su poder visual y legibilidad son:

- Negro sobre blanco
- Negro sobre amarillo
- Rojo sobre blanco
- Verde sobre blanco
- Blanco sobre rojo
- Amarillo sobre negro
- Blanco sobre azul
- Amarillo sobre azul
- Blanco sobre verde
- Rojo sobre amarillo
- Azul sobre blanco
- Blanco sobre negro

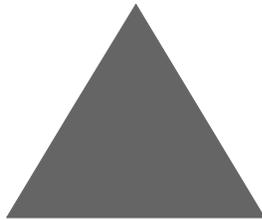


La visibilidad en función del tiempo se mide así:

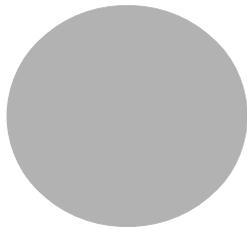
Rojo, visible en 266/10 000 de segundo
Verde, visible en 371/10 000 de segundo
Gris, visible en 434/10 000 de segundo
Azul, visible en 598/ 10 000 de segundo
Amarillo, visible en 963/ 10 000 de segundo.

7.5 SIETE. CINCO FORMATO SEÑALÉTICO

El formato es un aspecto importante dentro de la señalización, el cual se decide con base en la estructura arquitectónica del espacio, el estilo, el lugar en el cual se colocarán, la iluminación, etc. El ámbito internacional, a través de un convenio, ha optado por establecer tres formas básicas (debido a su impacto visual) que son:



El Triángulo: es utilizado para indicar señales de peligro o preventivo. Los triángulos que están colocados sobre el vértice inferior y las formas circulares transmiten una gran fuerza imperativa, mientras que el triángulo de vértice superior transmite información de carácter informativo.



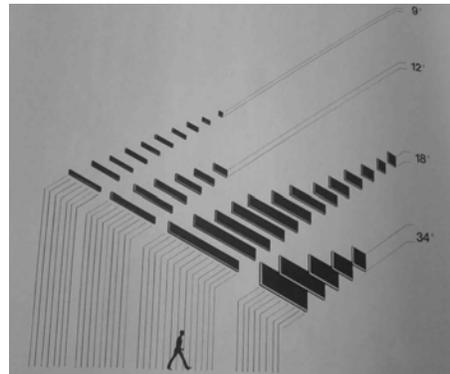
El Círculo: Es utilizado para marcar señales de prohibición y obligación; son más visibles.



El Cuadrado o Rectángulo: Es utilizado para señales orientadoras o informativas, las cuales se dividen en indicadoras de orientación e indicadoras de trayecto, placas señaladoras de carreteras y de localidades.

Para lograr obtener una buena visibilidad de la señal, ésta deberá estar colocada en un sitio del que se tomará en cuenta un ángulo de visión de 15° a 10° hacia arriba y abajo de la línea estándar de vista, con límites de 50° sobre la horizontal y 70° debajo de ésta.

Estas son las áreas que se abarcan visualmente con el simple movimiento de los ojos, así el usuario no tendrá la dificultad de alzar demasiado la cabeza ni bajarla para poder verlas, obteniendo un término de visibilidad cómodo medio. La altura recomendable para la base de un señalamiento es de 275 cm respecto del nivel del suelo.



La distancia de visión mínima es de 4 m, existiendo otras medidas como son 5.5 m y 50 m. La distancia de visión máxima son 60 m.

Se tiene que considerar la visibilidad de cada tipo de señal, ya que cada una tendrá características diferentes, dependiendo de sus necesidades y ubicaciones. Todas irán acompañadas de una tipografía legible y sencilla, con la que el usuario podrá captar perfectamente la señalización, sin problemas.

7.6 SIETE. SEIS TIPOS DE SEÑALAMIENTOS



Icónico: Solamente contiene una imagen, que por lo general es estilizada y representa una acción o un lugar.



Lingüístico: Este tipo de señalamiento sólo contiene tipografía, es decir información escrita; es muy útil, pero no funciona para todo tipo de público.

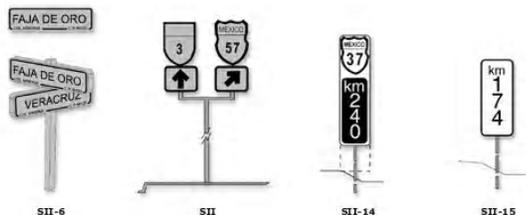


Icónico-lingüístico: Este señalamiento contiene imagen y texto; estos dos elementos se respaldan mutuamente y permiten brindar una mejor información.



Restrictivos y Preventivos: Estos señalamientos cumplen con la función de prever sobre posibles peligros, o prohibir ciertas acciones que puedan dañar la integridad de los individuos, o alterar el orden de un lugar.

Preinformativos y direccionales: Son señalamientos que se colocan en las intersecciones de los diferentes caminos o pasillos de un lugar; su función es advertir un cambio de dirección y la presencia de dos o más puntos de interés en áreas reducidas. Estos señalamientos contienen flechas.

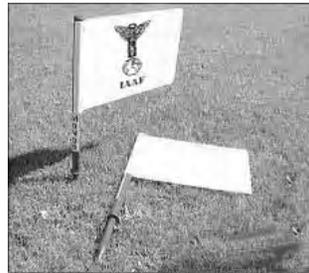


De Identificación: Estas señales sirven para identificar un lugar o servicio; son colocadas exactamente donde se encuentra el sitio de interés.

Directorio: Los directorios contienen la información de todos los edificios y servicios con los que cuenta un lugar; por lo general se colocan en las entradas principales, y tienen la función de advertir oportunamente a los visitantes sobre su ubicación y la de los servicios a los que desean llegar, de una manera general. Está compuesto por el listado de los servicios que ofrece al público, los departamentos que agrupan los servicios públicos, la distribución de los servicios, los planos completos con las zonificaciones de áreas de trabajo, atención y servicio al público.



Otra clasificación que tienen las señales va de acuerdo con su posición en el entorno y por su forma. Así, hay:



Señales de Bandera: Colocadas sobre una pared, tienen una característica de doble vista, así que solamente se sostienen de la pared por uno de sus vértices, de manera que quedan colgadas; no son recomendables en pasillos angostos.



Colgante: Este tipo de señales, por lo general, están pendientes del techo; suelen tener dos caras iguales, en su realización se debe cuidar el tamaño, para que no obstruyan el tránsito ni la visibilidad.

De Poste: Estas señales son soportadas por un poste delgado que, por lo general, es de metal o madera y va empotrado en el piso o bien cuenta con patas que permiten que se sostenga.



De Pared: Las señales de pared van completamente empotradas en los muros, sólo tienen un lado visible y por lo tanto impreso. Al colocar estas señales se debe cuidar su altura.



7.7 SIETE. SIETE PRINCIPIOS GENERALES SOBRE SEÑALES VISUALES

Para poder realizar una señal visual de cualquier tipo se debe tomar en cuenta los siguientes principios básicos:

-Distancia Visual: es la distancia a la cual será vista la señal; determina el tamaño de los detalles, espacios, ordenación, color e iluminación.

-Iluminación: Es el factor más importante, tomado en cuenta para la posible captación de la señal visual.

-Ángulo de Visión: Una señal se lee mejor si se encuentra en una línea directa de visión perpendicular.

-Elección de Formato: Hay variedad de formatos, pero deben estar acordes con las superficies sobre las cuales serán colocados.

-Mimetización: Es el contraste que una señal puede tener con el entorno, ya que no debe perderse en el ambiente, pero tampoco contrastar demasiado con él; así pues, debe ser diferenciada con gran facilidad del fondo en el cual está colocada.



7.8 SIETE. OCHO MATERIALES DE IMPRESIÓN PARA SEÑALIZACIÓN

Los materiales están determinados por el estilo ambiental y arquitectónico. Hay dos tipos diferentes de impresión para señalizaciones, utilizados para interiores y exteriores.

INTERIORES

- **Cartón:** La señal se elabora con pintura, letras transferibles y láminas de color autoadhesivas; se fija en un soporte rígido de madera o plástico.

- **Papel:** Ésta se monta en un cartón rígido o madera y se pega a un muro.

- **Cartón piedra:** Sirve para llevar a cabo la construcción de una señal móvil, en la cual se pegan dos chapas de cartón con una medida de 5 mm. Antes de pintarla o colocar las letras, se debe imprimir el cartón piedra con pintura del color deseado. Las tramas del color autoadhesivas constituyen otro material para el fondo; este sistema es económico.



- **Laminado Plástico:** Es un material rígido y ligero, formado por una serie de planchas de espuma plástica encoladas y forradas, que es fácil de trabajar directamente en su superficie.

- **Contrachapado:** Material más rígido y fuerte, con un acabado áspero que debe corregirse con una imprimación; éste mejora más si se trabaja con películas y letras plásticas en color.



EXTERIORES



- **Trovicel:** Material muy resistente a los cambios climatológicos, es utilizado principalmente en señalización; cuenta con una gran variedad de colores.

- **Esmaltado sobre la plancha de acero o cobre:** Material muy atractivo, fabricado en gran diversidad de colores y acabados.

- **Estireno:** También muy utilizado para señalizaciones, viene en color blanco exclusivamente; si se desea usarlo en otro color, se reviste de otro material (como el vinil). Es resistente, aunque un poco menos que el trovicel.

- **Aluminio:** Es utilizado principalmente en señalamientos de carretera; se recubre de un material reflejante, que lo hace visible en la noche; tiene motivos y letras confeccionadas en plástico adhesivo y es un material económico.

- **Formaica sobre madera:** acepta láminas y letras de plástico y sale más económica.

- **Contrachapado:** En él no se debe utilizar películas ni transferibles que, al aire libre, terminan por despegarse. Lo mejor es la serigrafía. Una vez que se termina la señal se protege con una última capa de barniz transparente. El contrachapado marino es el más económico de todos los ya mencionados.



Los materiales de Impresión, dependiendo las características de cada lugar, son:

- **Acrílico:** Es un material resistente a los rayos ultravioleta y golpes; es de plástico y cuenta con diferentes tipos de espesores y colores.



Las señales que están al exterior son las que tienen que soportar mayor desgaste, como son el sol, la lluvia, el viento, por lo que se tiene que tomar muy en cuenta los materiales con los que se va a llevar a cabo.

Los tipos de impresión adecuadas para llevar a cabo la realización de señales son la Serigrafía, el Offset y la Rotulación por computadora.





- **Trovicol:** Material de plástico rígido, resiste los rayos del sol e impactos; viene en una medida de 240 x 120 cm., encontrándose en varias tonalidades.

- **Aluminio:** imágenes visuales grabadas sobre dicha base o en plástico adhesivo.

- **Contrachapado:** es un material fuerte y rígido, se encuentra en un tono marino impermeable.

- **Lámina Galvanizada:** Ésta se utiliza más para los exteriores porque posee una gran resistencia; es de color gris metálico y se vende por hojas de 120 x 240 cm.

- **Metal:** Es una impresión común. Es un material resistente y costoso, muy usado en anuncios exteriores y en bases. Puede imprimirse en litografía o serigrafía; se usa en botes de leche, cajas, juguetes y letreros publicitarios.



- **Tablones de Madera:** Es resistente y rígida; puede ser tratada para su mayor durabilidad, viene en presentaciones de 2.5 m de largo x 3 m de ancho.

- **Triplay:** Es madera delgada; viene en varios grosores, en hojas de 120 x 250 cm. Es económico, y puede llevar un tratamiento que le haga resistente a las inclemencias del tiempo.





Capítulo 8

CAPÍTULO 8

QUÉ ES IDENTIDAD CORPORATIVA

La Identidad Corporativa es el conjunto de elementos formales que representan a una entidad u organismo social por medio de una imagen gráfica reconocida, y refleja cualidades que posee dicha entidad para darse a conocer ante el público, otorgándole una presencia e identificación de una manera instantánea.

Es la representación mental positiva-negativa que tiene el público sobre una empresa o institución. Para formar esta imagen intervienen factores que la empresa transmite al público: (el cómo atender, cómo contestar una llamada, cómo es su local, decoración-ambiente, iluminación, arquitectura, los uniformes, la calidad y presentación de los productos).

En aspectos de comunicación serían, publicidad, folletos, slogan, jingles y stands.

En sí, la identidad transmitirá al público un concepto que transporte ideas, impresiones psicológicas y alta pregnancia de la personalidad de la empresa.



Elementos de la Identidad Corporativa

Tipografía y diseño



La Marca

Uno de los elementos de la Identidad Corporativa es la marca, medio por el cual el comerciante distingue su producto o servicio de los demás que ofrecen otros. Se manifiesta como señal en forma de inscripción, un rasgo distintivo, una figura, una sigla, emblema o pictograma simbólico. En la actualidad, la marca ya no es utilizada sólo para distinguir un producto de otro, sino también a distinguir una confiabilidad y calidad al producto.

La Identidad Corporativa tiene como finalidad la Identificación por medio de un procedimiento visual, una orientación persuasiva-informativa, un código con signos de identidad, creados específicamente, un lenguaje simbólico, con una estrategia de difusión con mensajes incorporados a objetos y medios, una presencia notable y sistemática, una percepción con atención difusa e interesada, un funcionamiento instantáneo, una especialidad intermitente, una temporalidad intermitente, una interacción de mensajes que llevan a actos y éstos crean un mensaje y, por último, una persistencia memorial que es el recuerdo por repetición.



8.2 OCHO. DOS EL LOGOTIPO

El logotipo es un elemento que se encuentra dentro de la Identidad Corporativa, ya que es la forma gráfica que se da al nombre, el cual ayuda a identificar al producto de una empresa. Los logotipos pueden ser diseñados por medio de una gran variedad de estilos, ya sean símbolos o gráficos, los cuales se realizan basándose en una investigación profunda, de necesidades, proyección y conceptos, que en conjunto elaboran una estrategia de diseño para representar a la empresa por medio del logotipo.

TIPOS DE LOGOTIPOS

Logotipos sólo con nombre: estos transmiten al público un mensaje inequívoco y directo, la utilización de éste es apropiada únicamente cuando el nombre es breve y fácil de utilizar.

Logotipos con el nombre y símbolos: Es cuando sitúan el nombre en un simple símbolo visual, como son círculos, cuadrados, óvalos y rectángulos.

Logotipos asociativos: Gozan de libertad, habitualmente no incluyen el nombre del producto o de la empresa, pero se asocian directamente con el nombre, el producto o área de actividades. Son juegos visuales simples y directos, fáciles de comprender y proporcionan una gran flexibilidad a sus propietarios.



Logotipos alusivos: Son los gráficos que aluden a obtener otro gráfico similar a éste. Se ha dicho que la «estrella» de Mercedes alude a un volante, aunque la relación puede ser una pura coincidencia. Lo cierto es que la alusión puede perderse para la mayoría del público.

La alusión aporta un foco de interés que puede ser útil en las relaciones públicas, sobre todo en el lanzamiento de un nuevo logotipo. Por otra parte, los empleados, los clientes, los inversores y otras partes interesadas a menudo parecen estar más contentos con un logotipo que tenga un núcleo de significado que con un logotipo puramente abstracto. En cierto sentido, la alusión incluida en el logotipo se convierte en una especie de secreto compartido por «aquellos que están en el tema», pero a menudo incomprendible para otras personas.



Logotipos con el nombre en versión pictórica: En estos logotipos, el nombre del producto o de la organización es un elemento destacado e importante del logotipo, pero el estilo global del logotipo es muy distintivo. Aunque en el logotipo figurase un nombre diferente, seguirá siendo claramente el logotipo de su auténtico propietario. Entre los ejemplos de logotipos distintivos figura el de Coca-Cola.

Si cambiasen ese nombre corporativo, el carácter distintivo y la integridad del logotipo se mantendrían y la transposición sería obvia. Dicho logotipo ha quedado tan cargado, en el curso de los años, de significado y asociaciones visuales que el transponerlos de ese modo sería chocante. La combinación de nombre y diseño forma un estilo de logotipo tan distintivo que desafía esa clase de manipulaciones.

Iniciales en los logotipos: Muchas marcas, debido a la extensión de su firma, se han contraído a sus iniciales para transformarse en siglas mucho más recordables. Pero este tipo de logotipos-contracciones no sólo se limitan al recorte de sus iniciales. Es el caso de Coca Cola, cuya marca se está contrayendo a Coke.

También existen logotipos que resultan de la asociación del nombre más una imagen (icónica o abstracta), que refuerza y da sentido al mensaje. Por ejemplo, el logotipo de Levi's, que está compuesto por un logotipo contenido en forma de un recorte de bolsillo de jeans.



YAMAHA



Logotipos abstractos: Muchos de los logotipos que hoy se utilizan son puramente abstractos. En los logotipos abstractos, el diseñador tiene campo libre por delante. Puede diseñar «una forma estructural que cree una ilusión óptica variada»

La utilización de logotipos abstractos por parte de empresas triunfadoras y dinámicas los ha puesto muy de moda. Los logotipos abstractos a menudo son considerados ahora como representativos de la quintaesencia del diseño contemporáneo de marcas y logotipos.

El problema de esos logotipos libres y abstractos reside en que no tienen ningún auténtico núcleo de significado; el significado ha de serles infundido. Este proceso de infundir significado a un logotipo abstracto puede ser muy costoso; quizá, esto no preocupe demasiado a una gran cadena de televisión, a un banco o a un conglomerado industrial, pero puede ser un problema para empresas más pequeñas que intentan atraer la atención en un mercado atestado.

8.3 OCHO. TRES COLOR CORPORATIVO

8.3

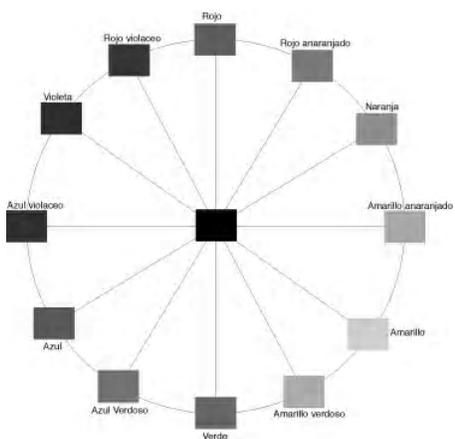
Es un componente primario del estilo de la empresa; ayuda a que ésta logre tener una pregnancia ante el consumidor.

Principalmente se utiliza un color primario, acompañado de uno secundario, apoyándose de una tipografía en color negro; si se añade un color adicional se incrementa el costo de impresión y una pregnancia menor.

Al otorgarle un color al logotipo de una Identidad Corporativa, se debe tomar en cuenta que los colores no tienen las mismas connotaciones en todo el mundo, ya que están determinados culturalmente. Las funciones en el diseño de la Identidad Corporativa son la psicología de los colores y visibilidad.

Se realizaron estudios del color por parte de Duca y F. Enel, en los cuales se obtuvieron como resultado que:

- La visibilidad de los colores disminuye con la asociación de otros colores.
- El impacto de los colores se clasifican en un orden (mencionadas en el tema 7.4 color señalético).
- Las mejores combinaciones de color (mencionadas en el tema 7.4 color señalético).



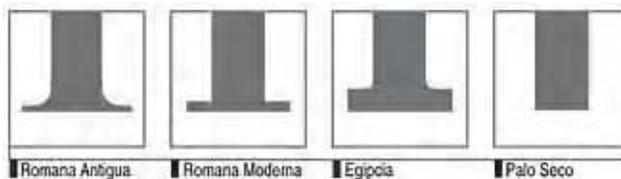
Círculo cromático

8.4 OCHO. CUATRO TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Futura Light
 Futura Book
 Futura Regular
 Futura Heavy
 Futura Bold
Futura Extra Bold

La Tipografía es comunicación visual escrita, en la cual el diseñador se apoya para realizar la Identidad Corporativa, selecciona el tipo y la manera en que se usará el impreso. Existen varios tipos de familias de texto, desde la más fina hasta la más pesada, de la más sencilla a la más elaborada. La mayoría de las Identidades cuentan con 2 familias de tipos, las cuales le dan uniformidad; si esta contara con más variantes perjudicaría el reconocimiento instantáneo de la imagen de la empresa.

La tipografía tiene dos funciones, llamar la atención y retenerla. La letra de palo seco da la apariencia de eficiencia, orden y modernidad; los tipos de apariencia egípcia, con colas del mismo grueso que la parte vertical de la letra, se leen con agrado (como Serifa, Glypha, Lubalin, Graph y Claredon). La tipografía utilizada por la Identidad Corporativa debe tener una uniformidad y armonía en cada una de sus aplicaciones, para que logre su objetivo el ser identificable y pregnante.



EL MANUAL CORPORATIVO

Al obtener todos los resultados de Diseño, se elabora un manual de Identidad Corporativa en el cual se encontrarán de una manera explícita las soluciones gráficas de la empresa, sus comunicaciones visuales y audiovisuales. El manual debe ser estricto y flexible, de manera que ponga limitantes al uso del logotipo y deformaciones que ocasionen que este pierda impacto y funcionalidad, pero dando una ligera libertad, opciones o variantes que ayuden al uso y desarrollo de su creatividad.

El manual debe contener presentación, introducción, objetivos del programa, vocabulario, los signos de identidad, logotipo, símbolo, gama cromática, identificador, usos de colores, estructura visual de la identidad, tipografía corporativa, normas tipográficas, sistema modular de diseño, elementos gráficos, formatos, compaginación, aplicaciones, publicaciones institucionales, material de promoción, señalizaciones, decoración publicitaria de uniformes, vehículos, artículos, etc. El manual sólo se distribuye al personal clave de la empresa, para que esté enterado del programa, su funcionamiento y objetivos.



CONCLUSIÓN

El Diseño Gráfico cuenta con un campo de acción muy grande, que ayuda a resolver problemas de diferentes índoles, el cual se encuentra subdividido por áreas.

Se conocieron cada una de las partes y áreas que conforman la elaboración de un sistema de señalización e imagen corporativa, y lo que es indispensable tomar en cuenta para que esta pueda realizarse, como: visibilidad, imagen, proporción, funcionalidad, color, legibilidad, posición y ambiente, logrando brindar una buena proyección visual. Al igual que los materiales e impresiones disponibles para llevarla a cabo de acuerdo a sus necesidades, por lo cual se investigó y analizó cada uno de ellos para llegar al funcional.

Con dichas investigaciones se obtuvo como conocimiento que tanto las Identidades Corporativas como los Sistemas de Señalización pueden llegar a ser funcionales y necesarios para la solución de un problema, siguiendo una secuencia de pasos, logrando así el proyectarse atractiva y eficazmente al usuario que es dirigido, tomando en cuenta los elementos que la conjuntan para su óptima realización.

Capítulo 9



CAPÍTULO 9

OBJETIVO/BRIEF



Lograr que la Comunidad de Uruapan que asiste a la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón, tenga una orientación e identificación fácil, rápida, entendible y funcional de cada una de las instalaciones que se encuentran dentro del plantel, dándole al mismo tiempo una imagen identificable a éste.

9.1 NUEVE. UNO BRIEF

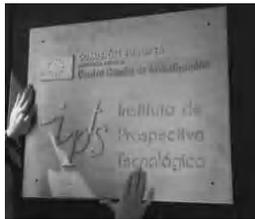
LA NECESIDAD

Durante años, la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón, ha servido a la comunidad de Uruapan como un centro deportivo y recreativo, el cual es visitado por un gran número de personas cada día. Se ha logrado mantener un orden dentro de ella, pero la gente no logra ubicar el acceso a cada zona deportiva, pues existen algunos señalamientos, mal aplicados y diseñados, que sirven sólo para cuidar algunas zonas naturales. En realidad son muy escasos y no funcionales. Existe la necesidad de organizar el plantel por medio de señalamientos, para obtener un mayor orden y mejor uso dentro del plantel.



PERFIL PÚBLICO META

Es heterogéneo, ya que al plantel asiste gente de diferentes edades, de ambos sexos y algunas con habilidades físicas diferentes, generalmente con un nivel socio económico medio-bajo. Principalmente visitan la Unidad deportistas, los cuales buscan desarrollar sus habilidades físicas en alguna de las diferentes zonas deportivas; también asisten niños y familias que usan la zona recreativa. El público al que la Unidad está enfocada es el de los jóvenes deportistas.



RECURSOS HUMANOS

Para llevar a cabo el proceso es necesario contar con la información obtenida sobre el plantel por parte de las oficinas del Ayuntamiento y la entrevista con el encargado de la unidad (Juan Hernández Valdés), un impresor, una persona que instale los señalamientos, un diseñador gráfico y un experto en materiales para aplicar a la señalización.

RECURSOS MATERIALES

Se requiere presupuesto para adquirir el material sobre el cual se va a aplicar la señalización y la base de éste, presupuesto para la impresión, un equipo de cómputo. Apoyo económico del Ayuntamiento, ya que el plantel es una dependencia de éste.



RECURSOS DE DISEÑO

Para realizar la señalización de cada zona se utilizarán las siguientes áreas de Diseño:

- Identidad Corporativa
- Diseño de Señalización
- Psicología del color
- Tipografía
- Estilización
- Ilustración
- Técnicas de Impresión



ENFOQUE EXPRESIVO

Utilizando colores vivos, frescos, formas y figuras activas, se reforzará la idea de expresarle al usuario visualmente cada uno de los deportes que se realiza en cada cancha, otorgándoles un estilo creativo y funcional acompañado de un formato uniforme. Todo esto, en conjunto, reforzará lo que es la unidad; deporte, dinamismo, frescura y jovialidad, obteniendo un realce en comparación a su entorno, logrando así un desempeño grato y seguro.

ENFOQUE CONCEPTUAL

Al elaborar la señalización se reforzaran los conceptos de:

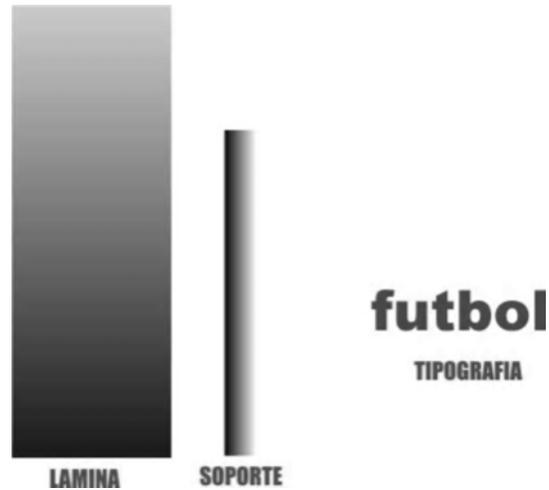
- Deporte (actividad física, con vertiente del ejercicio y competición).
- Dinamismo (energía activa y propulsora).
- Frescura (calidad de fresco)
- Jovialidad (alegre)

ENFOQUE FUNCIONAL

Las señalizaciones se llevarán a cabo sobre Lamina Galvanizada calibre 18, el cual es muy resistente a cambios climatológicos, con una impresión electrostáticamente hecha en serigrafía.

Su posición en el entorno sería señal de poste. Éste sería de metal, irá empotrado en el piso, la tipografía que se utilizará será Arial Black, sencilla y visible, será escrita en minúsculas, el tamaño de la tipografía dependerá del formato y las imágenes a utilizar.

Algunas señalizaciones estarán realizadas sólo en tipografía y otras con tipografía e imagen, el color señalético deberá ir de acuerdo con el logotipo e Identidad Corporativa de la Unidad, para darle una personalidad, contrastando con su entorno para que sea visible al instante por el visitante.



DESCRIPCIÓN DE LA SOLUCIÓN

El usuario, al ingresar al plantel, se encontrará con un Directorio el cual le mostrara la diversidad de actividades que el plantel ofrece, de tal manera que al ir ingresando, irá identificando cada una de las zonas que observe, dirigiéndose con facilidad y seguridad hacia esa zona para realizar su deporte gracias a la Identificación de ésta, por medio de la señal ubicada en esa zona. Los señalamientos tendrán uniformidad, desde la taquilla, la entrada y el costo del mismo, el Directorio, las señalizaciones; orientación, restricción, información y reglamentos. En cuanto a la Identidad Visual, el logotipo de la Unidad será aplicado a la papelería, fachada y auditorio de dicho plantel, así como a los diferentes artículos promocionales que éste ofrece al usuario, otorgándole así una personalidad e identificación con el público.

9.2 NUEVE. DOS DESARROLLO DE LA IMAGEN

Después de llevar a cabo una larga investigación, basándonos en encuestas realizadas a visitantes internos y externos del lugar, se llegó a la conclusión de que es necesario un sistema de Señalización en la Unidad Deportiva Hnos. López Rayón, para solucionar la falta de guía, información e identificación gráfica que existe dentro de ella, así como otorgarle imagen pública a través de una Identidad Corporativa. Esto, con la finalidad de unificar la imagen del plantel.

Se analizaron los objetivos y necesidades de la Unidad Deportiva; se realizó una investigación amplia de todos los elementos visuales con los que cuenta el lugar y los que requería y así fue como se comenzaron a desarrollar ideas y bocetos, los cuales se irán mostrando mediante un proceso de bocetaje llegando a la solución.

Se elaborará un manual en el cual se mostrará el logotipo, sus lineamientos, algunas aplicaciones y, claro está, el Sistema de Señalización con sus respectivos lineamientos.

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Se aplicaron 200 encuestas, del 23 al 28 de Mayo del 2005, a visitantes internos y externos de la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón. Cada encuesta consistía de 14 preguntas, con respuestas cerradas;

1. ¿Sabe dónde se encuentra ubicada la Unidad Deportiva?
2. ¿Conoce la Unidad Deportiva?
3. ¿Con qué frecuencia visita la Unidad Deportiva?
4. ¿Practica usted deporte?
5. ¿Cómo son las instalaciones que brinda?
6. ¿Con qué personas acude al lugar?
7. ¿Cuando necesita ayuda, sabe a quién recurrir en el plantel?
8. ¿Dónde practica usted sus deportes?
9. ¿Considera la Unidad Deportiva un lugar apto, agradable, y accesible para practicar deporte?
10. ¿En qué horario visita la Unidad?
11. ¿Observa algún problema en las instalaciones del plantel?
12. ¿Observa algún reglamento en el plantel?
13. ¿Conoce la imagen de la Unidad Deportiva?
14. ¿Conoce las actividades del plantel?

Dichas preguntas las contestaron personas de diferente edad y sexo.

Las Encuestas de los Visitantes Internos:

Fueron contestadas por personas de entre 11 a 20 años de edad, con un total de 28 mujeres y 34 hombres; entre 21 a 30 años, un total de 13 mujeres y 16 hombres; entre 31 a 40 años, un total de 8 mujeres y 1 hombre.

Las Encuestas de los Visitantes Externos:

Fueron contestadas por personas de entre 11 a 20 años de edad, la contestaron un total de 23 mujeres y 22 hombres; entre 21 a 30 años, un total de 49 mujeres y 51 hombres; entre 31 a 40 años, un total de 8 mujeres y 5 hombres.

Enseguida se presentan algunos de los resultados que se obtuvieron.

LOS VISITANTES INTERNOS

- Visitan el plantel diariamente o cada fin de semana.
- Las instalaciones ofrecen un servicio satisfactorio.
- Acuden con amigos, familia o solos.
- No saben a quién acudir en caso de requerir ayuda.
- La mayoría visita la Unidad de 12 a 5pm.
- Se dan cuenta de la falta de señalizaciones para cada zona.
- La mayoría ubica algún reglamento dentro del plantel.
- No conocen la imagen de la Unidad Deportiva.
- La mayoría no conocen todas las actividades con las que cuenta el plantel.

LOS VISITANTES EXTERNOS

- Saben dónde esta la Unidad Deportiva.
- Conocen la Unidad Deportiva.
- Van a la Unidad cada mes o año.
- Gran porcentaje practican deporte.
- Practican su deporte en un gimnasio, en la Unidad Deportiva y en su casa.
- Consideran a la Unidad un lugar apto y agradable para realizar deporte.
- Ubican la falta de señalizaciones que identifiquen cada zona.
- No conocen la imagen de la Unidad Deportiva.
- La mayoría no conocen todas las actividades con las que cuenta el plantel.

PROCESO DE BOCETAJE

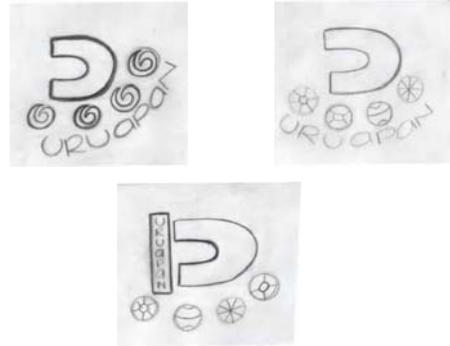
Tomando en cuenta cada uno de los puntos del Brief se decidió comenzar a bocetar con base en ideas, en las cuales todas coincidían en utilizar una abreviación de la Unidad Deportiva para hacer mas corto y pregnante el nombre de la Unidad para que fuera fácil de identificar, acompañado de un grafico que fuera representativo al lugar o hiciera referencia a alguna actividad deportiva.

Se muestran aquí los primeros bocetos, trabajando en el mismo concepto pero con diferentes acomodos, la letra U abreviando la palabra Unidad o Uruapan, y ésta rodeada de balones de diferentes deportes como son: fútbol, básquetbol, voleibol, tenis, representando algunos de los deportes que ofrece el lugar, esa letra U se realiza en curva para darle libertad, y no exista en el logo rigidez.



Bocetos de Logotipo para la Unidad Deportiva

Después se presentan otros bocetos en los cuales se busca conservar la idea anterior de utilizar los diferentes balones, pero ahora utilizando la abreviación del nombre Unidad Deportiva, la cual sería "UD", dándole un estilo más rígido y tratando de unificar esas dos letras en una sola, dando a entender visualmente la letra U acostada horizontalmente y la letra D de manera frontal, e incluir el nombre donde se encuentra la Unidad, que es Uruapan.



Bocetos de Logotipo



Bocetos de Logotipo

Se continuó bocetando. Pero ahora utilizando las dos letras de abreviación "UD", ya que la idea anterior de unir las dos iniciales en una resultaba un poco difícil de entender, así que se decidió utilizar mejor las 2 iniciales. Ahora mezclando ciertas partes de las ideas anteriores, como son las iniciales rígidas rodeadas de cuatro círculos los cuales representaban los 4 diferentes balones; lo que se buscaba con esto era hacerlo un poco más simple. Y también el combinar la U curva acompañada ahora con la otra inicial la D, y estas dos rodeadas con los balones.

Los últimos bocetos realizados, es donde se aterriza más la idea que se quiere plasmar, en las cuales se hace más simple el logo para darle mejor visibilidad quitándole los balones y aumentando una curva dinámica, la cual le da más movimiento al logotipo y enfatizando el lugar en donde se encuentra Uruapan.



Bocetos de Logotipo

Todos los bocetos anteriores fueron posteriormente trazados en computadora, se les aplicó color, tipografía, diferentes acomodos y las figuras solicitadas ya son más legibles. Así, en conjunto, se logra tener una visión más amplia y completa de las posibilidades del proceso de diseño. Se utilizaron colores vivos, como son amarillo, azul, naranja, verde, rojo, y el color negro la palabra Uruapan.



Bocetos de Logotipo trazados en computadora

Se analizaron todas las ideas elaboradas y se eligieron 3 opciones diferentes, mediante las cuales se realizó una encuesta a visitantes internos y externos para ver cuál de esas 3 opciones les era más agradable para representar la Unidad Deportiva.



Así es como se logró obtener el logotipo final, el cual será la imagen de la Unidad Deportiva. Obteniendo dicho resultado, se procedió a realizar todos y cada uno de sus lineamientos para su uso adecuado, así como las aplicaciones en las cuales será reproducido, los cuales se presentarán más adelante, dentro del manual corporativo.

Al obtener los resultados de dichas encuestas, se llegó a la conclusión de que a la gente le agradaba más la imagen siguiente.

Ya teniendo el logotipo definido, se prosiguió a realizar afinaciones necesarias, un acomodo de tipografía más atractiva y funcional.



Logotipo Final para la Unidad Deportiva

TIPOGRAFÍA Y COLORES

La tipografía utilizada para el logotipo es Haettenschweiler, la cual es firme y ancha, lo que le da impacto al logotipo.

Los colores utilizados en el logotipo son verde (simboliza la naturaleza, frescura y libertad), azul (simboliza dinamismo y jovialidad) y negro (utilizado para resaltar el nombre del plantel).



Haettenschweiler

APLICACIONES Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES

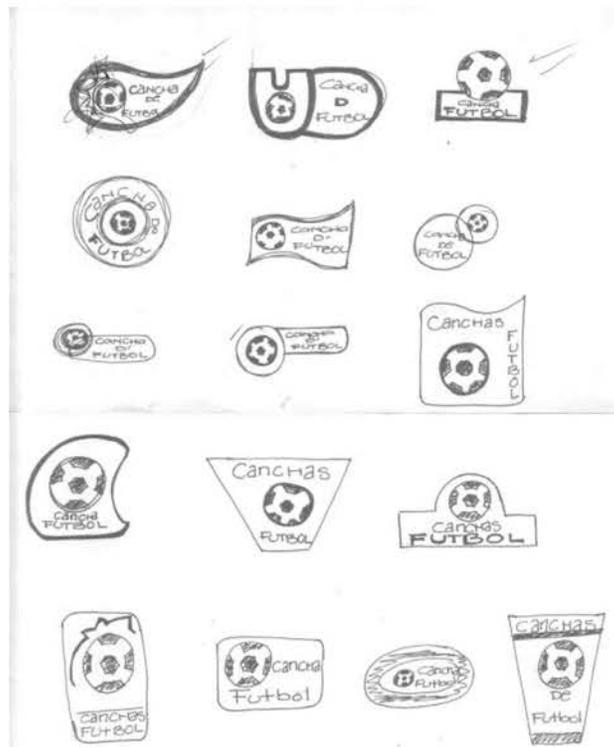
Las aplicaciones de diferentes artículos fueron realizadas para dar una uniformidad a la Unidad Deportiva, así como una presentación al público externo e interno. Cada una de ellas contará con el logotipo del lugar, para cumplir dicho cometido. Los promocionales se venderán dentro de la Unidad Deportiva, con el objetivo de obtener ganancias para el mantenimiento y realización de nuevos proyectos, ya que únicamente cuenta con el dinero de las entradas.

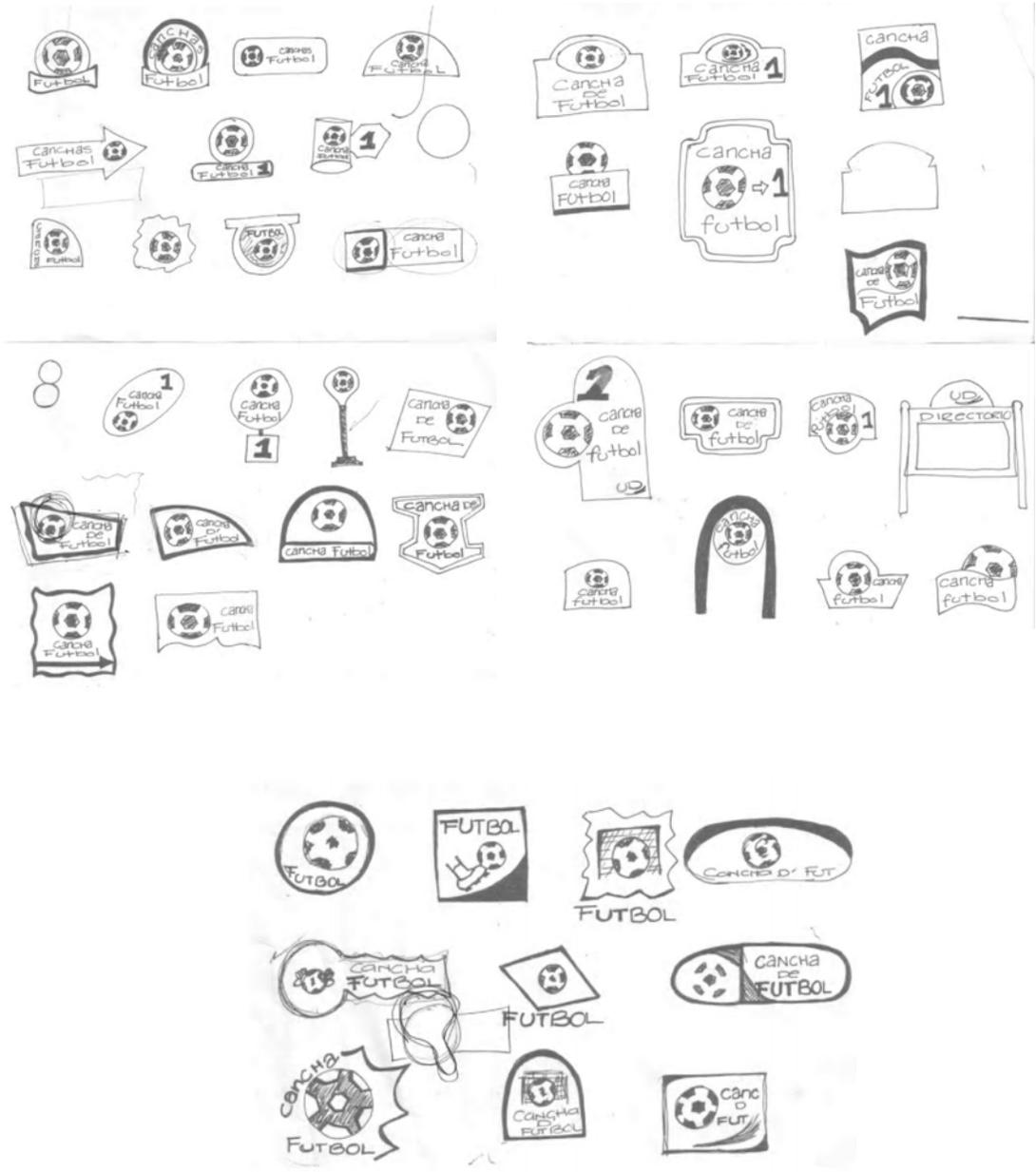


9.3 NUEVE. TRES DESARROLLO DEL FORMATO DE SEÑALIZACIÓN

PROCESO DE BOCETAJE

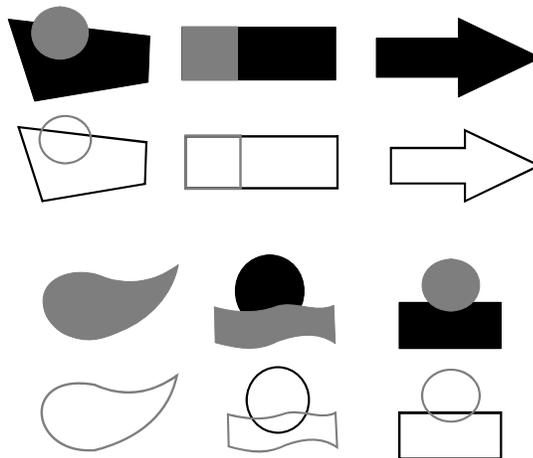
Al realizar el proceso de bocetaje, lo que se pensaba al imaginar el formato es que se buscaba crear una forma moderna y original, que no estuviera preestablecida, así que se realizaron varios estilos, considerando dentro de cada uno el espacio que llevarían para la imagen y el texto.





Proceso de Bocetaje para el formato de Señalización

Enseguida se eligieron 6 formatos de dichos bocetos, los cuales eran totalmente diferentes y se creía que podrían ser funcionales al igual que originales, siendo trazados a computadora para su utilización.

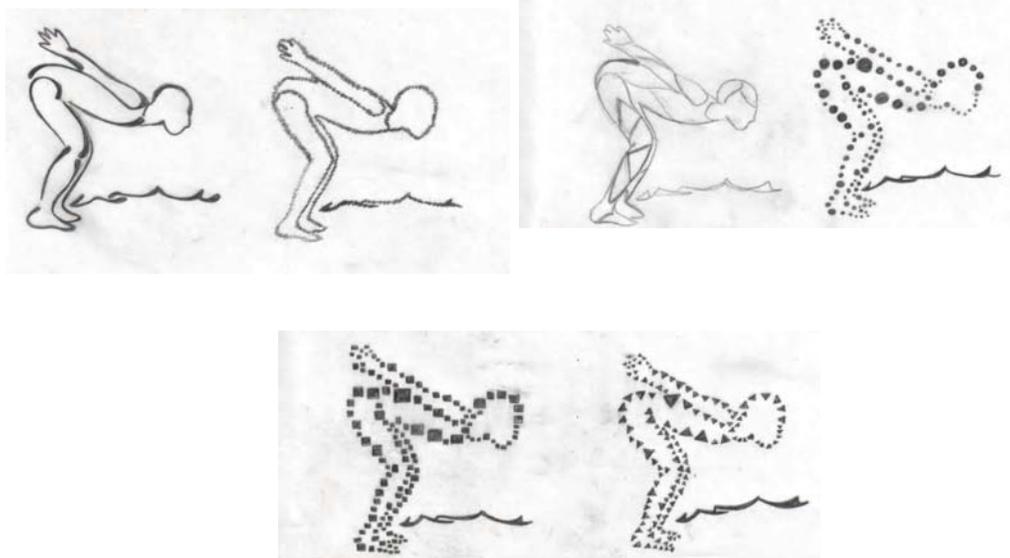


Ya elegidos los posibles formatos, enseguida se comenzó a bocetar los diferentes tipos de estilizaciones que nos ayudarían a reflejar la imagen de cada una de las actividades deportivas que se encuentran dentro del plantel.

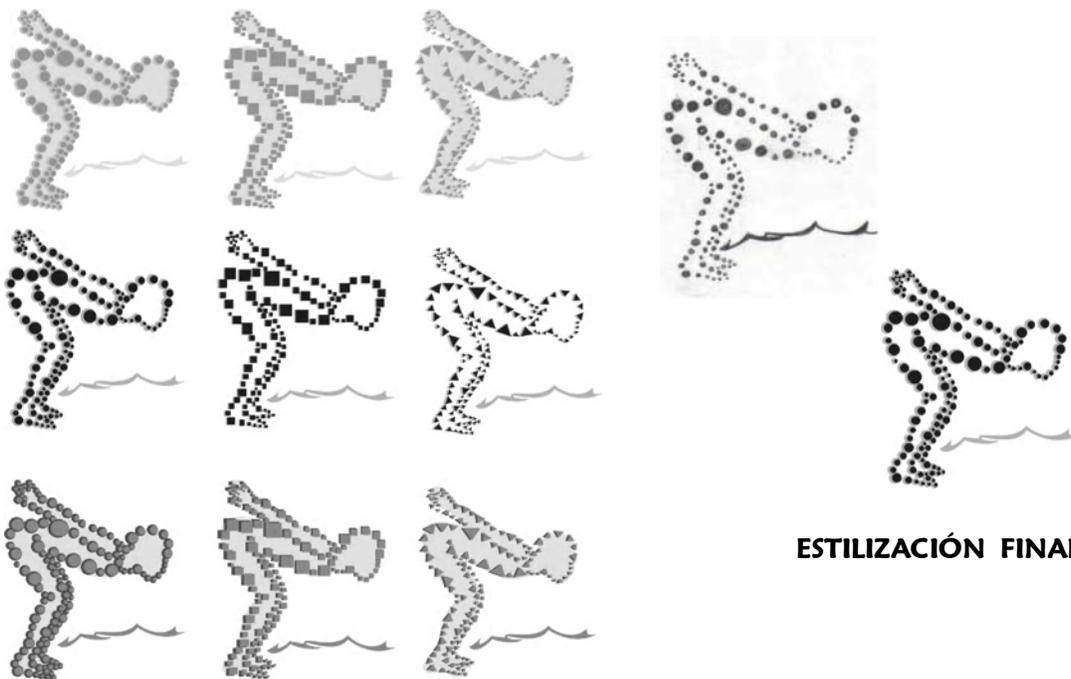
Opciones de Formatos para la señalización

LAS ESTILIZACIONES

Se elaboraron 6 diferentes tipos de estilizaciones, de los cuales se eligieron solamente 3.



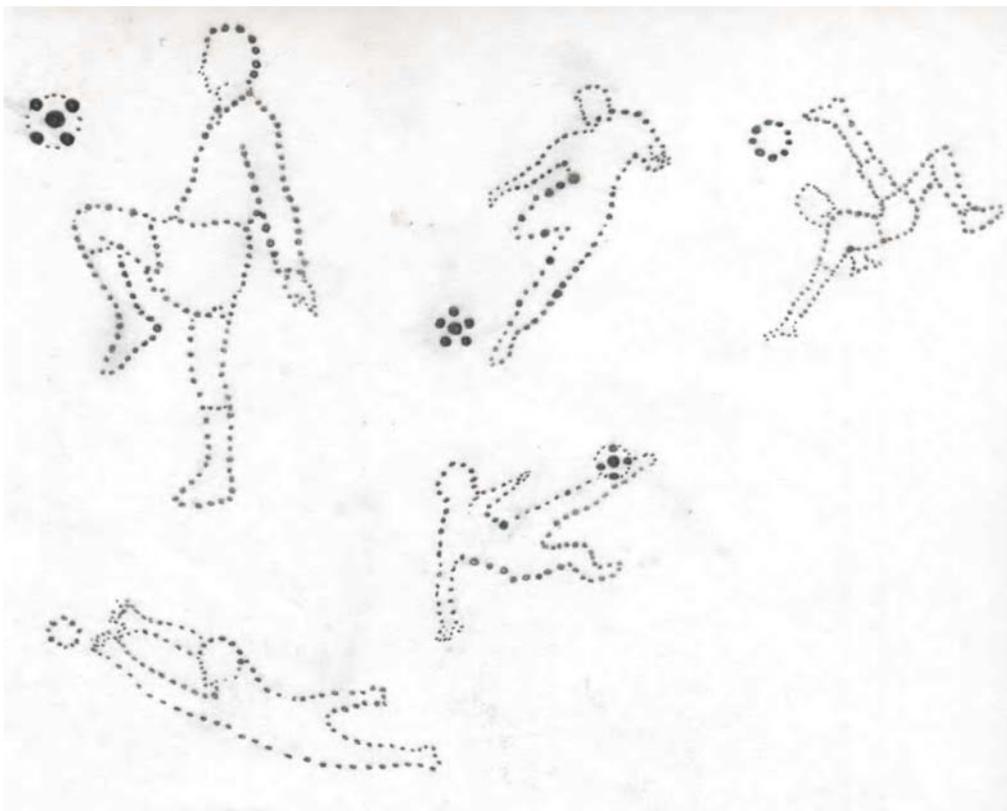
Esos 3 tipos de estilización elegidos fueron imágenes formadas por líneas compuestas de elementos geométricos, cuadrado, triangular y circular. Las demás se descartaron ya que eran un estilo menos original y lo que se buscaba era un estilo original, por lo cual se quedaron las estilizaciones geométricas, las cuales fueron trazadas y se les aplicó color, para tener una imagen más amplia de su funcionalidad visual. Se analizaron cada una de estas y se eligió la mejor en cuanto a visibilidad cercana y lejana, al igual por su estética al ser redonda, lo cual lo hace ver más sutil comparada con la cuadrada o triangular.



Opciones elegidas para la posible Estilización Final

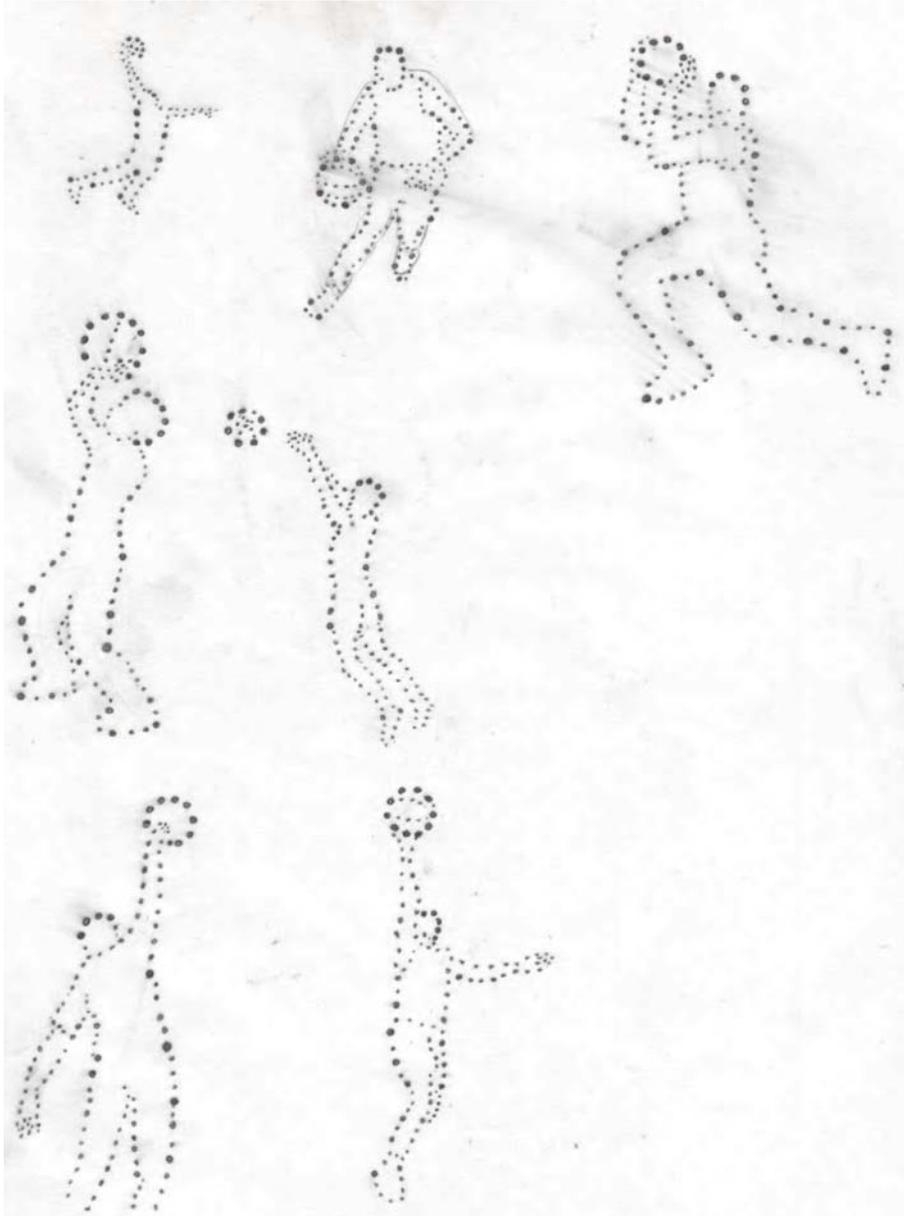
Ya obtenido el tipo de estilización adecuada, se comenzó a bocetar todas las imágenes que representaran las diferentes actividades deportivas y recreativas que se encuentran dentro del plantel, al igual que los servicios y señales de protección civil. Se bocetaron de 2 a 3 opciones y se eligieron las de mejor visibilidad y funcionalidad. Y, claro, unificando cada una con la estilización final.

FÚTBOL



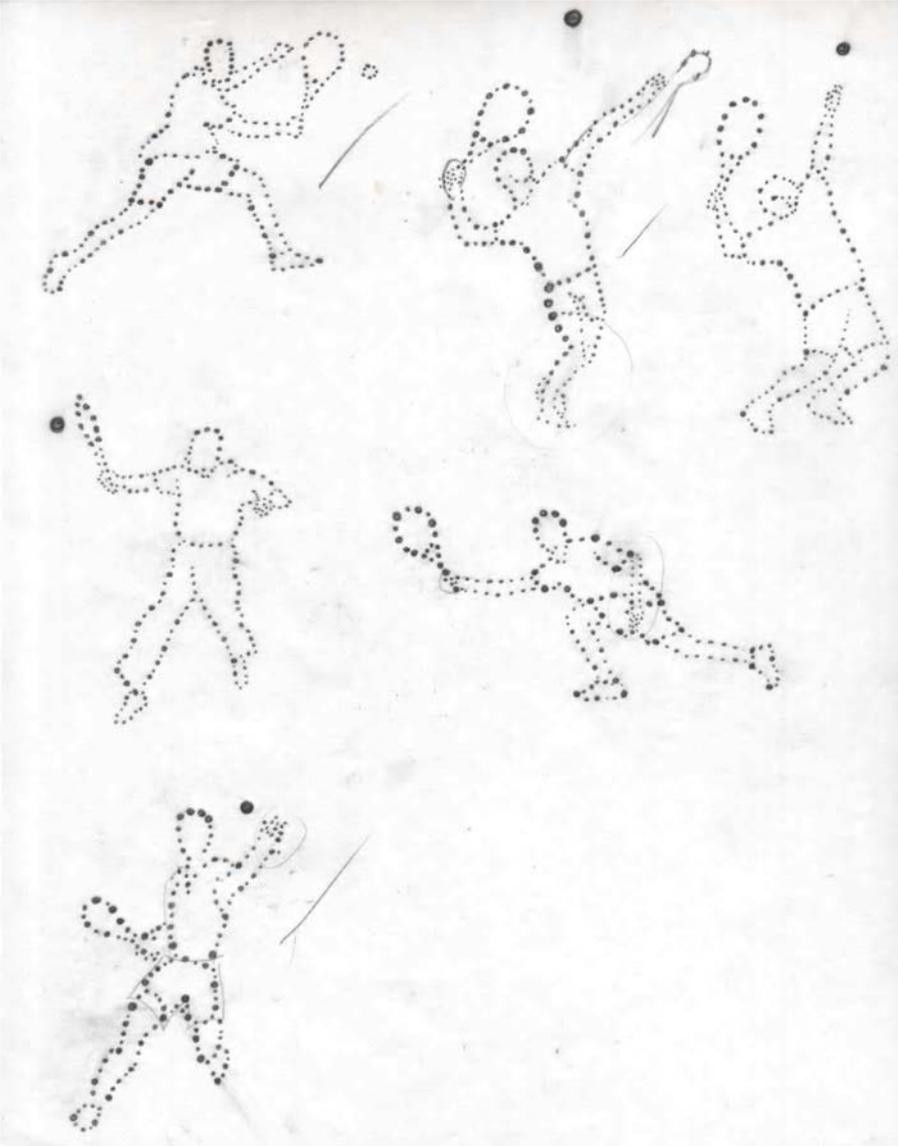
Proceso de bocetaje de las imágenes para la señalización

BÁSQUETBOL



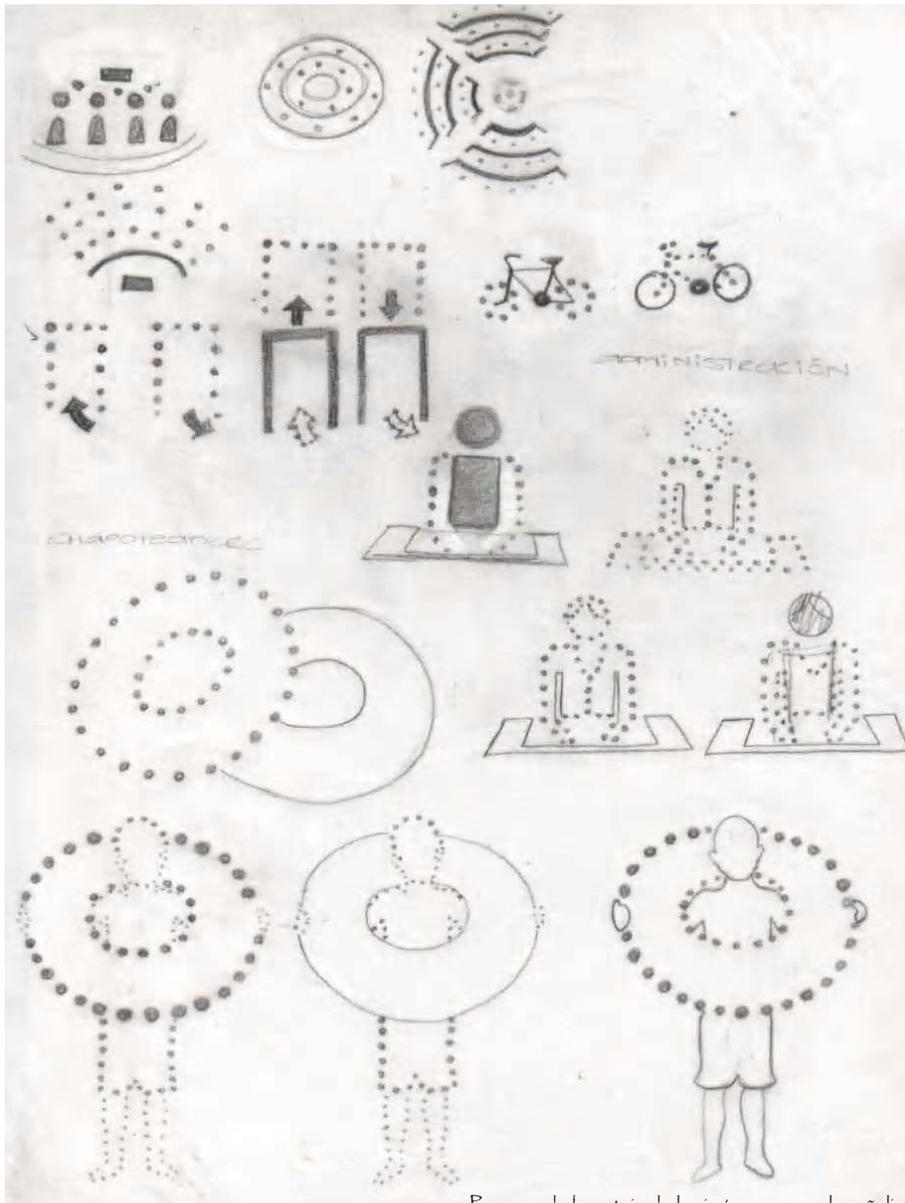
Proceso de bocetaje de las imágenes para la señalización

TENIS



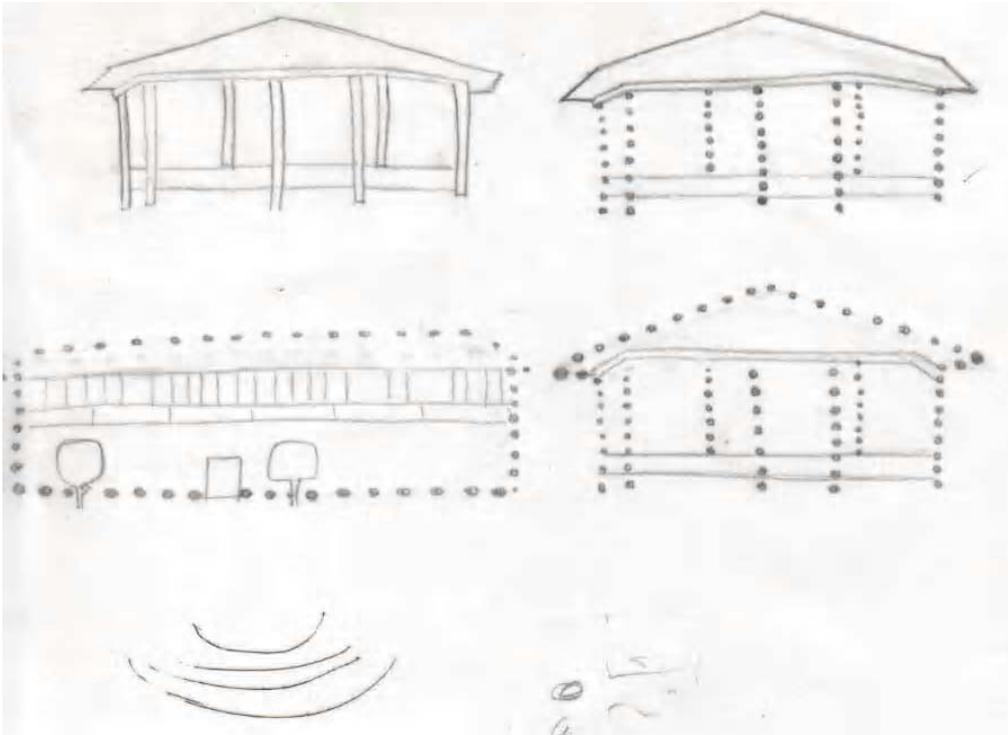
Proceso de bocetaje de las imágenes para la señalización

**CHAPOTEADERO
ESTADIO DE FÚTBOL
ENTRADA Y SALIDA**



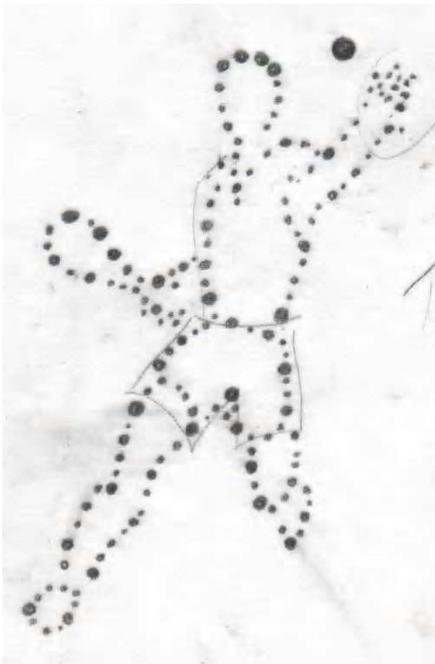
Proceso de bocetaje de las imágenes para la señalización

AUDITORIO Y CENADOR

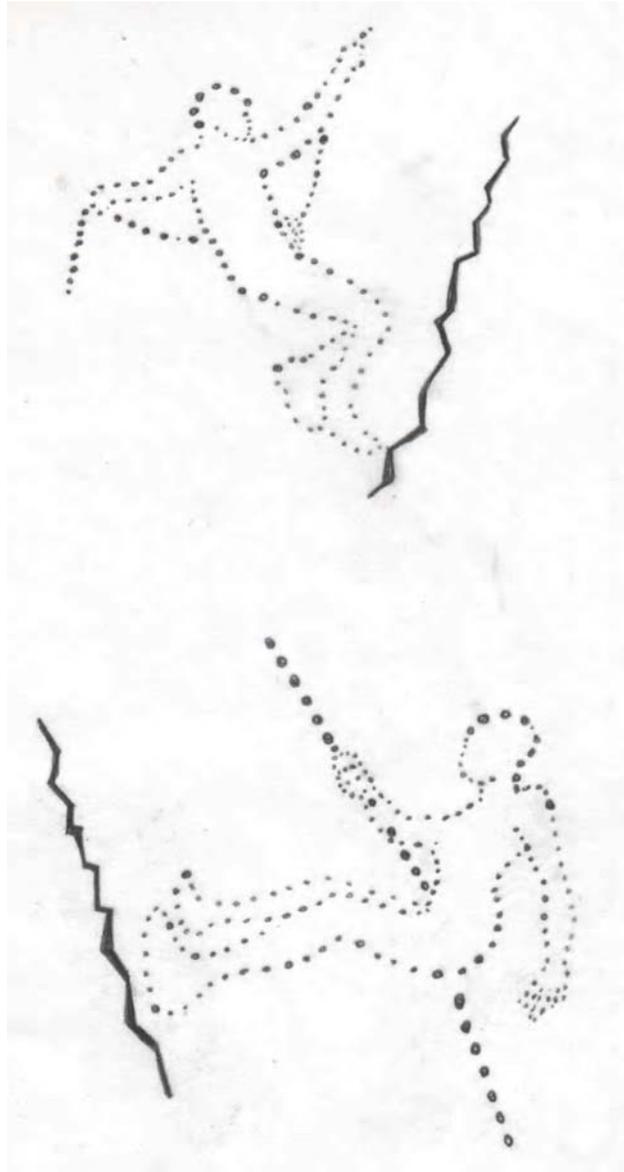


Proceso de bocetaje de las imágenes para la señalización

PARED DE RAPPEL



FRONTENIS



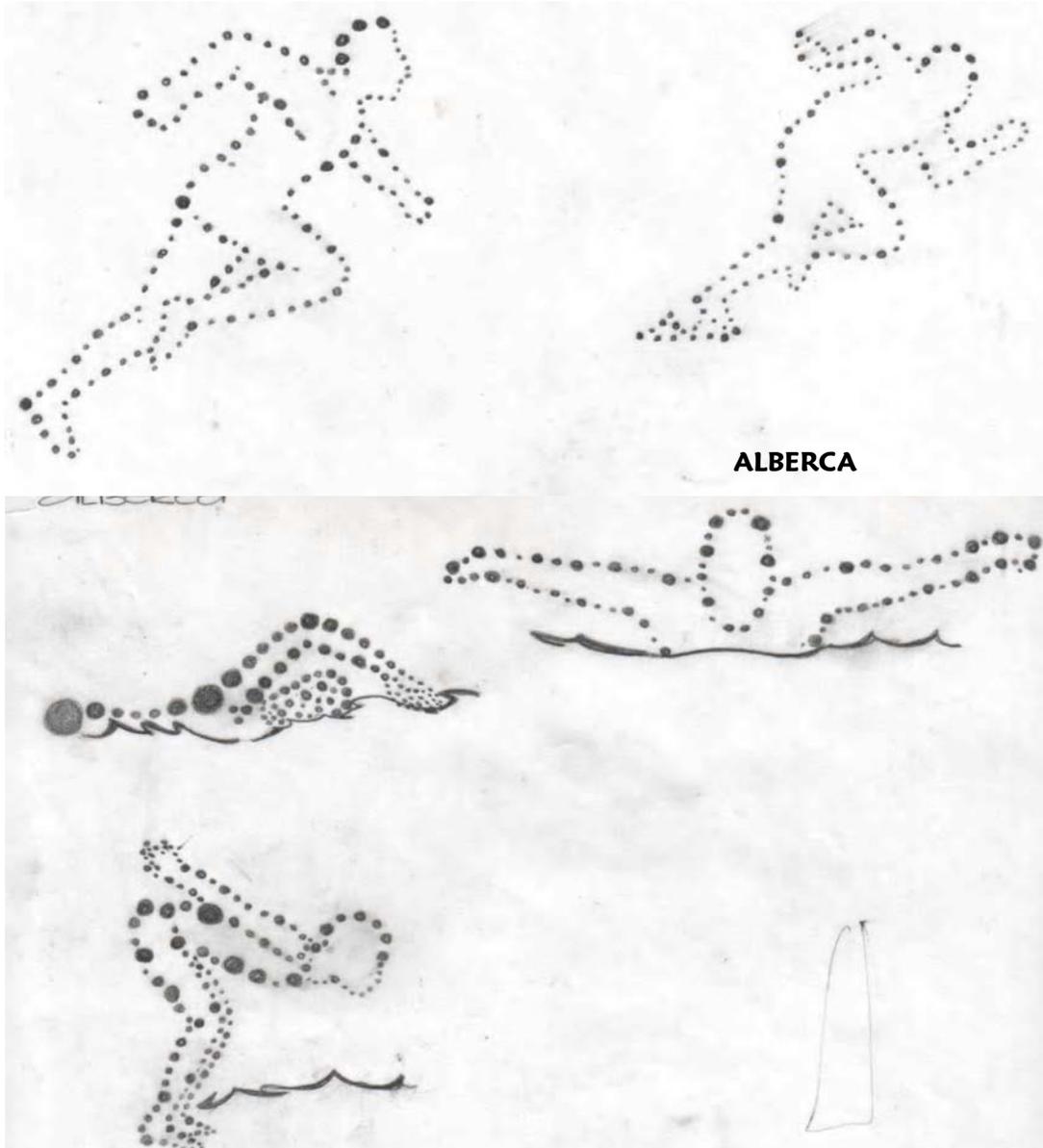
Proceso de bocetaje de las imágenes para la señalización

**VOLEIBOL
FRONTÓN DE MANO**



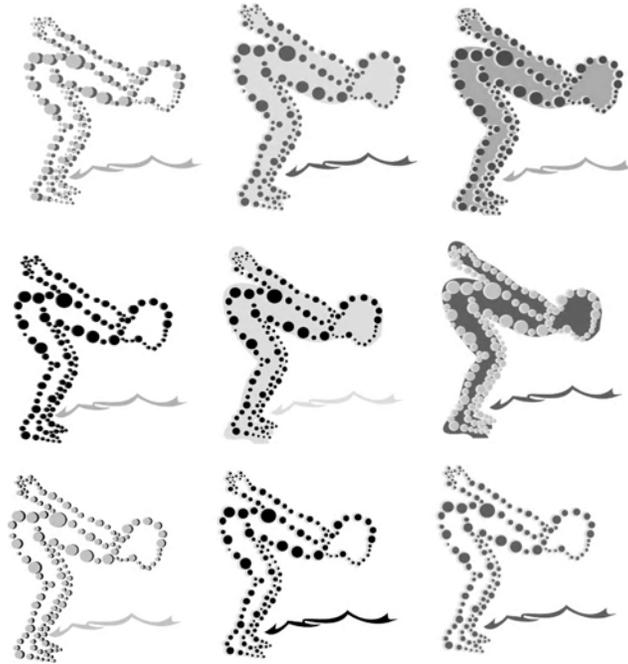
Proceso de bocetaje de las imágenes para la señalización

PISTA DE ATLETISMO

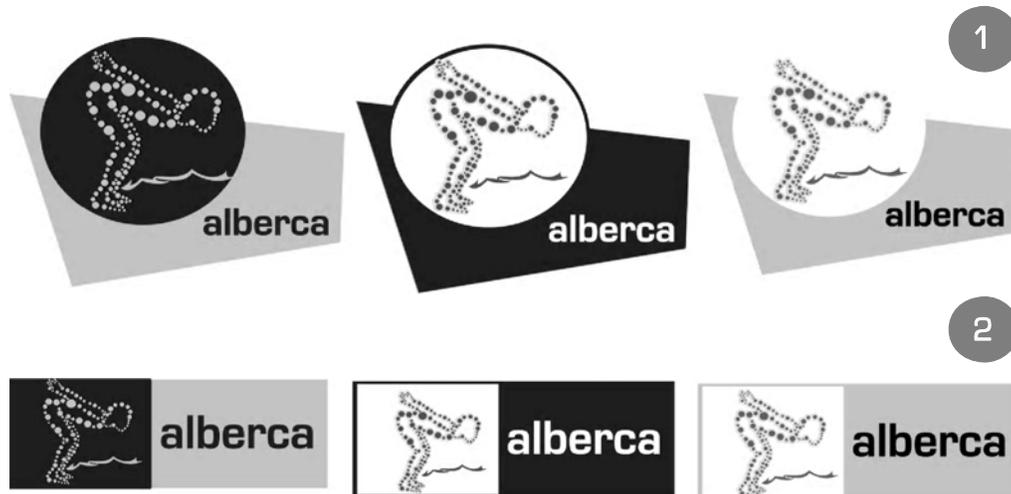


Proceso de bocetaje de las imágenes para la señalización

En seguida se buscó dar el color adecuado a dicha estilización, así que se aplicaron diferentes tonalidades, e inclusive se intentó colocar dicha estilización sobre una plasta de la misma imagen. Esto se hizo pensando que iba a tener una mejor visibilidad, lo cual fue erróneo, así que se eliminó dicha opción y se dejó como al inicio, únicamente el contorno de la imagen realizada por medio de círculos, la cual es funcional.



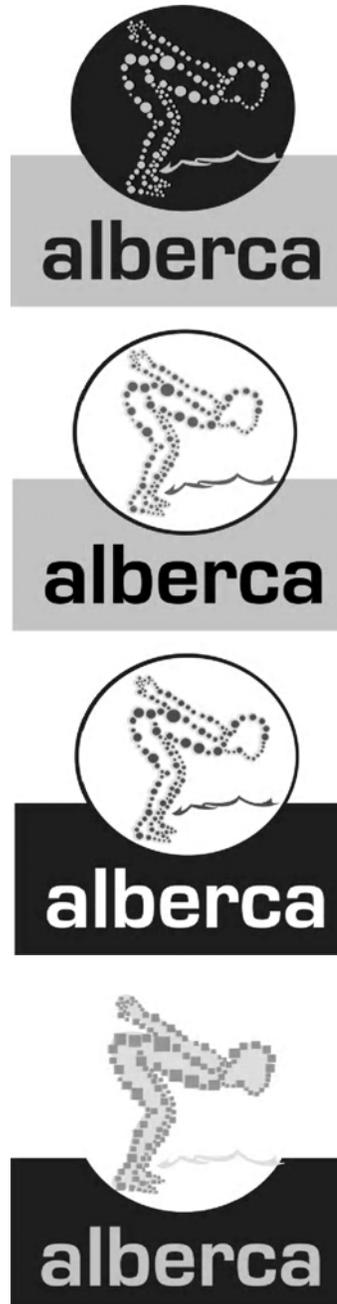
En seguida se comenzaron a adecuar los elementos, los 6 diferentes formatos con el tipo de estilización, así como la aplicación de colores y tipografía.



3

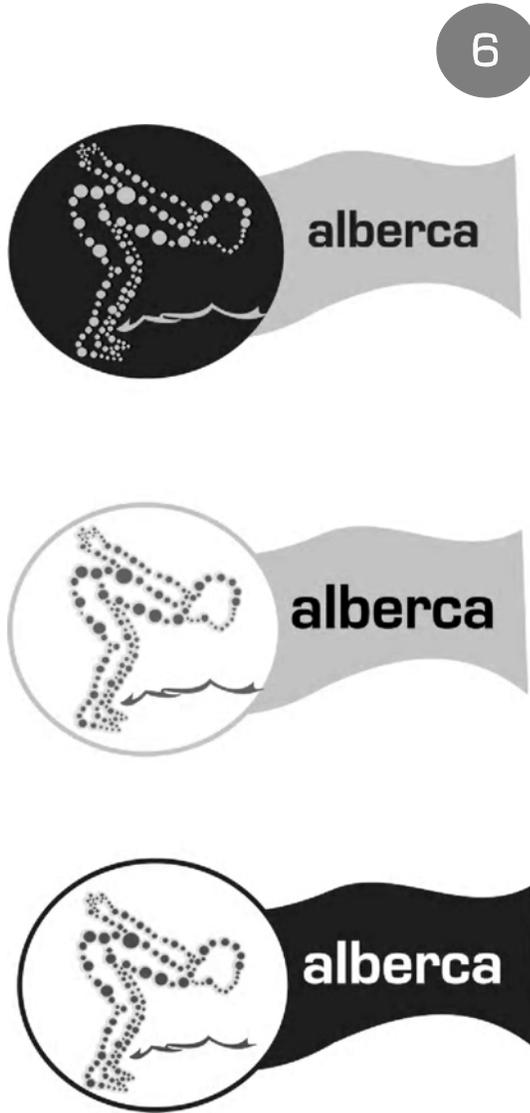
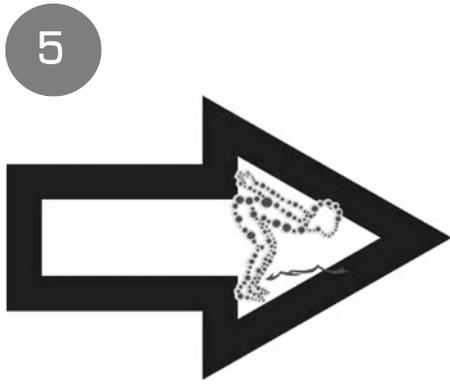


4



9.3

APLICACIÓN DE COLOR

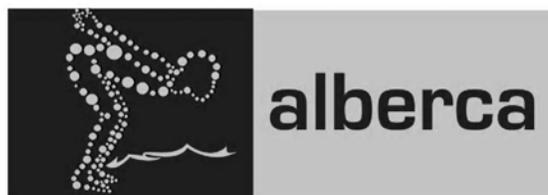


Se analizaron dichas aplicaciones y se escogieron únicamente los dos formatos más funcionales, los cuales eran de color azul con verde. Uno de ellos fue eliminado (lado izquierdo) ya que, aunque cumplía con ciertos requisitos, rompía con uno de los más importantes que es lo económico, debido a que este era más original en su formato, (contaba con varios cortes los cuales serían muy costosos), y esto no responde al presupuesto de la Unidad Deportiva. Ya que se buscaba implantar algo original, funcional, pero a un costo razonable.

Así que se optó por utilizar el formato rectangular, el cual por no llevar curvas, ni tantos cortes, lo hacía el indicado por ser más económico y al mismo tiempo funcional.

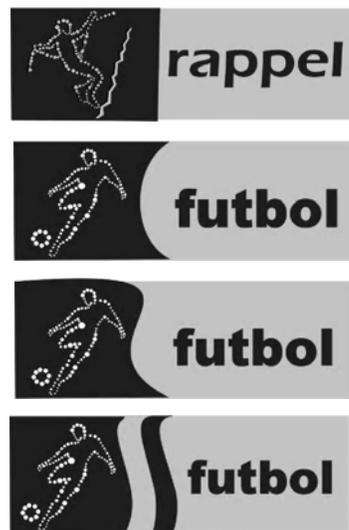
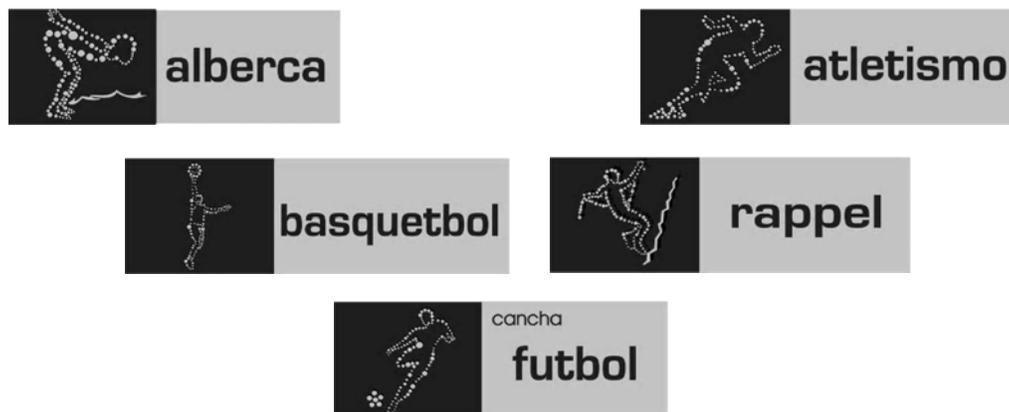


ELIMINADO



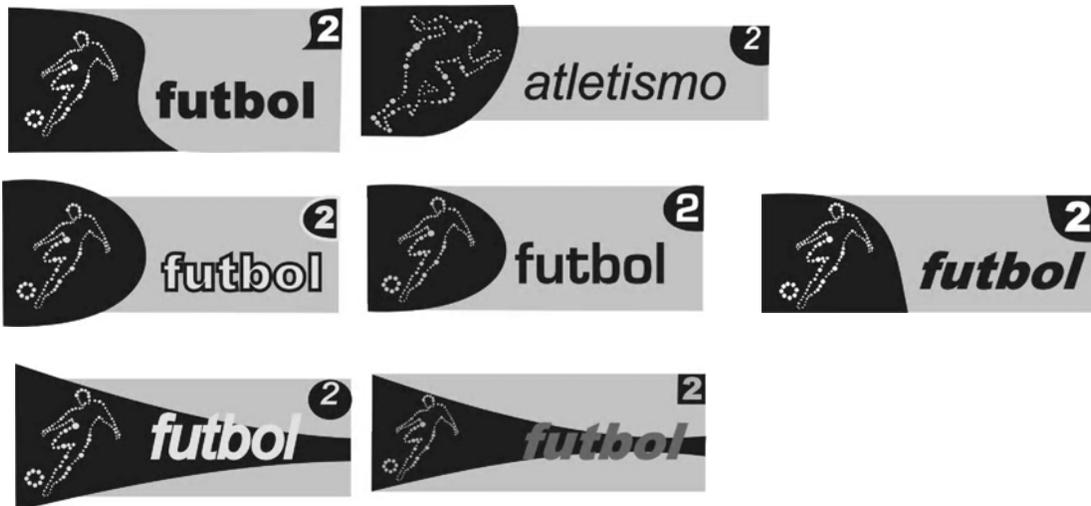
ELEGIDO

Fue así como se comenzó a unificar algunas de las imágenes con dicho formato. Pero se obtenía como resultado algo muy estático, sin atracción, a pesar de su original grado de estilización. Este tipo de formato hacía que dicha estilización no resaltara como debería. Así que se buscó la manera de hacerlo un poco más original sin necesidad de modificar el formato, sino más bien, jugando con el interior del formato.

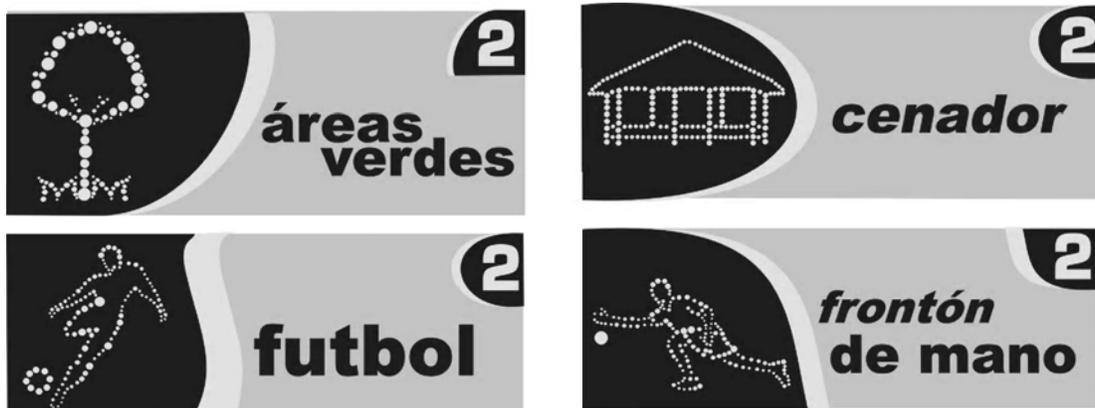


Se realizaron y plasmaron varias ideas en las cuales se hacía notar el formato más alegre, dinámico, original, y a la vez expresivo, ya que hacía notar más el tipo de estilización con la que se contaba, al mismo tiempo era convalidado con diferentes tipografías para elegir la adecuada. Ahora sí, el formato tomaba una unificación, respondiendo a las necesidades.





Pero el color de la imagen era muy tímido y esto no era funcional, así que se buscó una tinta más para lograr darle vida a la imagen, por lo cual se eligió el color amarillo, el cual se aplicó también en el número de cancha y en las curvas irregulares en el formato que dividen la imagen de la tipografía; esto para hacerlo más vivo.



futbol Eurostile

futbol Frutiger

futbol Arial Black Itálica

futbol Arial Black

Para el mensaje escrito en cada señal, se buscaron diferentes tipografías, las cuales fueran adecuadas, en cuanto a dar legibilidad a los nombres de cada una de las zonas y áreas recreativas, colocadas dentro del formato de señalización. Al analizarlas se vio que la adecuada era la Arial Black, ya que es sencilla, activa, legible y agradable.

futbol Arial Black

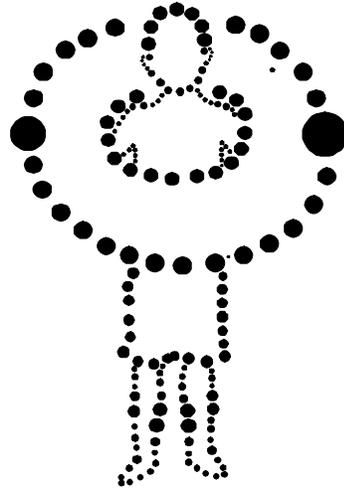


El conjunto, todos estos elementos finales, logran darnos lo que es la Señalización para la Unidad Deportiva Hnos. López Rayón, cumpliendo cada una de las necesidades que eran requeridas.

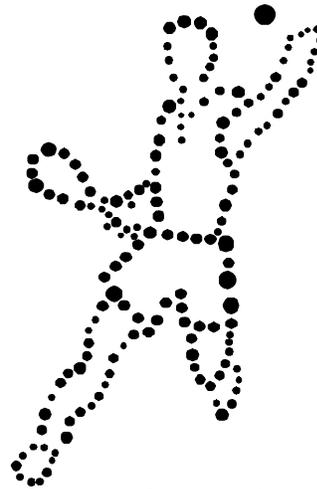


futbol Arial Black

A continuación se presentan en conjunto, todas y cada una de las estilizaciones de imágenes que representarían las zonas deportivas, recreativas y de protección civil.



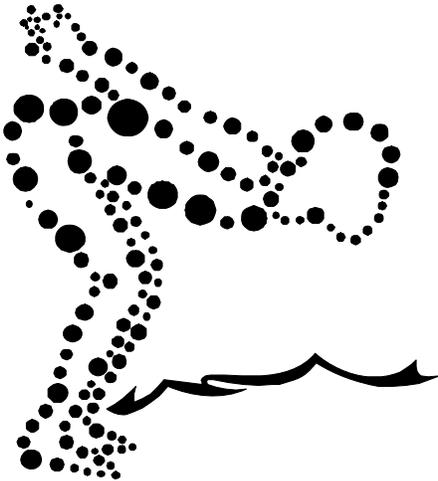
CHAPOTEADERO



FRONTENIS

Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

ESTILIZACIONES



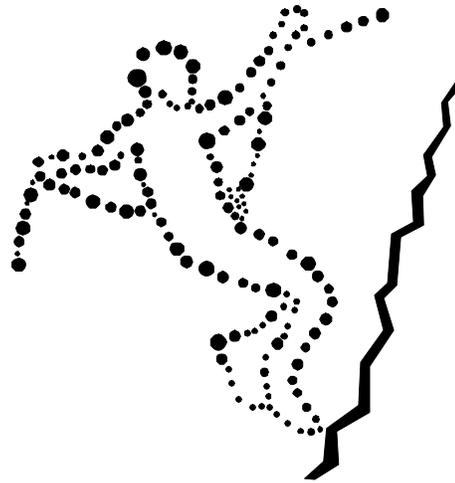
ALBERCA



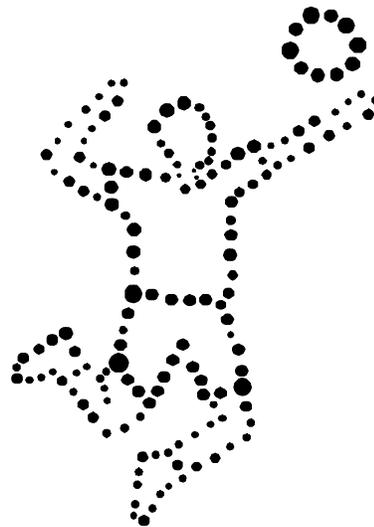
PISTA DE ATLETISMO

Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

ESTILIZACIONES



PARED DE RAPPEL



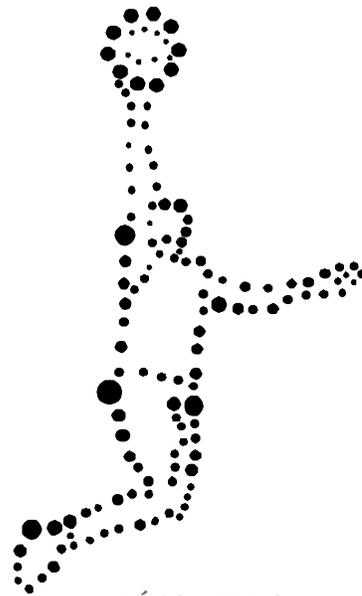
VOLEIBOL

Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

ESTILIZACIONES



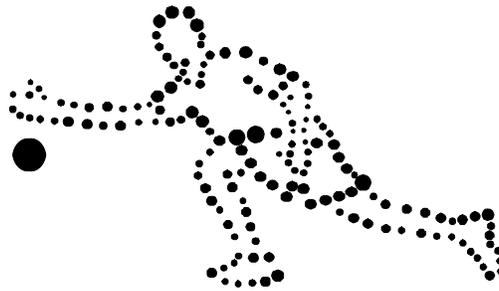
TENIS



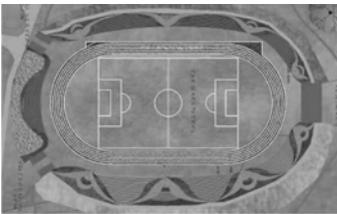
BÁSQUETBOL

Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

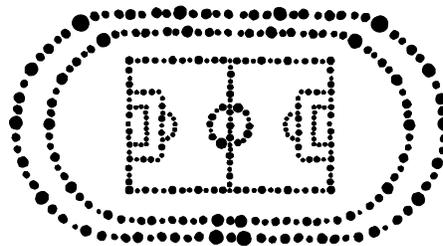
ESTILIZACIONES



FRONTÓN DE MANO

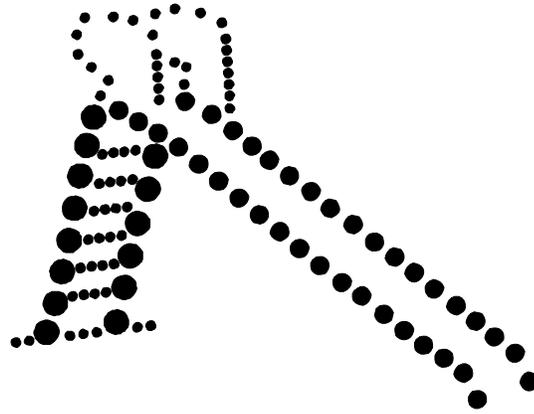
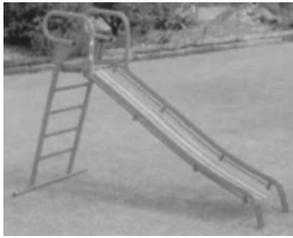


Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

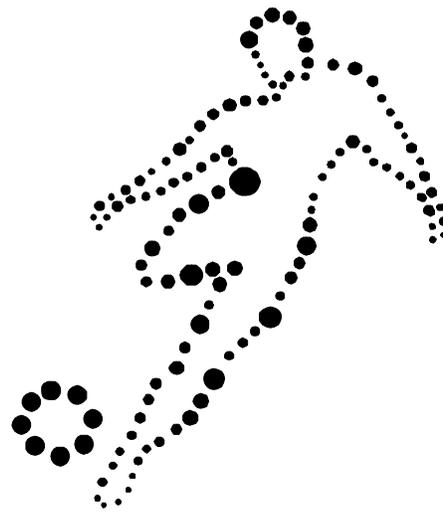


ESTADIO DE FÚTBOL

ESTILIZACIONES



ÁREA RECREATIVA



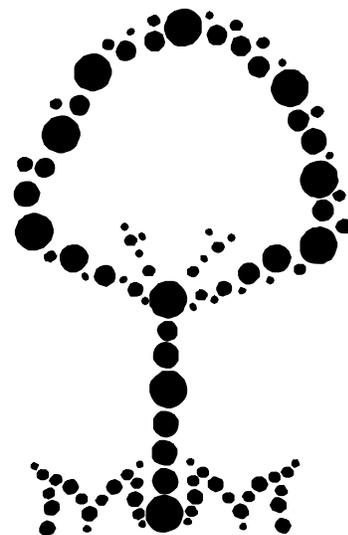
FÚTBOL

Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

ESTILIZACIONES



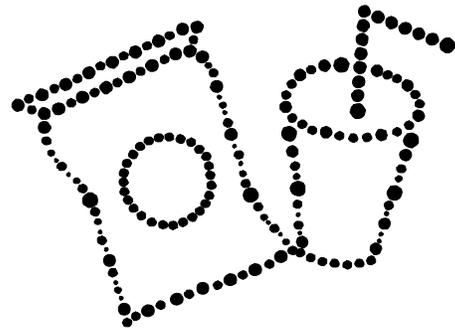
CENADOR



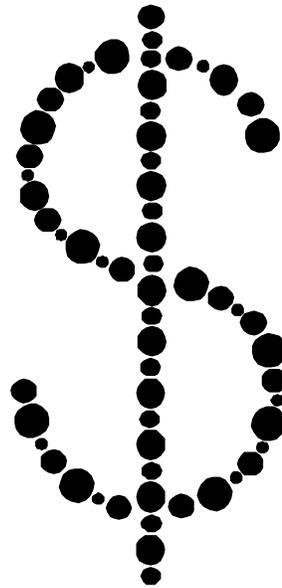
ÁREAS VERDES

Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

ESTILIZACIONES



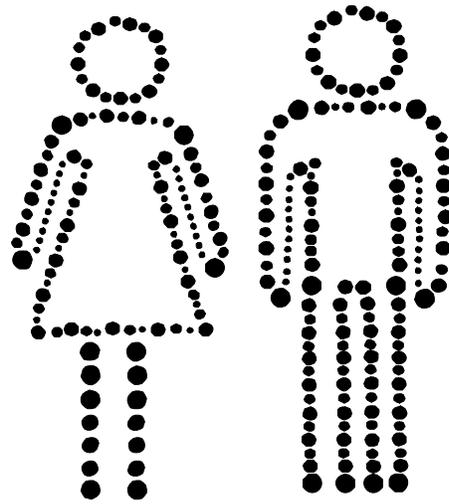
ÁREA COMERCIAL



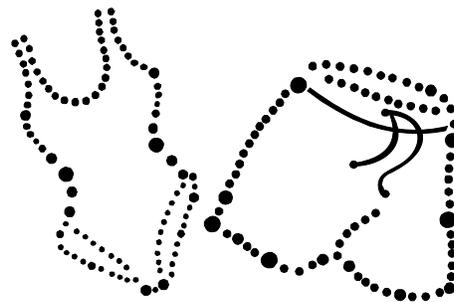
TAQUILLA

Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

ESTILIZACIONES



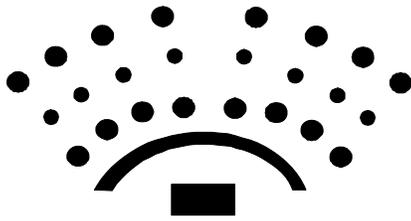
BAÑOS



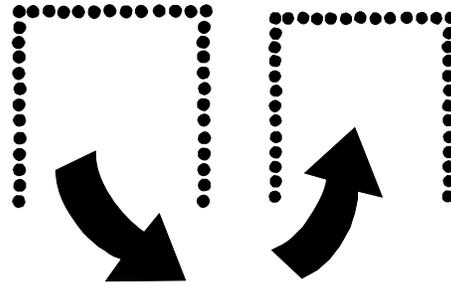
VESTIDORES

Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

ESTILIZACIONES



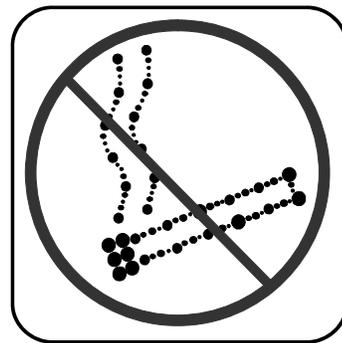
AUDITORIO



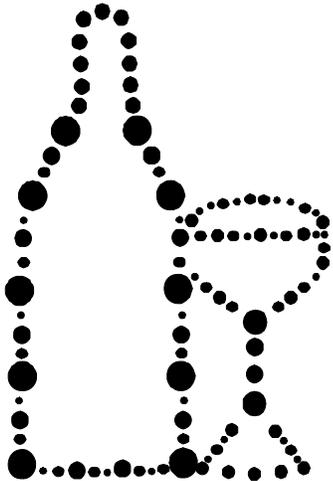
ENTRADA Y SALIDA

PROHIBITIVAS

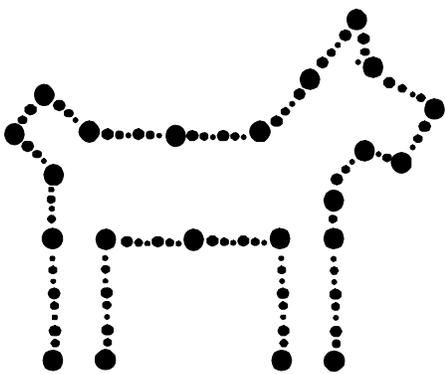
Se realizaron de igual manera las señalizaciones civiles necesarias para el plantel, ya que es una norma el contar con ellas, por seguridad. Se realizaron con el mismo estilo de estilización, únicamente se respetaron los colores establecidos, ya que es una regla que no debe de romperse. Esto, con la finalidad de hacer un conocimiento de Identificación Universal de dichas señales.



PROHIBITIVAS



BEBIDAS
ALCOHÓLICAS

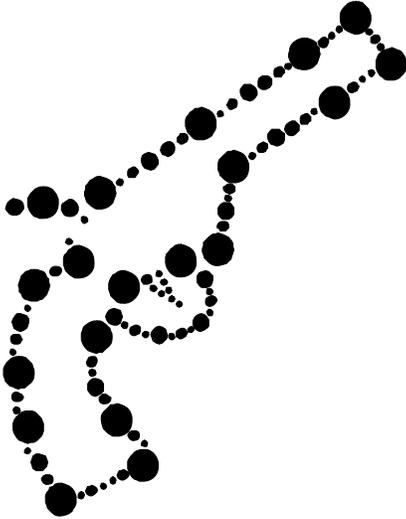


ANIMALES

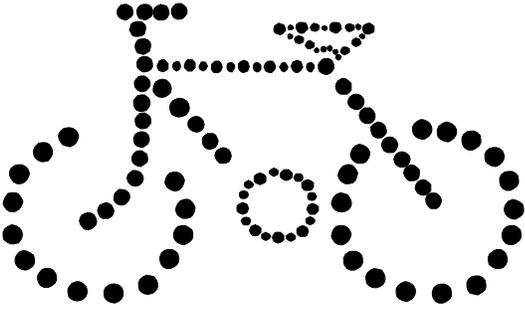


Imágenes tomadas como base para la
realización de las estilizaciones para la señalización

PROHIBITIVAS



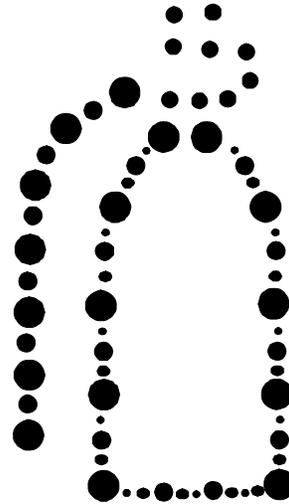
ARMAS



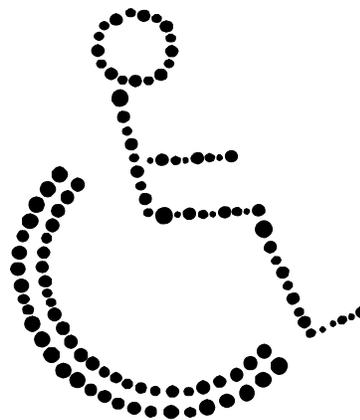
BICICLETAS

Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

INFORMATIVAS



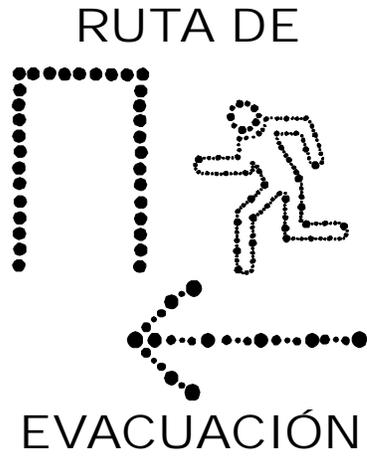
EXTINTOR



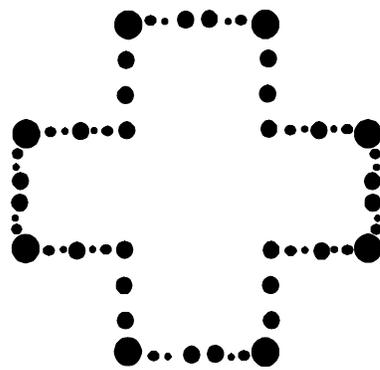
MINUSVÁLIDOS

Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

INFORMATIVAS



ruta de EVACUACIÓN



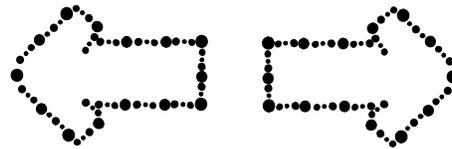
Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

PRIMEROS AUXILIOS

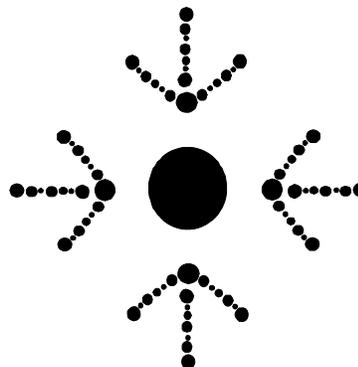
INFORMATIVAS



INFORMACIÓN



DIRECCIONALES

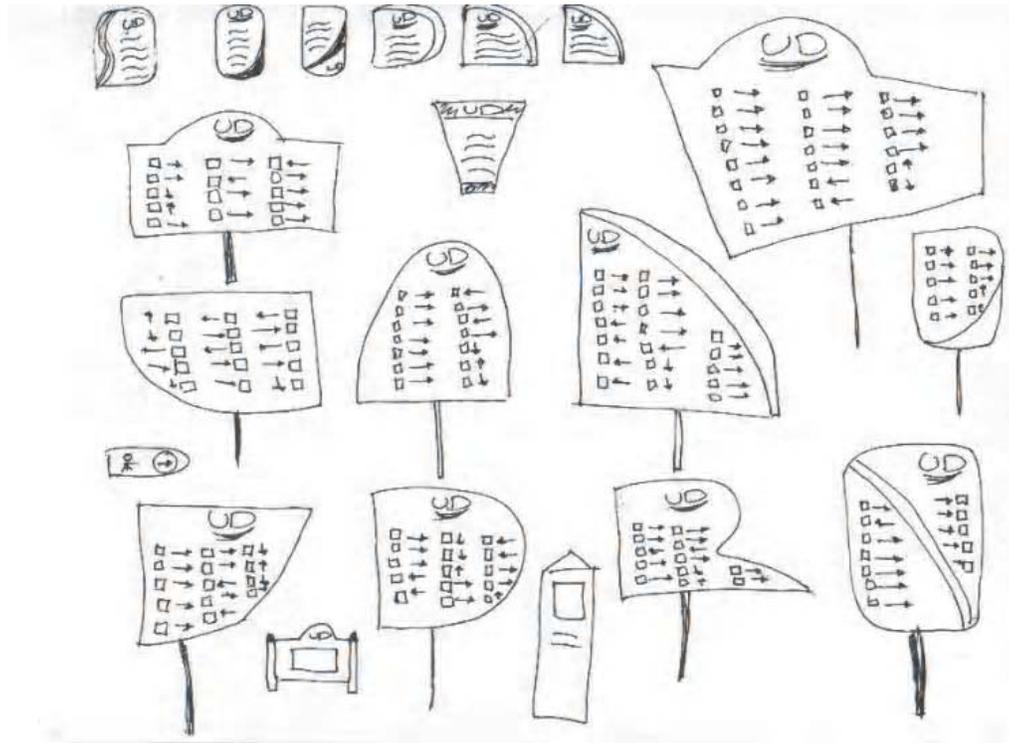


PUNTO DE REUNIÓN

Imágenes tomadas como base para la realización de las estilizaciones para la señalización

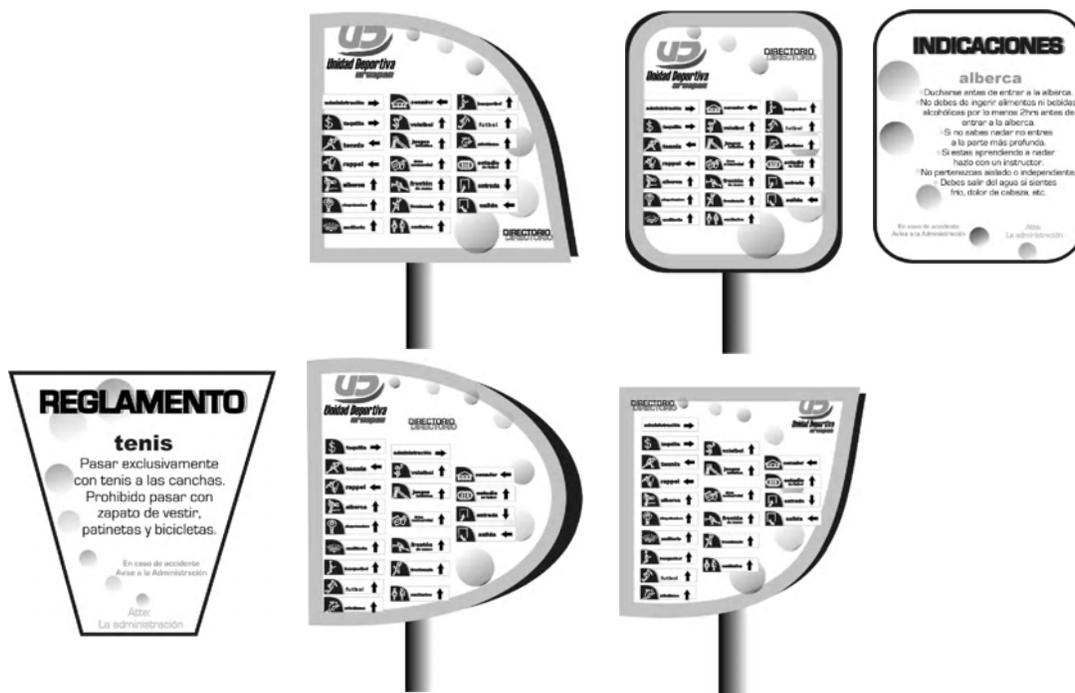
Terminadas las estilizaciones de las señalizaciones, se comenzó a realizar el siguiente trabajo: la realización de un directorio, el cual es una forma práctica de proporcionar al usuario de la Unidad la información de cuales son las actividades y servicios con las que dicho plantel cuenta y ofrece. Al igual que los reglamentos de algunas áreas; esto, para que el usuario cuente con información acerca de dicha zona.

PROCESO DE BOCETAJE



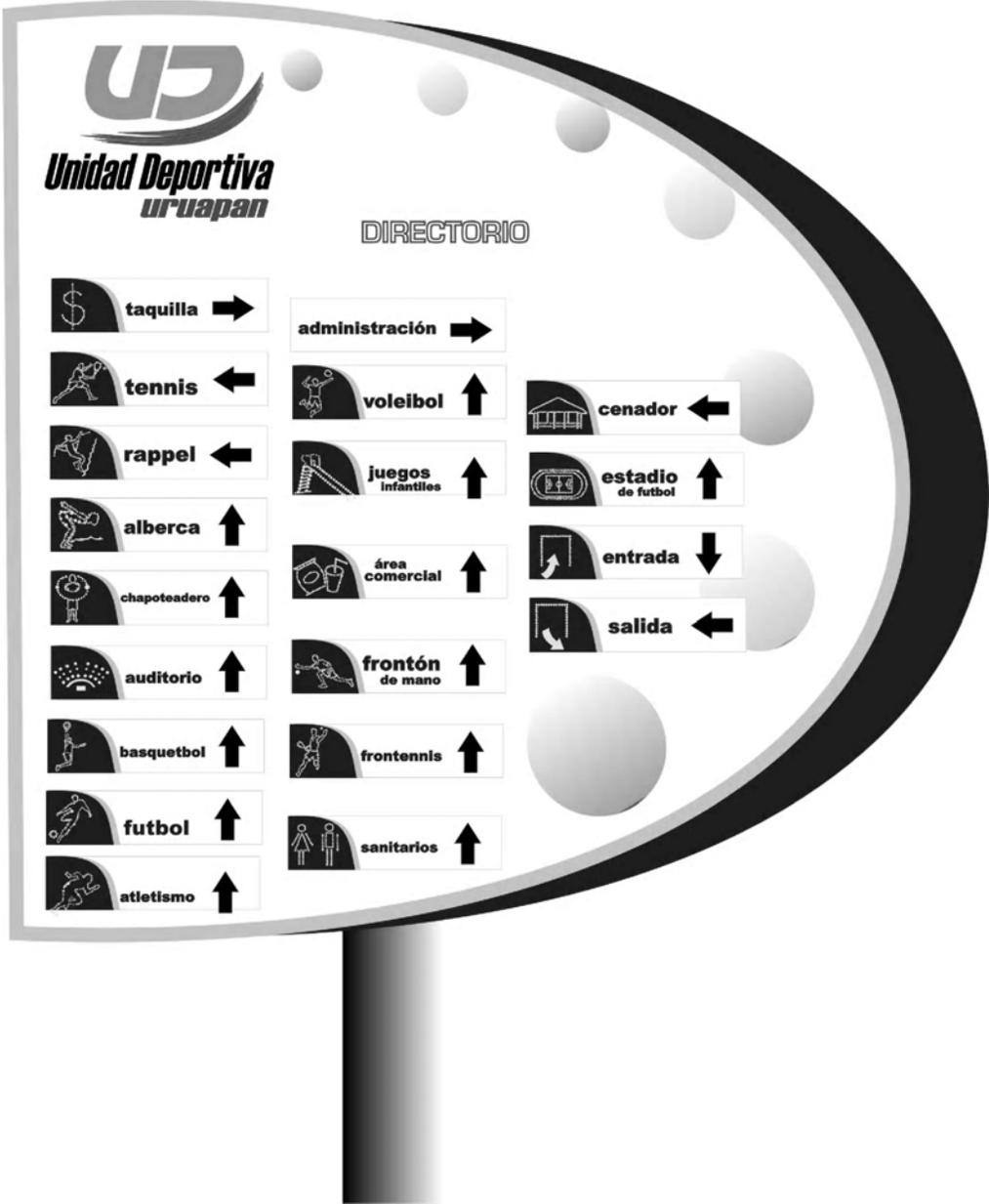
Se comenzó a bocetar diferentes tipos de ideas sobre formatos para el directorio y reglamentos, variando en cuanto a acomodo, tamaño, formas y elementos decorativos.

Enseguida de esos bocetajes, se escogieron 4 estilos diferentes de Directorio y dos de reglamento, los cuales fueron trazados en computadora dándoles color, acomodo y contenidos.



Se analizaron los diferentes formatos y se buscaron los más funcionales y agradables visualmente, logrando llegar a los formatos finales que son los que a continuación se presentan.

FORMATOS FINALES



FORMATOS FINALES

9.3



INDICACIONES

atletismo

Haga un buen calentamiento, utilice los carriles como lo indica la gráfica.

VERDE → Velocidad
AZUL → Trote
AMARILLO → Ritmo

Disminuya o pare la actividad si siente alguna molestia.

En caso de accidente
Avisé a la Administración

Atte:
La administración

INDICACIONES

horario

En apoyo a todos los deportistas madrugadores:

De 6 a 7 a.m. Entrada libre.
De 7 a 8 p.m. Al Público en general.

cooperación

De 1 a 6 años \$1.00
De 7 años en adelante \$2.00

En caso de accidente
Avisé a la Administración

Atte:
La administración

REGLAMENTO

alberca

- Prohibido lanzar objetos a la alberca.
- No practicar juegos peligrosos.
- No practicar clavados.
- No podrás pasar a la alberca en caso de detectarte alguna infección.
- Prohibido utilizar cualquier ropa para entrar a la alberca, (sólo traje de baño).
- No puedes introducir bebidas alcohólicas y envases de vidrio.
- Cuida a tus niños.

En caso de accidente
Avisé a la Administración

Atte:
La administración

INDICACIONES

alberca

- Ducharse antes de entrar a la alberca.
- No debes ingerir alimentos ni bebidas alcohólicas por lo menos 2hrs antes de entrar a la alberca.
- Si no sabes nadar no entres a la parte más profunda.
- Si estas aprendiendo a nadar hazlo con un instructor.
- No pertenezcas aislado o independiente.
- Debes salir del agua si sientes frío, dolor de cabeza, etc.

En caso de accidente
Avisé a la Administración

Atte:
La administración

REGLAMENTO

tenis

- Pagar renta por adelantado.
- Pagar entrada general.
- Usar tenis suela blanca.
- Máximo 2 horas cada turno.
- De 20 min se paga una hora.
- Respeto para el personal.
- Moderar su vocabulario.
- Cuidar instalaciones.

En caso de accidente
Avisé a la Administración

Atte:
La administración

CAPÍTULO 9.4

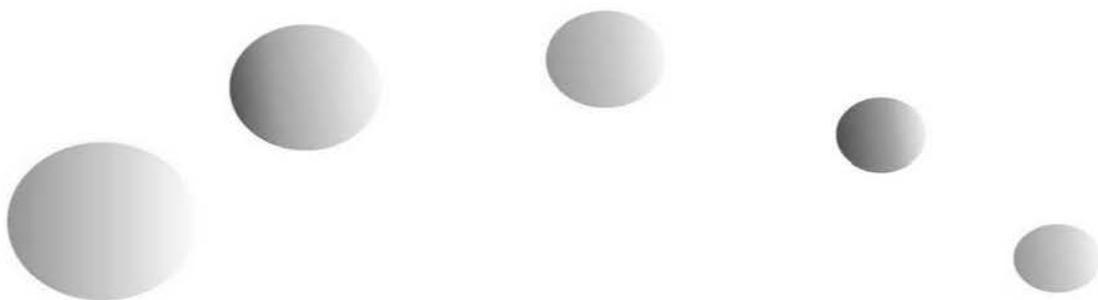
NUEVE. CUATRO

**MANUAL CORPORATIVO
Y SEÑALÉTICO**





***Unidad Deportiva
uruapan***



ÍNDICE

Introducción.....	Pág. 1
Semblanza de la Empresa.....	Pág. 2

LOGOTIPO Y SUS LINEAMIENTOS

Imagen Básica.....	Pág. 3
Estructura Visual.....	Pág. 4
Variante de Logotipo.....	Pág. 5
Color Institucional Pantone y CMYK.....	Pág. 6
Logotipo en una sola tinta.....	Pág. 7
Logotipo en positivo y negativo.....	Pág. 8
Logotipo en fondos de color.....	Pág. 9
Tipografía Institucional.....	Pág. 10
Escala de Reproducción Gráfica.....	Pág. 11
Usos Incorrectos del Logotipo.....	Pág. 12
Elementos Auxiliares.....	Pág. 13

APLICACIONES DE PAPELERÍA

Hoja Membretada.....	Pág. 14
Tarjeta de Presentación.....	Pág. 15
Folder.....	Pág. 16
Sobre.....	Pág. 17

ARTÍCULOS UTILITARIOS

Lápiz y Lapicero.....	Pág. 18
Taza.....	Pág. 19

ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Gorra.....	Pág. 20
Llavero.....	Pág. 21

UNIFORMES

Uniformes.....	Pág. 22
Gafetes.....	Pág. 23

VEHÍCULO

Vehículo.....	Pág. 24
---------------	---------



ÍNDICE

(SOUVENIR) ARTÍCULOS DE VENTA

Playera.....	Pág. 25
Cilindro.....	Pág. 26
Visera.....	Pág. 27
Toalla.....	Pág. 28
Banderín.....	Pág. 29

APLICACIÓN EXTERNA

Fachada de la Entrada a la Unidad.....	Pág. 30
Fachada del Auditorio.....	Pág. 31

SEÑALIZACIÓN

Bote de Basura.....	Pág. 32
---------------------	---------

PRIMER FORMATO

Señalización.....	Pág. 33-42
-------------------	------------

SEGUNDO FORMATO

Señalización.....	Pág. 43
-------------------	---------

SEÑALES RESTRICTIVAS

Señalización Civil.....	Pág. 44
-------------------------	---------

SEÑALES DE PROTECCIÓN CIVIL

Señalización Civil Informativa.....	Pág. 45-46
-------------------------------------	------------

MATERIALES PARA LA SEÑALIZACIÓN

Reticula del Formato.....	Pág. 47
Materiales.....	Pág. 48
Altura.....	Pág. 49
Directorio.....	Pág. 50
Reglamento y Servicios.....	Pág. 51

MATERIAL INCLUIDO EN CD.....	Pág. 52
-------------------------------------	----------------



INTRODUCCIÓN

Este manual tiene como finalidad regular el uso de la identidad corporativa de la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón, para normalizar los elementos que la constituyen, como colores, tipografía, empleo correcto de signos gráficos, material de papelería, señalización y sus diferentes aplicaciones.

Sin embargo cuenta con cierta flexibilidad que deberá ser respetada. Para conseguir una imagen pública, se debe tener fidelidad a estas normas por parte de los integrantes de esta empresa. Si se presenta una aplicación no señalada, ésta se debe consultar con el departamento de difusión.

SEMBLANZA DE LA INSTITUCIÓN

La Unidad Deportiva Hnos. López Rayón nació en 1964, con la finalidad de fomentar el deporte.

CARACTERÍSTICAS

Es un plantel de servicio comunitario hacia el deporte, situada en Uruapan Michoacán. Ofrece diferentes instalaciones y recreaciones para practicar el deporte.

POLÍTICAS

Ofrecer un buen servicio, apoyo y atención a los visitantes.
Practicar y fomentar el deporte para una vida más sana.

CLIENTES ACTUALES

Jóvenes, Niños, Adultos, Discapacitados y Competidores de Ligas.



The page features a decorative layout with five circles of varying sizes and shades of gray arranged in a circular pattern on the left side. A thick, dark gray vertical bar runs along the right edge of the page. The text '1ra. PARTE' is positioned to the right of the top two circles.

1ra. PARTE

EL LOGOTIPO Y SUS LINEAMIENTOS

UNIDAD DEPORTIVA

IMAGEN BÁSICA El logotipo de la Unidad Deportiva Hnos. López Rayón refleja en su diseño dinamismo, jovialidad, frescura y deporte. Al realizar este logotipo se pensó en representar al plantel con abreviaturas de su nombre, las cuales son UD, acompañadas de una curva dinámica debajo de esas letras representando el movimiento de todas las actividades que se realizan en el plantel. Y colocando en la parte inferior reforzando dicha imagen, las palabras Unidad Deportiva, así como el lugar donde ésta se encuentra, que es Uruapan.



Unidad Deportiva
uruapan

UNIDAD DEPORTIVA

ESTRUCTURA VISUAL Esta retícula se utiliza para poder reproducir correctamente el logotipo en caso de que varíe su tamaño.

ESTRUCTURA VISUAL



● X= altura de U

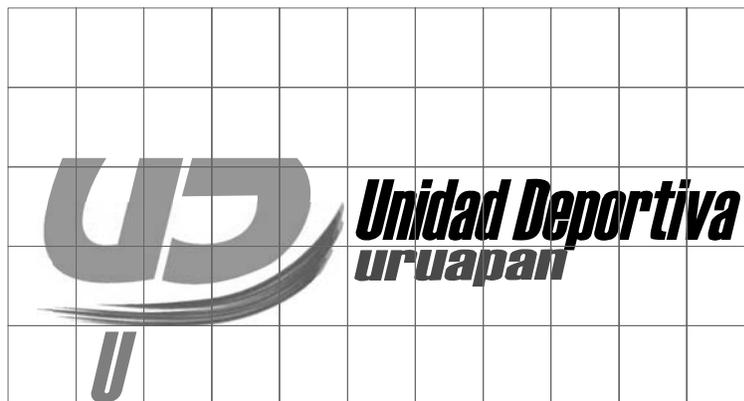


UNIDAD DEPORTIVA

VARIANTE DE LOGOTIPO

Se realizó esta variante para la aplicación del logotipo en ciertos artículos, lo cual es necesario debido a que no cuentan con un formato amplio y adecuado para su reproducción (lápiz, lapiceros y fachada) otorgándole un mejor acomodo y visibilidad de la imagen en dichos artículos. Cuenta con su retícula en caso de que al reproducir dicha variante varíe su tamaño.

ESTRUCTURA VISUAL



● X= altura de U



UNIDAD DEPORTIVA

COLOR INSTITUCIONAL Los colores institucionales seleccionados para la Unidad Deportiva son un verde (plasmado en la abreviación UD), que simboliza la naturaleza, frescura y libertad que se encuentra dentro del platel y el azul (plasmado en la curva y en la tipografía uruapan) que simboliza dinamismo y jovialidad. El negro se utilizó para resaltar el nombre del plantel “Unidad Deportiva”. Estos colores son los únicos autorizados para aplicarse en el sistema de Identidad Corporativa y Señalización.

CMYK

Verde C:50 M:0 Y:100 K:0

Azul C:100 M:50 Y:0 K:5

Negro C:1 M:1 Y:1 K:100

PANTONE SOLID COATED Y RGB

Pantone 376 C
Verde R:125 G:186 B:0

Pantone 2728 C
Azul R:0 G:127 B:255

Pantone Hexachrome Black C
Negro R:33 G:33 B:33



UNIDAD DEPORTIVA

LOGOTIPO EN UNA SOLA TINTA

Estas variantes de color verde o azul se realizaron para dar una mayor flexibilidad al sistema de Identidad, considerando las limitaciones técnicas o de presupuesto al no poder imprimir en más de una tinta.

Verde C:50 M:0 Y:100 K:0
Pantone 376 C
Verde R:125 G:186 B:0



Azul C:100 M:50 Y:0 K:5
Pantone 2728 C
Azul R:0 G:127 B:255



UNIDAD DEPORTIVA

LOGOTIPO EN POSITIVO Y NEGATIVO

Estos colores monocromáticos se utilizan cuando el logotipo se necesita imprimir para aplicaciones de papelería, por economía.



NEGATIVO

Negro C:1 M:1 Y:1 K:100
Pantone Hexachrome Black C
Negro R:33 G:33 B:33



POSITIVO

Negro C:2 M:0 Y:0 K:5
Pantone 7541 C
Negro R:227 G:227 B:222



8

UNIDAD DEPORTIVA

LOGOTIPO EN FONDOS DE COLOR

El logotipo puede ser utilizado sobre estos 5 diferentes fondos de color (rojo, amarillo, azul, azul cielo y verde) ya que brindan legibilidad, contraste y atracción para su uso en algunas de sus diferentes aplicaciones.



UNIDAD DEPORTIVA

TIPOGRAFIA INSTITUCIONAL

Haettenschweiler

Ésta no debe emplearse para escribir otros textos, ya que el uso restringido le otorga distinción e individualidad. Se utiliza sólo para el nombre de la empresa, creando una personalidad única en el logotipo.

Itálica

TIPOGRAFIA AUXILIAR

Eurostile

Ésta se emplea como sustituto de la tipografía del logotipo, o como complemento de la Identidad Gráfica para cualquier información impresa o visual.

Bold

Light

abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789!~\$%&/[]=?~i

*abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ*

abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
0123456789!~\$%&/[]=?~i

abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ

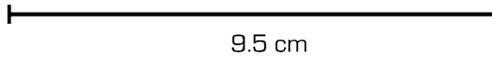
UNIDAD DEPORTIVA

ESCALA DE REPRODUCCIÓN GRÁFICA

La Identidad Corporativa de la Unidad Deportiva debe ser uniforme; la aplicación mínima del logotipo es de 2.5 cm. El logotipo debe ser leído correctamente cuidando su legibilidad en diferentes proporciones, sin reducirlo más del límite establecido.



Unidad Deportiva
uruapan



9.5 cm



Unidad Deportiva
uruapan



7 cm



Unidad Deportiva
uruapan



4.5 cm



Unidad Deportiva
uruapan



3.5 cm



Unidad Deportiva
uruapan



2.5 cm



UNIDAD DEPORTIVA

USOS INCORRECTOS DEL LOGOTIPO

Para lograr que la Unidad Deportiva mantenga su uniformidad, se deberá evitar totalmente cualquier cambio de posición, color, eliminar objetos, agregar objetos, quitar objetos, cambiar tipografía, deformarlo, proporción, logotipo o símbolo distinto a lo indicado, sin ser parte de otros elementos.



UNIDAD DEPORTIVA

ELEMENTOS AUXILIARES

Estos elementos ayudarán a realzar la Identidad Corporativa de la empresa, de una manera decorativa y auxiliar.

1



2



3



4



5



6



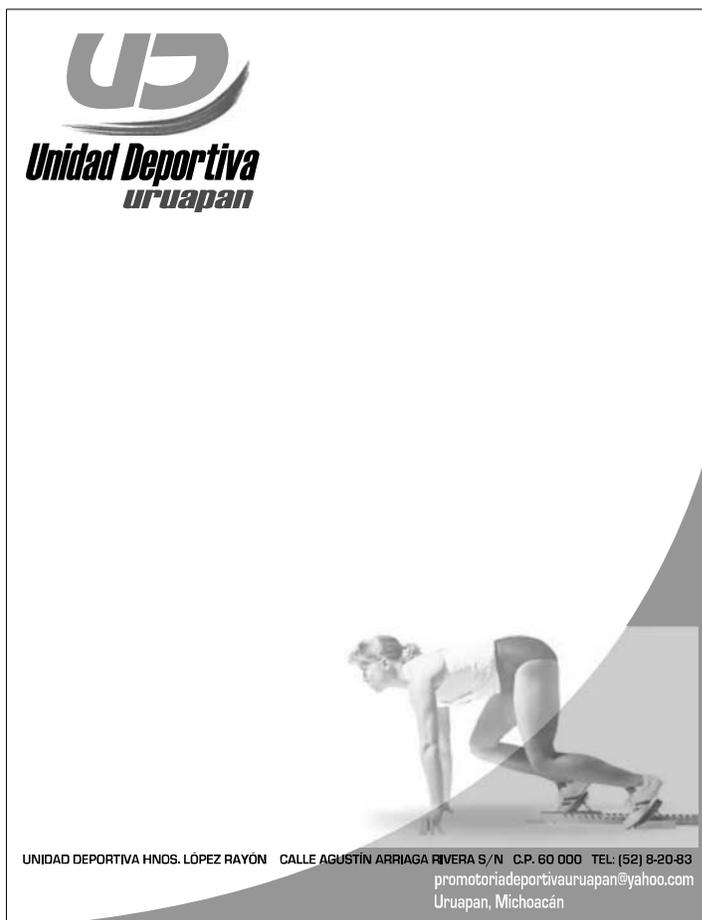


APLICACIONES

PAPELERÍA
PAPELERÍA
PAPELERÍA
PAPELERÍA
PAPELERÍA
PAPELERÍA
PAPELERÍA
PAPELERÍA

UNIDAD DEPORTIVA

HOJA MEMBRETADA Tamaño carta, de 21.5 cm x 28 cm. Ésta tendrá que llevar los datos generales de la Unidad Deportiva, como son Dirección, C.P, teléfono, correo electrónico y la ciudad donde se encuentra. Al igual que su logotipo y un elemento decorativo; esto, para darle presentación y reforzar su imagen.



UNIDAD DEPORTIVA

TARJETA DE PRESENTACIÓN Se muestran 3 tipos de tarjetas de presentación, diseñadas con un modelo diferente para dos tipos de personal. Cada una de éstas deberá llevar ciertos datos, como son nombre de la persona, cargo, correo electrónico, teléfonos (s), dirección de la Unidad y el logotipo.

Tarjeta para el Directivo: horizontal de 9cm x 5cm.
Tarjeta para Empleados: vertical de 5cm x 9cm.

TARJETA PARA DIRECTIVO



TARJETA PARA EMPLEADOS



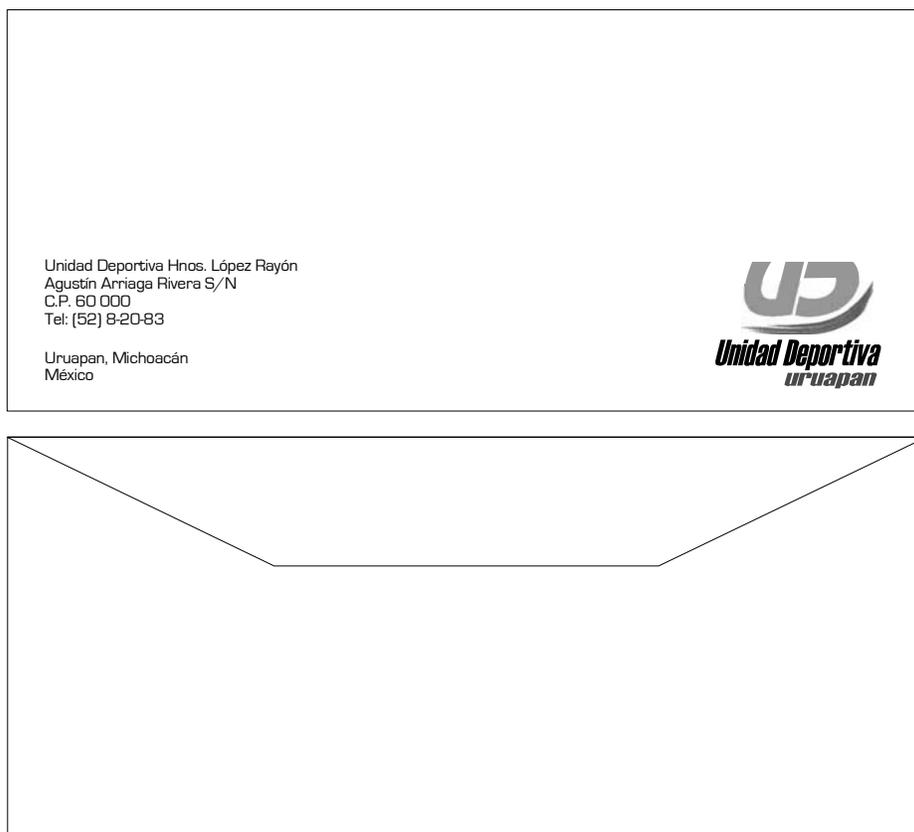
UNIDAD DEPORTIVA

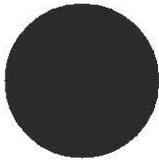
FÓLDER Fólder tamaño carta, de 23.5cm x 29.5 cm. Color azul y al frente, en el centro e inclinado lleva el logotipo de la Unidad Deportiva en una sola tinta (blanco) ya que, por ser papelería, necesita ser más económico en su reproducción.



UNIDAD DEPORTIVA

SOBRE Su medida es 19cm x 10 cm.
En la parte frontal, extremo inferior derecho, lleva el logotipo de la Unidad, y del lado inferior izquierdo los datos de este plantel.

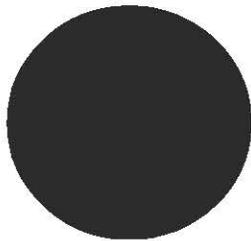
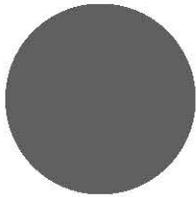




Artículos

UTILITARIOS

UTILITARIOS
UTILITARIOS
UTILITARIOS
UTILITARIOS
UTILITARIOS
UTILITARIOS

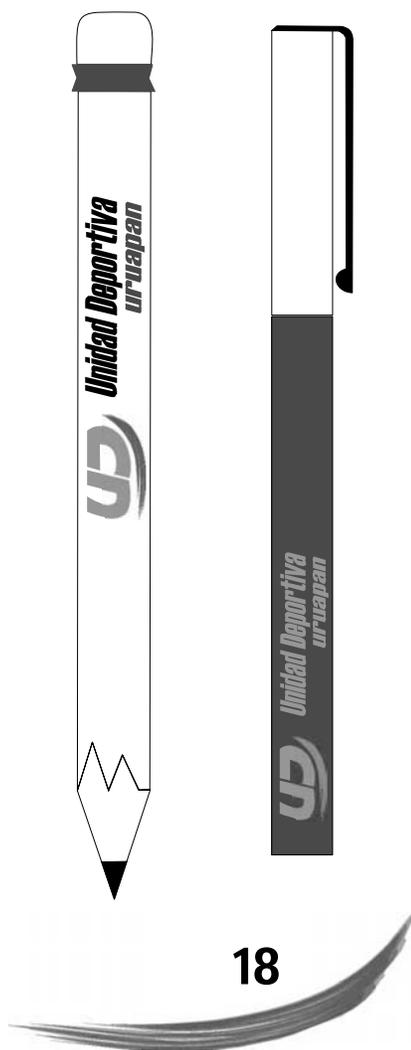


UNIDAD DEPORTIVA

LÁPIZ Y LAPICERO

Lápiz de 16cm x 1cm; será de color blanco para poder imprimir el logotipo con sus colores institucionales.

Lapicero de 15cm x1cm será de color azul y el logotipo irá a una sola tinta (verde). Tanto el lápiz como el lapicero utilizarán la variante de logotipo horizontal, para una mejor visibilidad.



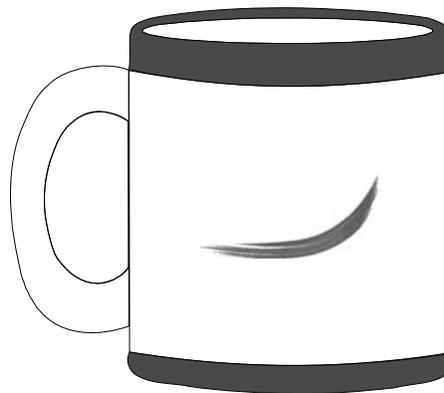
UNIDAD DEPORTIVA

TAZA

Ésta será de color blanco y llevará al frente el logotipo de la Unidad Deportiva en sus colores Institucionales. Al reverso y en el centro llevara únicamente la curva dinámica del logotipo, en su color institucional.



FRENTE

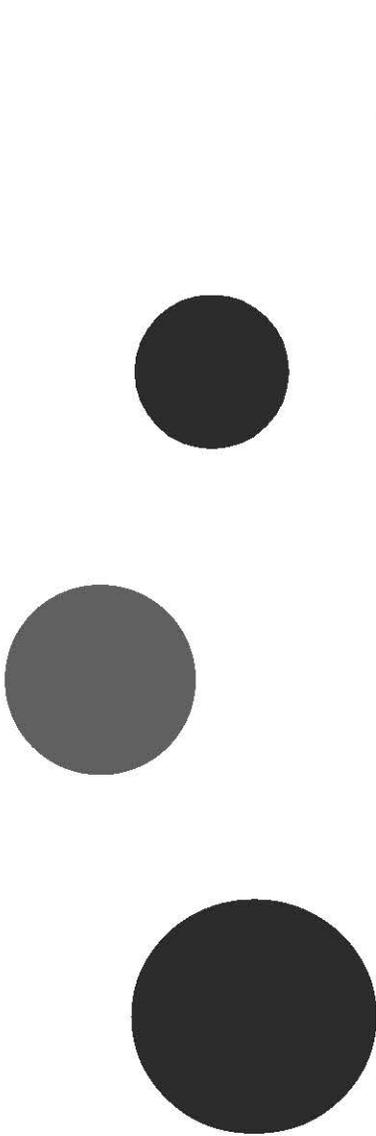


POSTERIOR

Artículos

PROMOCIONALES

PROMOCIONALES
PROMOCIONALES
PROMOCIONALES
PROMOCIONALES
PROMOCIONALES
PROMOCIONALES



UNIDAD DEPORTIVA

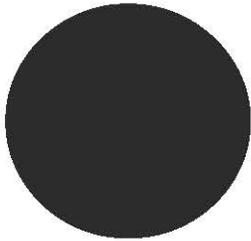
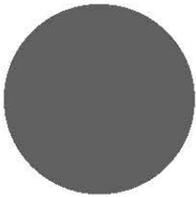
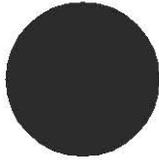
GORRA La Gorra Deportiva cuenta con dos tipos de diseños. El primero es una gorra blanca, la cual lleva al frente el logotipo de la Unidad en sus colores institucionales. La segunda es una gorra azul, y lleva al frente únicamente el símbolo UD y la curva dinámica y a una sola tinta (verde); esto, para que contraste con el color de gorra.



UNIDAD DEPORTIVA

LLAVERO Los llaveros son de material foamy con una medida de 3cm x 3cm, cuenta con 2 tipos de diseño. El primero es blanco y al frente va el logotipo a color institucional y en dirección inclinada. El segundo es de color azul y al frente lleva el logotipo a una sola tinta (verde) para contrastar y en dirección inclinada.



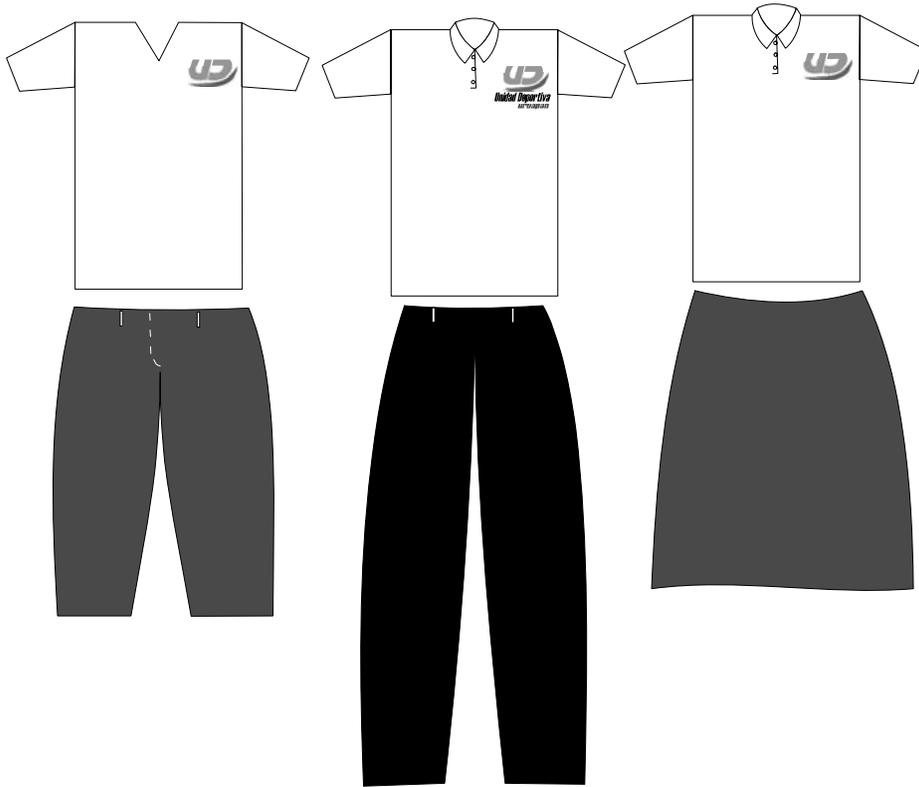


UNIFORMES
UNIFORMES
UNIFORMES
UNIFORMES
UNIFORMES
UNIFORMES
UNIFORMES

UNIDAD DEPORTIVA

UNIFORMES

Se presentan 3 tipos de uniformes para el personal del plantel. Esto es para que la gente que va de visita al plantel pueda identificar de una manera inmediata a la gente que conforma la Unidad, en caso de que necesiten su ayuda o servicio.



EMPLEADOS

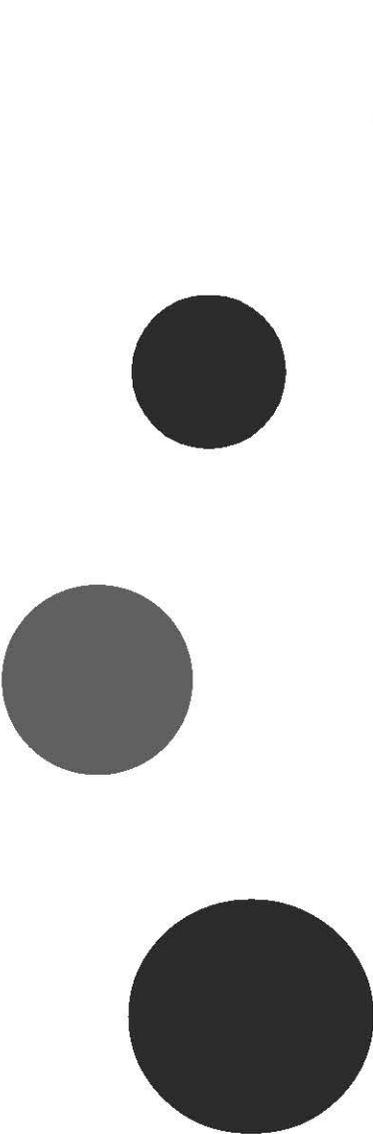
ADMINISTRADOR

SECRETARIA

UNIDAD DEPORTIVA

GAFETES El gafete será utilizado para la identificación del personal. Llevará impreso el logotipo de la Unidad, así como el del Ayuntamiento, una curva de plasta decorativa, el nombre de la persona y su cargo. Se utilizarán 2 tipos de diseños, el primero solamente para el administrador (en forma vertical), y el segundo para los empleados (en forma horizontal).



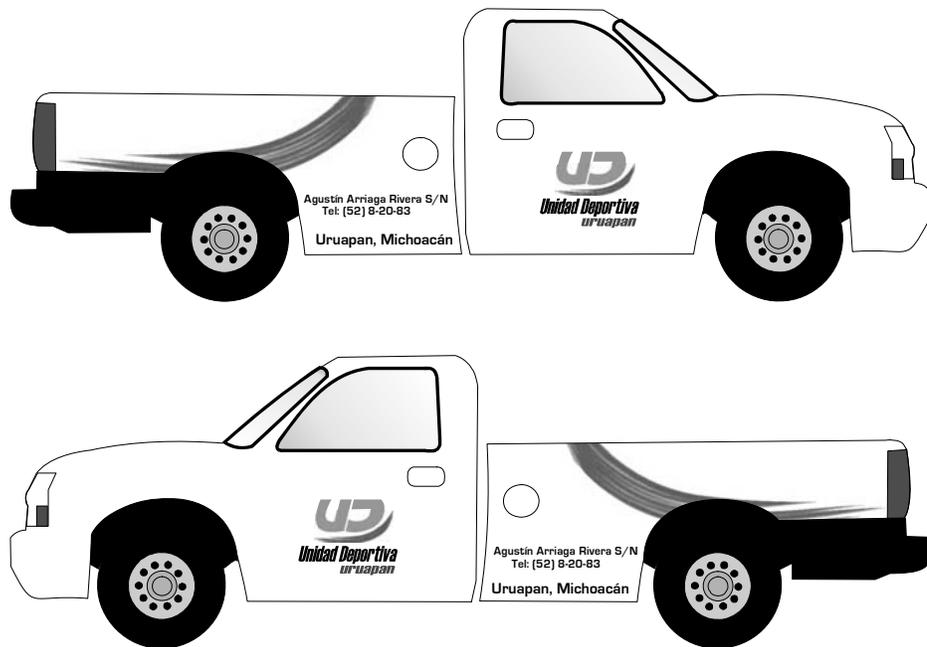


VEHÍCULO
VEHÍCULO
VEHÍCULO
VEHÍCULO
VEHÍCULO
VEHÍCULO
VEHÍCULO



UNIDAD DEPORTIVA

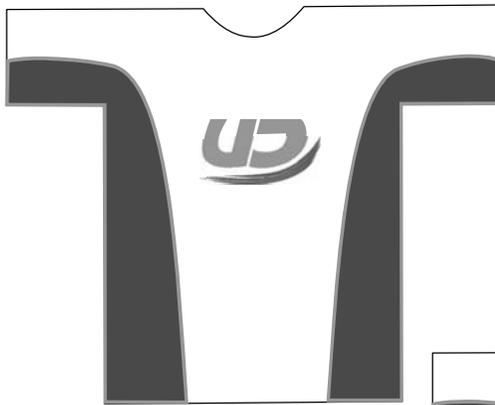
VEHÍCULO El vehículo de la Unidad Deportiva deberá llevar al centro de las puertas el logotipo y en la parte lateral un elemento decorativo “la curva dinámica del logotipo”, así como los datos del plantel. Esto es con el fin de que la gente lo identifique fácilmente.



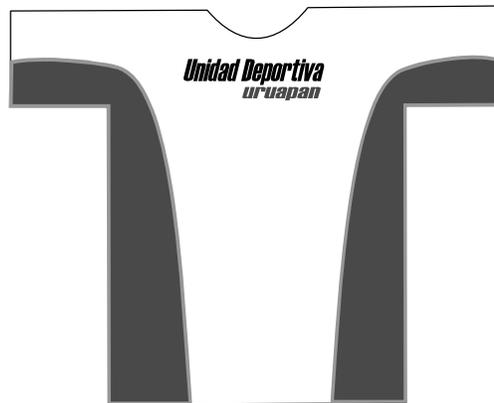
UNIDAD DEPORTIVA

ARTÍCULOS DE VENTA Estos artículos se venderán dentro del plantel, con la finalidad de obtener ingresos para su mantenimiento y nuevos proyectos.

PLAYERA Será una playera blanca de cuello redondo, con franjas azules desde la manga a los costados. Al frente llevará el símbolo de la Unidad, en la parte posterior superior llevará el nombre de la Unidad.



FRENTE



POSTERIOR

25

UNIDAD DEPORTIVA

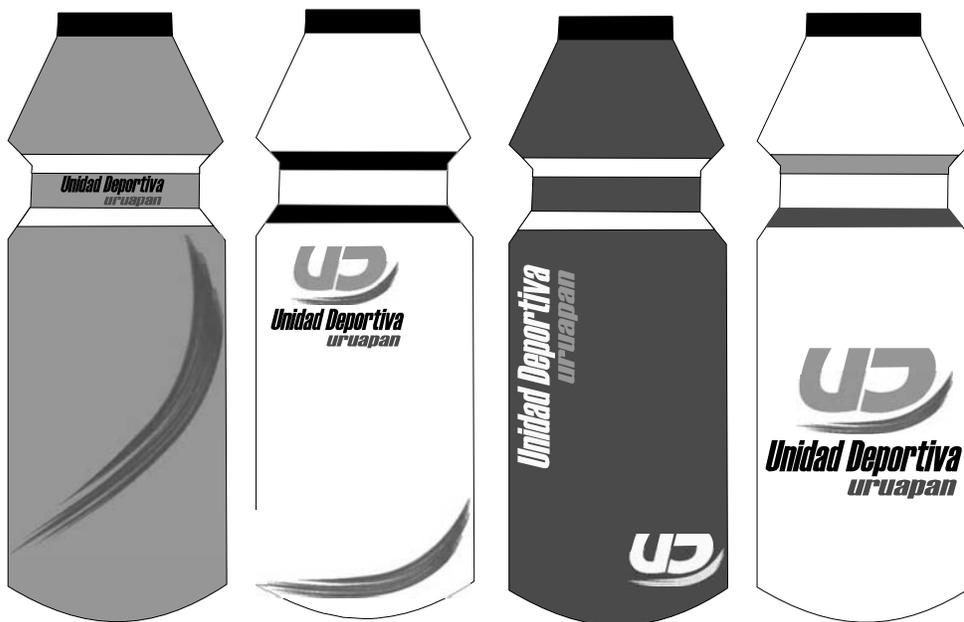
CILINDRO Se encuentran 4 diferentes diseños y colores, para satisfacer los diferentes gustos del usuario.

El primer cilindro es color verde, en la parte frontal superior lleva una curva dinámica color azul atravesada de izquierda a derecha, en la parte media lleva el nombre del plantel de color negro y azul.

El segundo cilindro es color blanco; éste lleva en la parte frontal inferior una curva dinámica azul y el logotipo de la Unidad en sus colores institucionales en la parte superior derecha.

El tercer cilindro es color azul, éste lleva en la parte frontal en la parte inferior izquierda el símbolo de la Unidad en color blanco y en la parte superior al costado derecho el nombre de la Unidad de color blanco y verde.

El cuarto cilindro es color blanco y en la parte frontal en el centro lleva el logotipo de la Unidad en sus colores Institucionales.



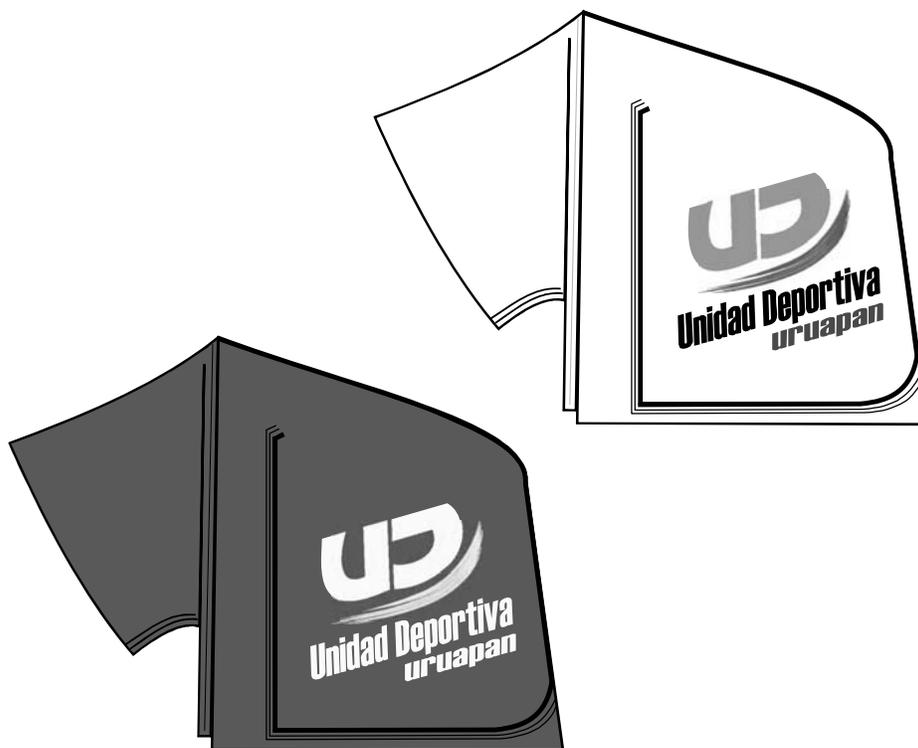
UNIDAD DEPORTIVA

VISERA Se encuentran 2 tipos de diseño.
El primero es una visera blanca, en el centro y al frente lleva el logotipo de la Unidad en sus colores Institucionales.
La segunda visera es color azul, lleva situado el logo al centro en la parte frontal , sólo que ahora el logo está a una sola tinta, verde.



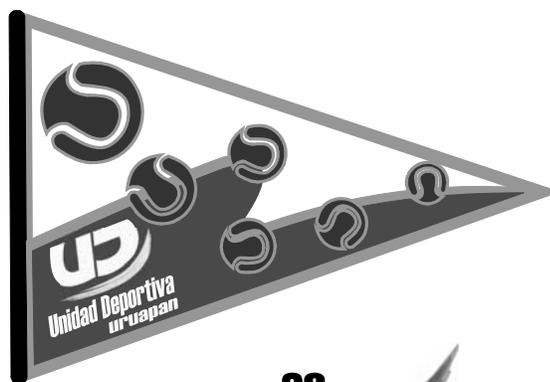
UNIDAD DEPORTIVA

TOALLAS Toallas con una medida de 30 x 40cm. Se encuentran 2 diferentes diseños.
El primero es una toalla blanca con el logotipo a color Institucional en el centro y un poco inclinado hacia la derecha.
La segunda es una toalla azul con el logotipo a una sola tinta (blanca) esto para contrastar, en el centro y un poco inclinado hacia la derecha.



UNIDAD DEPORTIVA

BANDERINES Tienen una medida de 30cm x 60cm. Se encuentran 2 diferentes diseños. El primero es vertical; lleva el logotipo en la parte superior, a una sola tinta verde para contrastar con el fondo que es mitad azul (izquierda) y mitad blanca (derecha) estos dos divididos con una franja verde, seguida por una fila de balones de fútbol comenzando de arriba hacia abajo en forma aleatoria. El segundo es Horizontal, lleva el logotipo en la parte inferior izquierda, a una sola tinta blanca; esto, para contrastar con el fondo azul (inferior) con blanco (superior) del banderín, divididos por una franja verde delgada, atravesando una línea con movimiento de balones de voleibol color negro con filete verde para resaltar.



UNIDAD DEPORTIVA

FACHADA DE LA ENTRADA A LA UNIDAD DEPORTIVA

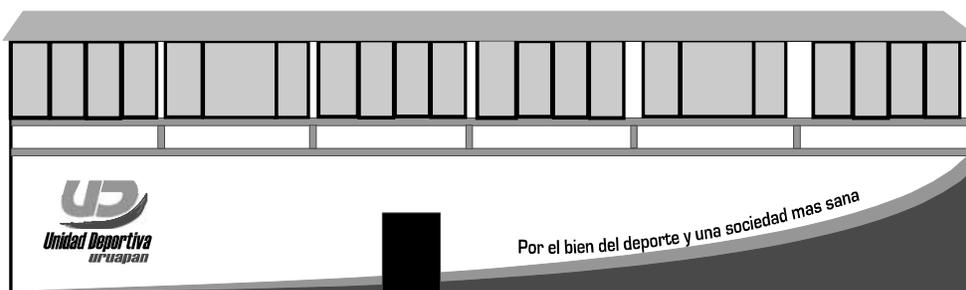
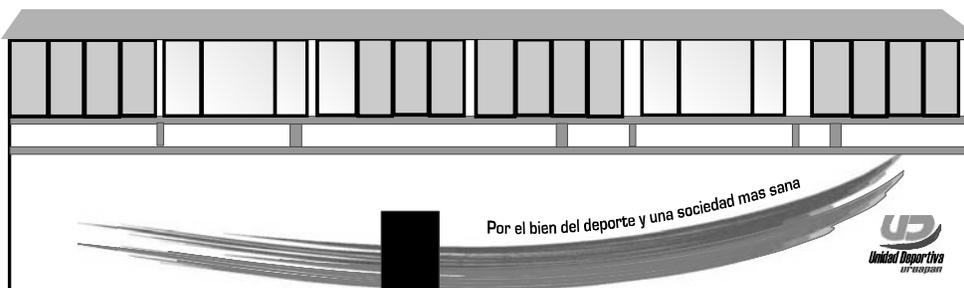
La fachada se modificó, dándole una mejor apariencia, ya que es un factor importante para que la gente identifique el lugar de manera inmediata, Se utilizó una combinación de los colores institucionales, así como el acomodo del logotipo con la variante horizontal en la parte superior izquierda y su eslogan en la parte inferior derecha, junto con el nombre completo del plantel “Unidad Deportiva Hnos. López Rayón”.



UNIDAD DEPORTIVA

FACHADA DEL AUDITORIO

Se realizó una mejor apariencia al auditorio, ya que este lugar es donde se llevan a cabo competencias nacionales de voleibol y básquetbol, así que se necesitaba darle una mejor presentación tanto a los visitantes internos y externos al lugar. Se realizaron 2 diferentes tipos de propuestas. Las dos llevan los mismos datos que son: el logotipo en los colores institucionales y el slogan "Por el bien del deporte y una sociedad más sana", lo único que cambia es el acomodo de estos y los elementos decorativos ya sean franjas o curvas dinámicas azul y verde.





***Unidad Deportiva
uruapan***

2da parte

SEÑALIZACIÓN

SEÑALIZACIÓN
SEÑALIZACIÓN
SEÑALIZACIÓN
SEÑALIZACIÓN
SEÑALIZACIÓN
SEÑALIZACIÓN

UNIDAD DEPORTIVA

BOTE DE BASURA Botes de basura blancos, pintados en la parte superior una franja verde ancha y, seguida de ésta, una línea azul delgada. En la parte inferior, al centro, lleva el logotipo de la Unidad en color institucional.



1er.

FORMATO

FORMATO
FORMATO
FORMATO
FORMATO
FORMATO
FORMATO



UNIDAD DEPORTIVA

SEÑALIZACIÓN Para decidir cuál era el formato adecuado para los señalamientos, se tomaron en cuenta varios factores, como son los datos que llevarían cada señalamiento, la ubicación, el contexto recreativo, su funcionalidad y las dimensiones.



UNIDAD DEPORTIVA

SEÑALIZACIÓN Está realizada en lámina galvanizada calibre 18, formato rectangular de 120 x 40 cm, con impresión electrostática en Serigrafía.



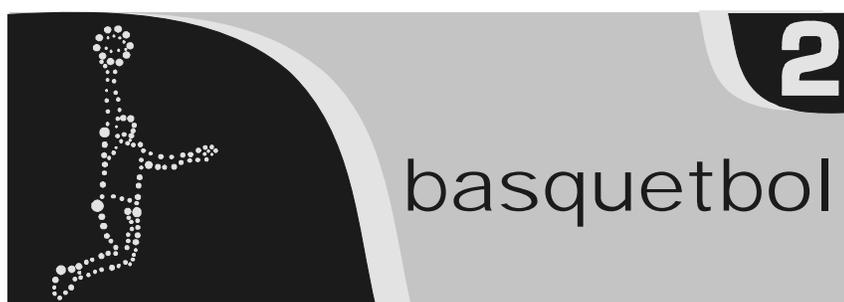
UNIDAD DEPORTIVA

SEÑALIZACIÓN El color del formato va de acuerdo con los colores institucionales del logotipo azul (izquierdo) y verde (derecho) y, entre estos dos colores, una curva amarilla. La imagen de cada señalamiento será de igual manera amarilla y la tipografía azul.



UNIDAD DEPORTIVA

SEÑALIZACIÓN En algunos de los formatos se aumenta un espacio, en el cual es colocado el numero de la cancha para identificar en la que se encuentran, debido a que, para ciertos deportes se cuenta con 2 o más canchas. Éste irá en el lado superior derecho, en color amarillo, sobre un recuadro curvo color azul.



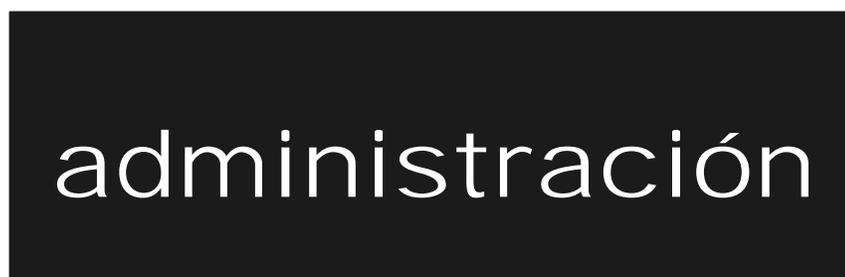
UNIDAD DEPORTIVA

SEÑALIZACIÓN Algunos nombres de las actividades deportivas de las señalizaciones, eran muy largos como: pared de rappel, pista de atletismo, juegos infantiles, estadio de fútbol, frontón de mano, área comercial y vestidor de hombres y mujeres, así que se les dio realce a las palabras principales, para que lograran localizar el sitio sin confusiones, identificando la zona rápidamente. Logrando así un diseño legible y limpio sobre la información escrita.



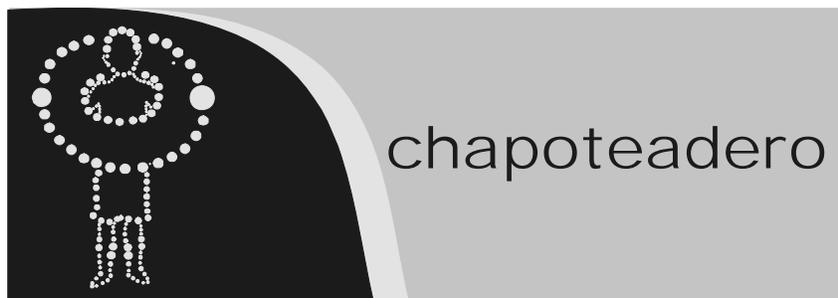
UNIDAD DEPORTIVA

SEÑALIZACIÓN El señalamiento de Administración se diseñó únicamente en tipografía, ya que no era necesaria alguna imagen para evitar confusiones. Simplemente se colocaría sobre la fachada de la administración.



UNIDAD DEPORTIVA

IMAGEN Se utilizó un sistema de representación abstracta en la imagen, ya que está elaborada con base en círculos de diferentes tamaños. Estos círculos, en su complemento, forman dicha imagen de cuerpo entero, creando un contorno de ella la cual lo hace legible, entendible y funcional a pesar del grado de estilización. Se escogió el círculo por ser agradable a la vista, sutil y porque es infinito.



UNIDAD DEPORTIVA

TIPOGRAFÍA

La tipografía utilizada para dichos señalamientos es la Arial Black , ya que cuenta con buena legibilidad a gran distancia, es gruesa, agradable, sencilla y divertida.



UNIDAD DEPORTIVA

TIPOGRAFÍA El nombre de cada deporte será escrito totalmente en minúsculas, ya que esto logra una mejor captación y visibilidad del mensaje. Tienen mayor pregnancia, siendo fáciles de leer.
El número de cancha colocado en algunas señalizaciones deberá ser con la tipografía Eurostile, ya que hace más legible su visibilidad.



UNIDAD DEPORTIVA

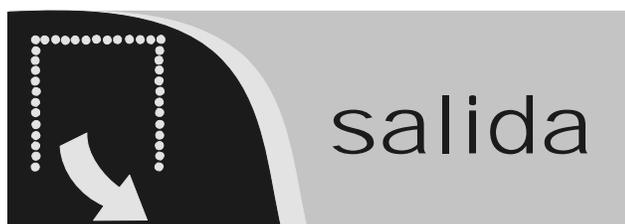
COLOR El color del formato de cada una de las señales irá de acuerdo con los colores del Logotipo Institucional, azul (representa dinamismo y jovialidad) y verde (representa naturaleza, frescura y libertad), junto con el amarillo (para darle mas vida al señalamiento), esto para dar total y completa unificación con cada uno de los elementos que conforma la imagen de la Unidad Deportiva. Creando así una Imagen Visual.

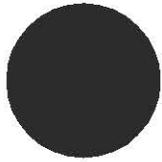
PANTONE SOLID COATED Y RGB

 Pantone 376 C
Verde R:125 G:186 B:0
Verde C:50 M:0 Y:100 K:0

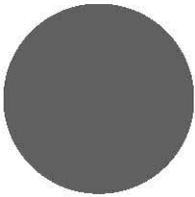
 Pantone 2728 C
Azul R:0 G:127 B:255
Azul C:100 M:50 Y:0 K:5

 Pantone Yellow C
Amarillo R:247 G:224 B:23
Amarillo C:0 M:1 Y:100 K:0

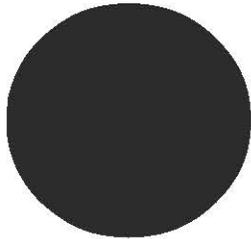




2do.



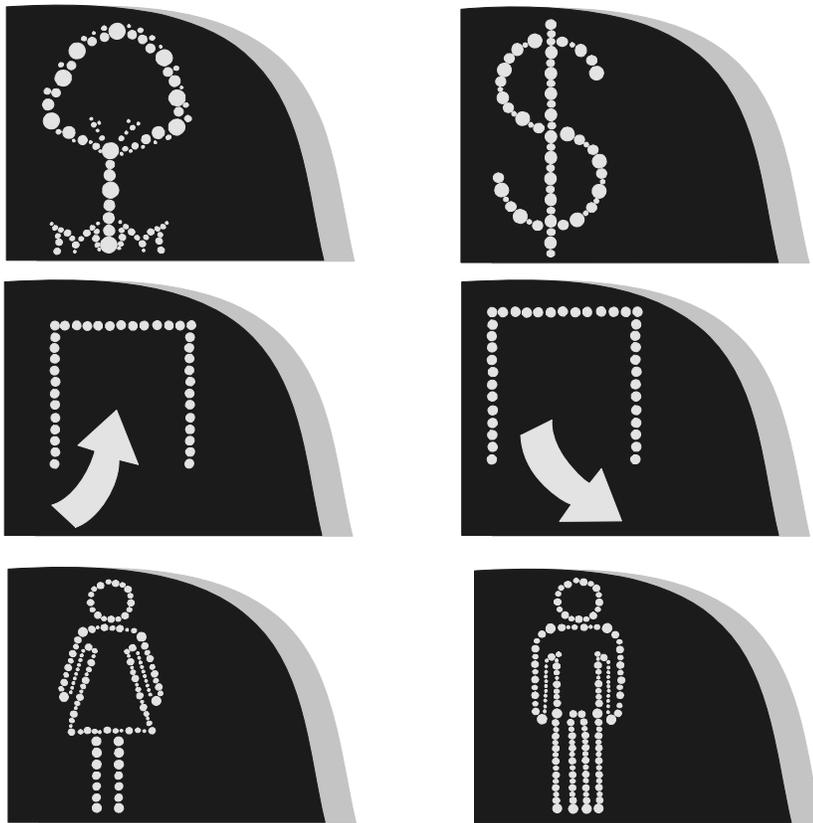
FORMATO
FORMATO
FORMATO
FORMATO
FORMATO
FORMATO

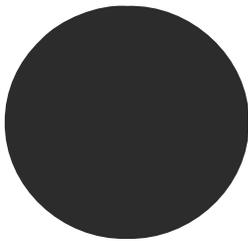
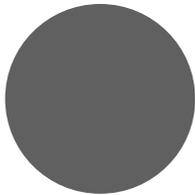
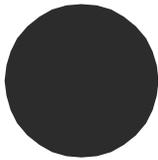


UNIDAD DEPORTIVA

SEÑALIZACIÓN

Está realizada en lámina galvanizada calibre 18, con un formato rectangular de 40 x 50 cm. impresión electrostática en serigrafía. El formato será de color azul, con una franja verde. Estos colores fueron tomados del logotipo institucional, para dar uniformidad al plantel, la imagen de cada señalamiento será en color amarillo; esto, para darle más vida y contraste a la señalización.





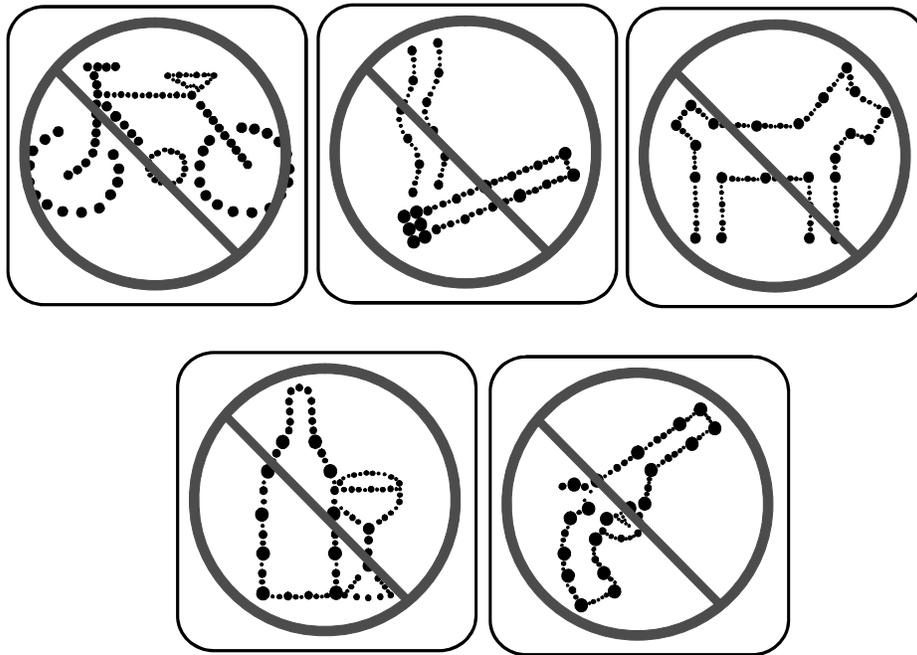
SEÑALES RESTRICTIVAS
SENALES RESTRICTIVAS
SENALES RESTRICTIVAS
SENALES RESTRICTIVAS
SENALES RESTRICTIVAS
SENALES RESTRICTIVAS
SENALES RESTRICTIVAS
SENALES RESTRICTIVAS

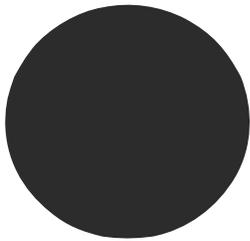
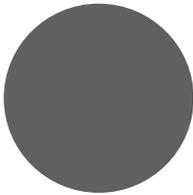
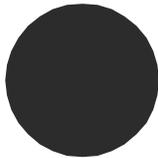
Las medidas y colores de los siguientes formatos se respetaron de acuerdo con las reglas establecidas de Protección civil.

UNIDAD DEPORTIVA

SEÑALIZACIÓN CIVIL

Esta será realizada en lámina galvanizada calibre 18, con un formato cuadrado de 20 x 20 cm. Con impresión electrostática en serigrafía. El formato será de fondo blanco, la imagen en negro y, sobre ésta, un círculo rojo prohibitivo.



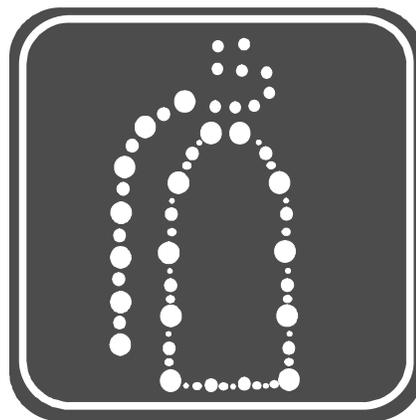


SEÑALES DE PROTECCIÓN CIVIL
SEÑALES DE PROTECCIÓN CIVIL
SEÑALES DE PROTECCIÓN CIVIL

Las medidas y colores de los siguientes formatos se respetaron de acuerdo con las reglas establecidas de Protección civil.

UNIDAD DEPORTIVA

SEÑALIZACIÓN CIVIL Ésta será realizada en lámina galvanizada calibre 18, con un formato cuadrado de 20 x 20 cm. en impresión electrostática en serigrafía. El fondo va de acuerdo con sus respectivas funciones, como son:
Azul: Informativas (discapitados)
Rojo: Preventivos (extintor)

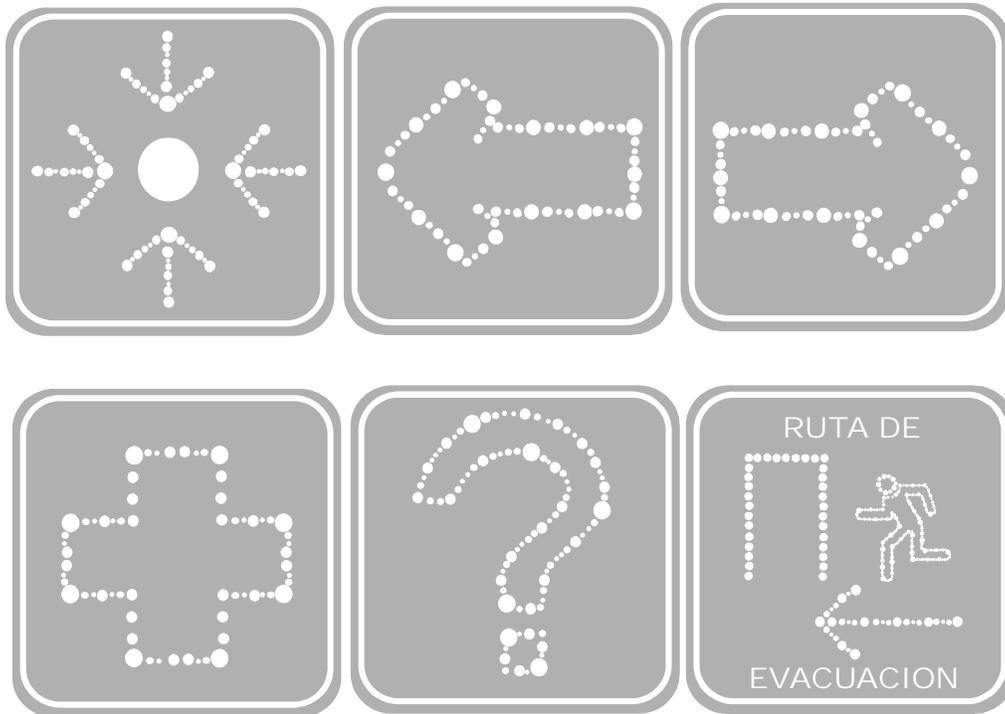


UNIDAD DEPORTIVA

SEÑALIZACIÓN CIVIL

Esta será realizada en lámina galvanizada calibre 18, con un formato cuadrado de 20 x 20 cm. en impresión electrostática en serigrafía.

Verde: Informativas (punto de reunión, salida de emergencia, información, dirección y primeros auxilios).





MATERIALES PARA LA...

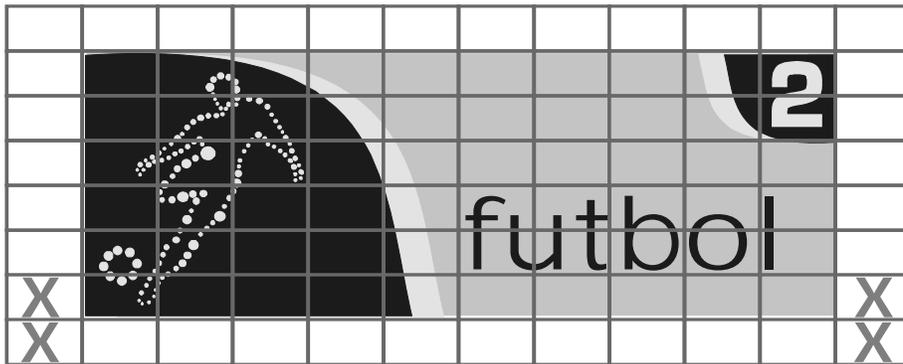
SEÑALIZACIÓN

SEÑALIZACIÓN
SEÑALIZACIÓN
SEÑALIZACIÓN
SEÑALIZACIÓN
SEÑALIZACIÓN

UNIDAD DEPORTIVA

RETÍCULA DEL FORMATO

Al crear el formato se pensó en crear una matriz geométrica, ya que ésta ayudará a reproducir correctamente la señalización, justificando cada espacio al tiempo que, así se tenga la necesidad de reducir o ampliar la imagen, no exista problema.



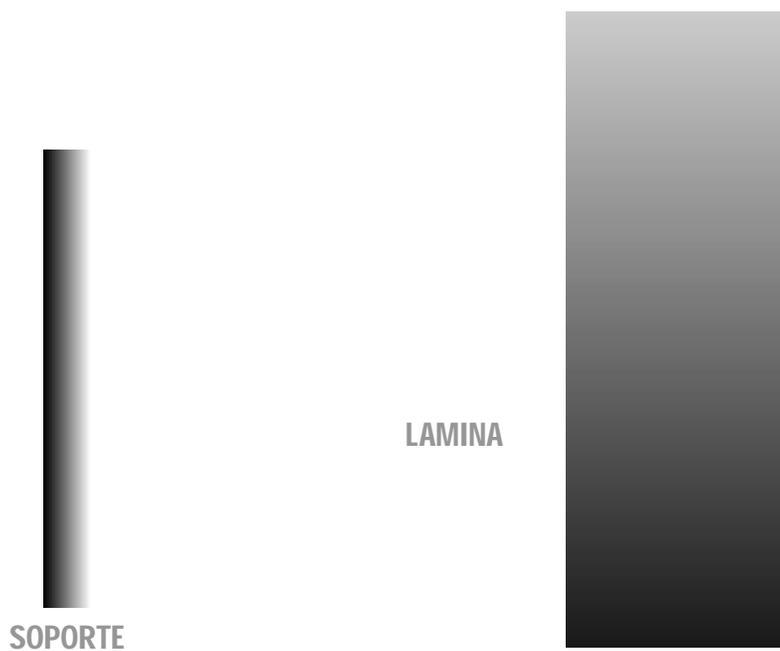
○ $2x =$ altura de f

UNIDAD DEPORTIVA

MATERIALES

BASE LÁMINA: Las señalizaciones internas del plantel se realizaran en lamina Galvanizada cal. 18, con impresión electrostática en serigrafía, con un formato rectangular de 120 x 40cm.

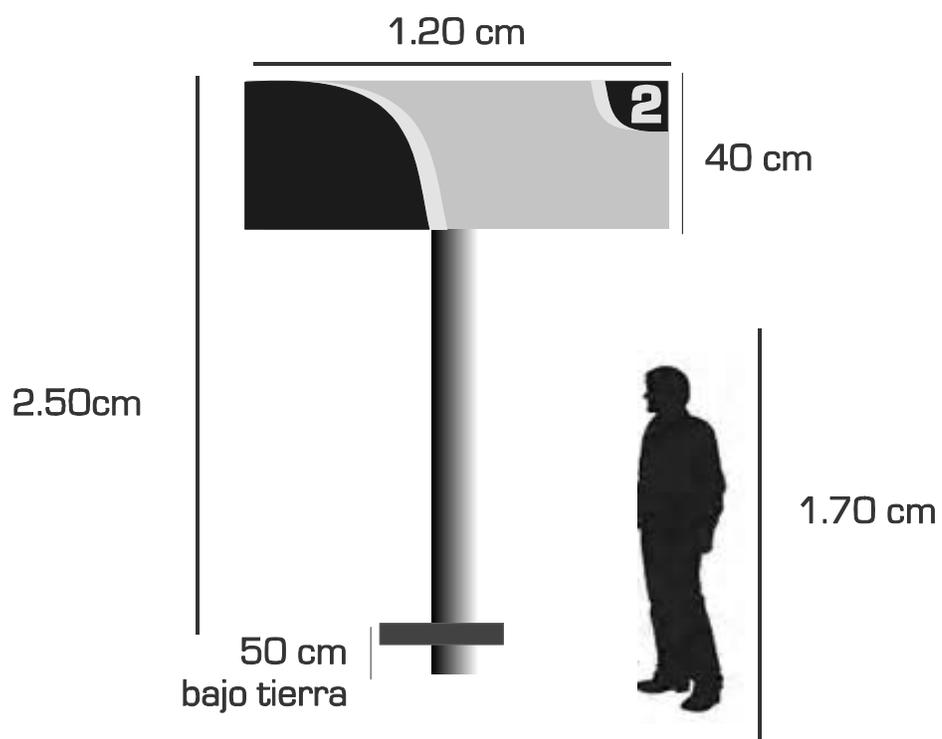
SOPORTE El soporte de dichos señalamientos será PTR cuadrado de acero, siendo el adecuado por su rigidez, tendrá $\frac{1}{4}$ de ancho, y 2.50 m de largo, los 50 cm restantes (del tubo de 3m de largo), quedarán plantados bajo tierra para lograr un mejor sostén.



Material

UNIDAD DEPORTIVA

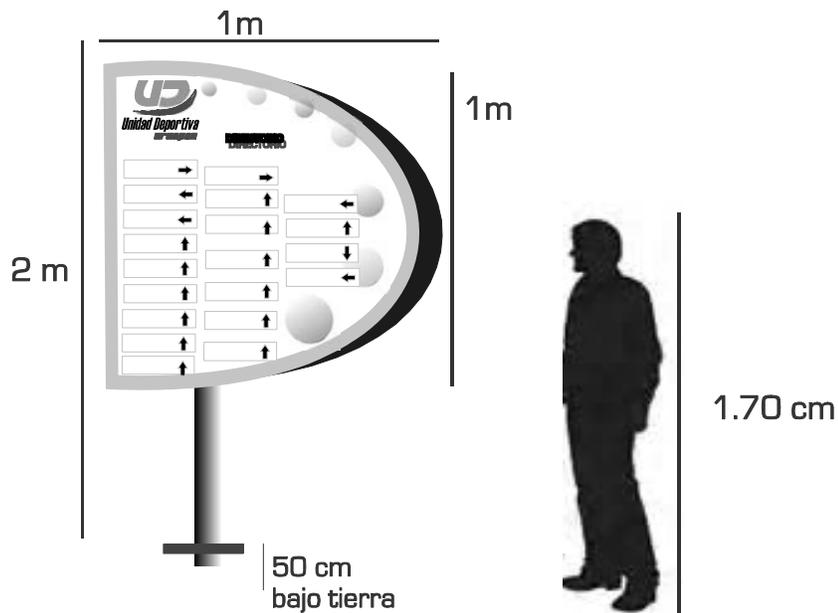
ALTURA Para elegir el tamaño del formato, se tomo en cuenta la fórmula de la distancia de Visualización, la estatura promedio de 1.70 cm. y la vista elevada a 10º a una distancia de 15 m.



UNIDAD DEPORTIVA

DIRECTORIO

Realizado en lamina galvanizada calibre 18, con un formato irregular con medidas de 1m x 1m con impresión electrostática en serigrafía. Éste tendrá como contenido todas y cada una de las actividades que se encuentran dentro del plantel y la dirección hacia la cual el visitante debe dirigirse para establecerse en ella. El color del directorio va de acuerdo con los colores institucionales del logotipo; esto, para darle uniformidad.

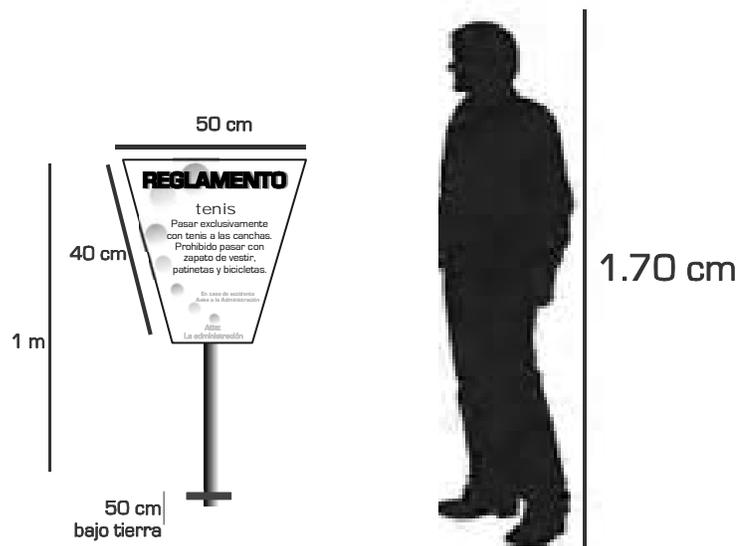


50

UNIDAD DEPORTIVA

REGLAMENTO Y SERVICIOS

Estarán realizados en lámina galvanizada calibre 18, con un formato irregular con medida de 50 x 40 cm, pintados electrostática en serigrafía. Éste contará con información e indicaciones sobre la actividad que desea realizar, con la finalidad de evitar accidentes y promover un mejor funcionamiento de las áreas. El color va de acuerdo con la imagen de la Unidad.



Material Incluido en CD

Cd
Cd
Cd
Cd
Cd
Cd
Cd
Cd

1 FUENTES Y ARCHIVO EN COREL

Fuentes
Eurostile
Hattenschweiler

Manual Unidad Deportiva en Corel 12
Manual Unidad Deportiva en Corel 9

2 MANUAL EN PDF

Manual Unidad Deportiva en pdf

3 LOGOTIPO GUARDADO EN DIFERENTES COMANDOS

Logo Básico Unidad Deportiva
Logo Básico Unidad Deportiva en AI
Logo Básico Unidad Deportiva en JPG
Logo Básico Unidad Deportiva

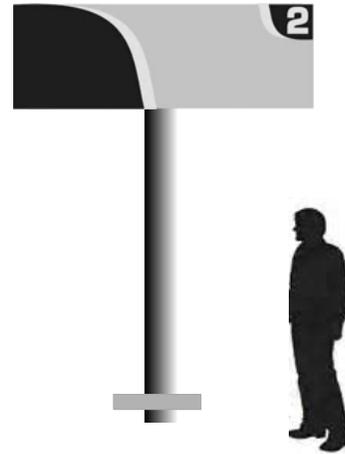


9.5 NUEVE. CINCO SISTEMA DE IMPRESIÓN Y PRESUPUESTO

La señalización es un factor muy importante, ya que gracias a ésta se logra que el usuario de la Unidad Deportiva pueda visitar y dirigirse cómodamente y sin complicaciones dentro de ella. Al mismo tiempo, informa cuáles son las instalaciones con las que ésta cuenta, previniendo accidentes, apoyándose con las señales informativas, preventivas y civiles.

UBICACIÓN DE SEÑALES

Ya calculada la altura, se decidió que los señalamientos para la Unidad Deportiva estarán situados cerca de las canchas donde se realiza dicho deporte; esto, para lograr que su localización e identificación sea mas rápida y segura, siendo esto funcional para el usuario y la Unidad. La altura de las señales es funcional, pues no afectará al usuario al realizar sus deportes, ya que cuenta con una altura de 2.50 m., lo cual hace imposible que el usuario tenga algún accidente.



SISTEMAS DE IMPRESIÓN



Se analizaron varios sistemas de impresión para la señalización, directorio, reglamentos, servicios y civiles, de las cuales se tomaron 2 de las más funcionales, de acuerdo con las necesidades de la Unidad, las cuales fueron Impresión en vinil adherible e impresión electrostática en serigrafía. De estas dos posibilidades se analizaron ventajas y desventajas, para elegir la indicada de acuerdo con las condiciones que el lugar necesitaba cubrir.

Fue así como se decidió la impresión electrostática en serigrafía por ser un método que cuenta con resistencia a los cambios climatológicos, expuesto al aire libre y contra el vandalismo, no se desprende fácilmente, tiene una duración de 10 años (ventaja, con la cual ningún sistema de impresión cuenta, ya que la mayoría dura muy poco tiempo).



La impresión electrostática en serigrafía es un sistema de impresión muy rápido, cuenta con cabezales de impresión electrostáticos que crean un patrón de puntos de cargas eléctricas sobre papel dieléctrico u otro sustrato. A medida que pasa a lo largo de las fuentes de color forman el patrón de puntos CMYK.

Es una técnica que se realiza por medio de materiales y tecnología moderna, presenta variedad de tintas para las impresiones, es conveniente para producir tirajes grandes de gran formato como son: señalamientos, letreros, pancartas, exteriores y displays.

MATERIAL PARA SEÑALIZACIÓN

Se analizaron varios tipos de materiales para la realización de la señalización, como son trovisel, estireno y acrílico, los cuales se fueron eliminando ya que eran poco adecuados, al contar con poca durabilidad, resistencia y precio elevado.



Dentro de este análisis se eligió la lámina galvanizada ya que es el material adecuado para la realización de esta señalización ya que cubre con ciertas ventajas que la señal exige, como son: resistencia a cambios climatológicos, lo que significa que puede estar colocada al aire libre, tiene 10 años de durabilidad, resistencia y precio apropiado.



LAMINA



PTR

El soporte de dichos señalamientos será PTR cuadrado de acero, ya que es el adecuado para lograr sostener la señal con dichas medidas gracias a su rigidez, tendrá $\frac{1}{4}$ de ancho, y 2.50 m de largo, los 50 cm. restantes (del tubo de 3m de largo) quedarán plantados bajo tierra para lograr un mejor sostén, y atravesando horizontalmente un fierro soldado para que haga escuadra evitando que se salga fácilmente.

PRESUPUESTO

Realizadas dichas investigaciones sobre el sistema de impresión adecuado y el material para la base y sostén, a continuación se presenta el presupuesto correspondiente de todos los gastos que implica el realizar dicho proyecto.

PRESUPUESTO

	Medida
Formato: Rectangular	 120 X 40 cm
Formato: Rectangular	 40 X 50 cm
Formato: Cuadrado	 20 X 20 cm
Formato: Irregular	 1 X 1 m
Formato: Irregular	 50 X 40 cm

IMPRESIÓN ELECTROSTÁTICAMENTE EN SERIGRAFÍA

47 señales
11 reglamentos
1 directorio
12 Civiles

+

Cortes de Lámina con Balconero
 Impresión Electrostática
 Lámina Cal. 18
 PTR

= **COSTO TOTAL**
\$ 27,159.00



A continuación se muestran algunas aplicaciones de la señalización diseñada para la Unidad Deportiva Hnos. López Rayón, en cada una de las zonas deportivas.

APLICACIÓN DE SEÑALIZACIÓN

En seguida se muestran algunos ejemplos de las aplicaciones, para tener una idea más clara de como serían aplicadas las señalizaciones en algunas zonas de la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón.



Señalización y Reglamento aplicados en la Alberca



Señalización aplicada en el área de Juegos Infantiles



Señalización aplicada en las áreas verdes.



Señalización y Civil aplicadas en la Administración



Señalización e Indicaciones aplicadas en la Pista de Atletismo



Logotipo y Señalización aplicados en la fachada de la Unidad Deportiva

CONCLUSIÓN

Se buscó un problema y se pensó en la manera adecuada de poder resolverlo mediante la carrera que estudie, Diseño y Comunicación Visual. Fue un proyecto que requirió investigación, esfuerzo y habilidad gráfica. Logrando obtener un resultado completo y preciso de las necesidades que se presentaban.

Se comenzó detectando la falta de orientación e identificación de un sistema de señalización que ayudara a guiar a los usuarios del lugar, al igual que una imagen gráfica, lo cual provocaba que el lugar no tuviera una imagen con el público y en su interior existiera falta de conocimiento y descontrol y, en su conjunto, no contaba con uniformidad gráfica, ni personalidad en cuanto a diseño se refiere.

Al poder crear el sistema de Identidad Corporativa y Señalización para la Unidad Deportiva se proporcionó tanto al plantel como a los usuarios un mejor servicio de todas sus instalaciones, obteniendo una buena imagen, agradable, llamativa y funcional, al igual que el lograr guiar el comportamiento humano en dicho plantel.

Al realizar un proyecto tan a fondo como lo es éste, se logra obtener y reforzar conocimientos, lo cual a mí me ha sido muy gratificante. Todo tiene un orden, un proceso y por lo tanto un resultado. Como el que se obtuvo orgullosamente de la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón.

Bibliografía



Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

Deporte y Sociedad

Killanin Michael Morris, Franco Estadella Antonio

Barcelona: Salvat, 1975

(Biblioteca Salvat de Grandes Temas, 78)

Pág. 32 y 60.

Imagen global: evolución del diseño de identidad

Costa, Joan

Barcelona, España: CEAC, 1994

(Enciclopedia del Diseño)

Pág.21

Manual de Identidad Corporativa y Señalización para el parque recreativo “San Miguelito”

Ruiz Llanderal, Patricia

Uruapan, Michoacán: La Autora 1999

Tesis, Licenciatura, Diseño Gráfico, Universidad Don Vasco, Uruapan.

Pág. 48, 51-58, 61, 65-66 y 70.

Señalética: de la señalización al diseño de programas

Joah Costa, -2a. ed.

Barcelona: CEAC, 1989

(Enciclopedia del Diseño)

Pág. 9, 115, 120, 176-179, 214, 221, 224 y 244.

Secretaria H. Ayuntamiento, Uruapan Michoacán

Informes de actividades de la Unidad Deportiva Hermanos López Rayón

Sistema de señalización para la ciudad Universitaria de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

González Guido, Miguel

Uruapan, Michoacán: El Autor, 2000

Tesis, Licenciatura, Diseño Gráfico, Universidad Don Vasco, Uruapan.

Pág. 54-69

BIBLIOGRAFÍA

Sistema de señalización en la Expo-Feria Uruapan

Armas Medina, María Viola

Uruapan, Michoacán: La Autora, 1994

Tesis, Licenciatura, Diseño Gráfico, Universidad Don Vasco, Uruapan.

Pág. 34-35, 38 y 40

Sistema de señalización para el parque zoológico Benito Juárez de Morelia, Michoacán

Ochoa Neira, Sagrario Elizabeth

Uruapan, Michoacán: La Autora, 1995

Tesis, Licenciatura, Diseño Gráfico, Universidad Don Vasco, Uruapan.

Pág. 46-50 y 56-58.

Sistema Integral del Deporte para la ciudad de Uruapan

Juárez Román, Fernando

Uruapan, Michoacán: El Autor, 1994

Tesis, Licenciatura, Arquitectura, Universidad Don Vasco, Uruapan

Pág. 12, 18 y 19.

Sistema de Señalización para la Unidad Deportiva Hnos. López Rayón

Girarte Gómez, Guadalupe

Uruapan, Michoacán: La Autora, 1993

Tesis, Licenciatura, Diseño Gráfico, Universidad Don Vasco, Uruapan

Pág. 18-20, 23, 25 y 44.

Unidad Deportiva en Tepalcatepec, Michoacán

Valencia Alcaráz, José Luis

Uruapan, Michoacán: El Autor, 2001

Tesis, Licenciatura, Arquitectura, Universidad Don Vasco, Uruapan

Pág. 25

Uruapan: Ciudad del Progreso

Sergio Ramos Chávez

Morelia Michoacán

Edición Especial: Diario Visión de Michoacán, 2001

Pág. 21-51.

Entrevistas y Encuestas

Encuestas generales a la comunidad de Uruapan Michoacán
Encuestas realizadas a los visitantes de la Unidad Deportiva Hnos. López Rayón

Entrevista con el Administrador de la Unidad Deportiva
Juan Hernández Valdez

Páginas Web

www.monografias.com/trabajos26/historia-deporte/historia-deporte.shtml
Temas: Historia del Deporte

www.inegi.gob.mx
Tema: Censo de Población

www.imageandart.com/tutoriales/teoria/tipos_logotipos/index.html
Tema: Tipos de Logotipos

www.monografias.com/trabajos13/hisdisgr/hisdisgr.shtml
www.unostiposduros.com/paginas/articul6.html
Tema: Historia del Diseño Gráfico

www.colormagenta.blogspot.com/2005/11/qu-es-el-diseo-grafico.html
Tema: El Diseño Gráfico

www.difadi.com/como-trabajamos.php
Tema: Metodología del Diseño Gráfico de Señalización

www.club2.telepolis.com/juegosolimpicos/1968/mexico1.htm
Tema: Breve historia de los Juegos Olímpicos

www.deporte.df.gob.mx/sitios/index.html
Tema: Instituciones de apoyo al deporte

www.isopixel.net/archivos/2004/09/definicion-de-diseno-grafico/
Tema: Definición y función del diseño

www.members.tripod.com.mx/urumich/index.html
Tema: Historia de Uruapan

Índice de Imágenes

Capítulo 1

1.1. Estatua de la Unidad; fotografía tomada por Ana Luisa Arroyo Valencia

Capítulo 2

2.1 Fray Juan de San Miguel; tomada por Ana Luisa Arroyo Valencia

Indígena elaborando artesanías; fotografía tomada por Esmeralda Castro

Morelos: www.kokone.com.mx/tareas/biografias/jmorelos.html

Monumento Mártirez de Uruapan; tomada por Ana Luisa Arroyo Valencia

Telégrafo: <http://web.tiscali.it/sardegnavapore/oggetti.htm>

Locomotora: www.estaciontorreon.galeon.com/productos654167.html

Fabrica de San Pedro: www.turisticsanpedro.com.mx/hist.htm

Aguacates: <http://webalia.com/EP/pensarimg/flores/a2121.html>

http://www.traderandino.com/productos/fruits_and_vegetables.htm

Volcán Parícutín y sus Ruinas: www.vivamexico.info/Index1/Paricutin.html

2.2 Mapa de Michoacán: www.umich.mx/mich/mich-mapa-sensible.html

2.3 Escudo de Uruapan: www.uruapanmix.com.mx/

2.4 Empacadora de aguacate: www.mfc.com.au/avocados.html

Tzaráracua y Huatapera: www.todouruapan.com/turismouruapan/sitio/fotos.html

Parque Nacional: fotografía tomada por Ana Luisa Arroyo Valencia

Monumento a los Mártirez de Uruapan: <http://members.tripod.com.mx/urumich/index.html>

Jarrones Artesanales: fotografía tomada por Esmeralda Castro

Tianguis Artesanal y Guitarras: tomada por Esmeralda Castro

Aguacates: www.avocado.org/static/espanol/variedades.php?sd=acerca

Capítulo 3

3.1 Deporte mancuernas: www.punchstock.com

3.2 Deporte beneficioso: www.medicina-deportiva.net/unidad.html

Yoga: www.punchstock.com

Fútbol Sociabilizante: foto tomada por Ana Luisa Arroyo Valencia

3.3 Juego de pelota: www.lateinamerica.de/ingeschichte/ballspiel.htm

Anillo cental del pelota: www.mx1.cetys.mx/Expos/Mesoamerica/index_mod.htm

Egipcios: www.netesportes.com/arco/Historia.html

Tiro con Arco: www.aol.com.br/client/galeriadefotos/atenas2004/00003376_olimpiadas1_f4.adp

Natación: www.punchstock.com

Gimnasia: www.cronica.com.mx/galeria/details.php?image_id=115

Combates de Gladiadores: www.achus.net/achus/noticias/2004/tm_21_5.htm

Gladiadores romanos: www.tercera.cl/showjpg/0,,1_190348269_195,00.jpg

Primera olimpiada atletismo:

www.aol.com.br/client/galeriadefotos/atenas2004/00003376_olimpiadas1_f6.adp

www.aol.com.br/client/galeriadefotos/atenas2004/00003376_olimpiadas1_f11.adp

Aros de olimpiada: www.colombia.com/deportes/atenas2004/historia/

3.4 Piedra Maya: www.correodelmaestro.com/anteriores/2004/octubre2anteaula101.htm

Signo de pesos: <http://mipagina.aol.com.mx/irmagalindoa/mipagina/mujerenfer.html>

Ciclista: www.azcentral.com/lavoz/deportes/articulos/1230ciclistas-CR.html

Instituciones de apoyo al deporte: www.deporte.df.gob.mx/sitios/index.html

3.5 Imágenes de los juegos olímpicos:

<http://club2.telepolis.com/juegosolimpicos/1968/mexico1.htm>

3.6 Montar Bicicleta: http://museulourinha.org/pt/etno_prof_5.htm

Niñas con pelota: <http://mural.uv.es/vemoher/fotvero.html>

Niño con balón: http://omega.ilce.edu.mx:3000/sites/colibri/cuentos/arte3/htm/sec_4.htm

Pareja en bicicleta: www.latinstock.com

Capítulo 4

4.1 Piernas atléticas: www.punchstock.com

4.2 Todas las fotos de instalaciones de la Unidad Deportiva de este capítulo fueron tomadas por:
Ana Luisa Arroyo Valencia

4.3 Mujer en posición de atletismo: www.punchstock.com

4.4 Numeración de carriles de pista de atletismo: www.punchstock.com

4.5 Instalaciones de la Unidad, tomadas por: Ana Luisa Arroyo Valencia

Área administrativa, Mantenimiento y objetos para limpieza: www.punchstock.com

4.6 Instalaciones de la Unidad, tomadas por: Ana Luisa Arroyo Valencia

4.7 Fotografías de las clasificaciones de usuarios: www.punchstock.com

4.8 Señalizaciones, Reglamentos, Indicaciones y señales Civiles actuales de la Unidad, tomadas por:
Ana Luisa Arroyo Valencia

4.9 Imágenes de Unidades Similares, tomadas de:

<http://perso.wanadoo.fr/patzcuaro/mx/11/mx/11ende02.htm>

www.leon.gob.mx/comudaj/contacto.htm

4.10 Señalizaciones de Diferentes planteles; Biblioteca, Universidad, Clínica, Central, Hospital
y Taller Mecánico, tomadas por: Ana Luisa Arroyo Valencia.

Parque Deportivo, Carretera, Zoológico, Subterráneos, Ciudad, Vial, Hospital, Empresa, Universidad, Placas y Centro Comercial: www.lancewyman.com/ y www.delyarte.com.ar/sitio/bioshakes.htm

Capítulo 5

5.1 Diseñador en restridor:

www.isopixel.net/archivos/2004/09/definicion-de-diseno-grafico/

5.2 Elaboración de Diseño: www.makeitco.com/identidad_corporativa.html

Instructivo de Terremoto: www.conred.org/archivos/instructivos/instructivo_terremotos.jpg

Mujer Cubista: http://images.andale.com/f2/111/103/10125972/1041638804366_picasso2.jpg

Computadora: www.hp.com

Lápiz: www.plasenciaweb.com/adli/utiles.jpg

Pinturas: www.punchstock.com

5.3 Gutenberg: http://natureduca.iespana.es/biog_gutenberg.htm

John Baskerville: www.linotype.com/7-702-7/johnbaskerville.html

Tipografía: www.identifont.com/show?55U

Libros ornamentales: Escaneados del libro Historia del diseño grafico, autor: Philip B. Meggs

Periódicos: www.elhombretransexual.net/noti.htm

Caricaturas: <http://es.wikipedia.org/wiki/Historieta>

Linotipia: www.sapiensman.com/old_news/linotipia.htm

Tipografía: www.hormiga.org/letras/h.htm

Obra de Peacock: www.lyons.co.uk/A4H/big/Peacock.htm

Obra de Walter Crane: www.wcml.org.uk/people/wcrane/batangel.htm

Christopher Wren: www.thetemplebar.info/History/Sir_Christopher_Wren.htm

Obra de Charles R. Mackintosh: www.nova68.com/Merchant2/

merchant.mv?Screen=PROD&Product_Code=2002&Category_Code=10

Carteles de Brothers: www.dhm.de/ausstellungen/strategien-der-werbekunst/pics/rooms/exponate/5/5_beggarstaff.jpg

www.internationalposter.com/pimages/MTL00063.jpg

Numeros: <http://sfpl.lib.ca.us/news/images/claudecolor.gif>

Cartel de Colombia: www.design-bookshelf.com/Type/american.html

Ilustración Argentina:

www.fundacionkonex.com.ar/bienales_del_arte/fg/castagnino_juan_carlos.gif

Silla Bauhaus: www.furniturestyles.net/european/german/bauhaus.html

Cuadros Bauhaus: www.fhi-berlin.mpg.de/complsys/

Bayer: www.ok-centrum.at/.../open_house/bayer1a.jpg

Hervert Bayer: www.bauhaus.de/bauhaus1919/biographien/biographie_bayer.htm

Tipografía: www.type.nu/bayer/univer.gif

Perritos: www.dogartdog.com/images/BarkPicJpg.jpg
Marca Bauhaus e Identidad Lancia: Imagen tomada del libro de Joan Costa, Imagen global
Peter Behrens: www.eciad.ca/.../behrens1908.psd.jpg
Logotipo, Poster y Portada de revista: www.unostiposduros.com/paginas/articul6.html
Camaron: www.grafikes.com/camaron.php
Photoshop: <http://cjs.cadmus.com/da/images/ps55splash2.jpg>

5.4 Moda: www.oxexcelsior.com/salud_y_familia/newswires/images/0909_sf_wr_moda_latinoamericanafashion7.jpg
Arquitectura: www.axent.com.ar/maquetas/casaf032.htm
Industrial: www.domestikalien.com/archives/imagenes/iceland.jpg
Editorial: www.enap.unam.mx/xochimilco/Profesores/paul/01.html
Multimedia: www.buscarportal.com/b2/necesitamos.jpg
Publicitario: <http://users2.ev1.net/~disneyelvis/Images/CocaCola/HaveACoke-Girls.jpg>
Corporativa: www.makeitco.com/identidad_corporativa.html
Audiovisual: www.ucv.ve/dav/division.htm
Envase y embalaje: www.icat.it/applicazionis.htm
Digital: www.caratulasdecine.com/html/Pinocho_3000.htm
Señalamientos: www.confidencial.com.ni/2004-398/

5.5 Litografía: www.tipografiamari.it/stam_offset/stampa_offset.htm
Offset Moderna: www.radford.edu/~wkovarik/class/history/mediatech/printing.html
Offset: www.radford.edu/~wkovarik/class/history/mediatech/printing.html
Serigrafía: Biblioteca de consulta Encarta 2005
Rotativa: <http://images.encarta.msn.com/xrefmedia/sharemed/targets/images/pho/t040/T040498A.jpg>
Grabado: www.kmec.es/Root/images/Huecogravat.jpg
Tipografía: Biblioteca de consulta Encarta 2005
Flexográfica: Biblioteca de consulta Encarta 2005
Rotulación por computadora: www.speedsigns.com.mx/fotos/lona%20rotulada%2...
Impresión en Relieve: www.rotulosaragon.com/mapa_web.htm

Capítulo 6

6.1 Señales: www.punchstock.com

6.2 Señales: tomadas del libro señalética de Joah Costa

6.3 Baños: www.mobesca.com/sepictogra.htm
 Paloma: www.amorypoesia.com/images/dove.jpg

6.5 Imágenes para los pasos de la metodología para la señalización:
http://art.webesteem.pl/9/wyman_en.php

6.6 Informativas: www.vialidad.cl/seguridad_vial/senales/senales%20informativas%2001.jpg
 Orientación: www.inspeccion.com.mx/senalamientos/SALIDA_EMERGENCIA.gif
 Normativas: www.mseg.gba.gov.ar/vial/imagenes/hospital.gif
 Ferrocarril: www.pallotti.edu.uy/transito/senales_de_advertencia/ferrocarril.jpg
 No fumar: www.zonalibre.org/blog/mcmll/archives/NO_FUMAR.gif
 No estacionarse: www.inspeccion.com.mx/senalamientos/NO_ESTACIONARSE.gif
 Flamable: www.plamex.com/placa7.jpg
 Radiaciones: www.stps.gob.mx/312/carteles/image450.gif
 Viales: www.tecnoedu.com/JuegosDidacticos/img/11830.gif
 Prevención: www.litebol.com/imagenes/informacion/senal-vial/senal-prevencion.htm
 Obligación: www.suprametal.com/htmlcat/formPedido1.asp
 Información: foto tomada por Ana Luisa Arroyo Valencia

6.7 Flores: www.postales-flores.com.ar/imagenes/buenosaires-flores-18.jpg

Capítulo 7

7.1 William Morris: www.hrc.utexas.edu/exhibitions/online/morris/images/morris.jpg
 Letras Serif: www.fotonostra.com/grafico/clasesfuentes.htm
 Caligráfica: www.fotonostra.com/grafico/caligraficas.htm
 Mayúscula minúscula, cursiva, GillSans, Cancha de tennis y hola: Trazadas por Ana Luisa Arroyo Valencia.

7.2 ABdefgh: Trazada por Ana Luisa Arroyo Valencia
 Letras «p»: www.mailxmail.com/curso/informatica/disenio2/capitulo18.htm
 Señales con Flechas: www.esperanza.gov.ar/ctroestudios/proyectose%F1aletica/imagen7.jpeg

7.3 Retículas: www.desarrolloweb.com/articulos/1653.php?manual=47

7.4 Círculo cromático: www.historiadaarte.com.br/imagens/circulo.gif
Señales viales: www.proiseg.com/htmluk/sanalizacion/senal.htm
Tubos de colores: www.grafimetal.com/rotulaciondigital.htm

7.5 Triángulo, círculo y cuadrado: trazados por Ana Luisa Arroyo Valencia
Señalizaciones, dimensiones: libro Señalética de Joah Costa

7.6 Tipos de señalamientos: www.uc.cl/www_orga/infraest/Areas-Exteriores.htm
www.iave.com.mx/Desarrollo/se&ales.htm
www.instrumentalsupply.com/catalogo/Articulo/11-6-D.jpg
www.tecnoedu.com/JuegosDidacticos/img/11814.gif
Señalización lingüística y colgante: libro Señalética de Joah Costa
Icónico-lingüístico: trazado por Ana Luisa Arroyo Valencia
Señalización de pared: www.servifocap.com/senalizaciones/

7.7 Vista de señalización: www.spandex.es/Sistemas.htm

7.8 Señales en lámina: www.servifocap.com/senalizaciones/
Señales exteriores: www.dicomsa.com/Systema/ProductLine/ada-s.htm
Impresora: www.grafimetal.com/impresiondigital.htm
Materiales de Rotulación: www.grafimetal.com/rotulaciondigital.htm
Pedestales: www.dicomsa.com/Systema/ProductLine/freestanding-s.htm
Varias señalizaciones: http://html.rincondelvago.com/serigrafia_1.html

Capítulo 8

8.1 Identidad Corporativa: www.disenoporteno.com/demo/imagenes/products/rhasa04.gif
Coca Light: www.desarrolloweb.com/articulos/1691.php?manual=47
Vehículo Rotulado Coca: www.grafimetal.com/rotulacionvehiculos.htm
Anuncios Coca Cola: www.cocacola.com.mx
www.memory.loc.gov/ammem/ccmphtml/ccimages/w6613.jpg
www.heresthedeal.info/Augusta/Coca_Cola.gif

8.2 Logotipos Coca Cola: <http://en.wikipedia.org/wiki/Coca-Cola>
Tipos de Logotipos: www.imageandart.com/tutoriales/teoria/tipos_logotipos/index.html

8.3 Círculo cromático: www.mailxmail.com/curso/informatica/disenocapitulo14.htm

8.4 Tipografías futura: trazadas por Ana Luisa Arroyo Valencia
 Patines de tipografías: www.fotonostra.com/grafico/familiastipografiacas.htm
 Manual: www.ideativa.com.mx/disenio-grafico.html

Capítulo 9

9.1 Señal: www.confidencial.com.ni/2004-398/

Instalaciones de la Unidad: fotografías tomadas por Ana Luisa Arroyo Valencia

Publico Meta: fotografía tomada por Ana Luisa Arroyo Valencia

Recursos Humanos: Biblioteca de consulta Encarta 2005
www.punchstock.com

Recursos Materiales: www.hp.com.mx

<http://mipagina.aol.com.mx/irmagalindoa/mipagina/mujerenfer.html>

Recursos de Diseño: www.uh.edu/engines/epi1761.htm
 Biblioteca de consulta Encarta 2005

Enfoque conceptual: www.punchstock.com

Enfoque funcional y descripción de solución: trazados por Ana Luisa Arroyo Valencia

9.2 Imágenes realizadas por Ana Luisa Arroyo Valencia

9.3 Imágenes realizadas por Ana Luisa Arroyo Valencia

Imágenes en las cuales se basó para la imagen de la señalización fueron tomadas de: www.punchstock.com y otras imágenes fueron basadas en fotografías tomadas por, Ana Luisa Arroyo Valencia.

Imágenes Civiles basadas: www.mtas.es/insht/information/carteles/car_030.htm
<http://sitios.seccionamarilla.com.mx/cieci/recursos/señalamientos.jpg>

Pistola: www.tsnbrindisi.it/armi/pistola.jpg

Bicicleta: www.educared.org.ar/tamtam/jmages/reloj-bicicleta.jpg

Bebidas Alcohólicas: www.meyer4net.de/rezepte.htm

9.5 Sistemas de impresión y material para señalización:

www.signarama-rd.com/images/3msctp2000.gif

www.vinilsul.com.br/produto_airon.asp

Aplicaciones de la señalización en el plantel:

fotografías tomadas por Ana Luisa Arroyo Valencia

