

UDV

escuela de
Diseño

Universidad Don Vasco, A.C.
Escuela de Diseño y Comunicación Visual

Incorporada a la Universidad Nacional
Autónoma de México con clave No.8727-31

Proyecto Señalético para institución de salud

Sistema Gráfico y de señalización para
la Cruz Roja Sede Uruapan, Michoacán.

**TESIS PROFESIONAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

Presenta:

ALAN JAZAEL ANGUIANO GÓMEZ

Asesora:

L.D.G. Minerva Galván Espinosa

Uruapan, Michoacán, Febrero / 2019



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.



A mi abuelo, que fue un ser humano increíble y me dejó su esencia y grandes enseñanzas.



Agradecimientos

A mi querida madre, gracias por esta hermosa vida y por siempre apoyarme en mis decisiones.

A mi abuelita, que me ha dado todo su amor y comprensión.

A mi hermana Kenia, por siempre recibirme con una sonrisa al regresar a casa y enseñarme el valor de la familia.

A mi hermano Diego, por siempre apoyarme en todo.

A naw por siempre apoyarme a lo largo de los años.

A mis amigos, por dejar estos recuerdos que te hacen saber que viviste una etapa inolvidable y por ser personas que valen la pena.

A todos mis profesores que aportaron detalles en mi formación profesional en especial a mis tres aserores Kenneth, Mine y Jessica que compartieron su experiencia y conocimiento a pesar de que algunas veces fueron victimas de mi mal humor, siempre me alentaban.



Índice

Introducción.....	11
Problemática.....	13
Objetivo General.....	14
Objetivo Específico.....	15
Capítulo 1 Cruz Roja Organismo.....	17
1.1 Cruz Roja Institución.....	19
1.2 Historia.....	21
1.3 Comité Internacional de la Cruz Roja.....	23
1.3.1 Emblemas Oficiales.....	25
1.4 Cruz Roja Mexicana.....	27
1.4.1 Fundación e Historia.....	31
Capítulo 2 Uruapan y la Cruz Roja.....	39
2.1 Uruapan.....	41
2.2 Localización y Clima.....	42
2.3 Significado de Uruapan.....	43
2.4 Breve Historia de Uruapan.....	44
2.4.1 Economía.....	46
2.4.2 Educación.....	47
2.4.3 Cultura.....	48
2.4.4 Salud.....	51
2.5 Cruz Roja Uruapan	53
2.6 Áreas y servicios.....	56
2.7 Auditoría visual.....	58

Capítulo 3 ¿Qué es el Diseño?	63
3.1 ¿Qué es el Diseño?.....	64
3.2 Diseño y Comunicación Visual.....	65
3.3 Breve historia del Diseño y la Comunicación Visual.....	66
3.4 Diseño gráfico en México.....	71
3.5 Áreas del Diseño.....	77
3.5.1 Diseño Publicitario.....	78
3.5.2 Diseño Editorial	
3.5.3 Diseño Web.....	79
3.5.4 Diseño de Identidad Visual	
3.5.5 Diseño de envase y embalaje.....	80
3.5.6 Audiovisual	
3.5.7 Señalética.....	81
3.6 Herramientas del Diseño.....	82
3.6.1 Tipografía	
3.6.2 Ilustración.....	83
3.6.3 Fotografía	
3.6.4 Animación.....	84
3.6.5 Color	
3.6.6 Caligrafía.....	85
Capítulo 4 Señalética	91
4.1 Señalética.....	92
4.2 Las variables señaleticas.....	95
4.3 Clasificación de acuerdo al objetivo	97
4.4 Clasificación de acuerdo a su sistema de colocación.....	98
4.5 Dimensiones.....	100

Capítulo 5 ¿Qué se ha hecho?	103
5.1 Universida de Laguna.....	106
5.2 Agencia Valenciana.....	109
5.3 Gobierno de Aragón.....	111
5.4 Hospital General de México.....	112
5.5 Universidad Miguel Hernández.....	115
5.6 ISOLUY infraestructura.....	116
5.7 Gobierno Vasco.....	119
5.8 Universidad de Murcia.....	120
5.9 Hospital Andino de Chimborozo.....	123
5.10 Ministerio de Salud Pública.....	124
5.11 Análisis Cualitativo.....	128
Capítulo 6 Análisis de Información	129
6.1 Propósitos.....	132
6.2 Brief.....	129
6.2.1 Enfoques.....	138
6.3 Metodología.....	140
6.3.1 Metodología Aplicada.....	141
6.4 Panel de inspiración.....	142
Capítulo 7 Aportación	147
7.1 Cromatismo.....	150
7.2 Estudio Tipográfico.....	151
7.3 Bocetaje y Toma de decisiones.....	152
7.4 Iconografía.....	156

7.5 Resultado final.....	168
Presupuesto.....	211
Conclusión.....	212
Bibliografía.....	213
Anexos.....	215
Glosario.....	219

Introducción

En este proyecto se desarrollará el diseño de un sistema señalético para la Cruz Roja Mexicana Sede Uruapan, que está resuelto con base en áreas y herramientas de diseño, así como también en una metodología que nos ayuda a resolverlo de manera sistematizada y con orden.

Para esto se necesita hablar de la historia de Uruapan, desde sus comienzos, para saber cómo fue trascendiendo y creciendo, conocerlo en el ámbito de salud, en éste se da énfasis al análisis de la institución, se habla sobre su fundación, su misión, valores y cómo se ha desarrollado alrededor del mundo a través de los años, su desarrollo en México y sus sedes, para después pasar hacer un análisis a la institución de Cruz Roja Uruapan de forma visual.

También se realizará un breve análisis del diseño y la comunicación visual desde sus orígenes hasta su situación actual en el país, ya que es de gran importancia para sustentar y realizar el proyecto.

Con base a la investigación previa se elaborará el sistema señalético, buscando se cubra la necesidad detectada en la problemática planteada.

Planteamiento del problema

En la ciudad de Uruapan Michoacán se encuentran una de las sedes de la Cruz Roja Mexicana que tiene 106 años como institución; esta debería ser de gran importancia para los habitantes de la ciudad, ya que presta servicios médicos gratuitos que aportan beneficios a la salud de quienes no pueden costearlos. Sin embargo, presenta un problema de comunicación puesto que, cuando los habitantes se presentan para solicitar alguno de esos servicios, no saben a dónde dirigirse, porque la institución cuenta con 3 edificios que no tienen señalamientos; además, dentro de esta institución laboran 130 voluntarios repartidos en 5 áreas principales, de los cuales solo 10 reciben un pago monetario por prestar servicios al área de administración. No obstante, en una situación de emergencia esto causa pérdida de tiempo y posibles acontecimientos de gravedad, como accidentes o falta de atención al paciente.

En resumen, esta problemática se presenta en diferentes formas dentro de la Cruz Roja, primeramente en los empleados asistentes al momento de delimitar las áreas de trabajo dentro del establecimiento; ya que estos llegan a confundirse en cada una de ellas. Como segundo plano, en los ciudadanos uruapenses al momento que necesitan uno de los servicios que se ofrecen, pues no tienen conocimiento de la línea de servicios médicos, ni a dónde dirigirse cuando se presentan a solicitarlos.

Por tal motivo, si no se toma con importancia esta situación, la Cruz Roja en Uruapan no podrá brindar una atención eficiente a la población, en el caso de consultas o emergencias; así como la buena disposición de cada área para los voluntarios y solicitantes. Del mismo modo necesitan una imagen, ya que actualmente no cuentan con ningún tipo de recursos gráficos o escritos actualizados que aporten parámetros para solucionar este tipo de cuestiones.

Objetivo General

Optimizar y orientar de modo sistemático a los voluntarios y solicitantes de servicios médicos en la Cruz Roja de Uruapan, Michoacán, haciendo eficiente el acceso a las áreas e información de los servicios que ofrece; representándolos con un estilo enfatizando a la institución.

Objetivos Específicos

Investigar acerca del desarrollo en el sector salud de la ciudad de Uruapan, obteniendo el conocimiento de su desempeño en este ámbito.

Entrevistar a los directivos de la Cruz Roja, con la intención de adquirir el acceso a las secciones de servicio dentro del establecimiento, para recaudar la información necesaria en el desarrollo de la investigación.

Analizar la misión, visión y valores de la institución sobre la Cruz Roja para definir la idea y marcar parámetros necesarios en la creación de un concepto con la finalidad de aprender el manejo y la aplicación visual.

Identificar las necesidades de los usuarios, a través de la recolección de datos para establecer las posibles propuestas de soluciones para la aplicación visual.

Identificar zonas y lugares específicos dentro de los edificios de la Cruz Roja, con la finalidad de conocer las áreas.

Revisar la historia del diseño y sus áreas para definir cuál es la adecuada que dará salida al problema planteado.

Realizar una propuesta para dar salida a el problema planteado.



CAPÍTULO 1

Cruz Roja, Organismo







1. Collage Cruz Roja alrededor del mundo, 2010.

1.1 Cruz Roja Institución

La Institución Internacional Cruz Roja es un movimiento humanitario mundial de características particulares y única en su género, por su relación particular con base en convenios internacionales con los estados y organismos internacionales por un fin humanitario. Esta integrada por:

- Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR).
- Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (FICR).
- 188 Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y la Media Luna Roja.

La Cruz Roja actúa siempre en conformidad con sus Principios Fundamentales y colaboran entre sí en el desempeño de sus tareas respectivas y para realizar su misión común.

Los componentes del Movimiento se reúnen con los Estados Partes en los Convenios de Ginebra del 27 de julio de 1929 o del 12 de agosto de 1949 en la Conferencia Internacional de la Cruz Roja.

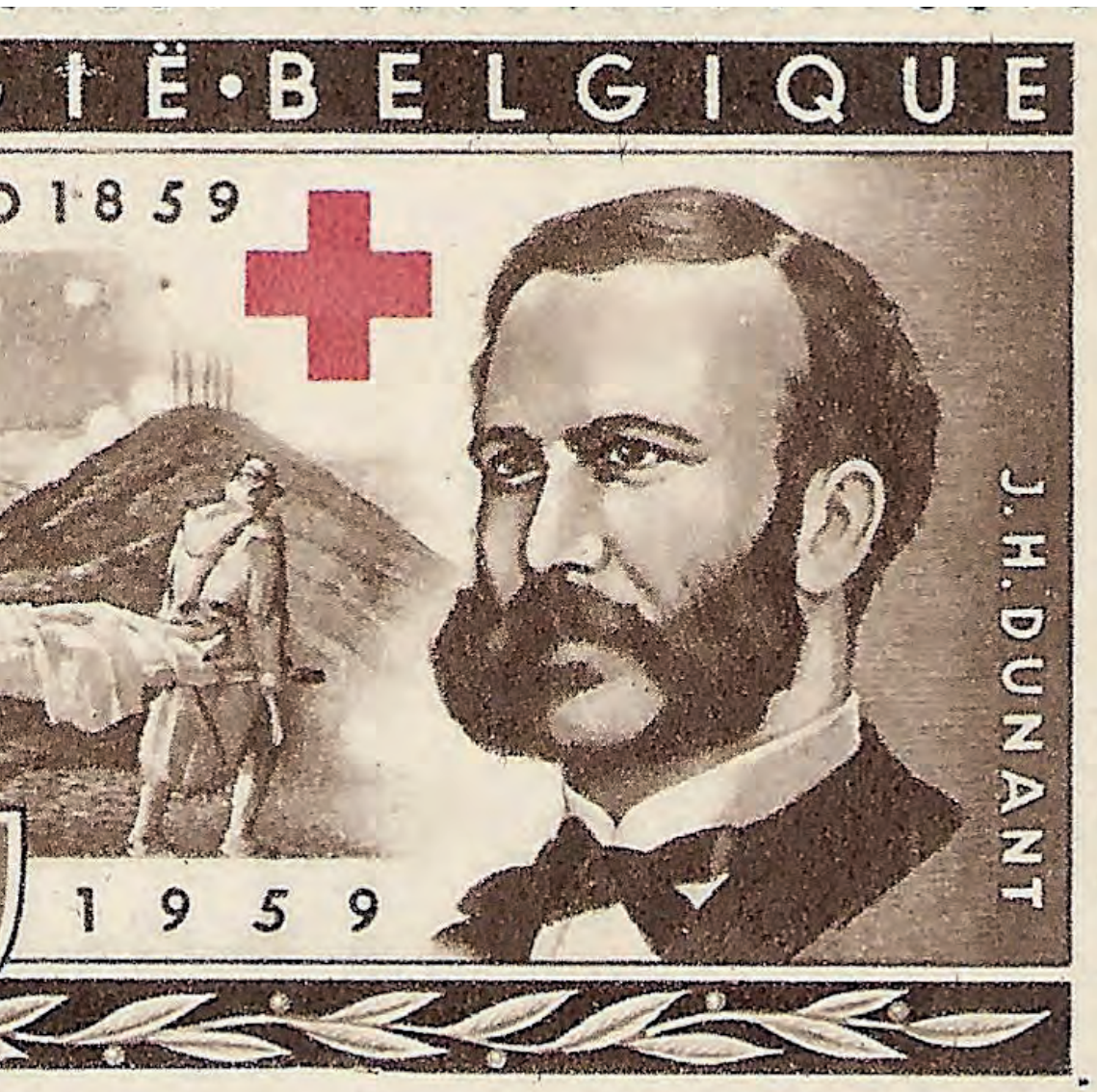
El Comité Internacional de la Cruz Roja siempre ha tenido un reconocido papel en el desarrollo y la promoción del Derecho Internacional Humanitario. El CICR creó en 1996 un Servicio de Asesoramiento en Derecho Internacional Humanitario, a fin de fortalecer su capacidad de prestar servicios a los Estados en esa materia abarcando medidas concretas y necesarias para la implementación de los Convenios de Ginebra y sus Protocolos adicionales, los diversos tratados sobre armas, el Estatuto de Roma de la Corte Penal Internacional y otros tratados pertinentes.

La Cruz Roja, junto con la Media Luna Roja y el Cristal Rojo sobre fondo blanco, son emblemas humanitarios reconocidos oficialmente por casi la totalidad de países del mundo y su uso está enmarcado en el Derecho Internacional Humanitario, por lo que deben ser respetados en toda circunstancia, para que se puedan desarrollar las labores humanitarias en los desastres y conflictos armados.



1.2 Henry Dunant, fundador de la Cruz Roja Internacional.





1.3. Estampilla belga de 1959, en honor a Henry Dunant.

1.2 Historia

Henry Dunant (Ginebra, Suiza, 8 de mayo de 1828 - 29 de octubre de 1909), mientras estaba dedicado a sus negocios en Argelia, viajó al norte de Italia muy cerca de Solferino (Italia), el mismo día en que allí se enfrentaban los ejércitos austriaco, francés piamontés. Al anoecer, sobre el escenario de la Batalla de Solferino, el 24 de junio de 1859, yacían 40.000 hombres prácticamente abandonados a su suerte. Dunant vio cómo morían los heridos sin asistencia y ayudado por gente de los pueblos cercanos, se dedicó a socorrerlos; convenció a la población local para que atendiese a los heridos, sin fijarse en qué bando del conflicto estaban, usando el lema "Tutti fratelli" (Todos hermanos) acuñado por las mujeres de la cercana ciudad de Castiglione dello Stiviere (Provincia de Mantua).

Por lo tanto, había quedado impresionado y el recuerdo le llevó a concebir formas de combatir situaciones parecidas, y tres años después publicó sus reflexiones en un libro llamado "Recuerdo de Solferino"; Dunant plantea la idea germinal de lo que serán las futuras sociedades de la Cruz Roja. Escribió, textualmente: "... cuya finalidad será cuidar de los heridos en tiempo de guerra por medio de voluntarios entusiastas y dedicados, perfectamente calificados para su trabajo". (Dunant, 1862, p.18).

Desde un primer momento, Dunant concibió las sociedades como entes neutrales, dispuestos a prestar ayuda humanitaria a quien la necesitara, independientemente de su raza, nacionalidad o creencias. Su idea fue recogida por cuatro miembros de la Sociedad Ginebrina de Utilidad Pública que, junto con él, impulsaron el proyecto hasta la constitución formal del Comité Internacional de la Cruz Roja en 1863.

Un año después, el Comité Internacional de la Cruz Roja logró, con el apoyo del Gobierno Suizo, convocar a una conferencia diplomática en la que doce estados firmaron el Primer Convenio de Ginebra.

En él se acordó:

- Proteger a los militares heridos en campaña.
- El carácter neutral y protección del personal sanitario y de los hospitales militares.
- La adopción del emblema de la Cruz Roja sobre fondo blanco como símbolo protector.
- El establecimiento de un comité permanente que se denominó "Comité Internacional de la Cruz Roja".
- La promoción internacional de sociedades de socorro.

En su homenaje anual, el 8 de mayo, fecha de nacimiento de Henry Dunant, se celebra el Día Mundial de la Cruz Roja.



1.4 Comité Internacional de la Cruz Roja, 1863.



1.5 Auxiliar del Comité Internacional de la Cruz Roja



CICR

1.3 Comité Internacional de la Cruz Roja

Este comité es una organización imparcial, neutral e independiente, que tiene la misión exclusivamente humanitaria de proteger la vida y la dignidad de las víctimas de la guerra y de la violencia interna, así como de prestarles asistencia, la sede del CICR se encuentra en la ciudad suiza de Ginebra. En las situaciones de conflicto, dirige y coordina las actividades internacionales de socorro del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. Procura, asimismo, prevenir el sufrimiento mediante la promoción y el fortalecimiento del derecho y de los principios humanitarios universales, fundado el 26 de octubre de 1863.

El Movimiento Internacional engloba a todas las Organizaciones relacionadas con la Cruz Roja:

- Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR).
- Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (FICR)
- Las Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y la Media Luna Roja.

Los órganos directivos del CICR son:

La Asamblea: compuesta por 15 a 25 personas que son reclutadas por cooptación entre los ciudadanos suizos. Es la máxima autoridad del CICR y su Presidente lo es también del CICR.

El Consejo de la Asamblea: integrado por cinco miembros elegidos por la Asamblea y el Presidente del CICR. Actúa entre las sesiones de la Asamblea y se encarga del enlace entre ésta y la Directiva.

La Directiva el órgano ejecutivo del CICR: Está encargado de ejecutar las decisiones de la Asamblea y la administración del CICR. Está integrada por el Director General y tres directores, todos nombrados por la Asamblea.

Según los estatutos del CICR, todos los integrantes de los órganos directivos deben ser ciudadanos suizos.





1.6 Integrante del Comité Internacional de la Cruz Roja apoyando en India.

1.3.1 Emblemas Oficiales

El símbolo de la Cruz Roja sobre un fondo blanco fue adoptado oficialmente en la Primera Convención de Ginebra en 1864, pero el emblema, fue elegido el 28 de octubre de 1863, en la Conferencia Internacional Preparatoria de la Convención de Ginebra. El emblema inicialmente propuesto como distintivo internacional era un brazal blanco en el brazo izquierdo sin incluir ningún símbolo (la bandera blanca era y es universalmente utilizada como símbolo de alto el fuego), se desconoce cómo fue elegida la decisión final de añadirle una cruz roja.

La bandera de la Cruz Roja no debe confundirse con la Cruz de San Jorge, la cual está en la bandera de Inglaterra y de muchos otros lugares. Con el fin de evitar esta confusión, al símbolo algunas veces se le refiere como la "Cruz Roja Griega"; este término es utilizado también por la ley de los Estados Unidos para describir a la Cruz Roja. La Cruz de San Jorge se extiende hasta el borde de la bandera, mientras que la cruz de la Cruz Roja no lo hace.

Los tres emblemas oficiales de la Cruz Roja

El origen de la bandera de la Cruz Roja a menudo se vincula con la de Suiza, ya que tiene los colores opuestos de ella. En 1906, para poner fin al argumento de Turquía de que la bandera tuvo sus raíces en el cristianismo, se decidió oficialmente promover la idea de que la bandera de la Cruz Roja se había formado mediante la inversión de los colores federales de Suiza. Así, debido a las crecientes presiones de diversos países para reconocer distintos símbolos según las creencias religiosas y con el fin de desvincular definitivamente la cruz roja del cristianismo, se decide incluir en el 1er. Convenio de Ginebra del 12 de agosto de 1949.

La Media Luna Roja

El emblema de la Media Luna Roja fue utilizado por primera vez en el conflicto armado ruso-turco entre el Imperio Otomano y Rusia (1877-1878), debido a que el Imperio Otomano, aunque respetaba el símbolo de la Cruz Roja, consideraba que hería las susceptibilidades del soldado musulmán. El símbolo era oficialmente adoptado en 1929 y hasta el momento 33 estados islámicos lo han reconocido.



1.7. Símbolo Cruz Roja y Media Luna.



1.8 Símbolos que conforman el convenio de Ginebra.



1.9 Imagen que simboliza el valor de ayudar.

El Cristal Rojo

Existieron problemas en relación con los emblemas de la Cruz Roja y la Media Luna Roja; En uno de esos conflictos se interpretó que estos símbolos poseen un significado religioso, lo que provocó una interpretación errónea de la naturaleza de la organización. El 8 de diciembre de 2005, en respuesta a la creciente presión para dar cabida a la Sociedad Magen David Adom de Israel como miembro del Movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, un nuevo emblema sin ninguna connotación religiosa, conocido como el Cristal Rojo, fue adoptado por una modificación de las convenciones de Ginebra conocidas como Protocolo III.

Principios Fundamentales

El Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja realiza su labor bajo siete principios fundamentales que rigen las actuaciones de esta organización, creando un vínculo de unión entre las Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, el CICR y la FICR.

Los Principios Fundamentales garantizan la continuidad del Movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja y su labor humanitaria.

- **Humanidad:** El Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, al que ha dado nacimiento la preocupación de prestar auxilio, sin discriminación, a todos los heridos en los campos de batalla, se esfuerza, bajo su aspecto internacional y nacional, en prevenir y aliviar el sufrimiento de los hombres en todas las circunstancias. Tiende a proteger la vida y la salud, así como a hacer respetar a la persona humana. Favorece la comprensión mutua, la amistad, la cooperación y una paz duradera entre todos los pueblos.

- **Imparcialidad:** No hace ninguna distinción de nacionalidad, raza, religión, condición social, ni credo político. Se dedica únicamente a socorrer a los individuos en proporción con los sufrimientos, remediando sus necesidades y dando prioridad a las más urgentes.

- **Neutralidad:** Con el fin de conservar la confianza de todos, se abstiene de tomar parte en las hostilidades y en todo tiempo, en las controversias de orden político, racial, religioso e ideológico.

- **Independencia:** El Movimiento es independiente. Auxiliares de los poderes públicos en sus actividades humanitarias y sometidas a las leyes que rigen los países respectivos, las Sociedades Nacionales deben conservar una autonomía que les permita actuar siempre de acuerdo con los principios del Movimiento.

- **Voluntariado:** Es un movimiento de socorro voluntario y de carácter desinteresado.

- **Unidad:** En cada país sólo puede existir una Sociedad de la Cruz Roja o de la Media Luna Roja, que debe ser accesible a todos y extender su acción humanitaria a la totalidad del territorio.

- **Universalidad:** El Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, en cuyo seno todas las Sociedades tienen los mismos derechos y el deber de ayudarse mutuamente, es universal.





1.10 Convencion Toluca, Paramédicos de Cruz Roja Mexicana.

1.4 Cruz Roja Mexicana

La Cruz Roja Mexicana es una institución no lucrativa, de interés social y voluntaria que presta auxilio a la población que se encuentre en riesgo o en desastre. Es parte de la organización internacional Cruz Roja y Media Luna Roja, cuyo fin es aliviar el dolor humano mediante atenciones inmediatas de acuerdo a cada situación en particular.

En su mayor parte, La Cruz Roja Mexicana subsiste y se mantiene de las donaciones que recibe de los ciudadanos, a través de la colecta anual que realiza. Cuenta, en México, con 486 filiales clasificadas en delegaciones, subdelegaciones y puestos de socorro repartidos por todo el territorio nacional.

México se adhería a la convención de Ginebra para el mejoramiento de la suerte de los heridos y enfermos de los ejércitos en campaña, este fue el paso decisivo para que la Cruz Roja internacional pudiera crear la delegación mexicana. Dos años más tarde, en junio de 1909, se define la primera mesa directiva provisional de la Cruz Roja Mexicana.

1.4.1 Fundación e Historia

Los días 27 y 28 de agosto de 1909, el norte de México se vio afectado por una serie de lluvias torrenciales, que ocasionaron graves desastres en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, afectando a más del 50% de la población, motivo por el cual la ayuda parte de Ciudad de México el 3 de septiembre del mismo año; al frente de la brigada y como responsable de los socorros se designó al Dr. Fernando López y a su esposa la Sra. Luz González Cosío de López, acompañados por un grupo de amigas filántropas, partieron con rumbo a la devastada ciudad de Monterrey llevando víveres y ayuda humanitaria, fue así como se constituyó la primera brigada de la Cruz Roja Mexicana. A partir de entonces la Sra. Luz Erendira inició un arduo trabajo que vino a rendir frutos cuando el General Porfirio Díaz expidió el decreto No. 401 con fecha 21 de febrero de 1910, por el cual reconoce oficialmente la creación de la Cruz Roja Mexicana. Por lo anterior es que Luz González Cosío de López es considerada como la fundadora de esta organización. Aunque en sus estatutos se le denominaba Asociación Mexicana de la Cruz Roja; este decreto (401) entra en vigor con su publicación en el Diario Oficial de la Federación el 12 de marzo del mismo año.



1.11 Paramédicos de Cruz Roja Mexicana en Acto Cívico.



1.12 Traslado a cargo de Paramédicos de Cruz Roja Mexicana.

El 26 de Abril de ese mismo año se nombra la primera mesa directiva oficial a cargo del Dr. José Alfonso Ruiz Cabañas, antiguamente jefe de la escuela general de medicina.

En 1910 comienza a funcionar en el local ubicado en Rosales #20, de la Ciudad de México. Un año más tarde se envía una brigada de la Cruz Roja Mexicana a Cd. Juárez, Chihuahua, con la finalidad de auxiliar a los combatientes de la revolución. En ese mismo año inicia en la Ciudad de México el Servicio de Urgencias a iniciativa del Dr. Leandro Cuevas.

Sin embargo, la institución aún no era parte de las Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y Media Luna Roja, pero en 1912 el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR) otorga el reconocimiento a la Asociación Mexicana de la Cruz Roja y un año más tarde durante el enfrentamiento armado de la Decena Trágica, mismo que arrojó 506 muertos y 1500 heridos, la Asociación Mexicana de la Cruz Roja cumple nuevamente con su deber al ayudar a las víctimas de ese suceso.

De 1911 a 1921 en muchas de las escenas de nuestra historia nacional, como la Revolución Mexicana, la invasión Norteamericana a Veracruz, los brotes epidémicos de tifoidea y de influenza española, las inundaciones del Bajío, los terremotos de 1912 y 1919; la bandera de la Cruz Roja ondeo en las calles, campos y edificios para simbolizar la neutralidad de los heridos y de quienes los atienden. Esto fue muestra de Humanidad en las horas de desgracia para la población mexicana.

En el año de 1923 la Federación Internacional de Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (Liga de Sociedades) reconoce oficialmente a la Cruz Roja Mexicana. Siete años después Cruz Roja Mexicana extiende sus Delegaciones, en este periodo se funda el 44% del total de filiales existentes; y su filial en Morelia asiste a los niños exiliados de la Guerra Civil Española en el año de 1937.

Tres años más tarde se celebra la Primera Convención Nacional de la Cruz Roja Mexicana bajo la presencia del Lic. Alejandro Quijano. Nuevamente tres años más tarde, en 1943 se da asistencia a las víctimas de la erupción del volcán Parícutín en Michoacán. Después de un periodo de 7 años, en 1950 la Cruz Roja y la Secretaría de la Defensa Nacional firman un convenio en el que se establecen sus relaciones en tiempo de paz.

En 1968 se inaugura el Hospital Central de la Cruz Roja y ese mismo año se asiste a las víctimas del disturbio estudiantil del 68. Así mismo, se ha participado de manera distinguida en la atención de las víctimas de:

- Atención a refugiados guatemaltecos en los 80's.
- Los terremotos de la Ciudad de México en 1985.
- El conflicto armado en Chiapas.



1.13 Paramedicos en rueda de prensa, México, 2016.



1.14 Colecta Nacional 2016.

-Los huracanes en la costa del Océano Pacífico y del Golfo de México, entre otros.

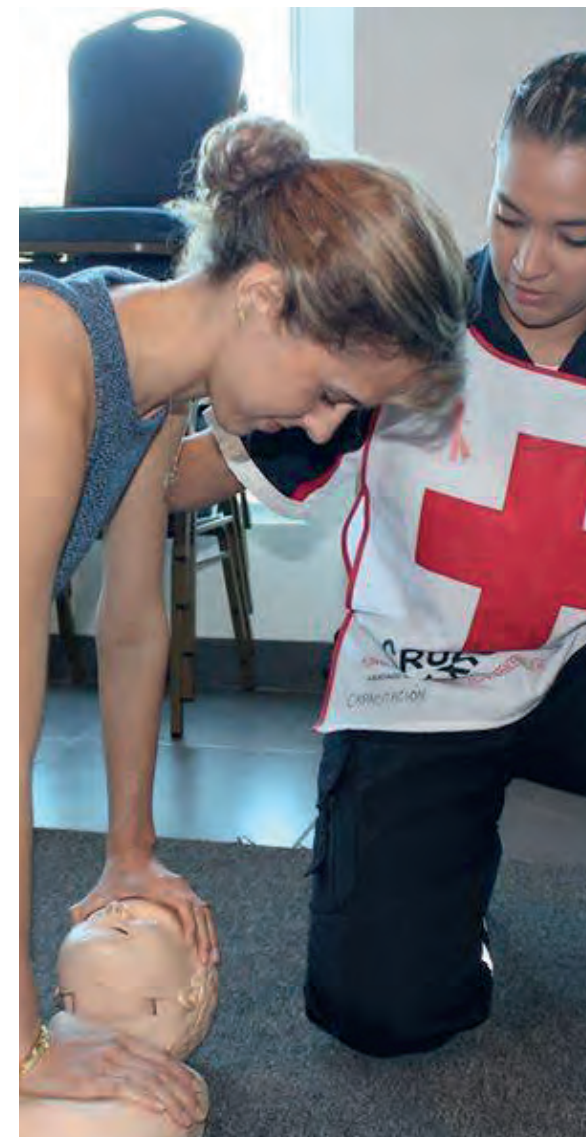
En febrero de 2010 la Cruz Roja Mexicana cumplió 100 años y comenzó el Estudio Sordo Cruz Roja Mexicana, Delegación San Luis Potosí y dos años más tarde comenzó sus estudios de técnico en urgencias médicas en Cruz Roja Mexicana, sordos voluntarios/as para acompañar a personas mayores como Paola Maytres Martínez y Luis Fernando Esquerre I., comenzaron asistiendo a los pacientes sordos que estaban ingresados en el hospital, apoyando así en la interpretación de lengua de señas. En la Comunidad Sorda, como la fundadora de esta organización, la Lengua de Señas Mexicana ocupa un lugar fundamental en la cohesión del grupo aunque ello no implica que solamente esté formada por personas sordas: en ella, también participa toda persona que sienta afinidad por este grupo y respete su visión del mundo. Las lenguas de señas, al igual que las lenguas orales, forman parte de la diversidad lingüística de los seres humanos.

Actividades

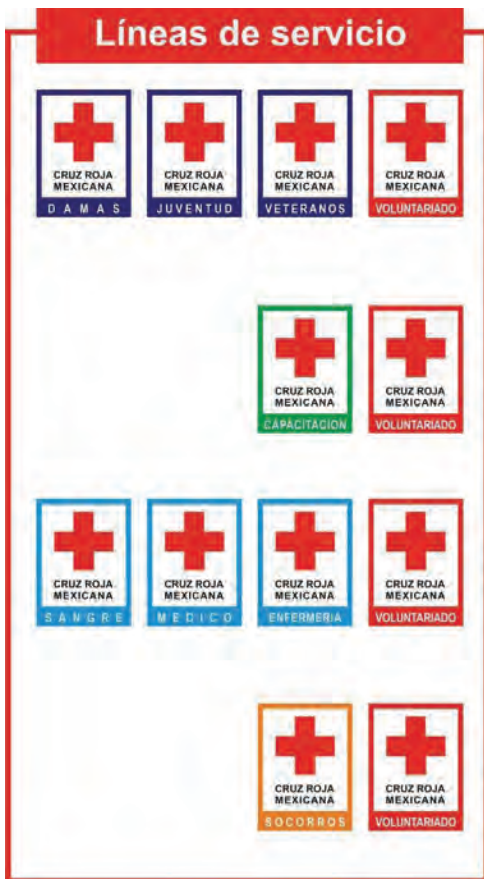
Como ya se ha mencionado, su principal labor es la de auxiliar a la población que se encuentre en alguna situación peligrosa, pero también se ha distinguido por su notable labor en desastres naturales, que no se ha limitado al rescate de personas, sino que ha ido más allá, al proveer alimentos, medicinas, ropa, víveres a los afectados así como a los rescatistas, incluso actualmente ha puesto en marcha un programa para cuidar el medio ambiente. Además la Cruz Roja Mexicana es una de las pocas en el mundo que presta servicios de ambulancia los 365 días del año.



1.15 Campaña de Vacunación.



1.16 Capacitación de primeros auxilios, por paramédico.



Misiones ayuda internacional

La Cruz Roja Mexicana durante su existencia ha desplegado misiones de ayuda tanto a nivel nacional como internacional. Durante el desastre del Huracán Katrina en Estados Unidos, el gobierno del entonces Presidente Vicente Fox mandó, por medio de la Cruz Roja Mexicana, 1 millón de dólares; La Cruz Roja logró recolectar otro millón para juntar un total de 2 millones de dólares por parte de México, además de que se envió ayuda en comida, plantas de tratamiento de agua y expertos en epidemiología. Esta misión de ayuda fue llevada a cabo en coordinación con el Ejército Mexicano.

En 1976, mediante la delegación de Cruz Roja Mexicana en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, trascienden las fronteras para ayudar a los habitantes del vecino país de Guatemala debido a un trágico terremoto que dejó cientos de muertos y cuantiosos daños materiales.

1.17 Extracto de manual de Cruz Roja, Líneas de servicio.



1.18 Voluntariado mexicano para ayuda internacional.

En este capítulo se aprendió cómo se inició el movimiento de la Cruz Roja así como la historia de su fundador y el comité que lo conforma, además que forma parte de un gran movimiento humanitario global cuyo corazón y motor es la pasión por servir a los demás. Su historia está conformada de muchas historias de personas que en las situaciones más extremas y dolorosas salvan vidas y con ello nos recuerdan que lo mejor del ser humano brilla aún en los tiempos más oscuros. La Cruz Roja existe gracias a los voluntarios que conforman diferentes áreas principalmente los paramédicos y también de las personas que donan y apoyan esta gran causa humanitaria en situaciones de riesgo, desastres naturales, así como el apoyo en el área de la salud, también se explicó cómo surge la Cruz Roja en México y cuáles son sus principios fundamentales así como sus actividades y misiones.

A continuación se abarcará la sede de Cruz Roja en la ciudad de Uruapan y cómo esta se desenvuelve.



CAPÍTULO 2

Uruapan y la Cruz Roja







2.1 Principales puntos históricos de la ciudad de Uruapan.

2.1 URUAPAN

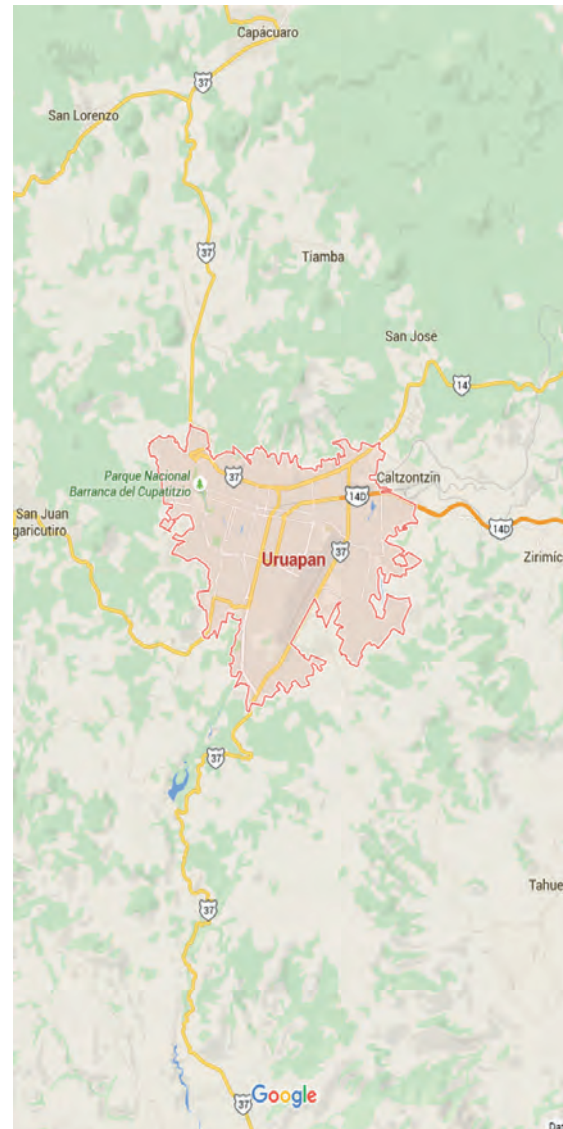
En éste capítulo se darán a conocer los aspectos demográficos, históricos, económicos, culturales y del sector salud en la ciudad de Uruapan, Michoacán, porque estos intervienen en el desarrollo de la población.

Uruapan del Progreso, es la segunda ciudad más importante del estado de Michoacán; con un total de 315,350 habitantes, tiene una altura de 1,634 m sobre el nivel del mar, su economía radica en la agricultura y fruticultura, además de ser el principal productor de aguacate de la república mexicana. Tiene un sistema de educación pública y privada hasta el nivel superior, su cultura se extiende por todo su territorio en una amplia gama principalmente en las artesanías y un buen sistema de salud.

2.2 Localización y Clima

La Ciudad de Uruapan del Progreso, se encuentra al sureste del estado de Michoacán, tiene una altura de 1,634 m sobre el nivel del mar y queda situada a los 19°24'56" de latitud norte y 102°03'46" de longitud oeste del Meridiano de Greenwich.

El clima en el municipio es uno de los más variados del estado, pues se ve influenciado por los cinco tipos diferentes de clima. La zona norte tiene un clima templado subhúmedo con lluvias en verano, en la zona central del municipio, la más elevada, tiene un clima templado húmedo con abundantes lluvias en verano, en la misma zona central otro sector tiene clima semicálido húmedo con abundantes lluvias en verano, hacia el sur otra zona registra clima subhúmedo con lluvias en verano y finalmente en el extremo sur del municipio el clima es clasificado como cálido subhúmedo con lluvias en verano.



2.2 Geomapa de la ciudad de Uruapan.



2.3 Antiguo Hotel Progreso.



2.4 Sitio donde actualmente conocido como "La espumita" (Parque Lineal).

2.3 Significado de URUAPAN

Es un nombre con diversos significados y uno de ellos escrito por Manuel Padilla Bustos en su libro menciona "Etimológicamente ha ocasionado problemas, puesto que le dan varios significados basados en características propias que hacen llamar a Uruapan: "lugar de la Eterna Primavera", y que proviene de Uruani, cuyo significado, según el padre del Lic. Eduardo Ruiz, quiere decir "como florecer y fructificar de una planta al mismo tiempo." (Padilla, 1983, p.6).

Según el padre Maturino Gilberti la palabra Uruapan deriva del vocablo "Urani", cuyo significado es "jícara", haciendo alusión a una de las artesanías tradicionales.

2.4 Breve historia de Uruapan Contemporáneo

El pueblo de Uruapan ya existía mucho antes de la llegada de los españoles, fue un pueblo prehispánico y sus principales habitantes eran tarascos. Con la llegada de Fray Juan de San Miguel en 1531 crea un gran cambio al agrupar y organizar a la gente en barrios mismos que fundó con nombres de santos patronales los cuales contaban con una capilla, coro y escuela. Eran en cierta manera autónomas, cosa que permitía mantener su identidad y sus propias costumbres, así mismo Fray Juan de San Miguel tuvo especial interés en que los pobladores aprendieran oficios, entre ellos las artesanías.

El 28 de noviembre de 1858 se le concede a Uruapan el título de "Ciudad del Progreso" en consideraciones a las razones que exponen los vecinos en un curso elevado al gobierno por los buenos e importantes servicios prestados por aquella población.



2.5 Monumento a Zapata en Uruapan.





2.6 Antiguos portales en Uruapan.

En el año 1899, durante el porfiriato, llega la primera locomotora y ese mismo año entra también el telégrafo y la fábrica de hilados y tejidos San Pedro, esto fue un gran detonante económico generando una gran cantidad de empleos, contando con máquinas de origen francés, inglés y estadounidense. A finales de 1960 traen de California, E.U.A unas varetas para injertar aguacates criollos en esta región, hecho que revoluciono la agricultura y el cultivo. La economía es tan importante que hoy en día Uruapan es considerado como la capital mundial del aguacate por ser el municipio con mayores tierras destinadas a este cultivo, así mismo por su alta producción.

2.4.1 Economía

La economía actualmente en Uruapan se compone de diversos sectores:

La agricultura que es una actividad preponderante en el desarrollo de esta ciudad, el total de hectáreas del municipio es de 76,112, de las cuales 50% son de aprovechamiento forestal; 22,551 son de aprovechamiento agrícola, representando estas el 29.47%; 8,305 son para el aprovechamiento pecuario, mismo que representa el 10.9%.

Los productos agrícolas con posibilidad y calidad de exportación en el municipio son principalmente el aguacate, zarzamora y flor de diversas variedades.

En la ganadería la actividad pecuaria tiene mayor importancia, además se cría bovino, porcino, caprino, equino y avícola.

La sección de industria, la ocupa un 95% microindustrias como talleres y fábrica de producción de alimentos y equipos de construcción.

Tiene más de 1000 comercios de los cuales predominan los abarrotes, farmacias, licorerías, tiendas de ropa, refaccionarias, papelerías e imprentas, zapaterías y ferreterías.

Hay más de 300 empresas dedicadas a diferentes servicios en los cuales predominan cafeterías, restaurantes, hoteles, constructoras, las cuales son muy importantes dentro de la ciudad ya que generan empleos.



2.7 Sembradío de aguacate, carretera a San Juan Nuevo Parangaricutiro, Michoacán



2.8 Hotel Mansión del Cupatitzio.



2.9 Render, centro comercial Agora.



2.10 Aula de clases.

2.4.2 Educación

El municipio actualmente cuenta con 479 escuelas de educación básica y media superior, y van creciendo constantemente a la par con la ciudad dentro de las instituciones de educación más importantes están: Instituto Tecnológico Superior de Uruapan, Universidad Don Vasco, Universidad Interamericana para el Desarrollo, Universidad del Valle de Atemajac, Universidad Vizcaya de las Américas, Universidad Vasco de Quiroga, Universidad Sor Juana Inés de la Cruz, Instituto de Estudios Superiores de la Comunicación. El municipio se beneficia con los niveles; preescolar, primaria, secundaria, preparatoria y nivel superior.

2.4.3 Cultura

Uruapan es un sitio lleno de cultura, gastronomía y artesanías, una de las festividades más importantes es el Tianguis Artesanal donde, se busca preservar y difundir la riqueza patrimonial de las comunidades indígenas.

Las tradiciones en Uruapan abarcan una amplia cantidad de fiestas y costumbres con una larga historia que mezcla elementos indígenas y coloniales. Una de las grandes festividades es en semana santa, en la cual el Domingo de Ramos marca el inicio del Tianguis Artesanal más grande de Michoacán y de Latinoamérica que se alza en la plaza principal, misma que tiene una duración de tres semanas en las cuales se aprecian muebles de madera adornos, telares, barro, bateas, rebozos, mascarar, jicaras, lacas, ropa tradicional, instrumentos musicales, juguetes y el maque, arte ancestral de la región; colores, formas y texturas creadas por artesanos de todo el estado.



2.11 Artesanos, Tianguis artesanal de Uruapan.



2.12 Piezas de maque realizadas por Martina Navarro.



2.12 Ileri 2016 de San Juan Evangelista.



2.13 Hortalano.



2.14 Celebración San Juan Evangelista.

Algo característico en las poblaciones indígenas de Michoacán y debido a la evangelización en 1533 con Fray Juan de San Miguel, Uruapan está dividida en Barrios, cada uno de ellos tiene un santo patrón en total son 9:

- La Magdalena
- San Miguel
- San Pedro
- San Juan Evangelista
- San Juan Bautista
- Los Tres Reyes
- La Santísima Trinidad
- San Francisco
- Santo Santiago

Cada barrio tiene su celebración en una época específica del año y consiste principalmente en un recorrido a través de la ciudad con bandas, fuegos pirotécnicos y diversos festejos.

En la ciudad se encuentran dos museos, el museo regional de la Huatapera y el museo de la Casa de la Cultura, se cuenta con 8 bibliotecas de las cuales 6 dependen del municipio y las demás son de las más importantes de la región. Como lo son las de Universidad Don Vasco, Preparatoria Lazara Cárdenas y la Facultad de Agrobiología.



2.15 Casa de la Cultura de Uruapan, Michoacán.



2.16 Museo de arte indígena, La Huatapera.



2.17 Entrada principal Universidad Don Vasco.



2.18 Asistencia médica por paramédico de Cruz Roja Uruapan.

2.4.4 Salud

En el municipio de Uruapan se cuenta con un total de 70 unidades médicas de las cuales 4 corresponden al IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social), 6 al ISSTE (Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado), 37 al IMSS Solidaridad y 23 al SSA (Secretaría de Salud), y de los cuales sólo 184, 242 habitantes son derechohabientes a servicios de salud pública. Los hospitales privados que se tiene en el municipio y que destacan son "El hospital Fray Juan de San Miguel", "Hospital del Ángel", "Hospital Camelinas", entre otros. También se encuentran diversas instituciones que ofrecen servicios prehospitalarios entre ellas la Cruz Roja que, por lo contrario de las demás, ofrece un mayor rango de servicios a un precio accesible para la población.



2.19 Paramédicos alistándose para simulacro, Uruapan, Michoacán.



2.20 Paramédicos en simulacro, Uruapan, Michoacán.

2.5 Cruz Roja Uruapan

En el año de 1942 la comunidad del Paricutín se vio amenazada por la erupción del volcán Paricutín. La erupción causó grandes daños a esta y varias comunidades, como población municipal. Uruapan se vio responsable de este suceso, siendo noticia nacional, la brigada de socorristas y voluntarios de la Cruz Roja Mexicana con sede en la Ciudad de México, viajó para brindar ayuda comunitaria. Durante las obras de rescate se instalaron en la Plaza Morelos, campamentos de salvamentos para las personas damnificadas. Después de este desastre natural, el gobierno del estado de Michoacán, realizó la existencia de una delegación estatal, con sede en la ciudad de Morelia, posteriormente Uruapan pidió contar con una delegación de voluntarios originarios de la misma ciudad, estableciendo en 1947 la Cruz Roja delegación Uruapan, sin contar con un lugar específico para su establecimiento, se instaló en lugares provisionales prestados por el H. Ayuntamiento y la misma población, hasta que en 1950 el señor Leopoldo Navarro Alderete con una causa benéfica, donó una propiedad habitacional. A través de los años y de acuerdo con las necesidades de la época, fue creciendo y adaptando espacio, hasta la fecha se encuentra en la misma condición de hace 30 años.

La delegación de Cruz Roja Uruapan se localiza en la calle lago #1 esquina Jacarandas, Col. Fraccionamiento Hurtado C.P. 60030, Uruapan, Michoacán.

Presta servicios en las siguientes áreas;

- Cirugía general
- Traumatología
- Gineco-obstetría
- Anestesiología
- Medicina Interna
- Pediatría
- Oftalmología
- Otorrinolaringología
- Urología
- Cirugía Pediátrica
- Banco de sangre y escuela de capacitación
- Transporte



2.21 Paramédicos practicando RCP , Uruapan, Michoacán.





2.22 Paramédicos en simulacro, Uruapan, Michoacán.

Cuenta con equipos necesarios para cubrir especialidades; sin embargo, son inoperables por la falta de espacios adecuados para su total desarrollo. Actualmente tiene capacidad para 50 camas y presta servicio de consulta, urgencias, socorrismo, primeros auxilios y albergue en época de frío para personas de la calle, a las cuales se les brinda comida y cobijo.

2.6 Áreas y servicios

Los edificios con los que cuenta actualmente la Cruz Roja Mexicana en Uruapan, tiene las siguientes áreas:

- Recepción
- Sala de espera
- Administración
- Consultorios
- Urgencias
- Recuperación
- Rayos X
- Cocina
- Sala de expulsión
- Quirófano
- C.E.Y.E
- Sala general de mujeres
- Sala general de hombres
- Pediatría
- Farmacia
- Hospitalización
- Área de enseñanza y rescate
- Banco de sangre
- Patio de actos
- Patio de ambulancias
- Lockers
- Baños
- Almacenes





2.23 Paramédicos en simulacro, Uruapan, Michoacán.

2.7 Auditoría Visual

Se realizó una auditoría visual en las instalaciones de Cruz Roja Uruapan para realizar un diagnóstico y análisis de la institución y Lenguaje Visual, de aquellos elementos gráficos utilizados para orientar e informar a los usuarios que solicitan los servicios que ésta presta.



2.24 Área de Psicología Cruz Roja Uruapan.



2.25 Área de Veteranos, Cruz Roja Uruapan.



2.26 Área de Captación, Cruz Roja Uruapan.





2.27 Vestíbulo segundo piso, Cruz Roja Uruapan.



2.28 Entrada principal, Cruz Roja Uruapan.



2.29 Oficina de presidente, Cruz Roja Uruapan.



2.30 Área común, Cruz Roja Uruapan.



2.31 Entrada de Quirofano, Cruz Roja Uruapan.



2.32 Sala de Hombres, Cruz Roja Uruapan.



2.33 Sala de Mujeres, Cruz Roja Uruapan.

En este capítulo se descubrió lo importante que es conocer cómo fue la fundación de Uruapan, de otra manera no conoceríamos que el primer hospital para dotar a los indígenas de servicios médicos, que sirviera además como sitio de reunión y posada (la Huatape-ra), también es el primer edificio de este género en la región; por otra parte, lo más parecido actualmente es la Cruz Roja en cuanto a su misión y visión. También se realizó una auditoría visual que sirvió para detectar la problemática visual de la institución.

A continuación se verá lo que significa el concepto de diseño, su historia a través del tiempo así como sus áreas y herramientas.



CAPÍTULO 3

¿Qué es el Diseño?



3.1 ¿Qué es el Diseño?

Wucius Wong, diseñador y escritor define al diseño como: "Dar la mejor expresión visual de la esencia de algo".(Wong,1995, p.36).

El diseño es una disciplina ubicada e inaprensible; es la actividad mediante la que se realiza la configuración de los objetos y de los mensajes visuales, actividad que está en constante cambio pero de la cual no se puede definir claramente su campo de acción, su marco conceptual y las interacciones teóricas y metodológicas que establece con otros terrenos del conocimiento. Esta dificultad para definir con claridad el cuerpo del diseño determina su teoría y práctica.

Diseñar es un acto humano fundamental; diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida, esto significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño como lavar platos, llevar una contabilidad o pintar un cuadro; Por lo tanto, como forma de comunicación humana se inmiscuye en todos los aspectos de la vida social. El diseño y comunicación visual son herramienta útiles y complejas conectadas a múltiples elementos que se están demostrando fundamentales para la producción cultural, tanto de ámbito global como local, en la actualidad: sostenibilidad, ética, identidad, tecnología, interdisciplinaridad y comunicación.





3.1 Espacio de trabajo del diseñador.



3.2 Código CMYK.

3.2 Diseño y Comunicación Visual

La comunicación visual es una disciplina y forma de interacción entre las personas, emitiendo y recibiendo mensajes a través del sentido de la vista, actualmente del diseñador y comunicador visual también se vale de medios visuales para la transmisión de mensajes. El comunicador visual se preocupa por la interpretación, el orden y la presentación de las palabras e imágenes visuales contenidas en los mensajes. Así mismo los problemas tienen que ver con la publicidad de productos y servicios, con la identificación de las personas y empresas, con la difusión e incluso, con expresiones artísticas y estéticas, sin dejar de lado el hecho de que el diseñador no es la fuente de los mensajes si no su interprete. El lenguaje visual ignora los límites del lenguaje verbal y escrito, lo que la hace universal. La comunicación visual apoyada por la mercadotecnia, segmenta o delimita el grupo de personas al cual se va a dirigir el mensaje. El diseñador se apoya de la tipografía, las imágenes, las formas geométricas orgánicas e inorgánicas, el color, el sustrato, el espacio, de conceptos, de composición armoniosa, contraste y otros para moldear visualmente los mensajes. Existen diversas áreas del diseño como son: Diseño Editorial, Diseño de Envase y Embalaje, Diseño Corporativo, Diseño Publicitario, Diseño Digital, Diseño de Sistemas de Señalización, etc.

3.3 Breve historia del Diseño y la Comunicación Visual

Se puede decir que el origen de todo diseño y comunicación visual inicia desde que el hombre empieza a comunicarse y dejar marcas en forma de códigos gráficos que trascienden a través del tiempo.

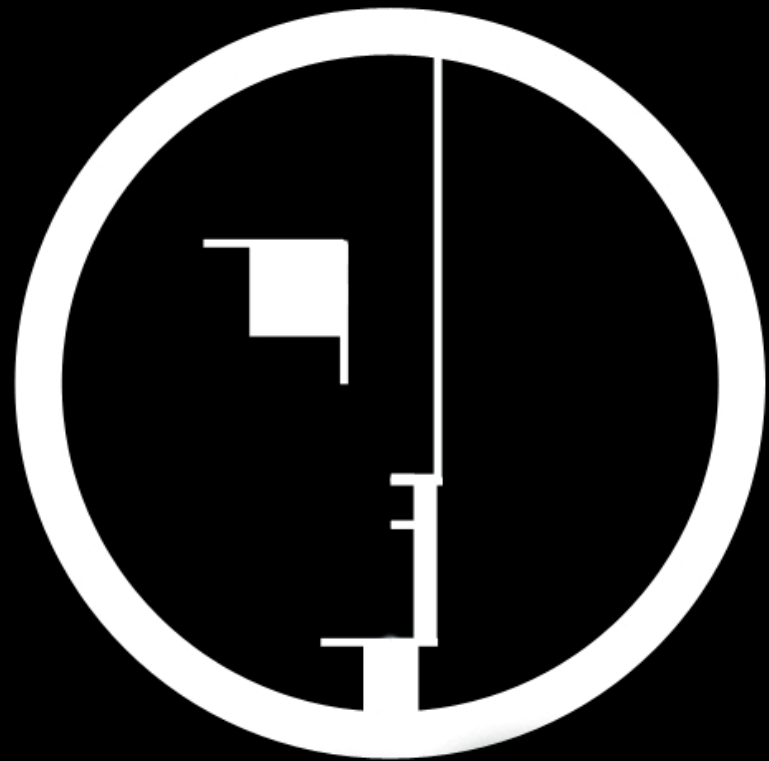
No obstante, la transformación del diseño y particularmente la del diseño gráfico, desde su concepción de oficio técnico de características más artesanales, impulsada inicialmente por Walter Gropius durante su dirección en la Bauhaus, hasta su categorización como una disciplina profesional en el año de 1950 posterior a la Segunda Guerra Mundial, enfatizan el importante papel que el diseño como disciplina general y a la vez cada una de sus especialidades, ejercieron en el desarrollo de la historia económica, política, cultural y social a nivel mundial.

En la Bauhaus, donde nació la noción del Diseño, se había intentado construir una disciplina capaz de integrar los conocimientos artísticos a su primera forma de aplicación práctica, que estaría en lo que hoy se conoce como diseño industrial, una actividad que adquirió su reconocimiento como práctica profesional a partir de 1950, cuando se empezaría a transformar el significado dado hasta entonces al concepto de diseño, restándole importancia a la forma y dándole mayor importancia a la acción de diseñar como una



3.4 La Goule, Toulouse Lautrec 1891.

Bauhaus



3.5 Escuela de la Bauhaus 1923.

actividad de carácter fundamentalmente creador en la mayoría de aspectos de la vida del ser humano. No obstante, fue a partir del decisivo desarrollo tecnológico afianzado durante las décadas finales del siglo XIX en Europa, cuando gracias a la producción masiva o en serie fue posible definir el campo de acción de cada especialidad; se generó una descentralización artística y cultural a nivel mundial poniendo al arte al alcance de una sociedad más general y fuera del contexto europeo tradicional, de este modo, surge en el último decenio del siglo XIX el Art Nouveau o Modernismo como una corriente artística en contraposición al desarrollo de la Revolución Industrial; con éste se buscaba transformar el concepto social que se tenía del arte y sus diversas formas de representación que incluían la arquitectura, joyería, el cartelismo, entre otros; combinando elementos, como tipografía, caligrafía y elementos ornamentales, con los que se logrará un alto nivel de expresión; es así como una de las características más destacadas de este movimiento afirmado en 1900, fue la utilización de materiales que dieran cuenta de los procesos técnicos desarrollados, tales como el hierro y el hormigón. Al respecto Enric Satué en *El Diseño Gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días* manifiesta los principios inspirados por la revolución que se produjo en la industria, la arquitectura y la construcción, la nueva maquinaria industrial, el automóvil, el rascacielos, la Torre Eiffel, los gigantescos edificios, las fábricas y los ferrocarriles, dieron paso a la construcción modular en cuadrícula de los

edificios de estructura de acero, la cual se convirtió en una metáfora para la construcción de la página y en una herramienta fundamental del diseño gráfico. (Satué, 1992) Enric Satué señala como las transformaciones producidas por los procesos industriales y la aplicación de nuevos materiales, instó al desarrollo de técnicas que favorecieran la construcción de las piezas de diseño gráfico.

Entre los movimientos precursores al Art Nouveau, se cuentan el Arts & Crafts en Inglaterra encabezado por William Morris, quien sería el primero en establecer la reproducción seriada de los objetos artesanales, dando inicio a una tendencia que busca poner al arte y al diseño al servicio de la comunidad; dando paso a la apertura del diseño y sus especialidades desde un ámbito académico.

La Staatliches Bauhaus de Alemania, representa el comienzo de la estructuración del diseño con fundamentos ya no solo prácticos, sino también teóricos que completen la formación integral del artista preparándolo para una sociedad industrial. Aun así, el término diseño gráfico como práctica no aparece hasta 1922 cuando William Addison Dwiggins lo utilizó por primera vez para describir la planificación de impresos; diseño de libros, rotulación y caligrafía. Sin embargo, el término no alcanzó popularidad sino hasta después de la Segunda Guerra Mundial. Si bien las cualidades que caracterizaron al diseño gráfico como un oficio





3.6 Composición a cargo de Bauhaus-Museum Wimar, Invitación, 2010.

se han modificado de manera paulatina más aún con la llegada de la tecnología, al igual que el resto de disciplinas ampliamente vinculadas con lo social; en el auge por retornar a la simplicidad de la forma a partir del adecuado manejo conceptual ha motivado a las 46 especialidades del diseño y de manera particular al diseño gráfico a re-interpretar el significado práctico de creatividad y funcionalidad en busca de definir su aplicación práctica, y su espacio social.

Gracias a la segunda guerra mundial Estados Unidos de América tiene la oportunidad de convertirse en la primera potencia mundial del Diseño Gráfico, fueron los años en que las grandes agencias se acreditaron como complementos virtuales de la relación producción-consumo. Siguiendo el ejemplo neoyorquino de Wall Street, los nuevos publicitarios se establecen en Madison Avenue, convirtiendo la zona en el cuartel general de la creación publicitaria, en un periodo histórico en el cual la venta del sistema de vida americano es un producto con el que sueña la humanidad entera y esta se realiza a través de la producción y publicidad masiva que se desarrolla en el cine y la industria.

En los años cincuenta la identidad corporativa empieza a desarrollarse como una disciplina especializada de diseño, el diseño de identidad ya no se limita a la marca, ahora pasa a construir una disciplina más compleja, en la que intervienen de manera decisiva, la investigación social y el marketing.



3.7 Encuadre de cartel Bauhaus 1919.

En los 70's surgió en Suiza un movimiento postmoderno que incorporo al estilo tipográfico parte de la espontaneidad y de los sugestivos efectos visuales del diseño norteamericano, además diseñaron nuevos tipos en respuesta a la nueva tecnología.

En los 80's el diseñador gráfico ya se relacionaba de manera importante con el proceso de comercialización de los productos y se convierte en un elemento importante para la industria del entretenimiento y los medios de comunicación masiva.

En los 90's las nuevas formas de comunicación son multimedia y comienza la era digital con la proliferación del internet y gracias a esta nueva era el diseñador y la comunicación visual evolucionan adaptándose a las nuevas necesidades hasta la actualidad.



3.8 Portada libro Conmemorativo, Escuela Bauhaus.



3.9 Diseño de carteles polacos.



3.10 Diseño de años 90s por Josep Pratt.



3.11 Jeroglíficos aztecas.



3.12 Don Vasco de Quiroga , en Pátzcuaro.



3.13 Academia de San Carlos, CDMX.

3.4 Diseño Gráfico en México

Se puede decir que los antecedentes de diseño en México están en las civilizaciones antiguas de este, las grandes civilizaciones elaboraban infinidad de objetos artesanales que tenían una gama amplia de colores y formas que se diferenciaban entre cada civilización, estas piezas eran elaboradas con fines específicos y estas características las convertía en diseño. A la llegada de los españoles los indígenas con la colonización fueron adaptándose a las costumbres extranjeras creando nuevas formas de arte y diseño combinando su costumbre con la de los españoles dejando a un lado a sus dioses y construyendo iglesias para su nuevo dios.

En el año de 1535 y 1550, Don Vasco de Quiroga crea en Michoacán las primeras comunidades artesanales, lo que permitió un desarrollo importante en la artesanía indígena, por tal motivo se desarrollaron diversas técnicas gráficas aplicadas en diferentes sustratos, que sirven de ejemplo y referencia en el mundo del diseño actual. En el año de 1864, Benito Juárez en ese entonces presidente de la república mexicana inaugura las escuelas de artes y oficios. Durante la época del Porfiriato el arte mexicano fue olvidado favoreciendo en su lugar al arte europeo. A finales del siglo XVII es fundada la academia de San Carlos ENAP (Escuela Nacional de Artes Plásticas). En el año de 1917 inicia la Escuela de Artes y Oficios de la Universidad Mi-

choacana de San Nicolás de Hidalgo. En las primeras dos décadas del siglo XX las Escuelas Nacionales de Artes y Oficios, tuvieron gran importancia, haciéndolas populares por la creación y producción de objetos de uso doméstico.

Dentro de éste proceso de implementación de diseño gráfico en México, se logró la creación de movimientos artísticos nacionales y de técnica de impresión, que ofreció una amplia gama de recursos iconográficos y lenguajes diversos con los que artistas-diseñadores podían realizar sus trabajos.

Durante este periodo de diseño gráfico en México, el proceso estuvo a cargo de diseñadores que se definían a sí mismos como ornamentadores, proyectadores, maquetistas, tipógrafos, directores de arte o de edición, quienes ponían su arte a disposición del diseño aplicado a los medios gráficos.

En la fusión de este grupo de artistas se encontraron expertos como, pintores, grabadores, fotógrafos y hasta arquitectos, también autodidactas o con formación académica, de diferentes lugares del mundo, pero especialmente mexicana.

Otro evento muy importante para el artista plástico en México fue con la llegada de Álvaro Obregón a la presidencia en 1920, José Vasconcelos, quien pretendía refundar la nación a través de la enseñanza, asumió la dirección de la Secretaría de Educación Pública y



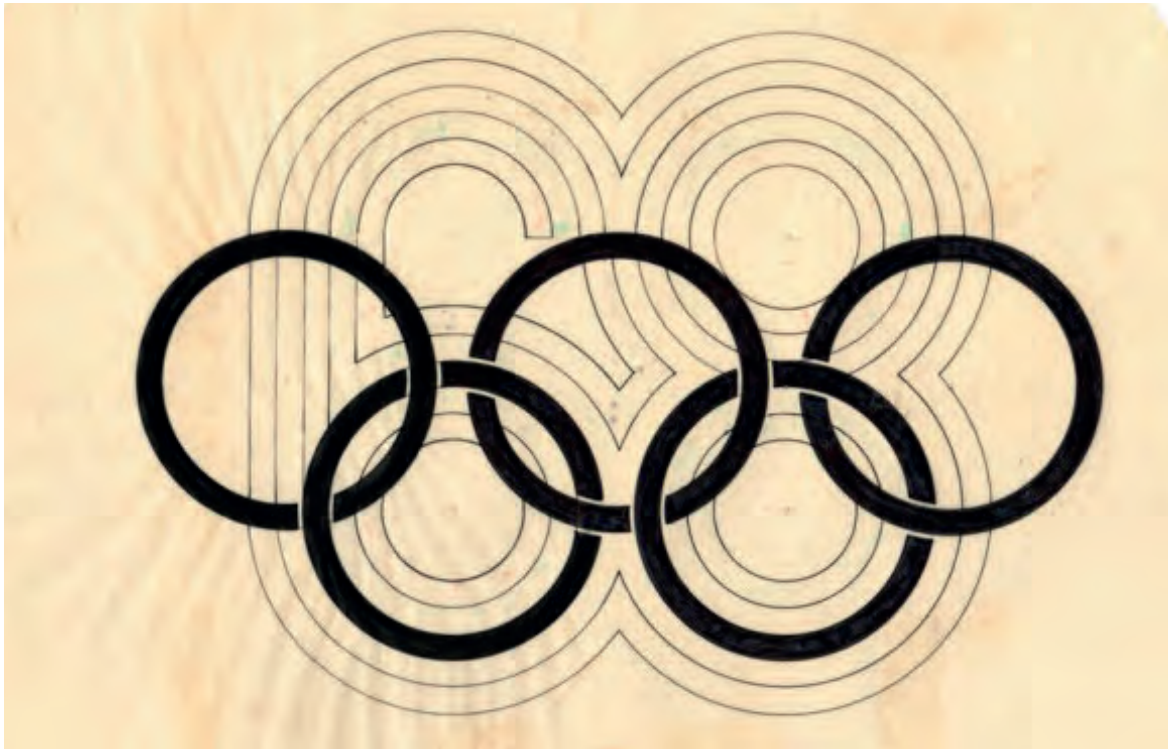
3.14 Grabado para la gaceta callejera por Antonio Vanegas Arroyo.



3.15 El hombre en el cruce de caminos, Diego Rivera.



3.16 Sueño de una tarde dominical en la Alameda, Diego Rivera.



3.17 Boceto perfeccionado de olimpiadas, México 68.



3.18 Logotipo Final Olimpiadas, México 68.



3.19 Aplicación de logotipo, México 68.

desarrollo un amplio programa cultural con una fuerte orientación nacionalista. Entre las labores realizadas convoco a un grupo de artistas a quienes ofreció los muros de los edificios públicos para plasmar esta nueva visión. El movimiento proponía un arte público y monumental para todos, fundado sobre bases populares, por y para la revolución. Independientemente de las personalidades sobresalientes del movimiento. A todo este movimiento artístico-social se le llamo Muralismo; ésta corriente artística tuvo correlato en la ilustración y en el grabado, que se aplicaron de manera directa al diseño de libros y carteles.

En el año de 1968 el Diseño Gráfico en México toma mucha importancia y se define como tal cuando el comité organizador de los Juegos Olímpicos con sede en la ciudad de México, dirigido por el Arquitecto Pedro Ramírez Vázquez, invita al equipo de profesionales en diseño de la Universidad Iberoamericana a realizar la imagen gráfica del evento, cuando se les presenta la necesidad de resolver un reto de tal importancia y que representaba un grado de alta complejidad, se reunieron estudiantes de Diseño Industrial y diseñadores extranjeros para crear la imagen de las olimpiadas en México, todo este equipo dirigido por el diseñador Lance Wayman.

Gracias al éxito de este equipo y de la producción visual al término de las olimpiadas de 1968, surgieron diversas empresas de diseño realizando logotipos,

carteles, publicaciones, embalajes, entre otros, para resolver la demanda del público; también se abrió la carrera en diversas universidades del país a los siguientes años.

En el año de 1990 se organiza el primer congreso nacional de Diseño Industrial y Gráfico, en el mismo año se lleva a cabo la primera Bienal Internacional del Cartel en México y en el año de 1999 se realizó la exposición de Diseño en México.

El Diseño con el paso de las décadas fue adquiriendo mayor relevancia todo gracias a los logros de diseñadores que con trabajo fueron ganándose el respeto del resto de las disciplinas.

En la actualidad todo es diseño, las creaciones recorren cada punto de un lugar, las empresas cada vez invierten más recursos en Diseño, ya que entienden que éste es fundamental a la hora de dar a conocer sus productos.

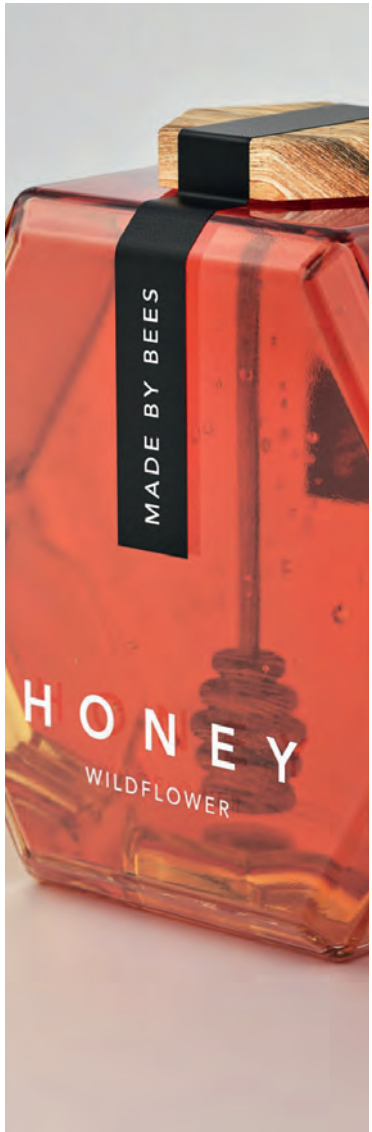
Con el paso de los años este logra ser respetado y no menospreciado como lo fue en algún momento, ya que la gran mayoría lo veía como algo sin sentido, un pasamiento incluso.



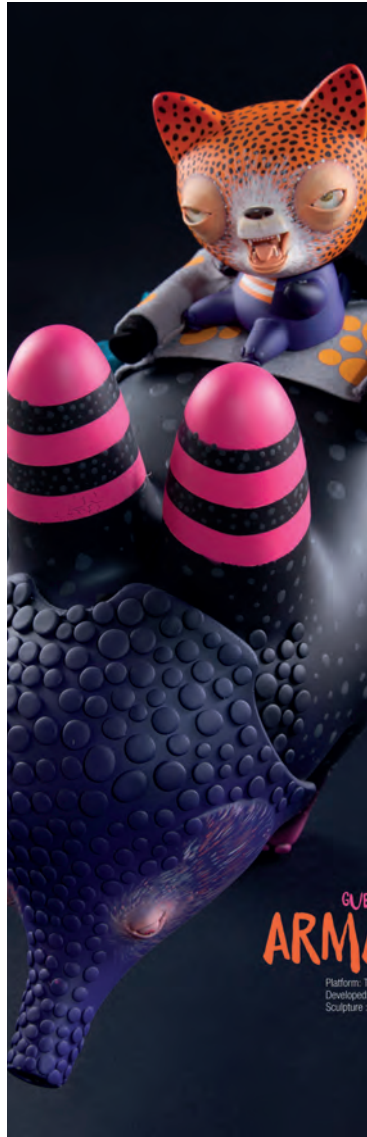
3.20 Conmemoración Bienal Internacional del cartel en México.



3.21 Ilustración, Dr. Alderete, 2016.



3.22 Branding, TACOALTO 2017



3.23 Art toy, Mr. Mitote 2017



3.24 Cartel Vive latino, Magallenes 2014.



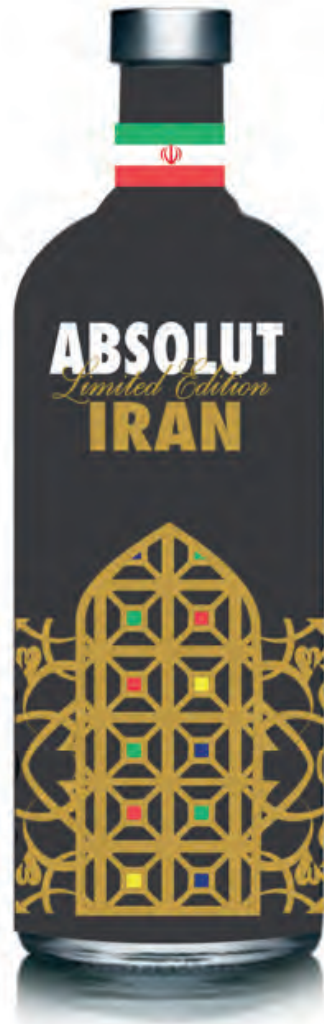
3.25 Cover VOGUE, Herb Ritts 2015.



3.26 Detalle mural, Ricardo Carvalo, 2015.



3.27 Diseño de personaje, Alan Anguiano.



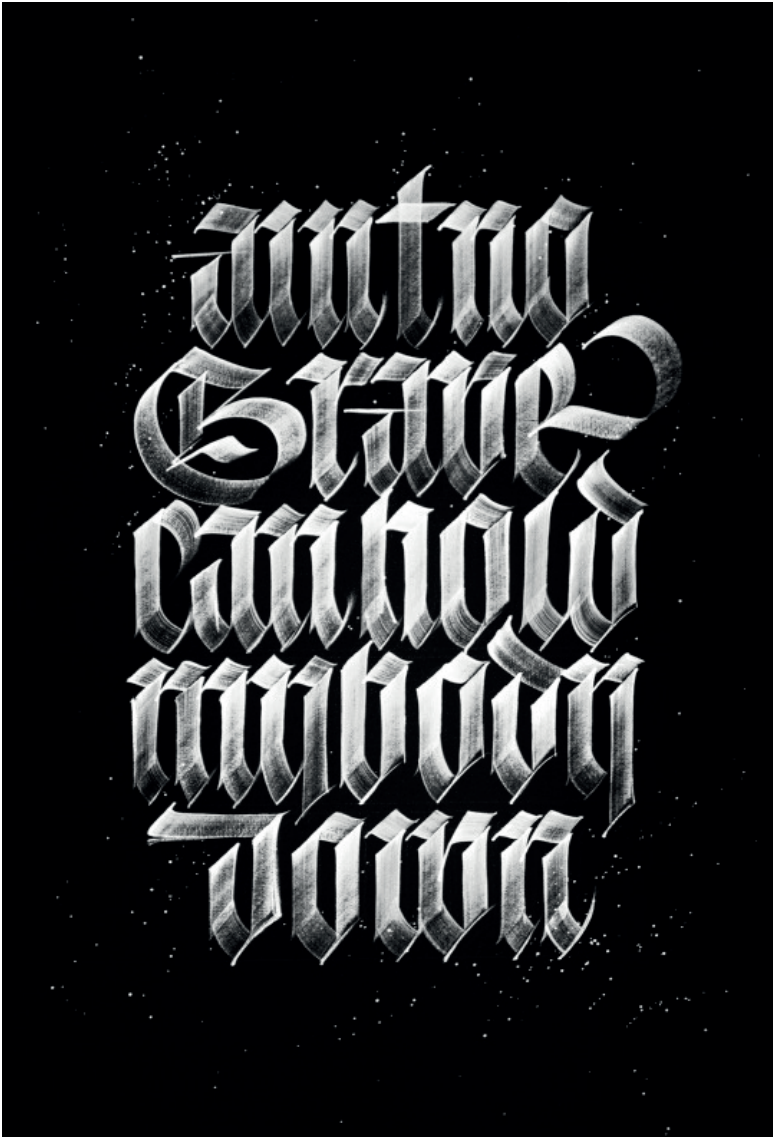
3.28 Envase y embalaje, Alan Anguiano.



3.29 Animación, Disney.



3.30 Caligrafía aplicada, Alan Anguiano.



3.31 Caligrafía, Alan Anguiano.

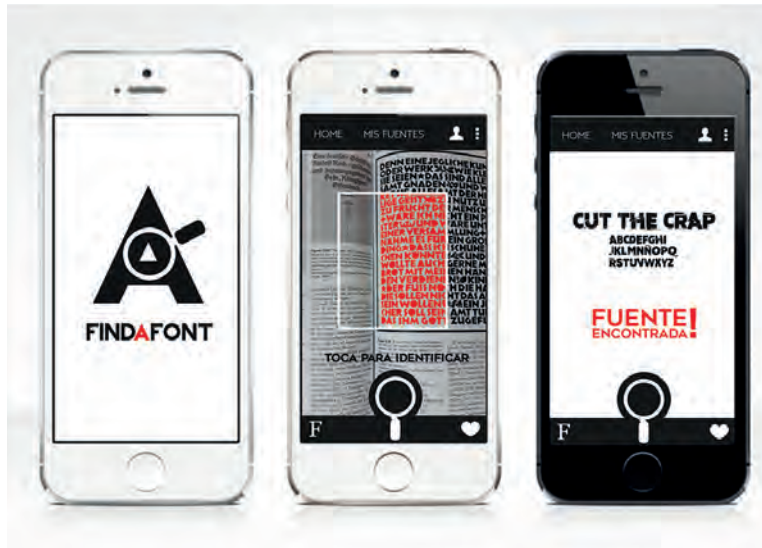


INDAFON

3.32 Diseño de app, Alan Anguiano.

3.5 Áreas del diseño

Dentro del diseño, con el paso del tiempo y la evolución de la sociedad surge la necesidad de comunicar mediante diferentes medios, tanto visuales como escritos, transmitiendo ideas o mensajes que se relacionan entre sí para lograr un resultado creativo; surgiendo así diferentes áreas del diseño en donde todas tienen una interacción.



3.33 Flayers de aplicación, Alan Anguiano.

3.5.1 Diseño Publicitario

Esta área consiste en promover un mensaje. La publicidad se puede llevar a cabo en campañas publicitarias, productos e incluso servicios. El diseño publicitario es transmitido por medios masivos de información con el propósito de persuadir; A través de los mensajes, es decir, se trata de convencer a la gente mediante argumentos lógicos para que se actúe de cierta manera. Estos medios masivos van desde carteles, volantes, anuncios de revista o prensa, material publicitario especializado, letreros, espectaculares, puntos de venta, spots de radio y televisión, entre otros medios.



3.34 Diseño Editorial, Revista Introspección.

3.5.2 Diseño Editorial

El diseño editorial consisten en el manejo de una retícula, tipografía e imágenes de forma estética y de manera general busca que el contenido sea consumido fácilmente por un público objetivo, que sea rentable y se adapte a los requerimientos de los editores. El diseño es un elemento importante que motiva la persuasión del lector.



3.35 Flayers de sitios web.

3.5.3 Diseño Web

Consiste en la creación de paginas de internet, donde el factor más importante es la interacción con el contenido; incorpora prácticamente todas las enseñanzas de las demás disciplinas. En esta área se puede aplicar el diseño editorial, publicitario, corporativo entre otros.



3.36 Branding PORTLAND, Despacho Alfabetic.

3.5.4 Diseño Identidad Visual

El diseño de identidad visual consiste en el diseño de marcas: es de las áreas del diseño que requieren de mucha más investigación y disciplina. Aquí se busca crear un sistema de diseños para definir la personalidad de una empresa, que transmita un mensaje de forma clara, concisa y que represente los valores de la empresa.



3.37 Creación de marca UZURI, Despacho Leftloft.

3.5.5 Diseño de Envase y Diseño de Embalaje

El diseño de envases consiste en la creación de un contenedor y la responsabilidad de diseñar aspectos tanto funcionales como emotivos del envase, como el atractivo del producto (visual, táctil y el estilo), junto con valor y calidad percibidos. Además, el diseñador tiene que trabajar con materiales y estructuras que deben tener las propiedades ingenieriles apropiadas y poder ser fabricados, montados, distribuidos, usados, aplicarles mantenimiento y finalmente desechados con responsabilidad.



3.38 Menú de audiovisual Tiffany&Co., Alan Anguiano.

3.5.6 Audiovisual

El diseño audiovisual es un sistema de comunicación que se basa en la capacidad expresiva de la forma a través de unidades de significación. La forma es su materia prima y engloba todos los elementos expresivos con capacidad de participación en el acto comunicativo. Es un sistema de signos, en tanto que es una forma de significación que interrelaciona signos visuales, auditivos y verbales. Este se desarrolla en el cine, televisión y multimedia; el diseñador trabaja en la elaboración de secuencias gráficas, guión ilustrado o storyboard, ya sea para un comercial de televisión o creación de animación.



3.39 Señales en oficinas de Graphical House.

3.5.7 Señalética

La señalética constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía. La señalética se aplica, por tanto al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio o lugar determinado para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.



3.40 Portadas para curso de prevención, Conca y Marzal.



3.41 Desarrollo de Tipografía, Hermann Zapf.

3.6 Herramientas del diseño

Los diseñadores se apoyan de las herramientas de diseño para realizar su trabajo, hay quienes se especializan en algunas a partir de la carrera, otros que las estudian directamente, diseñadores o no; a excepción de la cartelería que vendría a ser una forma de diseño publicitario, incluso hasta arte.

3.6.1 Tipografía

La tipografía es una de las herramientas más importantes en el diseño, es casi un arte como menciona Stanley Morison en "Principios fundamentales de la tipografía", la tipografía es el arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con propósito específico, el colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector a la máxima ayuda para la comprensión del texto o mensaje. (Morison, 1936, p.36)



3.42 Ilustración para edición especial de Harry Potter y el Príncipe Mestizo, J.K.R.

3.6.2 Ilustración

La ilustración es el arte visual de representar algo en un medio bidimensional o tridimensional, actualmente mediante una infinidad de diversas herramientas, métodos y técnicas, desde el lápiz hasta la ilustración digital o el dibujo en 3D, y puede tener diversas formas de interpretación; una ilustración puede ser representativa, abstracta o simbólica.



3.43 Fotografía de cartel, Patricia Quezada.

3.6.3 Fotografía

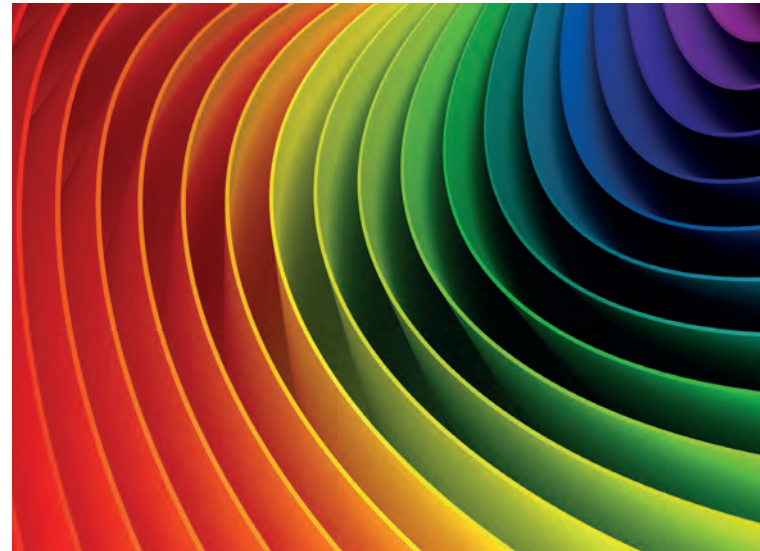
La influencia de información masiva que nos proporciona la fotografía la hace una de las herramientas más importantes dentro del mundo del diseño, como dice la frase "Una imagen vale más que mil palabras". La fotografía ya sea para reflejar la realidad, para documentar un suceso, para congelar un instante o para hacer arte, es una parte muy importante al momento de formar mensajes visuales.



3.44 Desarrollo de personaje Lotso, Pixar.

3.6.4 Animación

Es el proceso utilizado por uno o más animadores para dar la sensación de movimiento a imágenes, dibujos u otro tipo de objetos inanimados. Se basa principalmente en la ilustración y puede ser manual o de una forma digital, que es la más común.



3.45 Gama Tonal.

3.6.5 Color

El color es el aspecto de las cosas que es causado por diferentes cualidades de luz mientras es reflejada o emitida por ellas, en el diseño es una de las herramientas más importantes al momento de transmitir un mensaje, ya que el color puede englobar desde un concepto hasta una sensación. El color nos transmite muchos sentimientos diferentes, nos expresa valores, mensajes y situaciones.



3.46 Caligrafía de Kate Forrester.

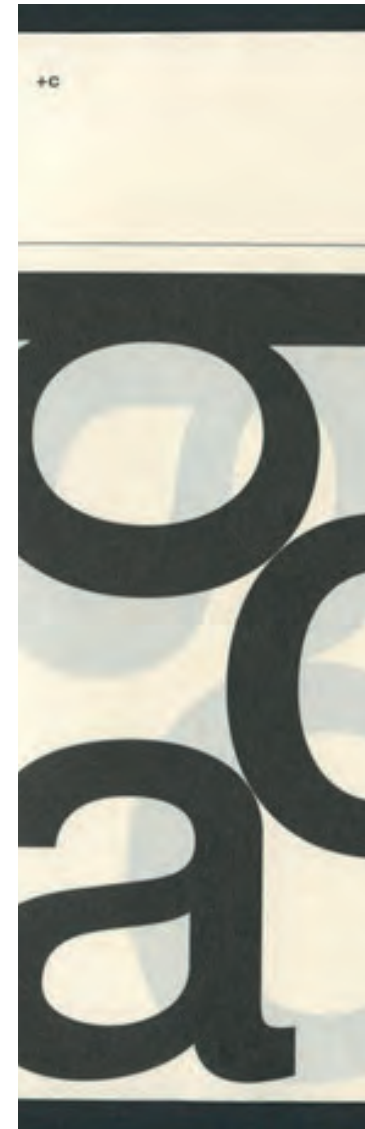
3.6.6 Caligrafía

Se denomina caligrafía al arte que consiste en escribir creando letras formadas de manera correcta y con sentido estético de acuerdo a distintos estilos. La caligrafía, por lo tanto, va más allá de la legibilidad; no apunta sólo a que las letras se entiendan, sino que busca crear belleza en el propio acto de escritura. La caligrafía difiere de la tipografía y de la escritura manual no clásica.

La función del Diseño y Comunicación Visual se refiere a la solución de problemas de integración humana que implican la transferencia de información, la vinculación directa de 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 la vista, por lo cual incluye también a los medios visuales. La comunicación visual es la elaboración y codificación de mensajes de índole gráfica con el fin de transmitir información o conocimientos diversos de un receptor.



3.47 Material Didáctico.



3.48 Extracto de TypoMag, Laura Meseguer.



3.49 Publicidad, Kiehls.

Diseñar es una actividad encaminada a satisfacer necesidades específicas de comunicación a través de la organización de palabras e imágenes, por medio de la producción y reproducción del diseño. El objetivo de un diseñador y comunicador visual, con base en sus conocimientos es formar de una manera lógica, ordenada y estética un mensaje, de manera que este pueda ser entendido y comprendido por cualquier persona, asimismo debe tener una organización visual y estructural, conocer los distintos medios de producción gráfica y desempeñar papeles de estrategia, publicista, investigador, ilustrador, fotógrafo y al final utilizar toda su capacidad creativa; ser un creador, ya que las demandas de las grandes compañías industriales y las agencias de publicidad actuales requieren cubrir nuevas necesidades además de las tradicionales. Los sistemas de creación por computadora y los nuevos medios visuales constituyen un nuevo lenguaje, un nuevo desafío para el diseñador actual.

El Diseño y Comunicación Visual pueden ser la solución a cualquier problema mientras sea de forma visual y que se diseñan a través de las diferentes áreas y herramientas, que se complementan una con otra dependiendo de lo que se va a diseñar y la necesidad del receptor o el público meta. Por ejemplo, los sistemas señaléticos que son muy importantes para los usuarios que visitan un lugar o una zona específica. El siguiente capítulo se hablará sobre el ¿qué?, ¿para qué? y ¿porqué? de la señalética.



3.50 Ilustración, Alan Anguiano.

En éste capítulo se recorrió brevemente la historia del Diseño y la Comunicación Visual, de cómo el Diseño Gráfico constituido como tal se muestra como un ser reciente dentro de la historia, el cual por muchos años se pensó que venía desde el desenvolvimiento del arte pero término desenvolviendose en una nueva rama, que hasta la actualidad sigue creciendo.

El diseñador actual por lo tanto, se encuentra inmerso en un mundo globalizado, en una sociedad de mercado en la era del conocimiento y las comunicaciones. El Comunicador Visual vive dentro de un mundo pensándolo y recreándolo como sociedad, el lenguaje visual tiene un campo de acción enorme haciéndose casi universal, ya que ignora los límites del idioma, del vocabulario y de la gramática.

Los diseñadores tienen en sus manos el poder de cambiar la sociedad, desde un enfoque, una visión y una verdadera y efectiva comunicación visual.

Se conocieron las áreas y herramientas del diseño, de cómo estas funcionan, una de estas áreas es la señalética de la cual se hablará en el siguiente capítulo abarcando su origen, sus diferentes tipos, funciones y formas.



CAPÍTULO 4

Señalética



4.1 Señalética

Los orígenes de la señalética se remontan seguramente al origen del hombre, obedeciendo a la intuición de orientarse, así mismo y a otros mediante objetos y marcas introducidas en su entorno cotidiano, la revolución industrial, que sin duda fue la causa de muchos sucesos importantes en todos los ámbitos tecnológicos; Con ella se dieron también las movilizaciones sociales y conformación de ciudades, rutas y carreteras.

Citando a Joan Costa "la población ciudadana crece, aumenta la circulación humana y el estado toma las medidas de prevención para la protección de los ciudadanos y la seguridad pública. Es así como nace el código de la circulación peatonal y automovilística."(Costa,1989, p.10).

La señalética se maneja en 3 categorías:

A) Signos lingüísticos: toda palabra o conjunto de palabras que transmite una información determinada a través de la lectura, por medio de ellos es posible comunicar todo lo que no puede ser representado mediante imágenes.

B) Signos icónicos: representaciones de objetos o situaciones obtenidas de la realidad, abarcando los diversos grados de fidelidad que va desde el naturalismo hasta la abstracción.

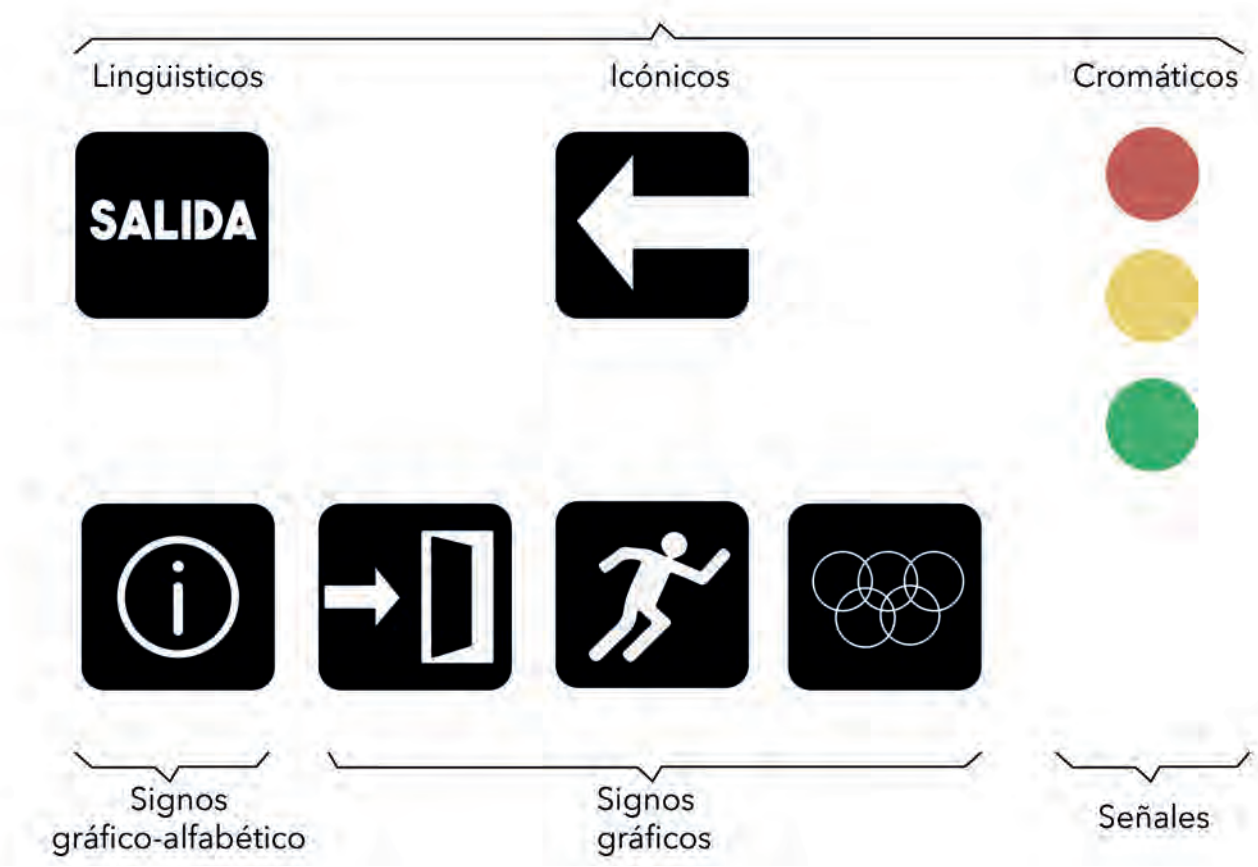
C) Signos cromáticos: carece de capacidad para representar cosas u objetos, pero es capaz de evocar sensaciones.

De acuerdo con ese vocabulario una unidad informal es equivalente a una señal; misma que está conformada por:

1. Espacio gráfico: soporte material que contiene la información (específicamente en este punto se recurre a los parámetros de tamaño y forma sugeridos en las señales y avisos para protección civil).

2. Texto y/ figura: en ocasiones será necesario conjugarlos y en otros su participación será individual. Estos se requieren inequívocos, sencillos y uniformes en la serie, de ahí lo difícil que resulta proponer íconos nuevos sin que sea necesario el muestreo de las imágenes.

Como figura se entiende; Pictograma: representación visual hecha de un objeto, persona, animal, cuyo significado es siempre directo. Ideograma: es un esquema de una idea, concepto o fenómeno no visualizable (ejemplo: punto de encuentro) o Emblema: figura convencional fuertemente institucionalizada (Cruz Roja o los aros olímpicos) (Ver esquema semiótico de los símbolos señaléticos, de la siguiente página).



4.1 Lamina obtenida del texto: Costa Joan , Señalética de la señalización al diseño de programas, ediciones CEAC, s.a Barcelona, España, 1989.

De la tipografía se requiere sencillez, neutralidad, limpieza de trazo, legibilidad a distancia y uniformidad. En el ámbito psicológico la tipografía seleccionada debe connotar funcionalidad (finalidad de la señalética), modernidad; debe permitir una buena legibilidad a distancia usando altas, baja, o combinación; para definir el tamaño de los textos que se requiera para cada señal se aplica una relación entre tamaño de letras y distancia del observador utilizando regularmente la siguiente relación:

1.5 cm (90 pts)	4 m
2 cm	4.5 m
2.5 cm (150 pts)	6 m
3.5 cm	13.5 m
5 cm	21 m
6.5 cm	28.5 m
8 cm	40 m

4.2 Extracto de tabla de comparación, Señalética Corporativa Joan Costa.

Se sugirieron fuentes tipográficas como: universe, frutiger, óptima, antigua oliva o helvética.

3. Color y su código: obedecen a diferentes criterios psicológicos, su integración a un sistema de identidad corporativa o imagen de marca, estilo arquitectónico, estilo ambiental, clase o intensidad de la iluminación, el colorido dominante en el entorno.



4.3 Relación de la Psicología del color.

4.2 Las variables señáleticas

Dentro de la rama de la señalización existe una confusión en la presencia en dichos términos de la raíz "señal" (señalara, señalizar, señalización, señalación, señáletica). Por tanto, el hecho de usar señales en todos esos casos no implica que se trate de una misma y única disciplina, ni de una única finalidad, la palabra señal es la que los une pero no los iguala.

A continuación se especifican las variables:

El desarrollo de las estrategias y las técnicas de comunicación generan cruzamientos y fusiones de prácticas diversas que, al integrarse, resuelven funciones nuevas o mejoran funciones que ya existen y dan así respuesta a nuevos problemas.

En todo proceso complejo siempre hay un origen histórico, un precedente o un referente, aunque lejano. El referente de la señáletica es el sistema de señales de la señalización vial y urbana para el tráfico y para la organización urbanística: nomenclaturas de plazas, calles, avenidas, etc. La señáletica tiene un precedente más cercano en las empresas de servicios (transportes públicos, administrativos, servicios médicos, distribución, etc.) Y al mismo tiempo, un enfoque directo con la economía y la señalación comercial, cultural y lúdica.

Es así como la disciplina señáletica, inicialmente ligada a la orientación de los individuos en los espacios de acción, públicos y semipúblicos, cerrados o abiertos, en la señalación exterior comercial, empresarial e institucional.

Señalización vial

Señalizar es la acción de un verbo: poner señales en la vía pública. Señalización es al mismo tiempo; un conjunto de la planeación de la acción de señalizar, los elementos necesario para ello y los resultados prácticos que se derivan de esto. Por otra parte, la señalización vial y urbana para la regulación de tráfico dispone de un repertorio preestablecido de señales normativas para determinadas situaciones que siempre se repiten: "alto", prohibido el paso", "cruce", "obras", "dirección obligatoria", etc.

Señáletica

Señáletica define una disciplina que conlleva un proceso creativo adaptado expresamente a cada espacio y lugar determinados generalmente en interiores, para resolver problemas y necesidades propios y servir a públicos concretos que dependen de los servicios que allí se prestan. El proyecto señáletico crea sus propias señales en cada caso, crea el sistema y se adapta a la estructura, las funciones y la identidad de cada lugar. Cada proyecto se crea especialmente en función de la situaciones que son propias de la entidad, la clase de negocio y el espacio donde el servicio se presta.

Señalización comercial

La señalación comercial es perfectamente diferenciada de los otros dos sistemas de señales; señalización y señalética. Las funciones comerciales son explícitamente publicitarias, a todas luces diferentes de las de control del tráfico, cuyas finalidades son la orientación para la seguridad. La señalación comercial es señal “de sí misma”, indica el “punto aquí”, lugar de venta y del servicio y no remite a otra cosa fuera de ella misma (como lo hace la señalización vial y urbana: direcciones, distancias en kms, destinos, etc).

Señalética corporativa

Es la integración de dos disciplinas: la señalación arquitectónica exterior, bajo el signo fundamental de la identidad corporativa con espíritu de singularidad competitiva en el ámbito urbano y en las largas distancias visuales. Y de la señalética interior, como servicio informativo que refuerza la calidad de los servicios que aquí se presta y el mensaje de la identidad y el “house style”.

Lo que diferencia la señalización de la señalética:

SEÑALIZACIÓN	SEÑALÉTICA
1. La señalización urbana y vial nace de la necesidad de seguridad y regulación del tráfico motorizado y peatonal en espacios abiertos.	1. La señalética nace con las empresas de servicios, en su interior donde éstos se prestan. Su función es informar y guiar para facilitar las acciones del público.
2. Es responsabilidad de las administraciones públicas, estatales, provinciales y municipales: Ministerio Obras Públicas, Dirección General de Tráfico, etc.	2. Es la empresa o la institución quienes definen su sistema señalético, según el tipo de servicios que se dan, la organización de los mismos y su imagen de marca.
3. Los sistemas de señales y las normas de tráfico están regulados por Convenios, Asambleas y Protocolos Internacionales.	3. La arquitectura y la organización de los servicios son los que determinan los itinerarios y recorridos en los espacios de acción.
4. Las señales que están normalizadas y homologadas, se encuentran disponibles en la industria fabricante para ser instaladas.	4. Las señales varían según el programa creado por el diseñador y en todos los casos éstas se fabrican expresamente.
5. La señalización vial se basa en la experiencia estadística de los problemas de tráfico, que se repiten en todas partes en iguales circunstancias.	5. El proyecto señalético es único y diferente en cada caso: a la medida de la problemática propia de cada lugar. De ahí su margen para la creatividad.
6. La señalización vial es directiva y coercitiva, determinando las conductas de los viandantes y los reflejos de los conductores.	6. La señalética es neutral y está al servicio de quienes quieran utilizarla. Es información útil, de usar y tirar.
7. Las señales escritas predominan sobre icónicas.	7. Predominan los signos, icónicos, los colores y otros recursos.

4.3 Clasificación de acuerdo al objetivo

De acuerdo a Joan Costa las señales pueden clasificarse en:

Direccionales: tienen como función específica indicar o dirigir la circulación en diversos sitios o espacios.

Pre/informáticas: brindan información como horarios, actividades, nombres, etc. Generalmente este tipo de señales están acompañadas de tipografía que refuerza aún más el significado de la misma.

De identificación: permiten identificar, guiar o situar al usuario en un lugar determinado o servicio.

Restrictivas o de restricción: emiten básicamente órdenes, imponen o limitan el acceso a lugares determinados o la ejecución de algunas acciones.

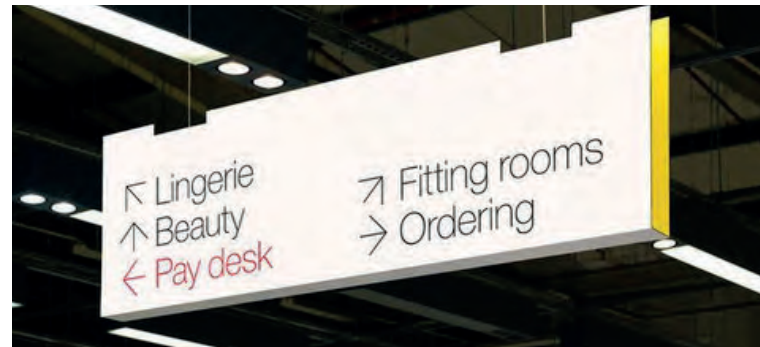
Emergencia: se colocan en puntos estratégicos en los cuales el desplazamiento es permitido para la rápida movilización de los individuos facilitando el desalojo del lugar. Ante el acontecimiento de un suceso inesperado, evitando así accidentes.



4.4 Ejemplos de clasificación de señalética.

4.4 Clasificación de acuerdo a su sistema de colocación

Colgante: la señal es sujeta por su extremo superior al techo por medio de extensiones, puede contener la misma información por ambas caras, se utiliza generalmente en corredores amplios.



4.5 Centro Comercial, Houston.

De bandera: la señal es sujeta por uno de sus extremos laterales directamente a la pared o a una columna, al igual que la anterior la información puede ser la misma en ambas caras.



4.6 Museo Arte Contemporaneo, Chicago.

Adosadas: se encuentra sujeta al muro, mostrando solo una cara.



4.7 Asa, Agencia Gráfica.

Totem: con pie o pedestal, como su nombre lo indica esta señal es apoyada sobre sí misma con ayuda de una superficie de pie o base que la sostiene.



4.8 Aeropuerto internacional, Paris.

Panel: este debe estar incrustado en la pared o en el piso, generalmente se utiliza en interiores y exteriores donde se requiere ubicar la información a una distancia considerable.

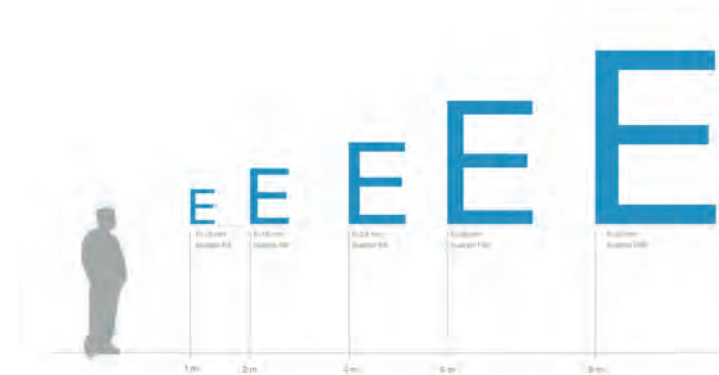


4.9 Recepción, Kruger.

4.5 Dimensiones

El tamaño de una señal depende de los factores como el espacio, su ubicación, la distancia de ubicación, la distancia de observación. Las dimensiones de una señal de seguridad e higiene deben ser tales que el área superficial y distancia máxima de observación cumplan con la siguiente relación: $S = L^2/2000$ donde (S) es la superficie de la señal en m² y (L) la distancia máxima de observación en metros.

Esta relación solo puede ser aplicada por las distancias (L) de 5 a 50 m; para menores a 5 m el área será como mínimo de 125 cm, para distancias mayores a 50 m; el de las señales será al menos de 12500 cm



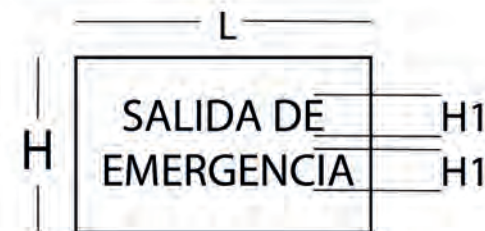
4.10 Fórmula de distancia de observación.

$$S = \frac{L^2}{2000}$$

Donde:
L- distancia al observador
S- superficie de la señal en m²

$$H = \frac{L}{200}$$

Siendo:
H- altura de la letra
L- distancia al observador



4.11 Fórmula para proporción y tamaño de señalética.

En el capítulo se explica el origen de la señalética así como sus tipos, clasificaciones, diferencias y funciones. Se concluye que la señalética propicia la identificación de los servicios que se ofrecen al usuario de un espacio público organizado, y facilita el acceso sin problemas a estos servicios. Informa al individuo puntualmente dónde y cuándo éste necesita ser informado; se trata de una información muy funcional y sintetizada con una justificación que esta constituida en una investigación previa ya que cada sistema señalético es único.

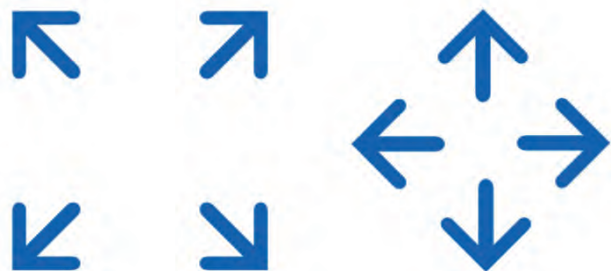
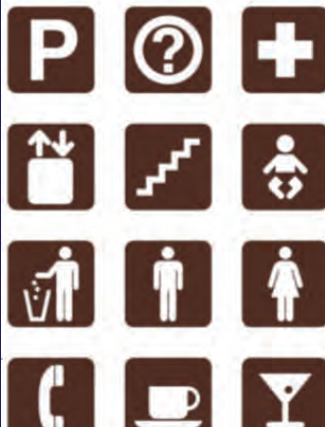
En el siguiente capítulo se analizará una recopilación de sistemas señaleticos de diversos paises.

Ascensores



UNIDAD
111

ONCOLOGÍA



CAPÍTULO 5

¿Qué se ha hecho?



Como se observo en el capítulo anterior los sistemas señaléticos son únicos según la necesidad del lugar a señalar, por lo que se hizo una investigación donde se recopilaron 40 ejemplos de sistemas señaléticos de diferentes países y diversas instituciones en su mayoría del sector salud, de los cuales se analizaron diversos conceptos como función, diseño, forma, estilo, materiales, acabados, aciertos y desaciertos, además de crear un análisis cualitativo de estos 40 ejemplos.

5.1 Manual de identidad corporativa / Universidad de la Laguna. España, 2011.

Este manual fue ideado por el profesor Mauricio Pérez Jiménez de Bellas Artes en la Universidad de la Laguna. Por lo tanto, dentro del documento se regulan y normalizan los principales elementos visuales que representan a ese centro académico, para el uso correcto de las formas gráficas que lo identifican. Se realizó el emblema y escudo, para poder elaborar la señalética con el fin de guiar al personal y estudiantes, así mismo, la elaboración de papelería básica y algunos artículos promocionales. Este proyecto está dirigido para estudiantes y empleados del plantel.

Cromatismo: utiliza colores representativos de su emblema, empleados para el uso corporativo, como el morado - PANTONE 254, azul - PANTONE 3015 y plata - PANTONE 432. Estas tonalidades deben ser exactas, ya que tienen una función específica para definir la identidad visual de la Universidad.

Tipografía: para la señalética y documentos oficiales maneja la familia tipográfica Hummnst777, en sus versiones BT Y Lt Bt. Como tipografía secundaria utiliza la familia Arial, cuando no disponga del uso de la Hummnst777. Esto con el propósito de crear uniformidad en los símbolos empleadas en la señalética.

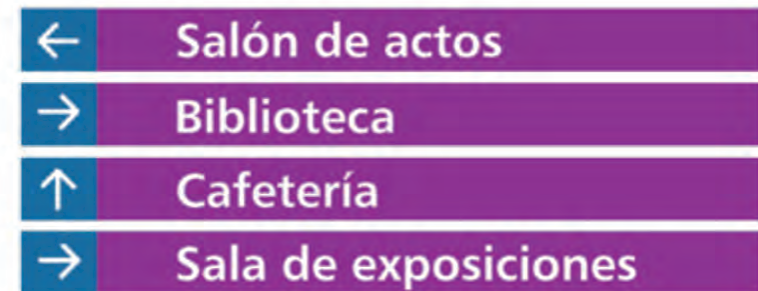
Estilo: la configuración de los elementos en la señalética se utilizan para una mejor homogenización visual, donde solamente aplica señales con tipografía que indican un determinado lugar dentro del establecimiento, con el objetivo de mejorar su identificación.

Forma: el autor del manual descarto el uso de íconos o símbolos en las placas, con el objetivo de mejorar la identificación de cada lugar señalado.

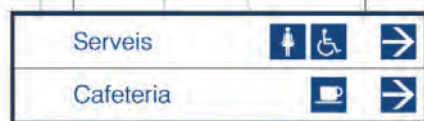
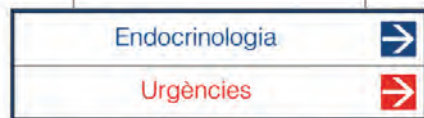
Acabados: placas de metal y monolitos, impresión en plotter.

Función y diseño: la legibilidad del mensaje aplicado en la señalética es simple, ya que solo se aplicó la tipografía para resolverla. Por lo tanto, el mensaje está basado en texto con variaciones de color, con el propósito de resaltar la señal.

Aciertos y Desaciertos: En conclusión, el diseño de la señalética cumple con el objetivo de identificar las instalaciones del establecimiento por medio del texto resaltado con combinaciones de los colores corporativos; Sin embargo, sería más atractiva empleando el uso de iconos de modo que atraería más la atención del público al que se dirige.



5.1



5.2

5.2 Agencia Valenciana de Salud. España, 2003.

Este manual es referente a la aplicación en la materia señalética de la identidad visual corporativa de la Agencia Valenciana de salud. El contenido del documento establece una serie de normas y convenciones en la realización de la señalización, para la identidad de sus instalaciones.

Cromatismo: los colores corresponden al logo principal del establecimiento los cuales son rojo - PANTONE 186 C, azul - PANTONE 280C, gris - PANTONE Cool Gray 4 C, PANTONE Cool Gray 8 C. Crean uniformidad en el uso de la señalización.

Tipografía: utiliza la fuente Verdana en su versión estándar y bold en mayúsculas y minúsculas.

Estilo: su estilo es icónico en conjunto de la tipografía, ya que este tipo de elementos ayudan a una identificación rápida y clara.

Forma: aplica elementos de morfología, elementos con símbolos y pictogramas, en posiciones tanto verticales como horizontales.

Acabado: laminas de cabecera, indicadoras de planta o secciones, directorios a techo, placas de metal para los pictogramas, rótulos de puerta, tablonés.

Función y diseño: El diseño de pictogramas es el básico donde predominan las figuras geométricas en composiciones simples, y la tipografía aplicada en las señales es legible y resalta con los colores empleados. En cuanto a los acabados, el manual especifica que las laminas y placas deben estar constituidas por módulos intercambiables, para actualizar la información del directorio. Así mismo, las vitrinas pueden cambiarse constantemente si así lo requieren.

Aciertos y desaciertos En cuanto al diseño se cumple con el objetivo de señalar la ubicación de cada elemento que lo requiere. El color está adecuado a las normas corporativas, no obstante, el manual se encuentra incompleto ya que le hace falta información sobre la utilización de los colores y sus combinaciones, para que al momento de colocar las señales tengan la uniformidad que el establecimiento necesita.



5.3



Instituto Aragonés
de Empleo.

Instituto Aragonés
de Servicios Sociales.

Servicio Aragonés
de la Salud.



5.3 Manual de identidad visual corporativa, Gobierno de Aragón. Aragón, 2007.

El contenido de este documento consiste en la creación de la identidad corporativa del Gobierno de Aragón. Se trata de un documento técnico y de consulta para profesionales de la comunicación institucional, para la comunidad de esa ciudad; Donde menciona las pautas gráficas y diseño que identifican la imagen que ofrece a la sociedad como un patrimonio colectivo que debe ser respetado.

Cromatismo: Los colores corporativos son los correspondientes a la bandera de Aragón, el amarillo y el rojo; a los cuales se les complementa con el color tierra. En sus versiones PANTONE 116 y rojo - PANTONE 448.

Tipografía: Los caracteres tipográficos son los que componen al logotipo, y corresponden a la familia Corinthian; es sus versiones bold, médium y lighth.

Estilo: La señalética en este caso se dirige como todas, primordialmente, a la legibilidad del receptor; por lo tanto se emplea en señalamientos de obra, al pie y externamente de carretera y para vehículos, maneja los pictogramas, fechas y tipografía.

Forma: Los pictogramas son íconos básicamente elaborados con figuras geométricas redondeadas, para una visualización mas atractiva y suave. Mientras que las formas de la señales se dividen en cuadrados para los pictogramas y rectángulos para letreros tipográficos.

Acabado: Placas de metal rotuladas e impresión a gran formato (plotter).

Funciones y diseño: El diseño de éste manual consiste en la identificación del Gobierno de Aragón, por lo tanto, maneja conceptos que logran tal objetivo, entre ellos el de reconocimiento por el color del logotipo y la legibilidad de las señales y letreros que permitan al receptor captar el mensaje que se le está transmitiendo.

Aciertos y desaciertos: Como el diseño busca principalmente que se conozca la imagen del gobierno, es adecuado la aplicación de los colores corporativos implícitos en las señales, ya que al mismo tiempo es una norma que debe seguirse en el manual.

5.4 Manual de identidad, Hospital General de México. México, 2007.

En este manual se menciona los lineamientos para el uso correcto del logotipo y sus aplicaciones para asegura una imagen constante y efectiva, como también el proceso para diseñar la señalética que guía al personal y clientes.

Cromatismo: Tiene una paleta de colores secundarios para dividir las áreas médicas en 5 grupos para facilitar y agilizar el flujo de los pacientes dentro del hospital. En el área 100 naranja - PANTONE 158c, área 200 azul - PANTONE Process blue C, área 300 rosa - PANTONE 7424C, área 400 verde PANTONE 345C y en el área 500 azul - PANTONE 5275C.

Tipografía: La principal es la Brando Gotesque, se utiliza para títulos, encabezados, nombres de las áreas. La secundaria se usa para los textos y subtítulos en sus versiones light, regular, itálica, semibold italic, bold italic y black; es decir, en toda la información complementaria.

Estilo: El estilo es ergonómico por el uso de íconos estilizados, y con el buen uso de figuras geométricas con colores que resaltan la tipografía logra crear una vista agradable.

Formas: Los pictogramas utilizan estilizaciones con figuras geométricas en combinación de orgánicas.

Acabado: placas de metal rotuladas.

Funciones y diseño: Ya que tiene señalización principal de cada área, para pasillos exteriores, en interiores y un mapa, se nota el buen uso jerárquico en las formas y fuentes que logran una visión armónica, ya que los colores son complementarios entre sí, lo cual permite que el receptor entienda el mensaje.


Aciertos y desaciertos: El uso de colores complementarios en las señales cumple con el objetivo de llamar la atención y crear armonía en el entorno del edificio, y las composiciones jerárquicas le ayudan a presentar una imagen de calidad y seguridad que este tipo de establecimientos necesita.




5.4



5.5

DIRECTORIO GENERAL	
PLANTA BAJA	
DEPARTAMENTO DE BIOLOGÍA APLICADA DIRECCIÓN / SECRETARÍA	
INSTITUTO DE BIOINGENIERÍA DIRECCIÓN / SECRETARÍA	
GENÉTICA	
TOXICOLOGÍA Y SEGURIDAD QUÍMICA	
PRIMERA PLANTA	
SALÓN DE ACTOS	
BIOMATERIALES	
ENSAYOS CLÍNICOS Y FARMACOLOGÍA	
FISIOLOGÍA CELULAR Y NUTRICIÓN	
NEUROPRÓTESIS Y REHABILITACIÓN VISUAL	
SEGUNDA PLANTA	
BIOQUÍMICA Y TERAPIA CELULAR	
DISEÑO Y SÍNTESIS MOLECULAR	
INGENIERÍA CELULAR Y TISULAR	

1 PLANTA	
◀ NEUROPRÓTESIS Y REHABILITACIÓN VISUAL	
◀ ENSAYOS CLÍNICOS Y FARMACOLOGÍA	
	▶ BIOMATERIALES
	▶ FISIOLOGÍA CELULAR Y NUTRICIÓN
	▶ SALÓN DE ACTOS
	▶ ACCESO 2ª PLANTA

5.5 Manual señalética, Universidad Miguel Hernández. España, 2006.

Este manual pertenece a la Universidad Miguel Hernández, donde se menciona la creación de la señalética interior de la institución. El documento contiene las normas para asegurar la homogeneidad de la imagen visual del interior de las distintas dependencias de cada edificio.

Cromatismo: En esta institución los colores se aplican según las necesidades creadas por el entorno, por lo tanto, son los corporativos de la imagen de la UMH, amarillo - PANTONE 123, azul - PANTONE Blue 072 y rojo - PANTONE 187. En las placas se emplea como color preferente, el amarillo, ya que se utiliza para todo el edificio.

Tipografía: Las señales llevan fuentes con patines para los letreros, en las aulas y para las placas de laboratorios o salones especiales usan fuentes de palo seco bold.

Estilo: El estilo de esta señalética es sobrio, ya que solo utiliza un color para crear uniformidad y los letreros tiene tamaños proporcionales a su función. Emplea el uso de pictogramas para señales mas sencillas de fácil identificación y tipografía para aquellos lugares donde precisa solo su nombramiento.

Forma: Los íconos de estas señales son geométricos utilizando formas redondeadas, el estilo es alargado, por lo tanto, se visualizan trazos delgados.

Acabados: placas sencillas y placas dobles con rótulos, aplicados a colgantes y letreros. Para directorios direccionales o informativos, señalética colgante y pictogramas.

Funciones y diseño: Los elementos de señalización instalados según el diseño aplicado, preparados para resistir la corrosión, son sustituibles y están fijos a la pared, por lo tanto guardan una línea estética armónica en el diseño, por el manejo de un solo color y elementos fáciles de distinguir.

Aciertos y desaciertos: La aplicación de esta señalética es uniforme, por lo tanto cumple la función de mantener los lineamientos que la institución maneja. El color es el corporativo, por lo tanto no puede cambiarse, aunque el color no sea visualmente atractivo, sirve para que el receptor capte el mensaje.

5.6 Manual de identidad corporativa / ISOLUX infraestructura. México, 2011.

Realizado por la dirección general de recursos corporativos Isolux Corsán, éste documento contiene información de la elaboración gráfica de su identidad, en donde presenta la realización de su logotipo, papelería básica y la señalética interior y exterior básica.

Cromatismo: Maneja los colores de su logotipo para cada elemento visual como el rojo - PANTONE 185 C , el negro y el negro con un 60%, para la tipografía secundaria.

Tipografía: La fuente Franklin Gothic se usa para la tipografía principal, junto con la Raspoutine Classic para la secundaria. Ésta se utiliza así para construir el elemento principal del logotipo.

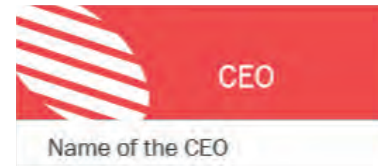
Estilo: Este surge de la creación de logotipo, que sólo se aplica en versiones especiales y justificadas, para mejorar la visibilidad. Por lo tanto, en los carteles de señalización se utiliza el logo con poco texto para que se identifique la ubicación del establecimiento y de cada una de sus instalaciones.

Acabado: Cartel de señalización de obras, panel informativo, panel publicitario, autoadhesivos, cintas

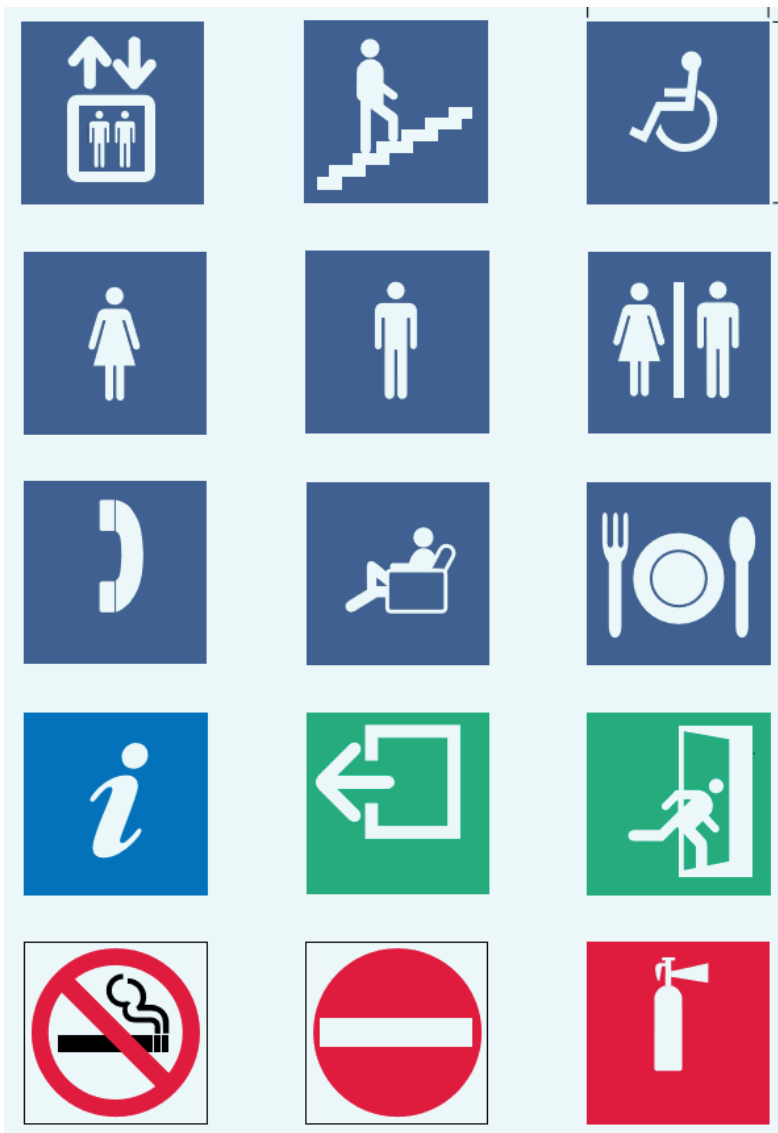
de señalización, señalización de contendores, placas, banderolas, letreros, chapa de identificación. En acrílicos y metal.

Función y diseño: El diseño de la señalización de esta clínica esta adecuada a la imagen corporativa, por lo tanto hace un buen uso de los acabados en cada elemento visual, facilitando la identificación de los mismos, maneja sólo tipografía en los colores establecidos corporativamente.

Aciertos y desaciertos: El manejo de las señales y sus acabados es limpio y fácil de identificar, cumple con el objetivo principal que es la identificación de cada una de las áreas. Esta señalización no ocupa pictogramas ya que la composición de sus señales es legible.



5.6



5.7



5.7 Manual de señalética, Gobierno Vasco. Vasco, 1999.

Manual elaborado en 2 idiomas, para la comprensión de los nativos y extranjeros interesados en la identidad corporativa del país Vasco en archivo digital. Donde menciona que la marca se utiliza de acuerdo a las normas establecidas ateniéndose al uso concreto en cada soporte.

Cromatismo: El manual menciona que es solo para señalética exterior y que estas normas no se deben utilizar para el interior. Por lo tanto utiliza colores como urdina-PANTONE 534, berdea-PANTONE 293, gorria-PANTONE 485.

Tipografía: Utiliza la tipografía Helvética rotulada en mayúsculas y minúsculas por lo sencillo de sus trazos, proporciones y rasgos legibles.

Estilo: Emplea el uso de pictogramas y tipografía, por lo tanto en los rótulos solo usan tipografías, y las flechas que orientan sobre la dirección que debe seguirse para llegar al lugar deseado; Mientras que los pictogramas se utilizan como señalizaciones auxiliares de seguridad o de prohibición.

Forma: La forma básica de los íconos es geométrica con las puntas redondeadas que hacen juego con las flechas, para suavizar su apariencia.

Acabado: rótulos, soportes de aluminio en forma de perfiles extruidos esmaltados al horno, acero galvanizado y plásticos termoestables.

Función y diseño: El diseño está muy argumentado dentro del manual, ya que especifica cada una de las áreas y como deben de representarse por medio de los colores establecidos corporativamente., con el propósito de que cada uno de sus apartados sea identificado con facilidad.

Aciertos y desaciertos: Ya que especifica cada uno de los acabados para cada señalización, el resultado final facilita el trabajo que tiene la señalética de guiar al espectador por medio de señales, ya que cumple correctamente con esa tarea, así mismo la aplicación de los pictogramas auxiliares hace que se complemente con la tipografía simplificando su legibilidad.

5.8 Manual de identidad visual corporativa, Universidad de Murcia. España, 2013.

Este manual es la única referencia válida sobre las normas gráficas, con el fin de facilitar una correcta aplicación de los signos básicos de identidad de la Universidad de Murcia.

Cromatismo: El logotipo es la expresión de la marca, ya que construye de forma responsable el nombre del emisor (Universidad de Murcia) por esta razón, los colores que se utilizan para la imagen corporativa visual son el rojo - PANTONE 187 y el negro.

Tipografía: La familia tipográfica corporativa es la DIN es sus variantes regular y bold, del mismo modo existen otras tipografías complementarias para usos secundarios, como la Helvética, Arial y Verdana que se emplean en los elementos principales y de gran visibilidad.

Estilo: Es sencillo y limpio ya que el establecimiento busca seriedad y seguridad en sus conceptos, por lo tanto la señalética muestra la misma idea, utiliza tipografía legible a gran formato con colores que la resaltan.

Forma: No utiliza pictogramas, solamente tipografía, ya que solo señala la ubicación de la universidad y sus instalaciones así como eventos en banderolas.

Acabados: Monoposte, tótem, banderolas, rotulación en cristales, señalética en exteriores interiores y muros, placas y señales móviles.

Función y diseño: La estrategia de este diseño es la seria de criterios básicos y generales, conducentes a la optimización de las tareas de comunicación; Ya que todos los soportes gráficos remiten a la identidad de la Universidad.

Aciertos y desaciertos: El diseño consigue la eficiencia gráfica que se determina en los criterios tipográficos, cromáticos y conceptuales en cada uno de sus elementos de comunicación, puesto que persigue que la identidad de la Universidad de Murcia sea aprobada por el público al que se dirige, que en este caso es su alumnado y empleados.

013 OFICINA DE TRANSFERENCIA RESULTADOS INVESTIGACIÓN

PROMOCIÓN DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN TECNOLÓGICA

GESTIÓN DE CONTRATOS Y CONVENIOS

012 ÁREA DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

011 UNIDAD DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

JEFATURA DE SECCIÓN

SOLICITUDES DE PROYECTOS Y AYUDAS

009 VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN

D. Juan M^a Vázquez Rojas

008 COMERCIAL OTRI 1

007 OFICINA DE PROYECTOS EUROPEOS

DIRECCIÓN DE OPERUM

JEFATURA DE SECCIÓN

GESTIÓN DE PROYECTOS EUROPEOS

006 UNIDAD DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

RECURSOS HUMANOS Y PLAN PROPIO DE INVESTIGACIÓN

CONFERENCIA, CONGRESOS Y AUTORIZACIONES

ASUNTOS ECONÓMICOS DE PROYECTOS EUROPEOS Y PROFIT

 ASEOS

 ASEOS

 ASEOS

UNIVERSIDAD DE MURCIA 

RECTORADO

CONSEJO SOCIAL

UNIVERSIDAD DE MURCIA 

03 SALA DE JUNTAS

02 GABINETE DE PRENSA

01 GERENCIA

RECTORADO

SECRETARÍA GENERAL

00 AREA JURÍDICO-ADMINISTRATIVA

SECCIÓN NÓMINAS Y HABILITACIÓN

-01 SALA ANDRÉS BAQUERO



5.9

5.9 Sistema de comunicación global para el Hospital Andino Alternativo de Chimborazo. Ecuador, 2009.

En esta tesis se presenta la fundamentación de la creación de la imagen institucional del Hospital Andino Alternativo de Chimborazo. Este proyecto muestra el proceso de investigación para la creación de un proyecto tangible para el establecimiento, donde presenta su historia e importancia y por qué es necesario crear una imagen gráfica.

Cromatismo: En los colores sigue las reglas corporativas utilizando colores que están implícitos en el logo del hospital, entre ellos el rojo y verde como los principales en las señales.

Tipografía: Utiliza una fuente de palo seco como es el caso de la Helvética, puesto que visualmente tiene una buena legibilidad. Aplicándola en sus distintas versiones, bold, medium y light.

Estilo: Como la función de una señalética es guiar, se basa en la representación básica en las señales combinando pictogramas con fuentes tipográficas.

Forma: Como todo lo que pueda ser visto, debe poseer una forma que aporte la identificación principal de la percepción del receptor. Usa figuras simples como las geométricas.

Acabados: Puesto que las señales son pictogramas y letreros, se realizan en placas con rótulos.

Funciones y diseño: El diseño conduce a la comunicación puntual, directa y rápida, ya que muestra itinerarios, advertencias y señala ubicaciones que el receptor debe entender.

Aciertos y desaciertos: Aprueba la funcionalidad de una señalética, y sigue las normas que se utilizan para adecuarse a la imagen institucional del hospital.

5.10 Manual de imagen institucional, Ministerio de Salud Pública. España, 2012

Este manual es una visión de la identidad e imagen corporativa del Ministerio de Salud Pública. Este documento es una guía, un regente y un optimizador para que el proceso de comunicación se involucre visualmente en la imagen del Ministerio.

Cromatismo: El manual maneja los tipos de color más comunes a usar para aplicaciones corporativas como el amarillo - PANTONE 740C, azul - PANTONE Reflex Blue, rojo - PANTONE 485C y el gris - PANTONE K80.

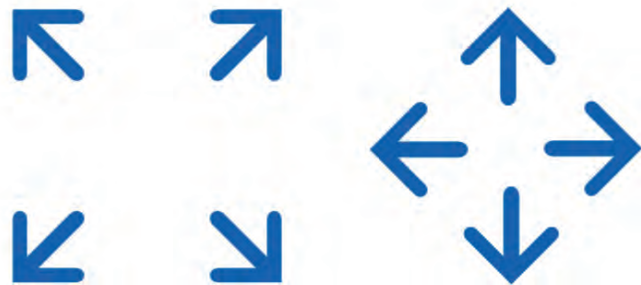
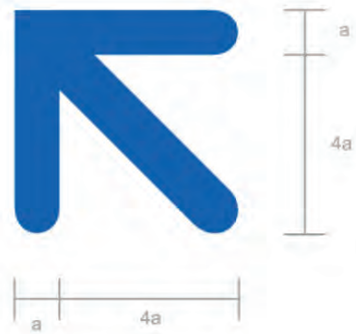
Tipografía: Se mantiene la institucional del Gobierno Nacional, en el sistema la tipografía estándar en Helvécia Neue 67 Mediun Condensed. Y es elegida así por su modernismo, simpleza y funcionalidad, ya que tiene un carácter atemporal y posee una extensa familia.

Estilo: Maneja un concepto flexible, por lo tanto maneja estilos orgánicos en combinaciones de los geométricos, colocando cintillas o plecas en las diferentes variaciones de documentos, afiches, letreros, etc.

Acabados: Mamparas, lonas, placas, dependiendo del uso que se necesite.

Funciones y diseño: El diseño emplea el sistema de la identidad corporativa, que busca mantener una unidad gráfica sólida, única y coherente, entre todos los elementos visuales.

Aciertos y desaciertos: Su diseño responde a las necesidades de extender una herramienta de comunicación que armoniza a la imagen institucional, evita las alteraciones para que su uso y aplicaciones sean uniformes.



5.10



Análisis Cualitativo

La estilización de varios de los análisis aquí presentados están resueltos con un estilo de simbología estilizada, esto sugiere que es la manera más eficiente para un sistema de señalización.

La tipografía empleada para este tipo de sistemas tiene que ser vista a larga distancia, legible en todos los aspectos y debe tener buen espacio entre las letras. En la mayoría de los sistemas que se muestran con anterioridad se utilizan tipografías sin patines, como son **la familia tipográfica Futura, Helvetica, Verdana, Arial Narrow y la Franklin**. Cuatro de los sistemas presentados solo cuentan con su sistema iconográfico, los cuales son eficientes gracias al resultado de estilización. Mientras que otros solo cuentan con tipografía, los cuales lucen mal, sino por lo contrario, y otros tantos utilizan ambos métodos, iconográficos y tipográfico lo que les brinda un mejor resultado, reforzando así el mensaje visual.

La mayoría de señalética representa un concepto de orden, limpieza, higiene, confianza y elegancia. Utilizan pocos elementos decorativos para no crear ruido visual o confusión al espectador.

En este capítulo se puede observar la diversidad de señalética resuelta de diferentes maneras. En todos los ejemplos siguen normas establecidas principalmente por la institución, después las reglas de salud y hospitalarias y al final las de diseño, como legibilidad, estética, ergonomía pero sobre todo la acción de comunicar o transmitir información.

Los signos que más destacan son los hospitalarios y los de dirección, puesto que son los más importantes ya que representan dirección y orientación, por lo tanto debe ser claro y conciso cada señalización. Es de suma importancia el tener en cuenta el entorno en el que va estar situarse una señalización, el formato, la altura y por eso la tipografía es una parte muy importante en todos los sistemas de señalización y utilizando su mayoría tipografía sans serif.

Este capítulo sirve para conocer cómo representar e informar sobre las diversas áreas dentro de una institución; ¿Qué ofrecen? , ¿Cómo son?, ¿en qué consiste?, y bajo qué reglas se guían, para tomarlo de ejemplo y así poder aplicar un sistema completo y eficaz.



LA CRUZ ROJA EN MEXICO
CRUZ ROJA MEXICANA
 Día de celebración nacional
 21 de febrero

EL ORIGEN
 1864
 1904
 21 de febrero de 1910

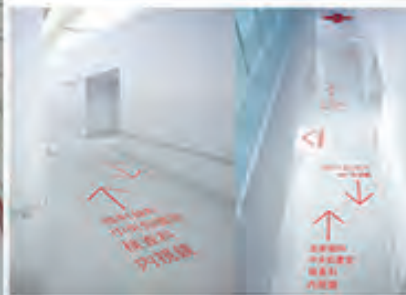
LA BANDERA

AYUDO A VICTIMAS

NOTA IMPORTANTE

CIFRAS 2012
 520
 5.27 millones
 1.20 millones

Puesto laboral	13,132
42 mil	2,864
4,244	0,620
2,334	1.10 mil
Apoyo en	180 mil



CAPÍTULO 6

Análisis de información



El análisis de información es el procedimiento de decodificar datos, en el cuál se abordan los métodos de investigación cuantitativa y cualitativa como aristas de la Metodología de la Investigación; a su vez exponen los conceptos y componentes de ambos métodos, a fin de recuperar los datos en ellos dispuestos, procesarlos y poder elaborar nuevos documentos en un lenguaje accesible a una comunidad de usuarios específica, en éste caso según la necesidad y el público meta del proyecto.

6.1 Propósitos

Un propósito en diseño es un objetivo que se pretende alcanzar, En éste proyecto se eligieron dos, el de señalar y el de informar;

Señalar:

Señalización - gráficos - señalética.

Informar que abarca:

Material informativo.

Matriz de solución

Es una técnica de clasificación jerárquica para evaluar proyectos potenciales, problemas, alternativas o soluciones; propuestas basadas en un criterio específico o dimensiones de calidad. En este proyecto se utilizó para evaluar la factibilidad y/o adecuación de diversos materiales.

Justificación de la matriz de solución

En el proyecto no se necesita la creación de una matriz de solución para ubicar el área, porque dentro del objetivo general y la necesidad se encuentra la solución que es identificar, regular y facilitar los servicios requeridos por los usuarios de la Cruz Roja mediante un sistema de señalética. Como menciona John Costa "la señalética es una de las formas específicas y evidentes de la comunicación funcional, ya que su campo de acción es un didactismo inmediato en el trascurso de los actos de la vida cotidiana y los sistemas señaléticos son creados o adaptados en cada caso particular." (Costa, 1989, p.9)

Conceptos Indicadores

Se tomaron en cuenta los siguientes conceptos para evaluar el material (se considera a todos aquellos componentes que permiten construir o crear algo), en este caso dentro del diseño de señalización para dar solución al problema:

Funcionalidad

Conjunto de características que hacen que algo sea práctico y utilitario.

Durabilidad

Capacidad de materiales y componentes de conservar las características y funcionalidad para la que fue seleccionado durante su vida útil prevista.

Costo

Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

Vigencia

El término permite nombrar aquello que todavía cumple con sus funciones más allá del paso del tiempo.

Viabilidad

Se refiere a que tiene probabilidades de llevarse a cabo o de concretarse gracias a sus circunstancias o características.

Permanencia

Acción de permanecer en un mismo lugar, estado, condición o situación.

Tipos de Señalizaciones

Las señalizaciones tienen una clasificación de acuerdo al objetivo y a su sistema de colocación de las cuales para éste proyecto se eligieron las siguientes:

Orientadoras: Tienen por objetivo situar a los individuos en un entorno, por ejemplo, los planos o mapas de ubicación.

Direccionales: Instrumentos específicos de circulación. Por ejemplo, flechas o prohibiciones de paso.

Bandera: Cuando la señal está anclada perpendicularmente al muro o columna de uno de sus lados.

Colgantes: Cuando la señal cuelga, generalmente del techo.

Placa: Cuando esta adosada a la pared.

Matriz de solución

Se elaboraron tres matrices de solución, una para cada uno de los siguientes;

- **Sustrato**
- **Impresión**
- **Instalación**

Las cuales se evaluaron con tres indicadores: un signo de más para marcar como aceptable, un signo de menos para medio y un signo en forma de x para marcar cómo bajo.

Sustrato

MATERIAL	Madera	PVC	Acrílico	Trovicel	Laminado	Plexiglass
Funcional	+	×	+	+	+	+
Vigencia	—	—	+	—	+	+
Costo	+	+	×	+	×	—
Viabilidad	×	×	—	—	—	+
Durabilidad	×	—	+	—	+	+
TOTAL	2	1	3	2	3	4

De acuerdo a los datos arrojados por la matriz de solución, se obtuvieron como mejor opción en cuanto a los materiales de nuestras señalizaciones el:

Indicadores + Aceptable — Medio × Bajo

Plexiglass: Este material obtuvo la mayor puntuación de acuerdo a su durabilidad, funcionalidad y vigencia.

Impresión

MATERIAL	Vinil	Tinta	Serigrafía	Laser	Grabado
Funcional	+	+	-	+	+
Vigencia	-	-	+	+	+
Costo	+	-	-	×	×
Permanencia	-	+	×	+	+
Viabilidad	+	+	+	×	-
Durabilidad	+	-	+	+	+
TOTAL	4	3	3	4	4

Los acabados de acuerdo a la evaluación en la matriz de solución, se determinó que el más viable, durable y con vigencia son el vinil, el láser y el grabado, de los cuales el mejor para el sustrato elegido (que fué el plexiglass) es el vinil.

Instalación

MATERIAL	Totem	Colgate	Placa	Bandera
Funcional	+	+	+	+
Vigencia	-	-	+	+
Costo	×	×	-	-
Permanencia	+	+	+	+
Viabilidad	-	-	+	-
Durabilidad	+	+	+	+
TOTAL	3	3	5	4

Con base a los datos de la matriz de solución, la instalación más adecuada es la de placa que va adosada a la pared ya que permite visibilidad de todos sus ángulos.

6.2 Brief

El Brief es una serie de especificaciones sobre el rumbo que tomara el diseño y también el documento que las contiene, en donde se define concisamente su producto y su mercado e indica los objetivos que espera alcanzar mediante el medio elegido, y los objetivos que se refieren al producto, al mercado, a la publicidad o a los medios.

Necesidad

Según la investigación realizada en los capítulos anteriores se detectó la falta de un sistema de señalización adecuado para las instalaciones de la Cruz Roja de Uruapan, de acuerdo a los parámetros que deben tomarse en cuenta para un sistema de señalización eficaz para el tipo de institución que es y los servicios que presta. Existe la necesidad de ubicación y de información dentro de las instalaciones, tanto para el personal que labora allí como para sus usuarios.

Público Meta

El público meta son todos los usuarios que asisten a la Cruz Roja de Uruapan, de los cuales se oscila un rango de edad de 10 hasta 60 años ya, que perciben la información visual de una manera clara y concisa, se calcula poseen una educación que va desde el nivel básico, hasta la media superior y pertenecen, en su mayoría, a un nivel socioeconómico medio-bajo.

Objetivo

Diseñar un sistema de señalización clara, concisa, funcional y pregnante, que utilizará como material el plexiglás, ya que de acuerdo a su durabilidad, funcionalidad, vigencia y permanencia es el material más viable siendo y será impreso en vinil.

Recursos Humanos

Como principal intervención y ayuda está Jorge Martínez Blanco, presidente del consejo directivo de la Cruz Roja, Uruapan con el departamento de planeación y administración, que son los que otorgan la información necesaria, además de un diseñador, su servidor Alan J. Anguiano Gómez así como las personas que ofrecen sus servicios para la instalación de las señales.

Recursos Económicos

La Cruz Roja tiene un presupuesto anual muy variable, de entre 20,000 hasta los 50,000 pesos los cuales se reparten en las diversas áreas de esta institución y con el cual dan solución a las problemáticas que se presentan en este lugar.

Recursos materiales

Serán necesarios hojas, lápices, colores para borrar, un equipo con los softwares adecuados para el diseño, escáner, cámara digital, tripie, planos de construcción, manual de la Cruz Roja, servicios de impresión, recorte y servicio de albañilería para la instalación de las señales.

Recursos de diseño

A través de la señalética y el diseño editorial se elaborará un sistema de señalización por medio de un software de diseño y de edición de fotografía, usando las herramientas del diseño; como la tipografía, como herramienta de señalización; la fotografía para la ubicación de las áreas y recorridos de la institución y la estilización; complementando con diferentes áreas del diseño, como la psicología del color, la semiótica y las retículas gráficas.

6.2.1 Enfoques

Conceptual

El objetivo es informar y orientar a los usuarios que tienen acceso a la Cruz Roja y que perciban los conceptos que esta refleja, que son:

-Seriedad: se refiere a la importancia y compromiso con los que la Cruz Roja realiza su trabajo.

-Confianza: se refiere a la calidad uniforme en los servicios que brinda la Cruz Roja.

-Seguridad: consiste en ofrecer protección y cobertura social de una serie de necesidades a la ciudadanía a través de la sanidad y el bienestar. Pretende dar apoyo y asistencia a los usuarios, evitando en parte las desigualdades económicas y sociales.

-Higiene: conservar la salud y prevenir enfermedades.

Expresivo

La forma de orientar e informar es generando un sistema señalético mediante el uso de íconos y tipografías, las cuales deben ser concisas, elaboradas a partir de figuras geométricas redondeadas para una visualización más atractiva.

Las formas de las señales se dividen; en cuadrados para los pictogramas y rectángulos para letreros tipográficos, reflejando higiene y salud por medio del color blanco como fondo del sustrato.

La seriedad se ve reflejada en la forma del sustrato y cómo se adapta a la institución, redondeando una de las esquinas del formato para crear un estilo. La seguridad y la confianza se verán reflejadas mediante el material y el grado de estilización simple y pregnante.

Funcional

Las señales deben tener una colocación adecuada según la ergonomía del público meta, para que tengan buena legibilidad a distancia y de diferentes ángulos. El formato de las señales será icónico textual, para una mayor comprensión. Los materiales deberán ser resistentes al polvo y medio ambiente general dentro de la Cruz Roja. Su eficacia va a generar que el público meta capte y procese la información de una forma efectiva, clara y concisa.

Descripción de la solución

La propuesta de solución es un sistema de señalización que se adapte a los espacios de la Cruz Roja. Se tomarán en cuenta los resultados de la matriz de solución, donde el sustrato es el plexiglás y el tipo de impresión es la serigrafía; haciendo el uso de un formato cuadrado y rectangular, basados en un módulo principal de 20 cm de altura por 20 cm de anchura que contenga los lineamientos informativos proporcionados al visitante por parte de la Cruz Roja, apoyados con una tipografía Serif que facilite la lectura y comprensión del visitante; un color blanco como fondo que favorezca su pronta localización, además del color rojo institucional que ayude a la legibilidad del texto y el uso de pictogramas que sean rápidamente identificables; la colocación de las señales irán adosadas a la pared en forma de placa localizadas a una

altura de 1.65 metros, complementada con algunos colgantes adosados a la superficie del techo a una altura de 2 metros, un directorio de servicios general y un tótem afuera del edificio, todo esto reflejando los conceptos que la Cruz Roja representa. Con base en esto se pretende diseñar un sistema de señalización que resuelva los problemas antes expuestos, además de darle un carácter propio que la identifique.

La Cruz Roja sede Uruapan se conforma por 3 edificios; en el principal se encuentran las oficinas de administración, consultas, dirección, área hospitalaria y de emergencias. En los edificios 2 y 3 que se encuentran adyacentes frente al principal, se localiza el área de banco de sangre, el área de captación, educación y zona de ambulancias.

6.3 Metodología

El término “metodología” se define como: “el grupo de mecanismos o procedimientos racionales, empleados para el logro de un objetivo, o serie de objetivos que dirige una investigación científica y su meta es estudiar los métodos para luego determinar cuál es el más adecuado al aplicar o sistematizar en una investigación o trabajo”. (Costa, 1989, p.23) Este proyecto se basará en la metodología de Joan Costa (español, nacido en Badalona en 1926, es comunicólogo, sociólogo, diseñador, investigador y metodólogo, uno de los fundadores europeos de la Ciencia de la Comunicación Visual), para dar solución a la problemática planteada anteriormente, ya que este autor desarrollo dos metodologías dedicadas a la señalética corporativa, de las cuáles se eligió una de ellas por ser la más viable, misma que se aplicará a través de los siguientes pasos:

1. Toma de contacto: se inicia con la toma de contacto con el espacio real sujeto de tratamiento señalético.

2. Acopio de información: esta etapa tiene como objetivo la descripción exacta de la estructura del espacio señalético así como sus condicionantes. También incluye las nomenclaturas que definen la información señalética a transmitir.

3. Organización: a partir de un conjunto de documentos e información obtenida en las etapas anteriores, se trata de planificar lo que será efectivamente el trabajo de diseño (el cual se desarrollara en el siguiente paso).

4. Diseño Gráfico: Esta etapa y la siguiente constituyen el conjunto de tareas específicas de diseño, mientras que las etapas 1, 2 y 3 comprenden el diseño conceptual y organizativo, que es la planificación de todo el proceso.

5. Realización: Una vez aprobada la solución y los prototipos reales deberá ejecutarse la elaboración del sistema señalético.

6. Supervisión: el diseñador debe responsabilizarse de que su proyecto sea perfectamente interpretado en su proceso de realización final e instalación.

6.3.1 Metodología Aplicada

1.- Se estableció contacto con Jorge Martínez Blanco, presidente del consejo directivo de la Cruz Roja Uruapan, conjunto con el departamento de planeación y administración que son los que otorgan toda la información necesaria. El lugar a señalar es una institución que brinda desde servicios hospitalarios hasta educación en primeros auxilios.

2.- Se recolectó información de diversas formas. Se hizo un listado de palabras clave, documentos fotográficos, entrevistas, se observaron los condicionantes arquitectónicos y ambientales además de consultar las normas graficas del manual de la Cruz Roja, complementando con una auditoria visual cuantificando las señales que se necesitan, cuántos lugares a señalar y los planos arquitectónicos de los 3 edificios.

3.- En los capítulos previos se llevó a cabo una investigación documental, a partir de un índice tentativo seccionado temas y capítulos que servirán para fundamentar el proyecto y dar solución a la problemática detectada.

4.- Se elaboró un brief a partir de los propósitos planteados, lo que llevo a un análisis y evaluación de lo que funciona y lo que no a partir de las matrices de solución, también se creó un panel de inspiración

visual tomando de referencia el capítulo **¿Qué se ha hecho?**, empezando así con la creación de las ideas y el bocetaje, complementando con la elaboración de las fichas técnicas de las señales que consisten en:

- Distancia
- Clase
- Altura
- Impresión
- Sustrato
- Pictograma
- Retícula
- Color
- Estilo
- Medida
- Observaciones

5.- Realización de un manual señalético, el cual será el resumen de todas las etapas del proceso con especial énfasis en la etapa de diseño. Se incluirá en el manual las fichas de todas las señales, así como la tipografía seleccionada, los pictogramas definitivos, el código cromático, clases de señales, pauta modular compositiva, medidas de las señales y alturas para su colocación.

6.- Verificar si se cumple el objetivo general.

6.4 Panel de Inspiración

¿Qué es un panel de inspiración? Se usa normalmente para procesos creativos en los que se mezcla imágenes, recortes, notas, texturas, colores, formas, y sirve para definir la solución a un problema. El objetivo principal es que se pueda pasar de la idea a la acción, es decir, transmitir de una manera real un concepto, idea o proyecto que se tenga en mente.

En este caso el panel de inspiración del proyecto se conforma principalmente de los principios fundamentales de la Cruz Roja:

HUMANIDAD
IMPARCIALIDAD
NEUTRALIDAD
INDEPENDENCIA
VOLUNTARIADO
UNIDAD
UNIVERSALIDAD

Y de cómo se pueden representar, por ejemplo:

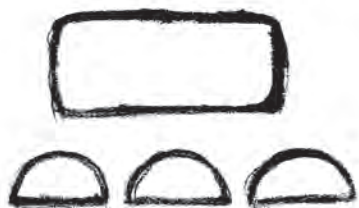
- Para tratar de aliviar el sufrimiento humano.
- Proteger la vida.
- La salud.

Promover el respeto a la dignidad humana a través de sus espacios arquitectónicos en diferentes sedes del

mundo, sus campañas e infografías; todo esto sirvió para tomar de referencia las composiciones geométricas, los tipos de estilizaciones, el color, las formas y las texturas. También se tomó de inspiración la obra "composición en rojo, amarillo, azul y negro" de Piet Mondrian (fue un pintor vanguardista neerlandés que dominaba la abstracción) como inspiración, así como diferentes texturas y patrones en forma de bloques y figuras geométricas, ya que estos pueden llegar a reflejar algunos de los valores y conceptos de la Cruz Roja que se quieren transmitir.



En éste capítulo se analizó a detalle toda la información recopilada, lo que dió paso a la elección de propósitos, la creación de matrices de solución, así como la creación de un Brief, la elección de una metodología y su aplicación a éste proyecto, al igual que la recopilación y creación de un panel de inspiración.



CAPÍTULO 7

Aportación



En este capítulo se tomaron en cuenta las características analizadas y mencionadas con anterioridad a lo largo del proyecto, para satisfacer la necesidad del público meta; abarcando desde el cromatismo, la tipografía, la iconografía, hasta la toma de decisiones y el proceso de bocetaje.

7.1 Cromatismo

Se inició con el cromatismo porque la aplicación correcta del color es un factor determinante en el manejo de la imagen de la Cruz Roja Mexicana, por lo que el uso se estandariza mediante las normas y recomendaciones de su manual corporativo. En éste caso se eligieron los colores oficiales en el logotipo, que son los que representan y unifican a la institución. En la figura 1 se presenta un extracto del código de color del logotipo de la Cruz Roja Mexicana.



Fig.1. Extracto del manual Institucional de Cruz Roja

7.2 Estudio Tipográfico

La tipografía empleada para éste tipo de sistemas y de acuerdo con lo analizado en el capítulo del **¿Qué se ha hecho?**, tiene que ser vista a mediana distancia, ser legible en todos los aspectos, tener un buen interletrado y brevedad informativa. Se enlistaron seis fuentes tipográficas diferentes; Coolvetica-regular, Eras Bold, Geometos, Heavitas, Lemon\Milk y Quartzo, que reunían las características ideales para las señales, representando las diversas tipografías con la palabra enfermería (Fig. 2), algunas en mayúscula y otras en minúscula para evaluar cuál era la mejor fuente tomando en cuenta el brief.

Enfermería	Coolvetica
Enfermería	Eras Bold
ENFERMERÍA	Heavitas
ENFERMERÍA	Lemon/Milk
ENFERMERÍA	Geometos
Enfermería	Quartzo

Fig. 2

Después de elegir la fuente tipográfica Coolvetica-regular (Fig.2.1), se aplicó una prueba en el formato de las señales al tamaño real para analizar su visualización y se tomó la decisión de abrir el interletrado en la tipografía para su mejor lectura (Fig.2.2).

Coolvetica-Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

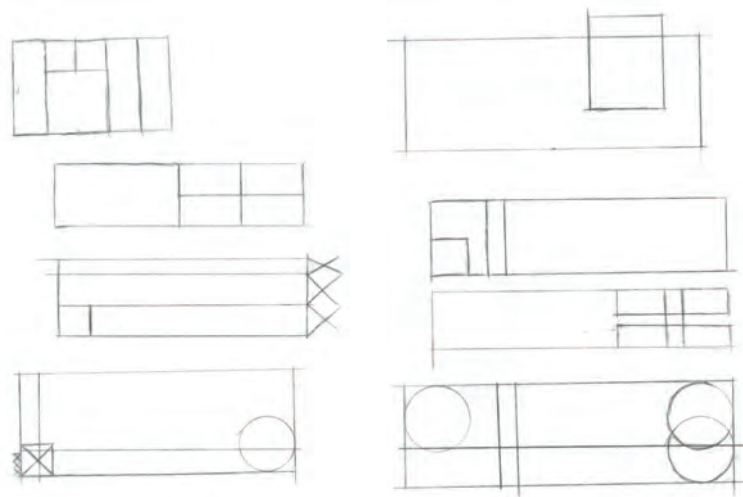
Fig. 2.1

Enfermería
Enfermería ✓

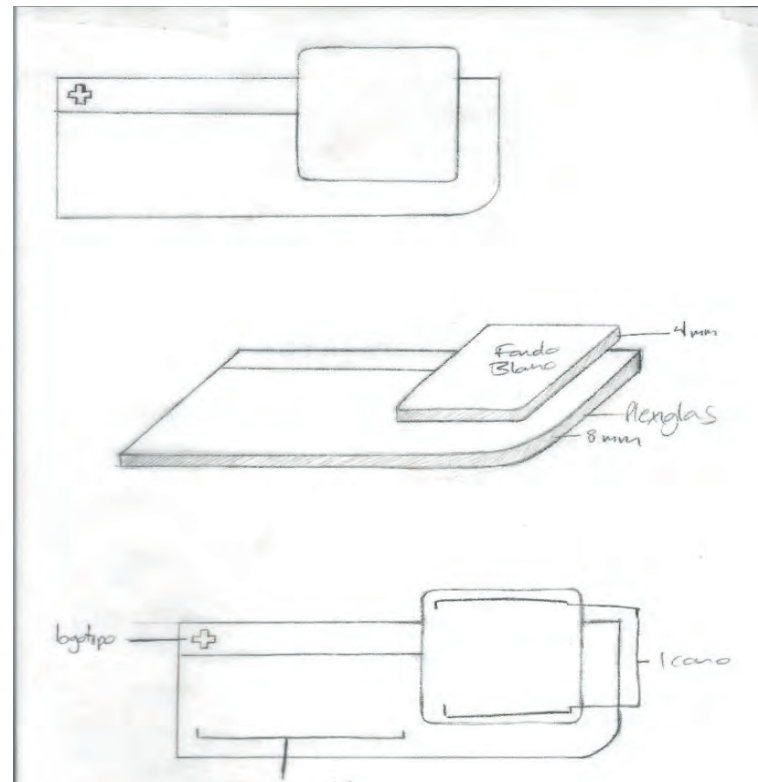
Fig. 2.2

7.3 Bocetaje y toma de decisiones

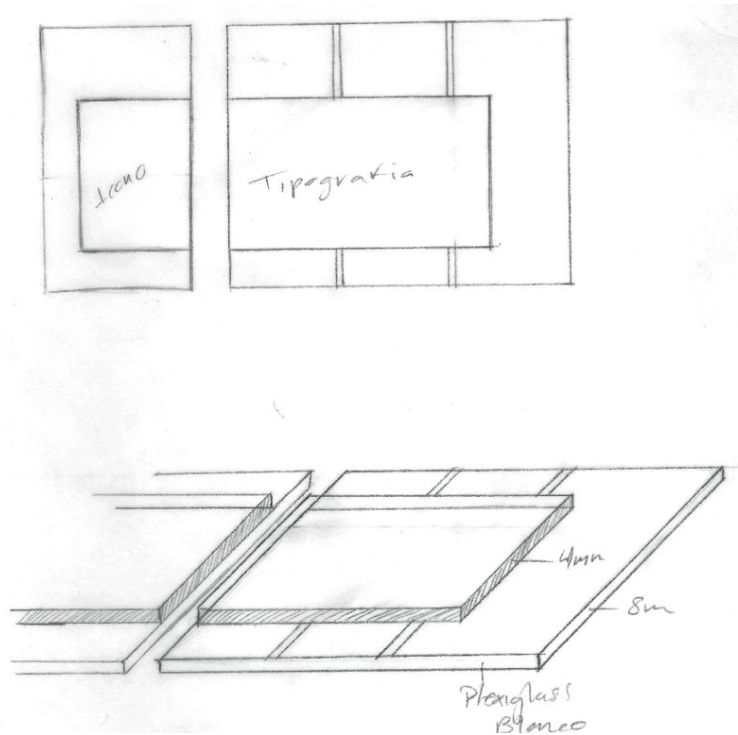
En base a la investigación anterior y el brief, se comenzó el bocetaje de acuerdo a los enfoques conceptuales y expresivos, para comenzar el proceso de señalización; el primer paso fué encontrar el formato adecuado para las señales, en éste caso en el enfoque expresivo se menciona la forma en que las señales se dividen en; cuadrados para los pictogramas y rectángulos para la tipografía. Lo que se busca en el sustrato es representar la seriedad de la institución y crear un estilo que unifique las señales de forma visual.



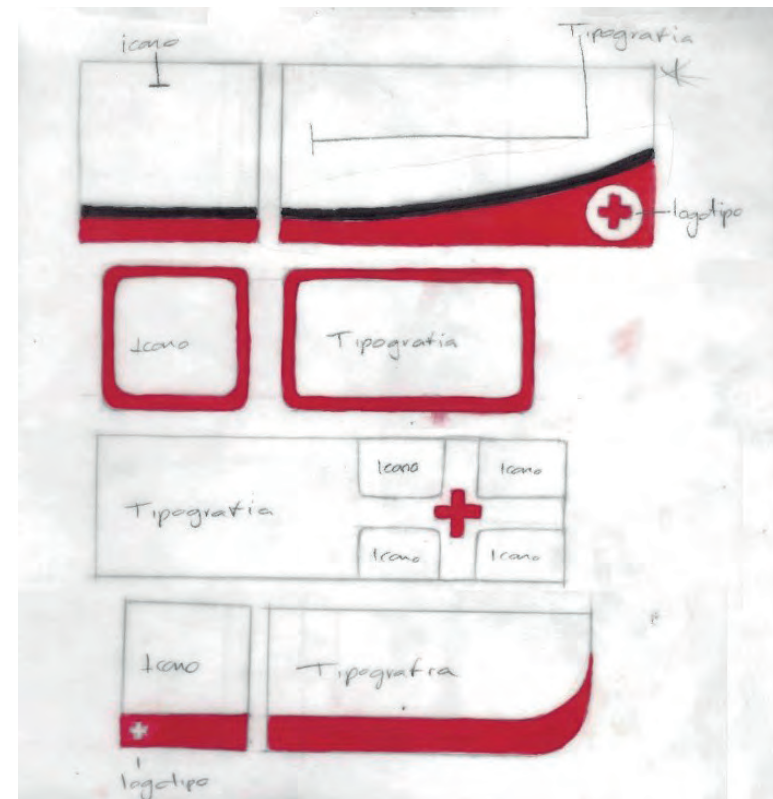
Las propuestas de formato se trazaron sobre una retícula y se formaron en composiciones modulares de cuadrados, rectángulos y algunas con círculos como complemento.



Se bocetaron ocho propuestas, de las cuales se eligieron cuatro formatos que eran los más aptos para seguir trabajando sobre ellos; a estos se les fue agregando, quitando y modificando los módulos así como placas, aplicando pruebas de color, la colocación del logotipo de la institución, los íconos y la tipografía de manera simulada.

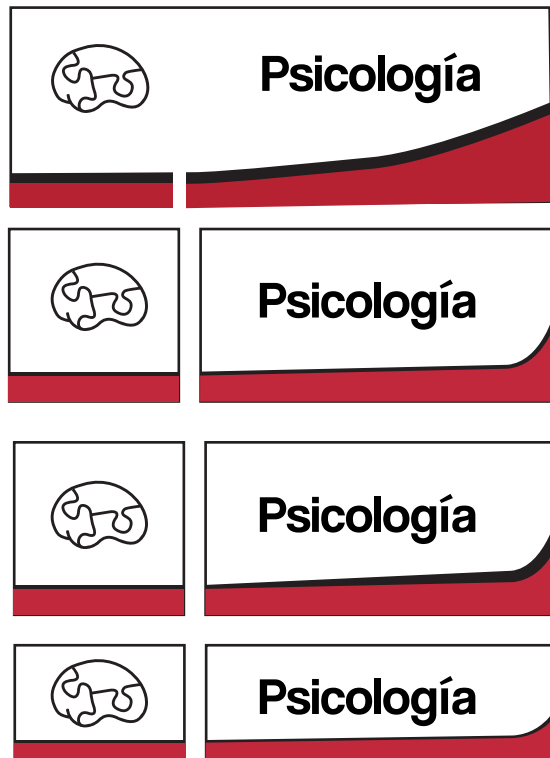


De estos cuatro formatos se tomó la decisión de elegir dos para seguir el proceso de diseño de las señales a partir del brief, los cuales se vectorizaron para perfeccionar el trazo y en los cuales el formato se dividió en una composición de dos módulos; un cuadrado para los íconos y un rectángulo para la tipografía.



Proceso de Bocetaje

En el primer formato se trazaron dos líneas con terminación curvada con los colores elegidos, una más gruesa que la otra, con el logotipo dentro de un círculo en la parte inferior derecha del formato, después se detalló la terminación curvada en una forma más circular y haciendo más delgada la línea superior.



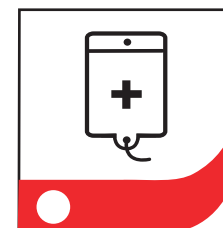
En el segundo formato se redondeó la esquina inferior derecha siguiendo la retícula base para crear un estilo y unificación; se agregó una línea que sigue la forma inferior de la señal de un color sólido con el logotipo dentro de un círculo en la parte inferior izquierda, para reflejar la calidad uniforme en los servicios que brinda la Cruz Roja.



Después de una segunda revisión, se hizo una cotización la cual superaba el presupuesto que se presentó en los recursos económicos dentro del brief, ya que el formato estaba compuesto de dos piezas.

Para solucionar este problema se decidió descartar el primer formato y seguir trabajando con el segundo uniendo las dos piezas y creando la división de una forma visual, pero después de una prueba impresa se decidió unir los íconos y la tipografía en una misma pieza, ya que se adapta mejor a las necesidades comunicativas del brief y brinda una composición funcional.

Se optó por un color blanco para la base del sustrato, ya que es un color que por su representación conceptual refleja higiene y salud. Se eligieron tres formatos apartir del principal; que es íconico textual, el segundo para formato textual, y el tercero para el íconico. Abajo se muestra el resultado de los formatos.

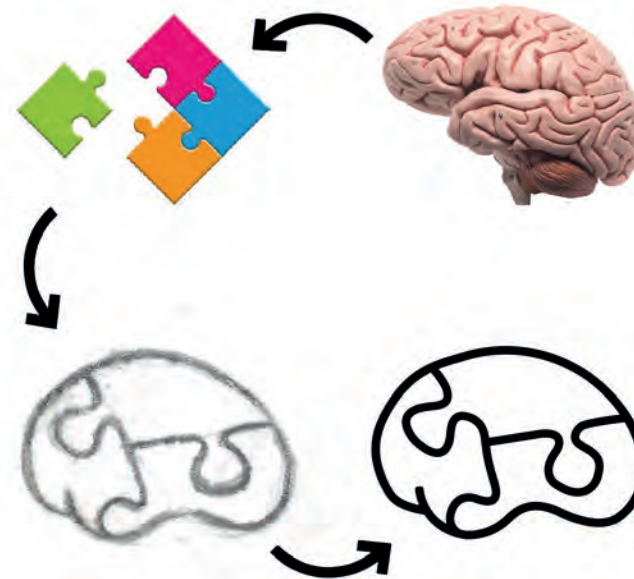


7.4 Iconografía

Para el proceso de la iconografía se generó una lista de las áreas a señalar y de las cuales se tomaron imágenes de referencia de cada una de las áreas, para después empezar el proceso de bocetaje tomando en cuenta el público meta y sus características, el contenido y la forma en que se debe mostrar.



La iconografía se generó apartir de una referencia, en algunos casos de dos objetos para poder representar de forma eficiente el lugar a señalar; de estas imagenes se bocetaron de dos a tres opciones para después evaluarlas y elegir una para su vectorización.

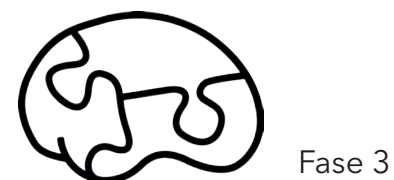
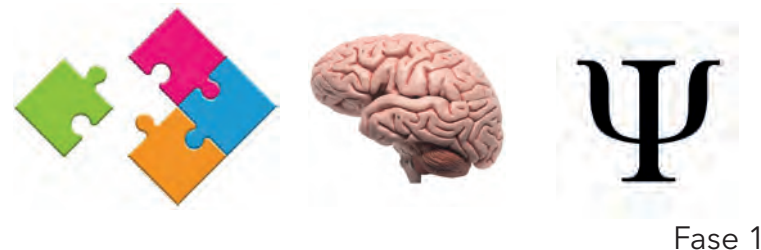


Dentro del desarrollo de la iconografía se empezó el bocetaje a partir de figuras geométricas redondeadas, que reflejan confianza en los usuarios, en algunos casos también se bocetaron formas en plasta. Después de estilizar cada uno de los íconos y de un proceso de análisis para descartar y aprobar los más aptos, se entintaron, escanearon y vectorizaron para comenzar aplicar en los diferentes formatos.

A continuación una descripción más detallada del proceso de creación de la iconografía y la toma de decisiones de cada ícono.

Área de Psicología

Se inicia con la fase 1 que consiste en tomar de referencia imágenes relacionadas con el área a señalar, en este caso un rompecabezas, un cerebro y el símbolo universal de la psicología. En la segunda fase se procedió a bocetar los íconos tomando en cuenta los diferentes enfoques dentro del brief y las imágenes de referencia, estilizando y combinando las formas creando dos diferentes propuestas; una combinando el cerebro con piezas de rompecabezas, y la otra con el símbolo de psicología, de las cuales se eligió la primera opción (cerebro con rompecabezas) ya que era más fácil de identificar para el público meta, después se pasó a la tercera fase que consistió en escanear el boceto y pasar a la vectorización.



Área de Odontología



Se tomaron en cuenta cómo referencia una muela y un cepillo de dientes con pasta dental, se bocetaron dos diferentes muelas y un cepillo de dientes con pasta de la cual se eligió el ícono de la muela más grande ,ya que es más representativa y más fácil de identificar.



Área de trabajo social



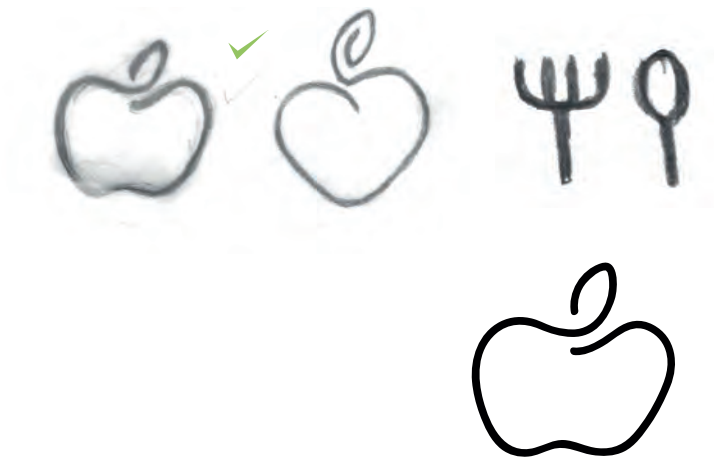
Se uso cómo referencia unas manos con un corazón y una mano entregando un corazón a otra, se bocetaron dos posiciones diferentes de manos interactuando con un corazón; de la cual se eligió el ícono del corazón sobre las manos abiertas que representaría el fortalecimiento y la liberación de las personas.



Área de Nutrición



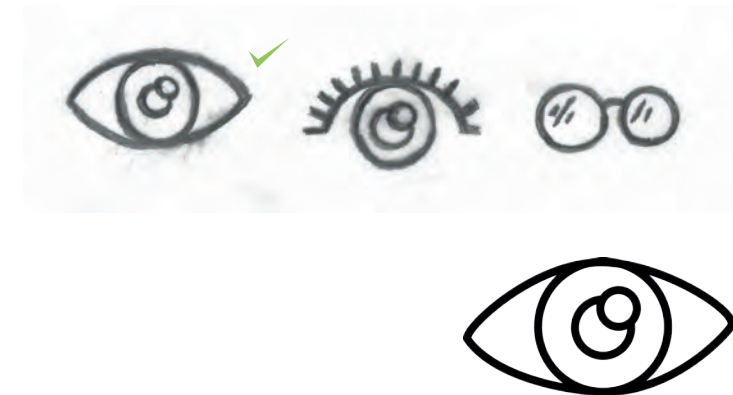
Se utilizó como referencia una manzana y un juego de cubiertos, se bocetaron dos manzanas diferentes y un juego de cubiertos de los cuales se eligió el ícono de la primera manzana, ya que representa la alimentación y el área de nutrición.



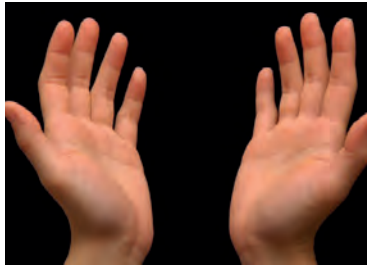
Área de Oftalmología



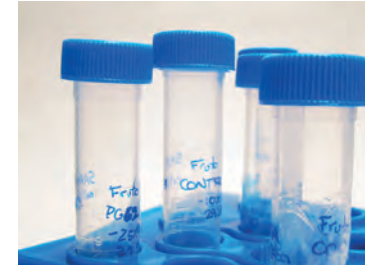
Se uso como referencia un ojo y una carta de snellen desde unos anteojos, se bocetaron tres íconos diferentes; un ojo con pestañas, otro sin pestañas y unos lentes, de los cuales se eligió el primer ícono ya que representa efectivamente el área de oftalmología y los usuarios lo identificarían más rápido.



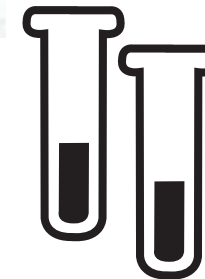
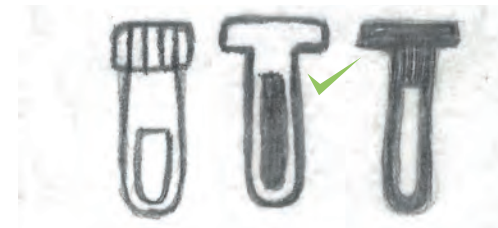
Área de Captación de fondos Toma de muestras



Se basó como referencia una manos en posición de recibir y una pila de monedas de los cuales se bocetó una mano recibiendo una moneda y una moneda con un billete, de estas se optó por la mano rodeando la moneda, ya que representa mejor el área de captación de fondos para los usuarios.



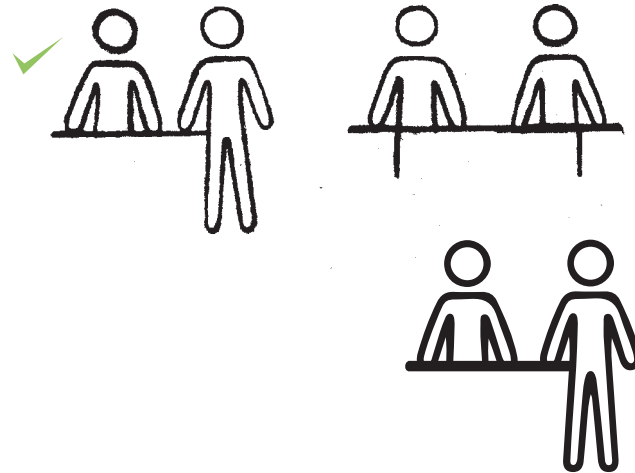
Se eligió cómo referencia tubos de ensayo vacíos y con muestras de sangre de los cuáles se bocetaron tres diferentes tipos de tubo de estas se optó por la segunda propuesta ya que definía mejor la forma del tubo y como esta representa perfectamente el área de toma de muestras.



Recepción



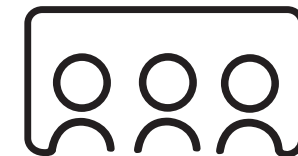
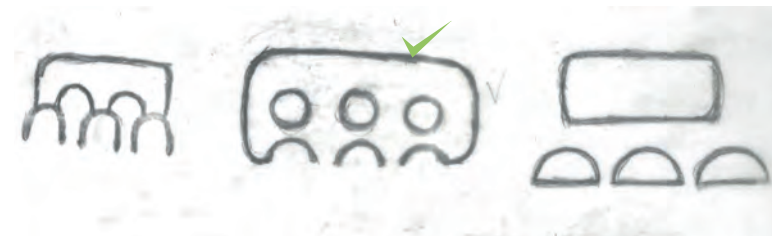
Se decidió tomar en cuenta como referencia dos tipos de recepciones de los cuáles se bocetaron dos diferentes posiciones de estas se optó por la primer propuesta donde el usuario se muestra delante de la recepción y éste representa mejor el servicio de recepción.



Auditorio



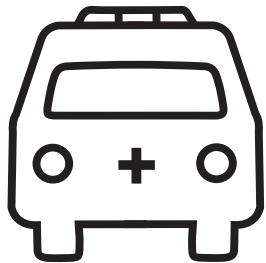
Se penso usar cómo referencia un auditorio vacío y una toma trasera de personas sentadas en el, de los cuáles se bocetaron tres diferentes tipos de iconos y de éstas se optó por la segunda propuesta ya que la estilización define mejor el área de auditorio.



Ambulancias



Se utilizó como referencia una ambulancia, de la cual se hicieron dos bocetos el primero resulto ser mas apegado al estilo de la iconografía y tiene una mejor representación.



Aula



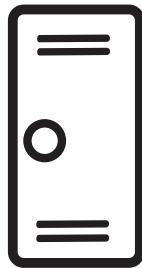
Se uso como referencia un mesabanco y un aula para bocetar una propuesta de cada imagen de las cuales se eligió el icono del mesabanco por su mejor asimilación por parte de los usuarios con un aula.



Lockers



Se pensó usar como referencia dos tipos de lockers para bocetar tres propuestas diferentes de las cuales se optó por el tercer tipo de locker alargado ya que tiene una mejor similitud al real.



Vestidor



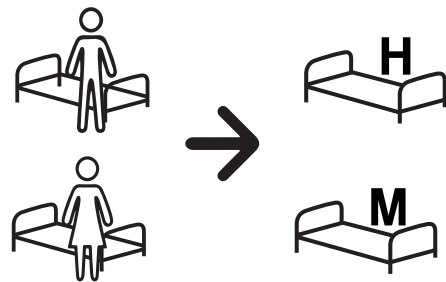
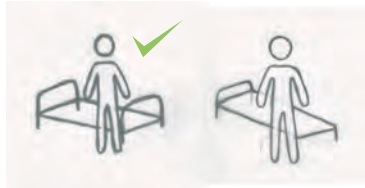
Se basó en un gancho, siendo este el artículo universal que mejor se asocia con el vestidor, de este se hicieron dos bocetos de los cuales se optó por el gancho cerrado como mejor representación y unidad con los demás iconos.



Sala de Hombre/Mujeres



Se tomo en cuenta como referencia las camillas de hospital de las cuales se boceto su forma añadiendo el icono de hombre y de mujer posteriormente se optó por quitarlos y agregar una M para mujeres y una H para hombres ya que se repetían en el área de baños y de recepción.



Laboratorio



Se utilizó como referencia diferentes tipos de matraz , de los cuales se bocetaron cuatro opciones y se optó por conservar el primero con fondo redondo y se retomó el icono de el área de toma de muestras para presentar estos dos iconos como representativos de el área de laboratorio.



Suero



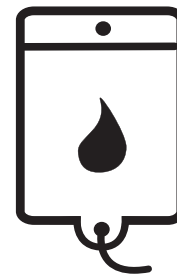
Se usó como referencia dos tipos de bolsa de suero de la cual se bocetaron 3 diferentes y se escogió la primera por su estilización mas sencilla y eficaz.



Transfusión



En el área de transfusión se tomaron de referencia bolsas de sangre pero comparándola con la de suero se opto por usar el mismo icono por su similitud, solo se cambio el icono por una gota que representa la sangre de estas se hicieron 3 formas y se escogió la tercera.



Extintor



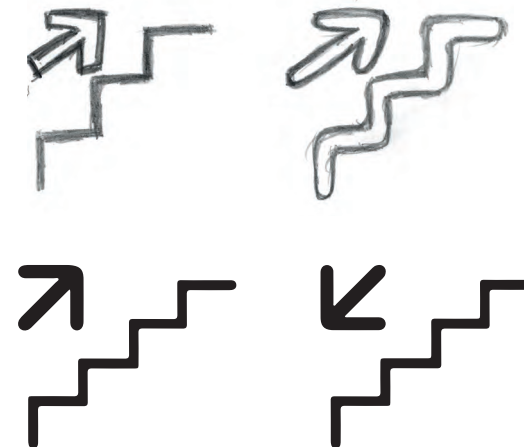
Se decidió tomar en cuenta cómo referencia dos diferentes tipos de extintor de los cuales se hicieron 2 bocetos eligiendo el numero uno, despues de pasar a la fase de vectorización se decidió modificarlo y bajarle la boquilla para una mejor representación.



Ruta



Para la creación del icono de ruta se utilizaron una escalera y un signo de flecha, se hicieron dos bocetos diferentes de los cuales se eligio el segundo, una vez en la fase de vectorizado se mejoro y la flecha se invierte según el sentido de circulación.



Sanitarios

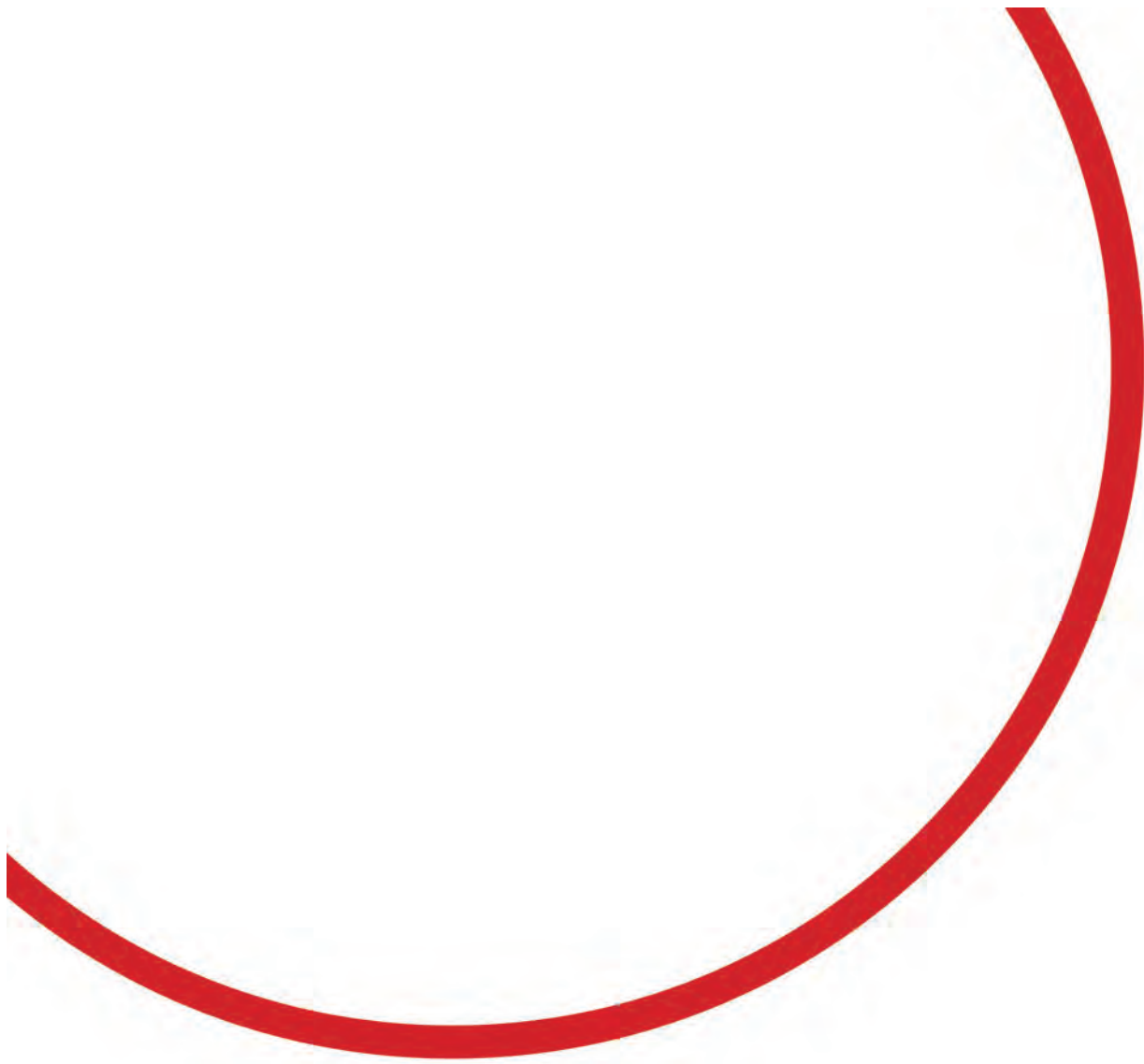


Para crear los iconos de los sanitarios se eligió de referencia los pictogramas de uso universal de los baños, se boceto adaptando al estilo de la iconografía ya desarrollada y se optó por la primera opción.



7.5 Resultado Final





Contenido

Introducción.....	6
Cómo usar el manual.....	7
Antecedentes.....	8
Ubicación.....	9
Plano de la institución.....	10
Solución Gráfica	
Cromatismo.....	14
Tipografía.....	15
Sistema señalético.....	16
Íconografía.....	17
Matriz de trazo.....	20
Señales	
Íconico-textuales.....	23
Textuales.....	25
Íconicas.....	29
Íconico-numerico.....	29
Montaje y Materiales.....	32
Fichas Señaléticas.....	34
Simulación de señales.....	35
Uso del contenido gráfico del CD.....	36
Conclusión.....	38





Introducción

Introducción

Este manual servirá de referencia a la persona responsable y que haga uso de las señales y gráficos dentro de la Cruz Roja Delegación Uruapan. Los lineamientos para el uso correcto de las señales y sus aplicaciones deben de ser cuidadosamente estudiados y obedecidos para asegurar una visualización efectiva. Con esta señalética se pretende facilitar al usuario la ubicación, orientación y el desplazamiento dentro de la institución.

Cómo usar el manual

El manual incluye, además, un CD en el que se encuentran los archivos gráficos más relevantes en varios formatos. Las páginas del manual cuyo contenido está incluido en el CD incorporan un ícono con el nombre del archivo incluido.



Identificación del archivo gráfico incluido en el CD

Antecedentes

En el año de 1942 la comunidad de Paricutin se vio amenazada por la erupción del volcán Parícutin. La erupción causó grandes daños a esta y varias comunidades, como población municipal. Uruapan se vio responsable de este suceso, siendo la noticia nacional, la brigada de socorristas y voluntarios de la Cruz Roja Mexicana con sede en la ciudad de México, viajó para brindar ayuda comunitaria. Durante las obras de rescate se instalaron en la plaza Morelos, campamento de salvamentos para las personas damnificadas. Después de este desastre natural, el gobierno del estado de Michoacán, surgió la existencia de una delegación estatal, con sede en la ciudad de Morelia. Posteriormente Uruapan pidió contar con una delegación de voluntarios originarios de la misma ciudad, estableciendo en 1947 la Cruz Roja Delegación Uruapan, sin contar con un lugar específico para su establecimiento, se instaló en lugares provisionales prestados por el H. ayuntamiento y la misma población, hasta que en 1950 el Sr. Leopoldo Navarro Alderete con una causa de beneficencia, donó una propiedad habitacional que es actualmente la Cruz Roja Uruapan.

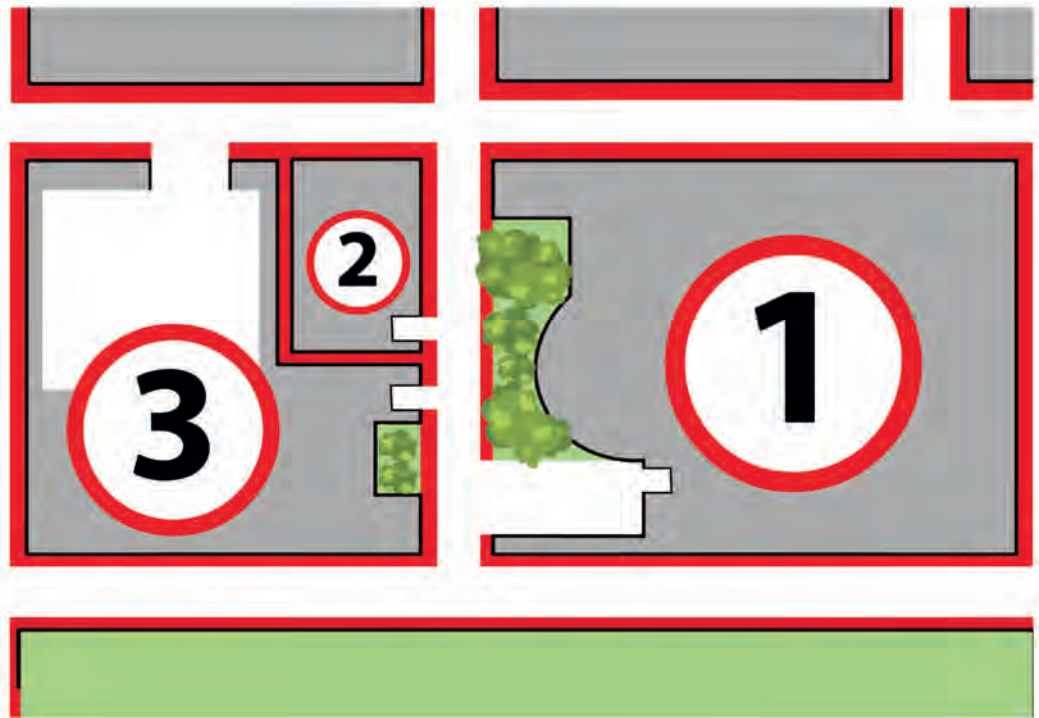
Ubicación

Lago #1 Quinta Hurtado, Uruapan Michoacán



Cruz Roja Mexicana Delegación Uruapan | Manual de Señalización

Plano de la institución



Plano de la institución

- 1** SERVICIOS ASISTENCIALES Y EMERGENCIAS
- 2** BANCO DE SANGRE
- 3** SECOM Y VOLUNTARIADO



Solución Gráfica



Cromatismo

La aplicación correcta del color es un factor determinante dentro de la institución por lo que la imagen general de la señalización se compone de los colores corporativos:

Negro	Rojo
Cuatricromía	Cuatricromía
C 0%	C 0%
M 0%	M 100%
Y 0%	Y 100%
K 100%	K 0%

Nota: el color debe aplicarse correctamente a los niveles exactos ya que es impresión en vinil.

Tipografía

La señalización usará la tipografía Coolvetica-Regular, se aplicará sin excepción en cada una de las señales con un tamaño de 111 puntos para cada una de las señales.

Coolvetica-Regular

A B C D E F G H I K K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



Sistema Señalético

En este manual se han agrupado las señales en 3 formatos diferentes conformados por:

- 12 señales tipo a)
- 48 señales tipo b)
- 24 señales tipo c)

El manual incluye un CD en el que se encuentran los archivos mas importantes del manual en diversos formatos.

NOTA:
la señalización de protección civil no aparece en este manual por hallarse sometida a una normativa propia. su aplicación debera ajustarse a la normativa vigente del manual.

a) Íconico-textual 40x15cm



Psicología



b) Textual 33x15cm

Administración



c) Íconico 15x15cm

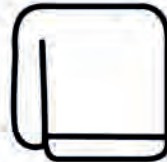


Iconografía

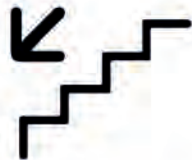
Los iconos aportan información de forma gráfica de una modo claro y conciso por lo que no pueden ser modificados por ninguna circunstancia. Deberán de ir en color negro sobre fondo blanco.



Iconografía

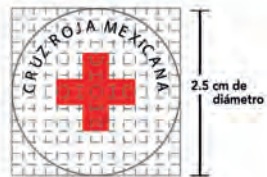
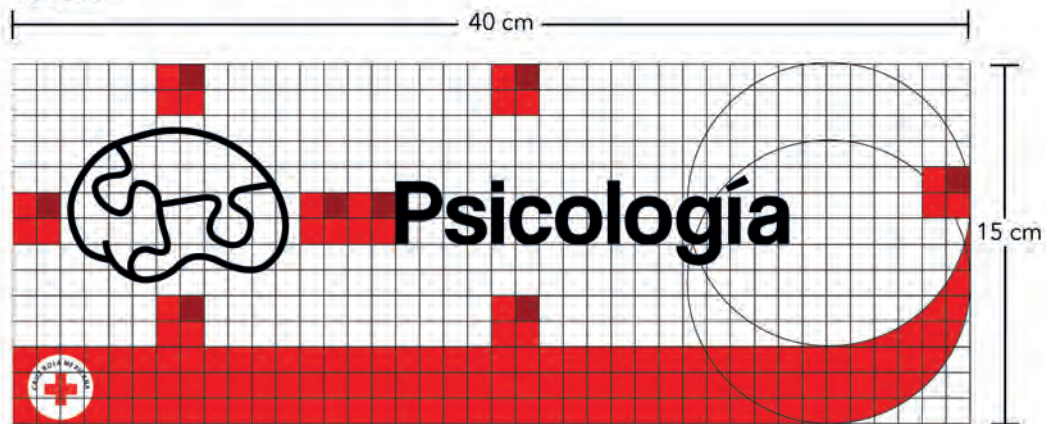


Iconografía



Matriz de trazo

Las señales seguirán las matrices de trazo que indican el lugar donde se coloca cada parte de estas.

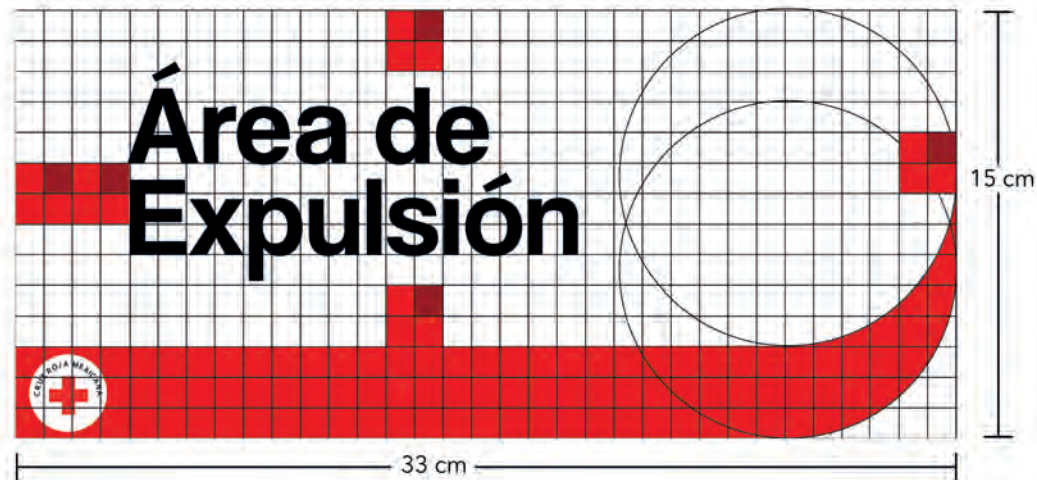


La retícula está basada en una forma rectangular de 40 cm de ancho por 15 cm de altura compuesta con módulos de 1 cm.

La señal debe tener un módulo compuesto de restricción de los 2 lados así como la parte superior e inferior de la señal.

Entre la tipografía y el texto debe existir un espacio de dos módulos compuestos.

Matriz de trazo



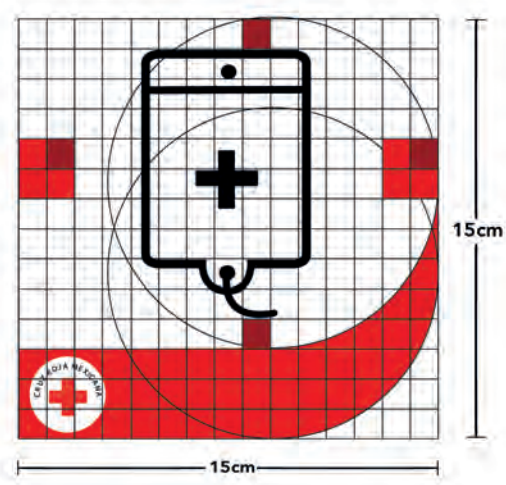
La retícula esta basada en una forma rectangular de 33 cm de ancho por 15 cm de altura compuesta con módulos de 1 cm.

La señal debe tener un módulo compuesto de restricción del lado exterior así como la parte superior e inferior de la señal, de la parte interior debe tener dos modulos compuesto de restricción.

Cuando existen dos líneas de tipografía se separa por medio módulo

Este formato se utilizará para las señales textuales.

Matriz de trazo



La retícula esta basada en una forma cuadrangular de 15 cm de ancho por 15 cm de altura compuesta con modulos de 1 cm.

La señal debe tener un módulo compuesto de restricción de los 2 lados así como uno módulo en la parte superior e inferior de la señal.

Este formato se utilizará para los iconos.

Icónico-Textual



Icónico-Textual



Textual

**Área de
Capacitación**



**Oficina de
Capacitación**



**Oficina de
Juventud**



**Oficina de
Socorros**



**Bodega de
Botiquines**



**Aula de
Juventud**



**Aula de
Técnicos**



**Aula de
Capacitación**



Textual

**Área de
Expulsión**



**Área
Recreativa**



**Área de
Veteranos**



Administración



**Dormitorio
de enfermeras**



**Cambio de
Botas**



SECOM



Sala de juntas



Textual

Dormitorios



SUBCEYE



Autoclave



Cocina



Dirección



Observación



Séptico



CEYE



Textual

- Área Recreativa
- Área Expulsión
- Captación
- Trabajo Social

Icónico-numérico

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8

Icónico





Montaje & Materiales



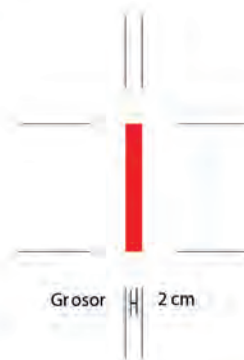
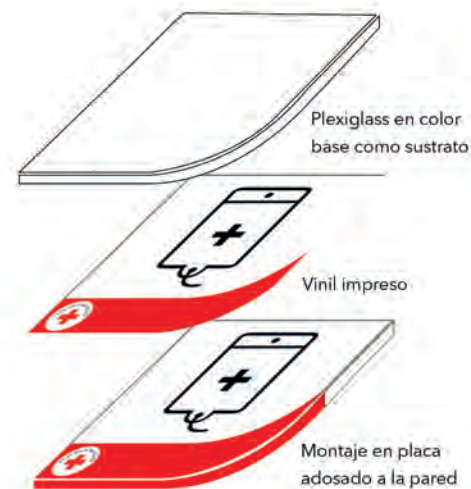
Montaje y Materiales

El material se considera a todos aquellos componentes que permiten construir o reparar algo, en este sistema señalético se usará como material el plexiglass con impresión en vinil para su mayor durabilidad.

Las señales van adosadas con un pegamento especial de contacto para pvc transparente que viene en una presentación de gel.

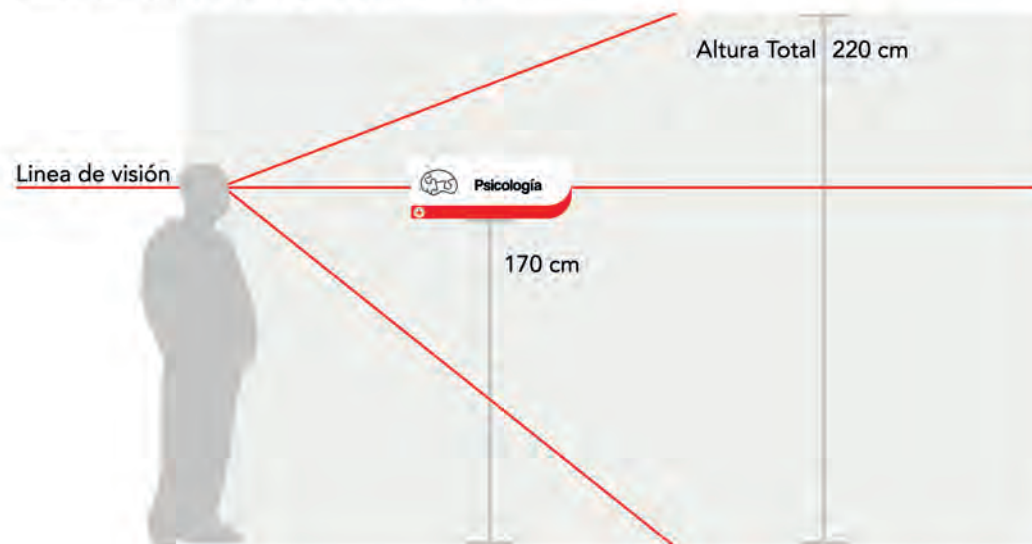
Aplicación

Aplicar uniformemente con una brocha o espátula sobre la señal de su parte trasera y fijarla sobre la pared o puerta, se recomienda limpiar el lugar a colgar y mantener la señal presionada durante 15 minutos.



Montaje y Materiales

Las señales de bandera son las elegidas para colocarse en la institución, estas van de forma adosada a la pared o a las puertas con el pegamento de contacto para pvc transparente a una altura de 170 cm midiendo desde la superficie del suelo.



Fichas Señaléticas

Para la implementación del sistema señalético es necesario la elaboración de fichas las cuales ayudan a a su elaboración y montaje e indican; clase, altura, fijación, soporte, estilo, medida, posición y observaciones. Existen tres tipos de ficha una para cada tipo de señal, cada una de estas debe ser respetada como la ficha lo indica.

FICHA SEÑALÉTICA 40 x 15
Clase: iconico-textual
Altura: 1.70 m
Fijación: adosado a la pared o puerta
Impresión: impresión sobre vinil
Soporte: plexiglass
Estilo: placa
Medida: 40 cm x 15 cm
Posición: horizontal

FICHA SEÑALÉTICA 33 x 15
Clase: textual
Altura: 1.70 m.
Fijación: adosado a la pared o puerta
Impresión: impresión sobre vinil
Soporte: plexiglass
Estilo: placa
Medida: 33 cm x 15 cm
Posición: horizontal

FICHA SEÑALÉTICA 15 x 15
Clase: iconico
Altura: 1.70 m.
Fijación: adosado a la pared o puerta
Impresión: impresión sobre vinil
Soporte: plexiglass
Estilo: placa
Medida: 15 cm x 15 cm
Posición: horizontal
Observaciones: se puede adosar sobre la zona a señalar

Simulación de señales



Uso del contenido gráfico del CD

Este CD contiene todos los elementos gráficos que componen el sistema señáletico de la Cruz Roja Delegación Uruapan. No está permitido manipular los archivos gráficos que contienen íconos y tipografías. En los casos en que la información sea manipulable, deberá hacerse siempre respetando las características definidas en el manual: fuente, tamaño, cromatismo, alineación...

Observaciones

En caso de necesitar alguna información adicional o señal no incluida en el manual se podrá solicitar.

Uso del contenido gráfico del CD

Índice

- 1.0 - Cromatismo
- 2.0 - Tipografía
- 3.0 - Iconografía
- 4.0 - Icónico-textual
- 5.0 - Textual
- 5.1 - Icónico-numérico
- 6.0 - Icónico

El contenido gráfico esta contenido en carpetas individuales según la numeración de cada CD.

Observaciones

Todos los archivos que contiene el CD están en 4 formatos (jpg, png, pdf y eps) además de contener este manual en PDF para su consulta digital.

Conclusión

La señalización dentro de una institución como la Cruz Roja delegación Uruapan debe cumplir dos funciones principales: guiar los recorridos dentro del edificio de forma clara y eficaz y al mismo tiempo transmitir los conceptos de seguridad, confianza y salud. Este manual proporciona información, normas detalladas, instrucciones y ejemplos de aplicaciones capaces de satisfacer las necesidades de los usuarios.



2019
Uruapan, Michoacán
D.C.V Alan Jazael Anguiano Gómez
Contacto: alja.ango@hotmail.com
Cel. (044) 452 193 82 69

CONCLUSIÓN

Presupuesto



A continuación se mostrara el desglose del precio total del proyecto asi como el costo de los honorarios, la cotización de las señales se hizo en caché studio creativo y la producción del manual en copycolor.



Uruapan, Mich. 19 de diciembre del 2018.

ATN.: A QUIEN CORRESPONDA.

Por medio de la presente permitame extenderle un cordial saludo y hacerle presente la cotización del material que nos solicita:

1.- 50 impresiones tamaño carta a color, en papel couche satinado de 130 gr.	\$ 375.00
2.- CD impreso	\$ 35.00
3.- Estuche para CD, armado con portada.....	\$ 11.00
4.- 90 x 40 cm de vinil impreso.....	\$ 76.00
5.- Empastado con pasta dura.....	\$ 180.00


TOTAL \$ 677.00

NOTA: LOS PRECIOS ANTES MENCIONADOS NO INCLUYEN I.V.A.

Sin mas por el momento y esperando vernos favorecidos con su trabajo me despido de usted como su mas segura servidora.

Atentamente:
Martha Leticia Murguía Hernández

Gran Parada 467-D Tel. 519 1375 copycolor_suc@hotmail.com



PRECIO TOTAL DEL PROYECTO
CALLE IMPERIAL AV. 100 N. 100
URUAPAN, MICHOACÁN
TEL. 519 1375
WWW.CACHESTUDIOCREATIVO.COM

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P.UNIT.	IMPORTE
2	Plexiglass cristal 3mm	\$ 800.00	\$ 1,600.00
12	Recorte en 40 x 15	\$ 50.00	\$ 600.00
48	Recorte en 33 x 15	\$ 45.00	\$ 2,160.00
24	Recorte en 15 x 15	\$ 30.00	\$ 720.00
84	Impresión sobre vinil		\$ 5,040.00

SUBTOTAL	\$10,120.00
I.V.A	\$ 1,821.00
TOTAL MN	\$11,941.00

Precio en moneda nacional, sujetos a cambios son previo aviso y tipo de cambio
Tiempo de entrega: 30 Días.
Tipo de pago: Contado
El precio no incluye iva.

CLIENTE: ALAN JAZAEL ANGUIANO GÓMEZ
FECHA: 05/02/2019

PRESUPUESTO

■ Señales

Tamaño	Precio Unitario	Cantidad	Importe
40 x 15	\$ 130.00	12	\$ 1,560.00
33 x 15	\$ 125.00	48	\$ 6,000.00
15 x 15	\$ 110.00	24	\$ 2,640.00
		Instalación	\$ 2,800.00
(Las señales por unidad incluyen el costo del recorte, la impresión y el iva.)		Subtotal MN.	\$ 13,000.00

■ Honorarios

	Cantidad	Precio Unitario	Importe
Tipografía	27	\$ 50.00	\$ 1,350.00
Iconografía	28	\$ 250.00	\$ 7,000.00
Diseño editorial	40	\$ 160.00	\$ 6,400.00
Diseño			\$ 8,000.00
		IVA.	\$ 3,640.00
(Dentro de los honorarios la tipografía se cobra por carácter modificado, en el diseño editorial del manual el precio es por pagina.)		Total MN.	\$ 39,390.00

Conclusión

La metodología es una herramienta tan útil y necesaria en el desarrollo de cualquier proyecto de investigación, específicamente en el Diseño y la Comunicación Visual ya que nos indica detalladamente los pasos a seguir para un problema específico, como lo es el realizar las señales. El hecho de realizar un sistema señalético para la Cruz Roja de Uruapan como proyecto de tesis resultó demasiado enriquecedor, ya que al adentrarse al ámbito hospitalario y de voluntarios abre la oportunidad de conocer y aprender conceptos desconocidos, al igual que aprender nuevos valores, asimismo se cae en cuenta que esta profesión es tan amplia y vasta que se puede adaptar a tantos lugares como personas dando lugar a una enorme variedad de trabajos y experiencias.

El crecimiento de nuestra sociedad ha llevado a la proliferación de diversos servicios y es aquí donde se clasifica la idea de que la señalética puede llegar a tener un papel muy importante y puede resolver las problemáticas tanto de ubicación como de dirección e información. El único conflicto que se presentó y dio lugar a un gran aprendizaje fue que en el campo de la señalética no solo es visualizar una tipografía y un formato bonito, es crear un diseño que sea totalmente funcional.

Se adaptaron dos metodologías de Joan Costa para hacer un proyecto viable y el resultado parece bastante bueno, ya que cumple con el objetivo general de este proyecto.

El proyecto aquí presentado servirá para todos los usuarios y voluntarios que asisten a la Cruz Roja de Uruapan, y facilitar su circulación, ya que fue desarrollado a partir de una necesidad en un público meta.

Bibliografía

Capítulo 1 - Cruz Roja Organización

Padilla, Bustos - Manuel.(1987).Uruapan en su 450 aniversario: 450 años de historia de la perla del cupatitzio . México : El autor

Ramos Chavéz, Sergio. (2011) . Con el paso del tiempo: Historia contemporánea de Uruapan, Uruapan Michoacán: Christopher impresores.

Cruz Roja: 149 años de labor humanitaria en todo el mundo. Diario ABC. 13 de junio de 2012. Consultado el 18 de octubre de 2012.

Capítulo 2 - Uruapan y la Cruz Roja

Avila Val. Arturo (2014). Pueblecillo que fue un eden: Crónica Uruapense, Michoacán Conaculta
François Bugnion (1989). «El emblema de la cruz roja y el de la media luna roja». Revista Internacional de la Cruz Roja

The Red Cross - an emblem of the world's largest humanitarian organization. Seiyaku.com.

American Red Cross. Redcross.org.

Wences, Equihua Judith, Diseño Evaluación de un curso de formación en Valores dentro del Comité Juventud de la Cruz Roja Mexicana Delegación Uruapan, Tesis de Licenciatura en Administración, U.D.V., Uruapan, Mich. México, 2004.

www.cruzroja.org.com, www.cruzrojamexicana.org.mx, www.icrc.org.es

Capítulo 3- ¿Qué es el Diseño?

Domínguez Macouzet, Arturo. (1991). Diseño Mexicano Industrial y Gráfico. México: Codigram.
Bierut, Michael. (2001) Fundamentos de Diseño Gráfico. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
Rockport Publishers. (1995). Publicidad: Diseño Gráfico Publicitario. México: G. Gili.
Wong Wucius; Wong Benjamin. (2014). Diseño Gráfico digital. Barcelona. G Gilli
Satué Enric. (2002). El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días. Madrid: Alianza.
Costa, Joan. (1989). Señalética: de la señalización al diseño de programas. Barcelona: CEAC. 2ª ed.
Serrano, Sebastian. (1988). La semiótica una introducción a la teoría de los signos. Barcelona: Montesinos
Guiraud, Pierre. (1986). La semiología Mexico: Siglo XXI. 13ª ed.
Wong Wucius: Fundamentos de Diseño, Gustavo Gilli, Barcelona, 1991.
Apuntes de clases de Tipografía, Diseño, Semiótica de maestros de UDV.

Capítulo 4- Señalética

Costa, Joan. (1989). Señalética: de la señalización al diseño de programas. Barcelona: CEAC. 2ª ed.
American Institute of graphics Arts, símbolos de señalización, Gustavo Gilli, Barcelona, 1991. Costa, Joan.
(1989). Señalética: de la señalización al diseño de programas. Barcelona: CEAC. 2ª ed.

Capítulo 6- Análisis de Información

Costa, Joan. (1989). Señalética: de la señalización al diseño de programas. Barcelona: CEAC. 2ª ed.

Anexos

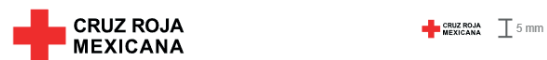
Extracto de páginas del manual de Cruz Roja donde se especifica los valores de color y la reducción mínima del logo.

CONTROL DE PRODUCCIÓN

Para mantener siempre legible la imagen de Cruz Roja Mexicana, se establecen los tamaños mínimos de reproducción.

Las medidas mínimas autorizadas para la reproducción de la Firma Institucional son las que aparecen a continuación.

En todos sus formatos, las reproducciones deben respetar la proporción, tipografía y color.



COLOR

La aplicación correcta del color es un factor determinante en el manejo de la imagen de Cruz Roja Mexicana, por lo que su uso se estandarizó mediante las normas y recomendaciones que a continuación se describe.



Color Sólido PMS 485	Color Sólido PMS Black
Cuatricromía M 100% Y 100%	Cuatricromía K 100%
Exadecimal #3333	Exadecimal 000000
RGB R 238 G 20 B 10	RGB R 0 G 0 B 0

Cuando por cuestiones técnicas la Firma Institucional deba ser aplicada en unicromía, ésta deberá ser en negro 100%.



Color Sólido PMS Black
Cuatricromía K 100%
Exadecimal 000000
RGB R 0 G 0 B 0

Líneas de servicio



SERVICIOS ASISTENCIALES

Perfil general: Espíritu de servicio y aptitudes para el trabajo comunitario.

- Damas Voluntarias
- Cruz Roja de la Juventud (de los 8 a los 30 años)
- Veteranos
- Voluntariado Social



SERVICIOS DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN

Perfil general: Requiere formación en instrucción y/o educación.

- Capacitación
- Formación de Voluntariado Social



SERVICIOS DE SALUD

Perfil general: Requiere formación con estudios en medicina, enfermería o áreas de la salud, en el caso de ser estudiante de dichas carreras, debe tener por lo menos año y medio de estudios ya cursados.

- Servicios Médicos y Hospitalarios



SERVICIOS DE SOCORROS

Perfil general: Requiere como mínimo, tener formación de Técnico en Urgencias Médicas nivel básico y/o formación como socorrista en rescate especializado o en desastres.

- Atención prehospitalaria y servicio de ambulancias
- Reducción de riesgos y atención a desastres

Líneas de gestión



PROGRAMAS DE APOYO A ÁREAS DE FORTALECIMIENTO DE RECURSOS Y ADMINISTRACIÓN

Perfil: Aptitudes profesionales acordes a las necesidades de esas Áreas.

Créditos

icrc.org

(1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 1.7, 1.8, 1.9, 1.10,)

cruzrojamexicana.org.mx

(1.11, 1.12, 1.13, 1.14, 1.15, 1.16, 1.17, 1.18, 2.18)

Fotografía Alan J. Aguiano

(2.1, 2.3, 2.11, 2.12, 2.15, 2.16, 2.17, 2.19, 2.20, 2.21, 2.22, 2.23, 2.24, 2.25, 2.26, 2.27, 2.28, 2.29, 2.30, 2.31, 2.32, 2.33, 3.2, 3.27, 3.28, 3.29, 3.30, 3.31, 3.32, 3.33, 3.38, 3.47, 3.49, 3.51)

google maps

2.2

Fotografía Sergio de la Cruz

(2.4, 2.5, 2.6)

uruapanvirtual.com

(2.7, 2.8, 2.9, 2.10)

Fotografía Paulo Girondi

(2.12, 2.13, 2.14)

pixabay.com

(3.31, 3.35, 3.45, 4.4)

palacio.bellasartes.gob.mx

(3.4)

goethe.de

(3.5, 3.6, 3.7, 3.8)

Bienal internacional del cartel en México

(3.9, 3.20,)

interiorgrafico.com

(3.11, 3.12, 3.13, 3.14, 3.15)

Lance Wayman

(3.17, 3.18, 3.19)

Dr. alderete

3.21

Tacoalto

3.22

Mr. Mitote

3.23

Magallanes

3.24

Herb Ritts

3.25

Ricardo Carvalo

3.26

Revista introspección

3.34

Despacho alphabetical

3.36

Despacho Leftloft

3.37

Graphical House

3.39

Conca y Marzal

3.40

Glosario

Todo aquel que consulte esta tesis encontrara frecuentemente palabras técnicas que quizás no le sean familiares. Por ellos, a continuación se definen algunos elementos contemplados en el texto.

Señalética.- 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 acciones.

Retícula.- Es un esquema que permite subdividir el campo visual dentro de la caja tipográfica en campos o espacios más reducidos a modo de reja, los campos o espacios pueden o no tener las mismas dimensiones.

Caja tipográfica.- Límite virtual que define el sector que se imprimirá en cada una de las páginas.

Tipografía.- Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje, también se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.

Fuente tipográfica.- Es la que se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos; regidos por características comunes.

Cromática.- Se llama cromática o color a la impresión sensorial que produce la luz sobre cualquier objeto de los que puede captar el ojo, o sea la impresión que causa la retina del ojo a la luz reflejada por los cuerpos.

Pantone.- Es una empresa con sede en Caristadt, Nueva Jersey, creadora de un sistema de control de color para las artes gráficas. Este modo de color suele diferenciarse de los modos CMYK y RGB ya que suele denominarse color directo.

Cuatricromía.- La impresión a todo color mediante el uso combinado de cuatro tintas básicas- Cyan, Magenta, Amarilla y Negra.

Marca.- es todo aquello que los consumidores reconocen como tal, es un producto dotado con un aspecto que atrae a los consumidores, haciendo que estos sean elegidos, por encima del resto.

Pictograma.- Son de naturaleza figurativa, representa los fenómenos complejos o los procesos y actividades que son de naturaleza óptica, es decir que son perceptibles a la realidad.

Módulo compositivo.- Es la dimensión que convencionalmente se toma como unidad de medida en un diseño y sirve de norma o regla.