



22
2ej

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

" CODIGO DE IDENTIFICACION Y USOS DE LOS PRODUCTOS COREV "

TESIS

Para obtener el título de

LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

presenta

JULIO LUNA ARROYO



SECRETARIA
ACADEMICA
Escuela Nacional de
Artes Plásticas

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

MEXICO, D.F. 1993



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está 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.

INDICE

PROPUESTA DEL PROBLEMA

OBJETIVOS GENERALES Y
PARTICULARES

INTRODUCCION

CAPITULO 1.-

- 1.-ANTECEDENTES.
- 1.2.-DESCRIPCION DE LA EMPRESA.
- 1.3.-PERFIL DEL USUARIO.
- 1.4.- ANALISIS DE LA PROBLEMATICA.
- 1.5.-SOLUCION.

CAPITULO 2.-

MARCO DE REFERENCIA.

- 2.-TEORIA DE LA COMUNICACION.
(MODELO ESTRUCTURALISTA).
- 2.1.-SEMIOTICA.
- 2.2.-SEÑALIZACION - SEÑALETICA.

CAPITULO 3.-

- 3.-SOLUCION GRAFICA.
- 3.1.-PROYECTACION.
- 3.2.-REALIZACION.
- 3.3.-RESULTADO.

CAPITULO 4.-

- 4.-EVALUACIONES.
- 4.1.-CONCLUSIONES.

PROPUESTA DEL PROBLEMA

¿ Qué es lo que se va a realizar ? Un código de identificación y usos para los productos de la compañía de pinturas y recubrimientos **COREV**.

¿ Por qué se va a realizar ? Porque en la actualidad la compañía carece de un código que unifique y haga compatibles los pictogramas en sus indicaciones de aplicación, preparación y precaución de su línea de productos.

¿ Cómo se va a realizar dicho código? En primer lugar se hará un análisis de los pictogramas que se requieren en el proyecto dividiéndolos en tres secciones:

- a) herramientas.
- b) aplicación y preparación.
- c) precauciones.

En segundo lugar se buscará una base o soporte gráfico que ayude a lograr una unión entre los pictogramas. Es importante señalar que éste tendrá que ser compatible con el logo o imagen corporativa de la compañía. En tercer lugar se elegirá el color o colores que puedan tener afinidad con el logo. Como cuarto punto se tratará de buscar una diagramación que permita aplicar los pictogramas en folletos, envases, fichas técnicas y publicidad en general.

¿Para quién va dirigido dicho código? A personas dedicadas a la construcción, pintores, distribuidores, y público en general.

OBJETIVOS

Objetivo General :

Comunicar por medio de un código de identificación y usos, el manejo adecuado de los productos de la compañía **COREV**.

Objetivo Particular :

- Describir los usos recomendados, su rendimiento y productividad.
- El proyecto incrementará el consumo de los productos **COREV**, a través de la eficiente comunicación lograda por los pictogramas que se sugieran, esto se traducirá en los rangos de productividad y consumo.
- Reducir en el consumidor el tiempo de preparación y aplicación de los productos.
- Facilitar al consumidor, por medio del código la identificación de los productos **COREV**.
- Evitar en el usuario accidentes y alertarlo sobre el riesgo en el manejo de cada uno de los productos.
- Propiciar en los usuarios el reconocimiento de **COREV** como una compañía preocupada por la relación consumidor - compañía, facilitando con ello el empleo de su línea de productos.

I INTRODUCCION

La elaboración de este proyecto surge por la necesidad que una empresa en constante crecimiento, como es **COREV** tiene que ponerse al día en lo que respecta a la modernización de su contacto con el público. Este contacto es en gran medida su publicidad, en impresos (folletos, envases, anuncios, etc.) Es por esto que este proyecto pretende por medio del Diseño Gráfico atender la necesidad que surge de modernizar y simplificar las explicaciones que genera una compañía de pinturas y recubrimientos en la aplicación de sus productos.

En que forma auxilla el Diseño Gráfico en esta necesidad, ayuda en actualizar el contacto que debe tener una compañía de las características de **COREV**, con el público consumidor y poner en práctica los avances tecnológicos y publicitarios que darán a la compañía un incremento en sus ventas y obtener mayor y mejor competitividad en el mercado.

El proyecto que a continuación se presenta pretende ubicar por medio de un código de identificación y usos, al usuario de los productos, en la aplicación de los materiales y el uso óptimo de las herramientas.

Es necesario aclarar que **COREV** como empresa de importancia en el mercado requiere de un mejor contacto con el público, y es por esto de la importancia de este proyecto, ya que **COREV** carece de un buen código de identificación y usos en la actualidad.

El desarrollo del proyecto se basa en el conjunto de pictogramas, que forman parte de un discurso visual, por medio de una representación conceptual que intenta transmitir un mensaje al público usuario.

Se analizará la importancia que hay en la diferencia entre Señalética y Señalización, especificando los puntos principales de cada una de estas ramas de la comunicación visual, ubicará al lector del proyecto en un punto de hacer una diferenciación entre ambas y así entender las consecuencias del proyecto.

Se hará un breve análisis de la Semiótica, su estudio de los signos y las áreas en la que estos se dividen.

En este proyecto se pretende resolver en una manera expresiva y clara el proceso que se da en la Teoría de la Comunicación en su Modelo Estructuralista, analizando y explicando la cadena comunicacional dentro del contexto de mercado que maneja una empresa como **COREV**, correspon-



diendo así a una necesidad de comunicación. En este proyecto se manejarán aspectos relevantes de metodología, que son pieza clave en el desarrollo de un proyecto gráfico, ya que al planear un método se construye la estructura y se revelan importantes resultados que resolverán las necesidades específicas de nuestro proyecto.

C APITULO 1.-

1.- ANTECEDENTES :

COREV de México, S. A. de C. V., surge como una respuesta a la creciente demanda de materiales de alta calidad en acabados en la rama de la construcción.

Sus líneas básicas de productos están constituidas por Recubrimientos Texturizados, Recubrimientos Alkidálicos, Impermeabilizantes y Pinturas.

Compañía de Revestimientos de México, S.A. de C.V. fue fundada e inicio operaciones, el 24 de Octubre de 1980, con el propósito de fabricar e introducir en el mercado mexicano, productos para acabados de gran calidad destinados a la industria de la construcción, así como el mantenimiento de todo tipo de edificaciones, obras civiles y señalamientos viales. Los fundadores de **COREV** operaron inicialmente en Sudamérica a partir de 1970, fabricaron productos que ofrecían durabilidad y protección a un bajo costo.

1.2.- DESCRIPCION DE LA EMPRESA :

A) Dirección .- Consejo Jurídico, Producción, Ventas, Administración de Ventas.

B) Descripción de los soportes de los productos.- Tambor de 200 Lts., Cubeta de 19 Lts., Bote de 4 Lts.

C) Producción.

Actualmente **Corev**, es una empresa mexicana poseedora de su propia y avanzada tecnología, para la fabricación de materiales que se exportan a Estados Unidos y Centro América.

La operación de la empresa se consolida en tres áreas, Comercialización, Producción y Administración.

Las líneas básicas de los productos **COREV**, son:

- **Recubrimientos Texturizados** .- Fabricados con resinas y compuestos químicos variados.
- **Recubrimientos Petreos** .- Productos en granulometrías de mármol y resinas acrílicas.
- **Recubrimientos Industriales** .- Hechos con resinas alkidálicas con base en un vehiculo aceitoso.
- **Grano Lanzado** .- Con resinas de gran resistencia y mármol en diferentes granulometrías.
- **Sistemas de Impermeabilización** .- Acrílicos asfálticos y de silicón. En base de agua y base solvente de aplicación en frio con refuerzo y protección reflectiva.

1.3.- PERFIL DEL USUARIO :

A.- Distribuidores de Servicio: Atienden clientes institucionales y al mercado residencial de bajo volumen.

B.- Tiendas de Distribución: Su función es de atender el amplio mercado de menudeo con la venta del producto, exclusivamente suministrando el soporte técnico y asesoría de instalación en caso de que se requiera.

C.- Público en General : A personas dedicadas a la construcción, pinturas y distribuidores cuyo nivel socio - económico es en general clase media baja.

1.4.- ANALISIS DE LA PROBLEMÁTICA :

Enunciación del problema -

¿ Qué es lo que se va a realizar ? Un código de identificación y usos para los productos de la compañía **Corev**, pinturas y recubrimientos.

¿ Por qué se va a realizar dicho código ? Porque en la actualidad la compañía carece de un código que unifique y haga compatibles los pictogramas en sus indicaciones de aplicación, preparación y precauciones de su línea de productos.

¿ Cómo se va a realizar dicho código ? En primer lugar se hará un análisis de los pictogramas que se requieren en el proyecto dividiéndolos en tres secciones:

- a) herramientas.
- b) aplicación y preparación.
- c) precauciones.

En segundo término se buscará una base o soporte gráfico y se creará una envolvente que nos ayude a lograr una unión entre los pictogramas, es importante señalar que ésta tendrá que ser compatible con la imagen corporativa de la compañía.

Preclarificar el color o colores que puedan tener afinidad con la imagen.

1.5.- SOLUCION :

El funcionamiento del código ayudará al público a manejar los productos en forma eficaz en su aplicación, las herramientas y su uso correcto, las precauciones que se deben tomar con los materiales tóxicos y flamables; atendiendo así la necesidad que hay entre el público y el manejo de los productos, optimizando así tiempo, dinero y esfuerzo.

Propiciando en los usuarios el reconocimiento de **COREV**, en el mercado de las pinturas y recubrimientos.

**2.- TEORIA DE LA COMUNICACION
(MODELO ESTRUCTURALISTA) "1"**

La comunicación es una actividad que el ser humano utiliza cotidianamente por eso es importante en este proyecto analizarla y tener un concepto más claro de ella.

En un intento de hacer un análisis completo del proceso de la comunicación desde el punto de vista estructuralista revisaremos los principales conceptos de esta teoría. Todo lo que involucra a la comunicación se da por medio de signos y códigos. Los signos son conceptos significativos, es decir son actos que se refieren a algo. Los códigos organizan a los signos en sistemas y determinan cómo estos van a estar interrelacionados. Al ponerse en juego, estos códigos y sistemas en el momento en que se genera la práctica de las relaciones humanas.

La comunicación es la interrelación social por medio de mensajes y en nuestra sociedad es el punto central de nuestra vida.

Ahora se examinarán los componentes del proceso de comunicación :

1.- EMISOR : Para comenzar nuestra cadena comunicacional se necesita de un emisor quien nos va a dar las formas esenciales de transmitir lo que de este es necesidad informar en el campo social. En el caso de este proyecto, **COREV** juega el papel de emisor ya que de la empresa surge la necesidad de transmitir al público un código de identificación y usos de sus productos.

2.- CODIFICADOR : Es el intérprete de los datos de base, relativos a un propósito definido y es el que va a implementar el código. En el proyecto del código de identificación y usos de los productos **COREV** , como diseñador analizaré y proyectaré las necesidades que la compañía requiere para diseñar un código que permita al público usuario interrelacionarse con la empresa.

3.- MENSAJE : Es el resultado material. Un mensaje gráfico es un conjunto de signos o un código visual determinados puestos en orden. Este código y sus reglas constituyen : un significado, la información que se va a poner a la disposición de la sociedad y el mensaje puesto al alcance de nuestro público. El mensaje es resultado de los requerimientos de la empresa, lo que se va a decir por medio de un código, que en el caso del proyecto el medio o el vehículo será la serie de pictogramas de aplicación, precauciones y herramientas de uso. Estos van a transmitir al público qué es lo que se debe hacer con los productos, así como alertarlo

del riesgo en su manejo y con todo esto optimizar tiempo y gastos.

4.- MEDIO DIFUSOR : Es el canal por el cual nuestro mensaje va a llegar a la sociedad. Es importante hacer un rigurosa selección del medio difusor de nuestro mensaje ya que de él depende el éxito de nuestro proyecto. Hay medios técnicos de difusión que más fácilmente llevan el mensaje al público.

Medios impresos : De estos depende el tiraje que se tenga planeado para así llegar a un público determinado. En nuestro proyecto el manejo de nuestro código serán los medios impresos ya que se manejarán impresiones en los embalajes de los productos, folletería y anuncios de periódico, etc. Cabe señalar que el éxito de lo que se desea comunicar a través de un medio impreso depende directamente de dos factores que se deben tener permanentemente en cuenta y estos son el tiraje y distribución.

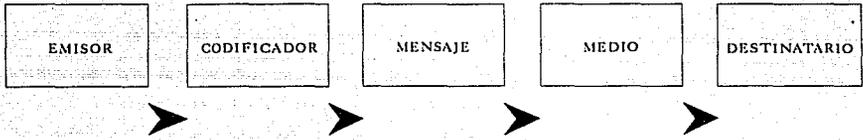
5.- DESTINATARIO : O receptor de los mensajes es por lo general un grupo ya definido de consumidores con características determinadas que daran su aprobación o rechazo a nuestro mensaje. El destinatario es parte importante de esta cadena comunicacional, ya que de él depende la retroalimentación en el proceso de oferta y demanda de los productos.

En este proyecto todos estos elementos deberán ser tomados de manera relevante a fin de lograr o alcanzar los objetivos planteados.

En conclusión la comunicación es la transferencia de un mensaje y sus principales elementos son : el medio, el canal transmisor y el receptor, porque todos estos términos se relacionan con el proceso de comunicación.

A continuación por medio de un cuadro se ilustrará el ejemplo:

CADENA COMUNICACIONAL



CADENA COMUNICACIONAL APLICADA AL PROYECTO COREV.



2.1.- SEMIOTICA :

"La semiótica es el estudio de los signos y su funcionamiento lógico, el estudio de signos en su generación como un código." (2).

La semiótica se divide en tres áreas de análisis:

1.- El área del signo: Se refiere al estudio del signo por su significado y a la relación que existe con quien lo usa, ya que los signos son creaciones del ser humano y sólo se comprenden en función de su aplicación y uso que la sociedad haga de ellos.

2.- Los códigos o sistemas de organización: En esta segunda área se da el análisis de los códigos que existen en una sociedad y las necesidades que estos satisfacen dentro de la misma, abriendo así, cadenas comunicacionales que sean disponibles para su transmisión.

3.- La cultura donde se desarrollan estos códigos y signos: Este tercer ámbito se refiere al uso y aplicación que se le da a los códigos y signos, estos dependen de la cultura donde se manifiestan.

La semiótica como otra interpretación de los signos, basa sus principios en una teoría filosófica - cognoscitiva y tiene como fin fundamental penetrar en una praxis de la comunicación. En la semiótica no existe el proceso de comunicación, el cifrar y descifrar lo que el emisor quiera transmitir. Aquí se trata de una teoría de conocimiento, es decir, de como lo que es puede ser reconocido. El signo entonces puede considerarse bajo tres categorías:

- La dimensión sintáctica en la que se considera la relación de signo a signo.

- La dimensión semántica en la que se considera la relación entre el signo y sus significados.

- La dimensión pragmática en la que se considera la relación entre signos y sus usuarios.

En cada una de las tres clases de relaciones, los signos pueden someterse a una relación más detallada.

a.- Cuando el signo se investiga en relación monódica consigo mismo. En este sentido pueden presentarse tres aspectos en los signos:

- **cualidad material (textura, color).**

- **la formación individualizada (intensidad, magnitud).**

- **el arquetipismo de su forma (pertenencia a un sistema).**

b.- Cuando se investiga al signo en relación al objeto que se refiere, se representan tres tipos de signos:

- **el ícono que se origina de la imagen de un objeto y por lo cual extrae algunas características del objeto.**

-
- el índice que representa la relación de un objeto y su circunstancia.
 - el símbolo que representa a un objeto que es independiente a lo externo y material.
- c.- Cuando el signo en su relación triádica, se investiga por su conexión global, se da:
- la interpretación abierta que existe en las señales de tráfico que no se utilizan.
 - la interpretación cuando una señal esta sobreentendida en un cruce, por lo tanto esta puede concluirse.
 - la interpretación completa cuando un signo se le comprende como perteneciente a un sistema global de otros signos.

Después de analizar que determinado signo se presenta simultáneamente bajo estos aspectos, su relación con su objeto y su interpretación, todo esto nos da como resultado una serie de combinaciones coherentes.

2.2.- SEÑALETICA - SEÑALIZACION:

La señalética, surge de la necesidad de informar y orientar a la sociedad que esta en constante crecimiento de servicios públicos, culturales, privados, etc. Se aplica a la orientación y servicio de los individuos en lugar determinado, para hacer más fácil el acceso a los servicios y dar mayor fluidez del tránsito de personas en sus espacios. La señalética responde a la necesidad de un conocimiento que es evidentemente provisional, superficial, pero a su vez preciso, que proporcione información exacta para todos los usuarios en el instante en que se haga el uso de ella.

La señalética debe tener una información instantánea y debe ser universal. Con estas características fundamental se define la naturaleza y objeto de la señalética. La señalética como sistema de señales visuales se define en :

- a.- Sistema, es un conjunto de partes coordinadas que permiten establecer leyes precisas que serán establecidas por un programa funcional.**
- b.- Señales, son estímulos breves que permiten el acceso a la percepción.**
- c.- Visuales, ya que la percepción visual es discreta y permite registrar configuraciones globales.**
- d.- Mensajes o contenidos informativos, permiten un resultado inmediato a la percepción, el sentido implícito en las señales da como respuesta la necesidad de orientación del usuario.**
- e.- Espaciales, los sistemas de señales no solo son la superficie donde están soportados, sino que se incorporan al medio donde están situados estratégicamente, en los puntos precisos de mayor incidencia.**
- f.- Comportamentales, la señalética propicia, orienta, determina el comportamiento a los usuarios.**

Así después de analizar estos rasgos de la señalética se pueden definir como un sistema instantáneo e inequívoco de información por medio de señales visuales.

El sistema señalético no impone, no convence, ni influye en las decisiones de los actos de los usuarios, es para orientar en función de sus intereses y necesidades particulares. La señalética es discreta por los mensajes que ésta ofrece son optativos al interés del usuario, pero ésta no pretende dejar huella en el usuario, si no que después de haber cumplido su cometido de orientar se borra de campo de conciencia.

" Características de la comunicación señalética" (3)	Proyecto COREV
<i>Finalidad Funcional - Organizativa</i>	<i>Organizar al público al momento de preparar y aplicar los productos</i>
<i>Orientación Informativo - Didáctica</i>	<i>Orientar sobre cómo aplicar y las precauciones a tomar</i>
<i>Procedimiento Visual</i>	<i>Contacto visual más fácil de interpretar por medio del código</i>
<i>Código Signos simbólicos</i>	<i>Código de identificación y usos de los productos basado en 3 requerimientos de aplicación, precaución y herramientas</i>
<i>Lenguaje icónico Universal</i>	<i>Imágenes características del manejo de pinturas y recubrimientos</i>
<i>Estrategia del contacto Mensajes fijos</i>	<i>Manejo de trípticos, embalajes y publicidad en general</i>
<i>Presencia Discreta, puntual</i>	<i>Presencia atinada en las explicaciones</i>
<i>Percepción Selectiva</i>	
<i>Funcionamiento Automático - instantáneo</i>	
<i>Espacialidad Secuencial, discontinua</i>	
<i>Persistencia memorial Extinción instantánea</i>	<i>En el momento que el cliente reciba el mensaje por medio del código lo analice y aplique</i>

SEÑALIZACIÓN:

La señalización tiene un fundamento empírico. La señalización tiene como base el hecho de que sus problemas son conocidos previamente por la observación empírica, también lo son las señales y sus códigos los cuales son la solución. Todos los signos ya aprendidos por la gente, quien los memoriza y los hace parte de una cultura visual. Es importante que este aprendizaje se haga desde la infancia ya que no solo quien utiliza la señalización es el conductor de un automóvil sino también el peatón de toda edad que puede considerarse su usuario.

La necesidad de organizar los flujos peatonales y de circulación vehicular se da en todo el mundo, también es de importancia advertir un peligro o la necesidad de reducir la velocidad en lugares determinados. Estas situaciones que se dan en nuestra sociedad son previstas por la señalización. Gracias a estas situaciones vamos a poder localizar los lugares donde se van a implantar la serie de elementos, que constituyen los semáforos, discos, paneles, etc. Es importante considerar que en una área en la que se va hacer uso de la señalización es necesario hacer un estudio previo de los siguientes factores: material del cual se elaboran las señales, distancia del punto del peligro, altura, posición con relación peatón y el automovilista, mantenimiento, etc., a fin de que las señales cumplan cabalmente su función. En conclusión los sistemas de señalización están avocados a necesidades muy específicas de la sociedad, y es obvio que son situaciones problemáticas ya conocidas, que se repiten indefinidamente, como son paso de peatones, precaución, peligro, etc., aquí es donde se muestra el empirismo y redundancia de los factores implícitos en la señalización.

Como otra conclusión y conociendo las facetas de la señalización que son: su universalidad y su empirismo implícito en la acción de señalar; queremos enfatizar la importancia que este proceso de señalización alcanza al trascender de su ámbito de los espacios que le son propios, a otro que es el de la vida cotidiana, la de nuestra sociedad.

Se trata de la organización de grupos humanos, al poner señales que identifiquen a los objetos y los espacios de su entorno. Por lo tanto se puede resumir a la señalización en: empirismo, código preexistente, señales preexistentes, normalización de casos y uniformación del entorno.

La señalización se puede clasificar en cuatro áreas de circulación y transporte:

De superficie : a) que constituyen los desplazamientos horizontales de peatones, autotransportes y ferrocarriles.

b) de navegación marítima.

De aérea : Las redes de transporte aeronáutico.

De subterránea : Que constituyen el sistema colectivo metro.

De vertical : Que abarcan los elevadores, escaleras y escaleras mecánicas.

Este conjunto de áreas de circulación se dividen en dos clases: exteriores e interiores. Abarcando también en su organización, dos tipos de medios, los móviles, como los autotransportes, aviones, barcos, etc. y los fijos como son las estaciones de ferrocarril y el metro, aeropuertos, etc. Estos espacios tan determinados por la sociedad se presentan ante la señalización como un problema pues hasta fechas recientes, ingenieros y arquitectos que diseñaban y construían no tomaban en cuenta, los espacios que esta nueva vertiente del diseño requiere. A continuación mencionaremos tres características de la señalización vial, las cuales son :

Topológicas : Como son autopistas con sus salidas, cruce de ganado, zonas de estacionamiento, paso de poblaciones, curvas, zonas de casetas de cobro, etc.

Urbanísticas : Estas refieren a la organización de calles, plazas, lugares públicos como museos, teatros, iglesias, restaurantes, etc.

Organizacionales : Tales como las señales de no estacionarse, sentido contrario, estacionamiento, ceder el paso, etc.

La señalización no tiene relación con su entorno, pues se realiza como un añadido necesario y justificado, por lo tanto señalar no requiere de adaptarse al entorno, ni alterar el aspecto de este. La señalización vial estandariza elementos, creando uniformidad, es por esto que en la mayoría de los países se utilizan sistemas de señalización con características similares. El analizar estos puntos de la señalética y la señalización nos permite observar la diferencia que hay entre estos dos puntos del diseño y además definir el propio para nuestro proyecto. Tenemos como conclusión que, la señalética se puede ocupar de problemas específicos, identificar lugares determinados, ubicar los lugares para su fácil localización. Su información debe ser abierta a las necesidades y motivaciones del usuario en el instante preciso, dejando la libertad de decisión a utilizar o no los servicios.



La señalética está determinada por problemas y implícitos, es necesario que se adapte a su entorno para dar identidad, se crea para cada uno de los casos particulares, sus señales deben ser uniformes y realizadas especialmente para la necesidades del proyecto. La señalización nos permite la regularización en la circulación de personas y auto transportes, determina la conducta del usuario, no se adapta a su entorno y su imagen no influye en éste, es universal.

Analizando estas características podemos comentar que nuestro proyecto requiere de un sistema señalético, ya que nuestro problema se encuentra abarcado dentro de las características de la señalética.

NOTAS DE AUTOR

(1) **COSTA, JOAN**
Imagen Global
pag. 11
Barcelona, España
1er edición, 1987
Ediciones, CEAC.

(2) **FISKE, JOHN**
Introducción al estudio de la comunicación.
pag. 34
1er. edición 1984.
Ed. Norma.

(3) **COSTA, JOAN**
Señalética
pag. 15
Barcelona, España.
1er. edición, 1987.
Ediciones, CEAC.

C APITULO 3.-

3.- SOLUCION GRAFICA:

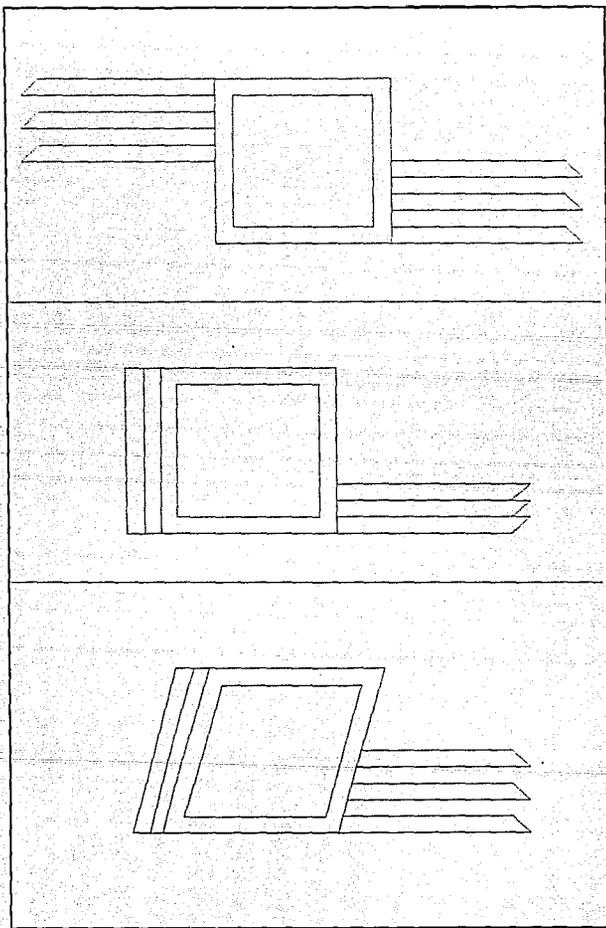
Se desarrollará la geometrización de los objetos por diseñar, para llegar a la síntesis de las formas y facilitar el contacto visual del usuario con el código. Se elaborarán las ideas en masa para obtener un resultado visual claro, ya que la mayoría de los pictogramas representan herramientas y acciones de aplicación. Para la presentación del código se diseñará una etiqueta, que será colocada en la parte posterior de los envases de los productos, para que el usuario tenga al alcance de su mano el código al momento de la aplicación del producto.

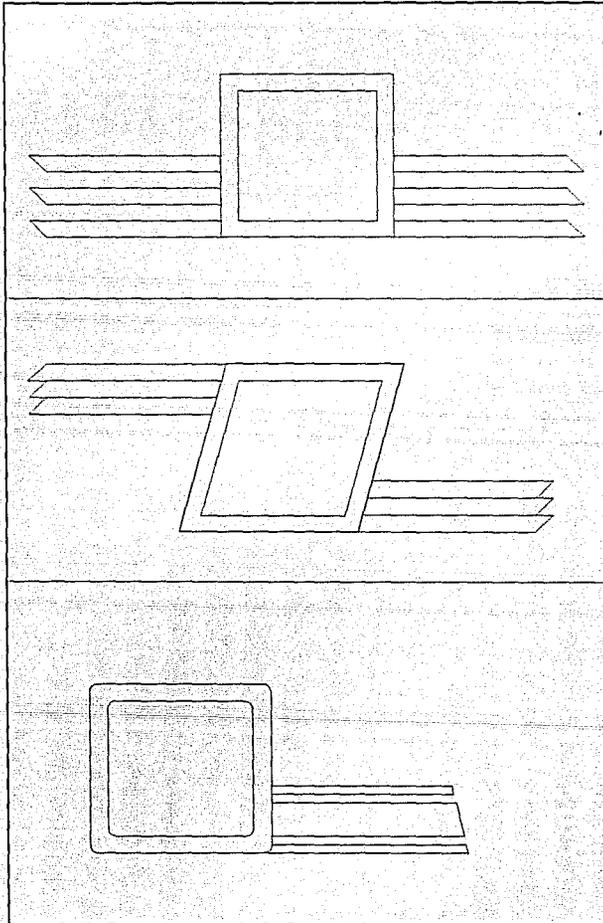
Como primer paso se desarrollará el diseño de una envoltura que permitirá alojar a los pictogramas, esta debe ir relacionada con la imagen de la empresa teniendo las características de ésta. Como segundo paso se diseñaran los pictogramas, que como ya se mencionó, tendrán que ser sintéticos, sustrayendo los elementos principales de forma y en el caso de las acciones de aplicación lo más apegados a lo que quiere representar.

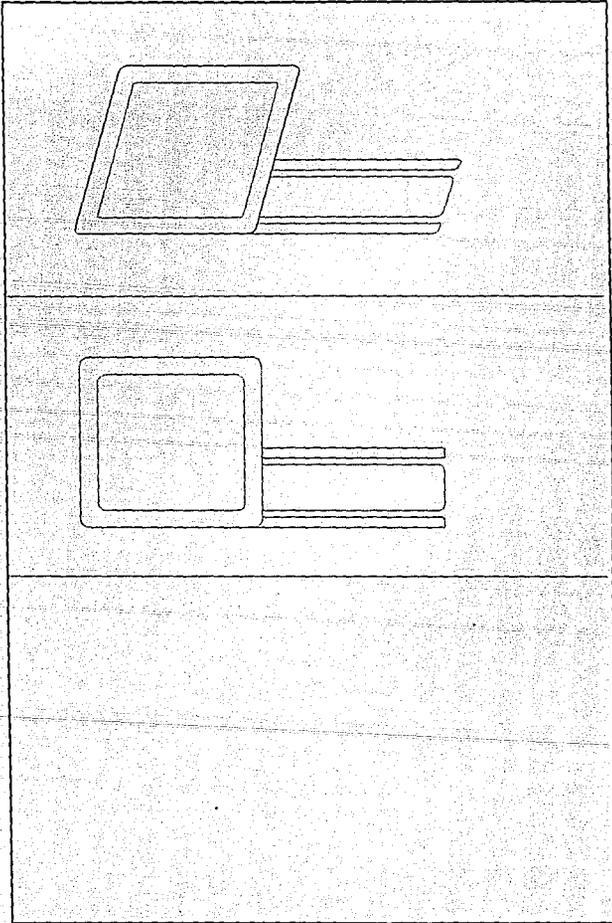
Es importante recalcar la metodología que se siguió para el desarrollo del proyecto:

- 1.- Planteamiento del problema.
- 2.- Investigación.
- 3.- Ordenamiento de información.
- 4.- Análisis: componentes psicológicos, funciones.
- 5.- Cronograma.
- 6.- Bocetación: primeras imágenes, bocetos.

A continuación se presentará el desarrollo en la evolución del diseño de la envoltura.







En la realización de las envoltentes se retomaron las piezas o líneas de la imagen de **COREV**, para poder tener la integración del sistema con la imagen, las primeras imágenes en la evolución de las envoltentes no permiten la integración por los ángulos rectos y la utilización de piezas del mismo tamaño, no teniendo seguimiento con las piezas de la imagen.

En las segundas imágenes, las envoltentes, pierden su relación con la imagen corporativa por la saturación de piezas, que nos remiten a una compañía deportiva o a una empresa automovilística, por el movimiento en los trazos. Otro inconveniente con la envoltente de la segunda página sería la relativa a las piezas del lado izquierdo ya que la lectura visual de conjunto debe hacerse de izquierda a derecha y la presencia de piezas del lado izquierdo sugieren una pérdida de espacio y esto se da porque la lectura debe ser primero el pictograma y después la tipografía.

Haciendo una revisión de las imágenes diseñadas se encontró que en la mayoría de los casos las piezas no se ajustaban a la imagen de **COREV**, por que al proponerlas del mismo tamaño resultaban cinco piezas, 3 piezas principales y 2 secundarias. Por lo cual se optó por la formulación de 2 envoltentes: la primera con trazos diagonales y una pieza ajustada a la imagen de la empresa, sin embargo con esta envoltente aún se presenta un problema que es relativo al movimiento de los trazos y la ausencia de estabilidad de la misma envoltente. La segunda envoltente con trazos rectos que dan la estabilidad deseada y que en su ángulo se unen, por enlaces circulares y una pieza que permite el seguimiento gráfico de la pieza de la imagen de **COREV**.

La utilización de los colores corporativos de la compañía en la envoltente de los pictogramas, nos permite también integrarla a las necesidades gráficas de la imagen de **COREV** :

AZUL pantone 294c

ROJO pantone 185c

A continuación se presenta la envoltente final, con la prueba de los colores corporativos.



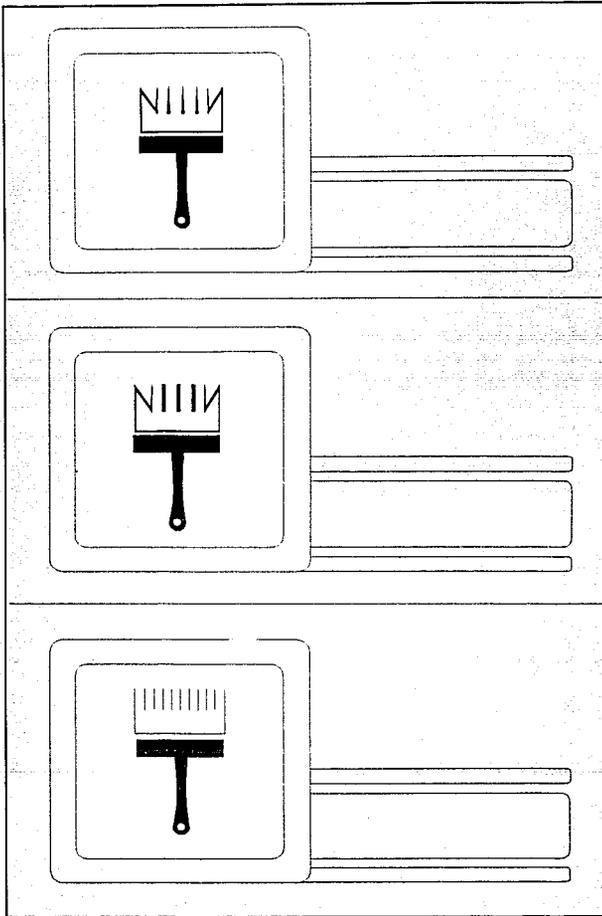
PICTOGRAMAS :

En la evolución de los pictogramas se toman de los elementos más importantes de la forma o idea de la acción que se requiere representar, aquí se presenta la serie de pictogramas requeridos para el proyecto:

APLICAR CON BROCHA .-

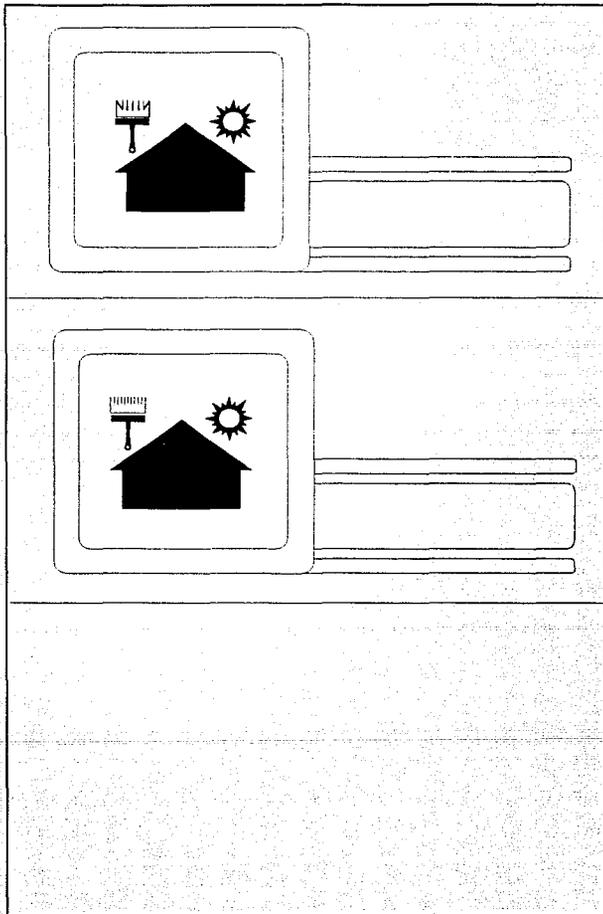
En la primera imagen de este pictograma se toman las síntesis de las serdas y el mango de una brocha común, siendo éstos los elementos más importantes de la herramienta, pero las características de las serdas nos remiten a la forma de un recogedor de basura, por la forma triangular de éstas. En la segunda imagen se eliminaron las tres formas centrales, anexando tres líneas verticales y dejando la envoltente de las líneas en sus extremos superiores en triángulo pero la imagen nos seguía remitiendo a un recogedor, teniendo que implantar un grupo de líneas verticales y una envoltente con ángulos rectos, dejando así una imagen de serdas propia para la síntesis de la brocha. La tercera y última imagen de este grupo de 3 ejemplos es el resultado final de la serie de transformaciones que se dieron y dan paso a un pictograma ágil y sintético que permite tener una imagen clara y representativa de una brocha.

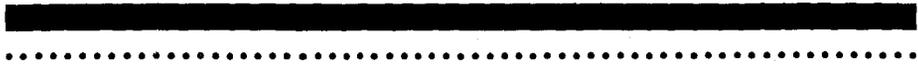
A continuación en la página siguiente se presenta la evolución del pictograma **aplicar con brocha**.



APLICACION EN EXTERIORES .-

Nuestro siguiente pictograma representa la geometrización de una casa que es el lugar de referencia donde se va aplicar el producto. La brocha en el costado superior derecho de la casa representa la aplicación fuera o exterior, se quiso enfatizar la idea colocando un sol geometrizado en el costado superior izquierdo, además representar que el producto es resistente al medio ambiente, (rayos solares, lluvia, etc.) todos estos elementos tienen como función ubicar al usuario en que la aplicación del producto es exterior. La única variación en estos dos pictogramas es el cambio del diseño de la brocha, cambio hecho previamente en el pictograma de Aplicar con brocha.

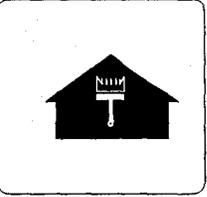




APLICAR EN INTERIORES .-

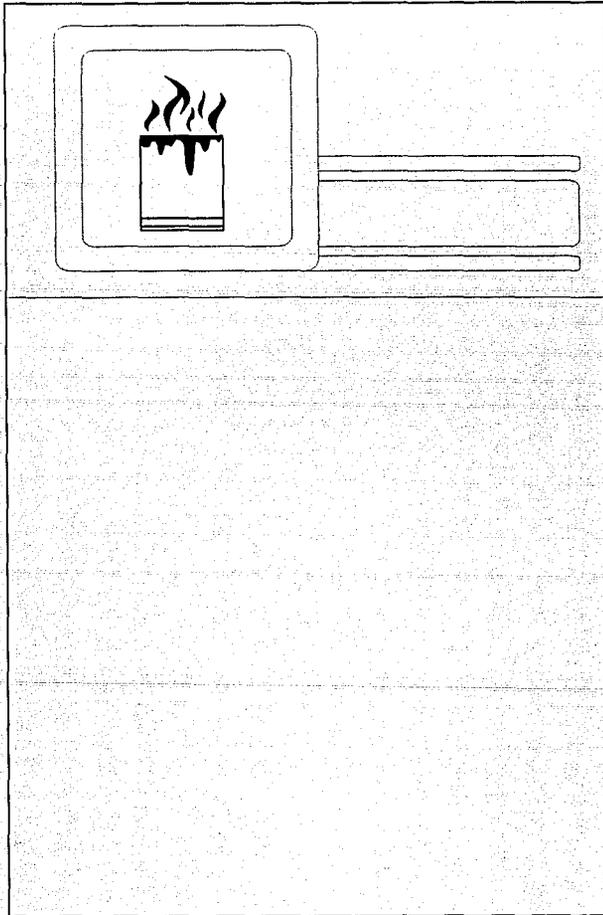
Basándonos en el diseño del pictograma anterior se tomaron los mismos elementos, eliminando el sol e integrando la brocha en la parte central de la casa, esto propicia la idea de aplicación en interiores. El mismo caso sucede en estos dos pictogramas, al cambiar el diseño de la brocha para unificarlos pictogramas.



	<input type="text"/> <input type="text"/>
	<input type="text"/> <input type="text"/>
<input type="text"/> <input type="text"/>	

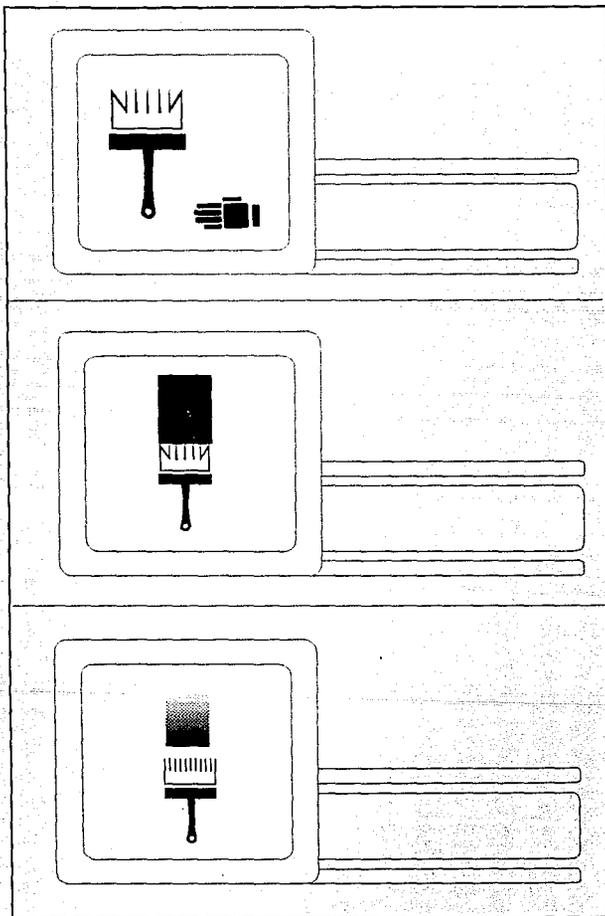
P RECAUCION PRODUCTO INFLAMABLE .-

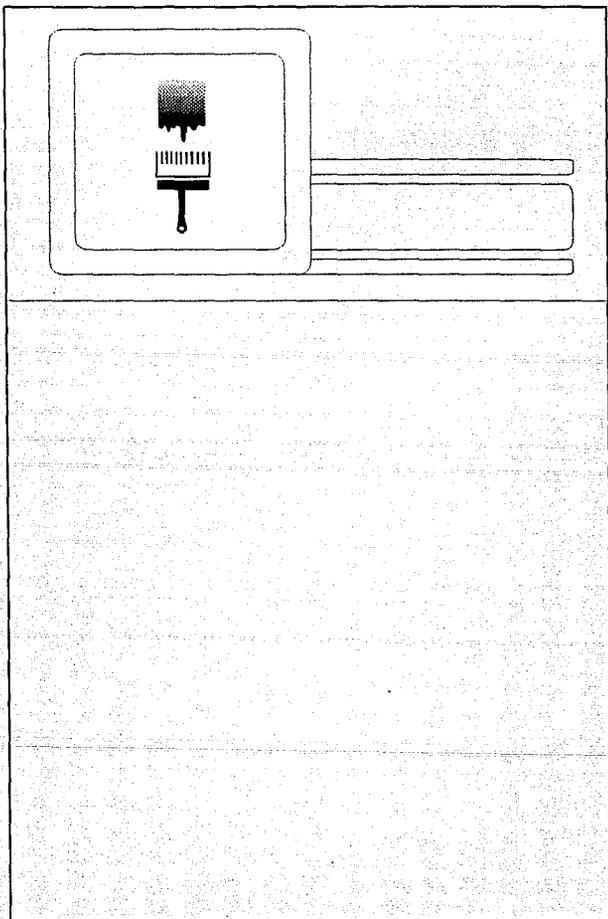
Los elementos que se consideraron para el diseño de este pictograma fueron, el fuego o las flamas y un bote de pintura. Al unirlos se da como resultado un esquema en el cual parece que el producto se consume o arde poniendo en alerta al usuario. Este tipo de ideas al igual que la de Veneno o Tóxico son ideas ya establecidas y reconocidas por la sociedad por lo tanto, se aplicó el criterio de tomar los elementos ya considerados, como las llamas dando una pequeña variante en el diseño.



APLICAR UNA MANO DE PINTURA .-

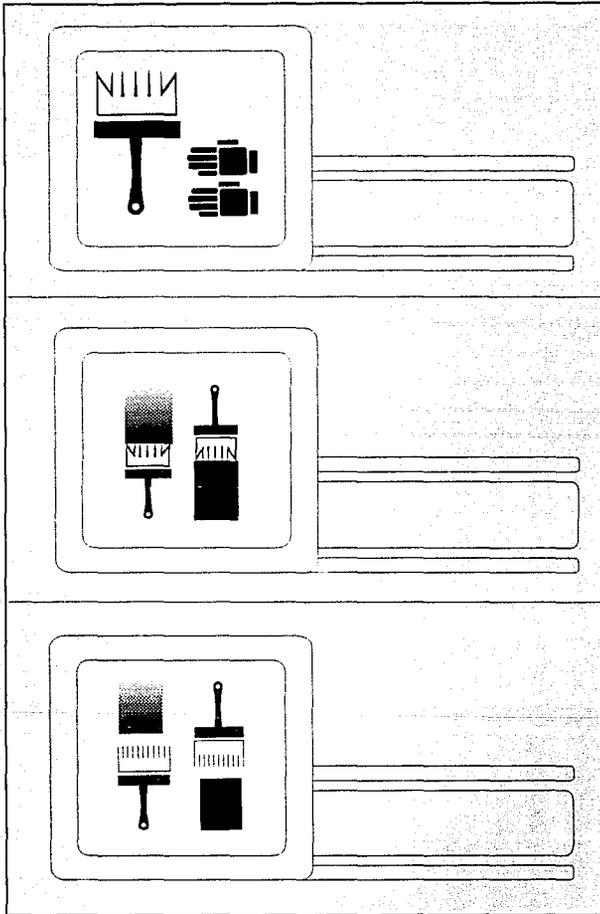
Al tratar de representar la acción de " aplicar una mano de pintura " fue necesario en primer término hacer un análisis de la acción propiamente dicha así como de los elementos que se ponen en juego al hacer la aplicación de pintura (la brocha, una pared, una mano y la pintura.), para ello se tomaron dos elementos importantes como referencia: la brocha y una mano geometrizada. Al unir estos elementos el resultado fue la aparente representación de una brocha y un guante, y por tal motivo se eliminó la geometrización de la mano al cual se le anexo un rectángulo representando la pintura mismo que no produjo el efecto deseado (no comunicaba claramente nada), por lo cual se dio forma de mancha a la pintura. Al realizar el cambio en el pictograma de aplicar con brocha, también se tuvo que modificar la brocha y en la mancha se dio un degradado para dar la sensación de camino que deja la pintura, con estos cambios nos dió como resultado nuestra cuarta imagen final del siguiente grupo de 4 ejemplos de la representación de este pictograma.

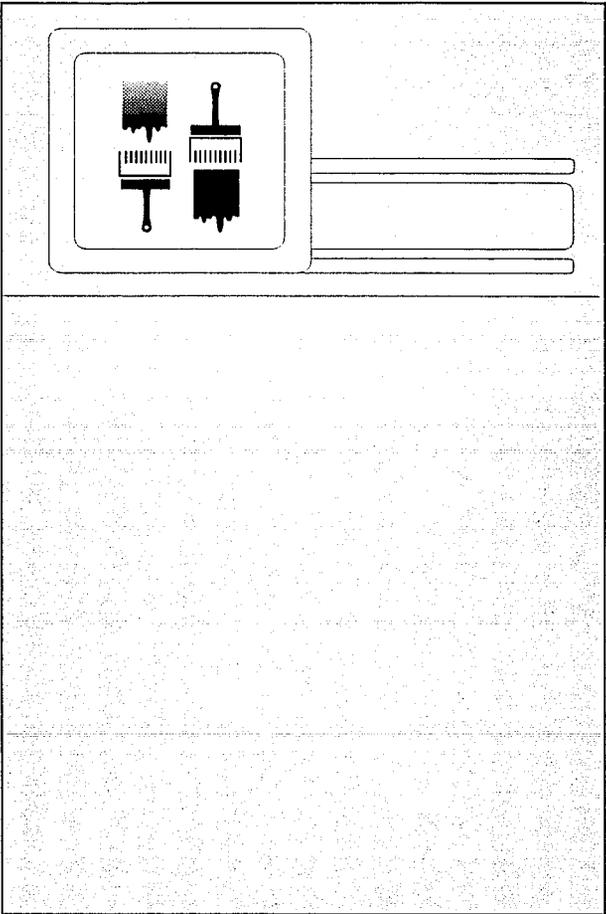




A PLICAR DOS MANOS DE PINTURA .-

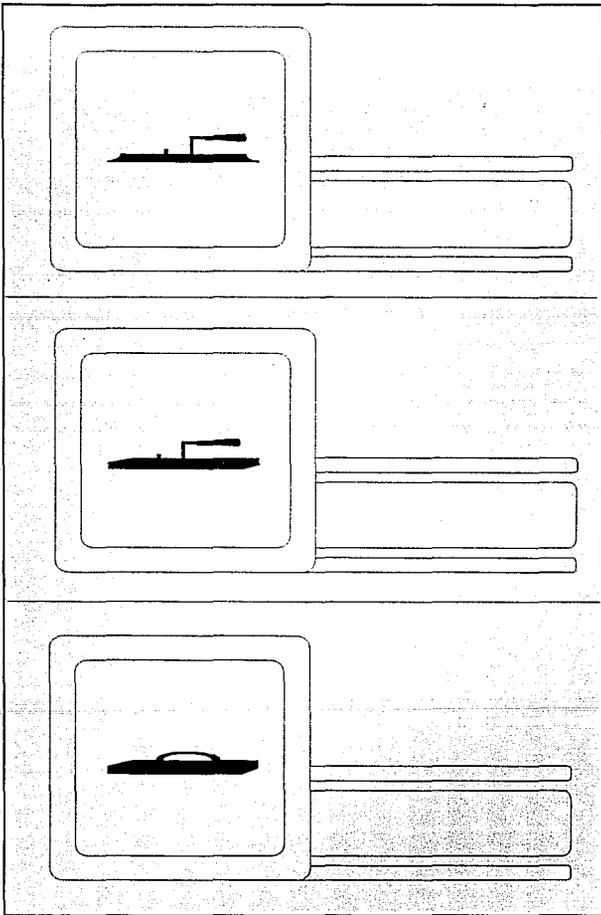
Las especificaciones de este pictograma en su evolución básicamente son las mismas que el anterior. La variación consiste en que son dos brochas en sentido contrario representando el movimiento que se hace con la brocha al aplicar la pintura. Y la mancha al pasar la brocha del lado derecho se satura de pintura dando la idea de la segunda mano, diferenciando el degradado de la mancha del lado izquierdo.

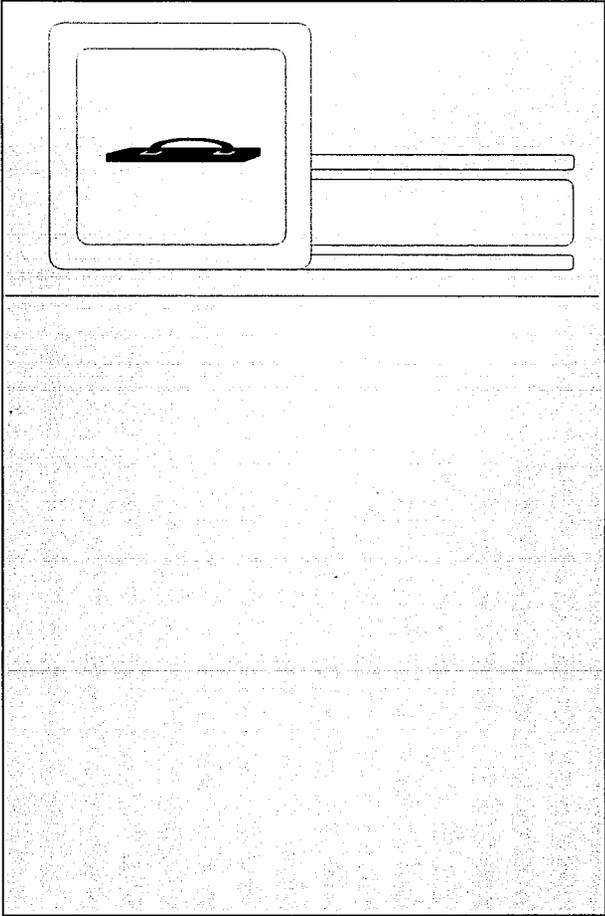




APLICAR CON LLANA .-

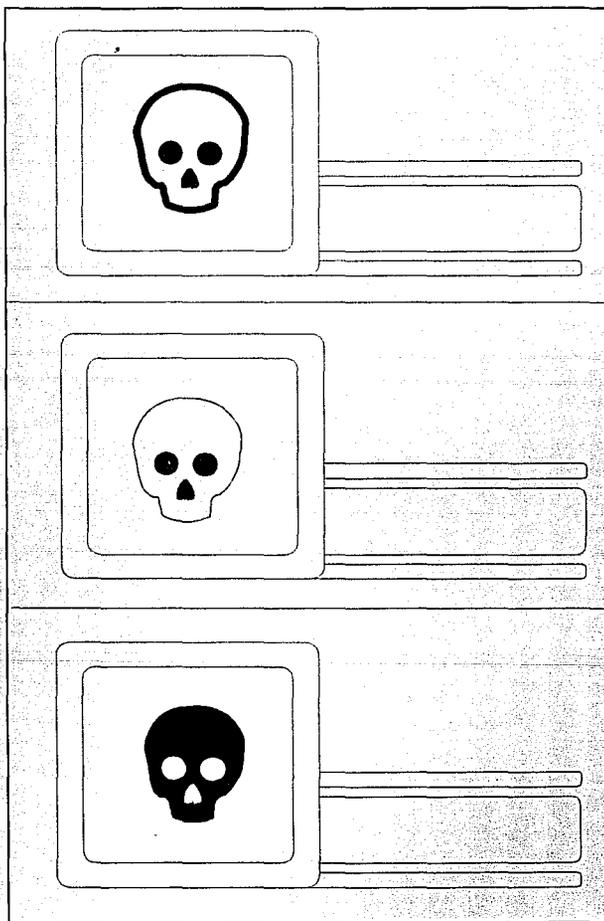
Para realizar este pictograma fue necesario analizar los elementos y diseño de los diferentes tipos de llanas que existen en el mercado de la construcción. La imagen que aparece en primer lugar es de una llana con mango o agarradera de tipo brocha, que va unida a la superficie plana por una parte metálica en forma de "s", pero la representación del pictograma nos remite a la silueta de un toca discos o fonógrafo. En la segunda imagen se cambio la superficie plana de la llana, pero la forma del mango es la que complica la imagen y no permite percibir claramente la forma de una llana. Por lo tanto se tomo la decisión de analizar otro tipo de diseño de llana con mango en semicírculo. La tercera imagen tiene el mango muy estrecho en semicírculo y la percepción de la superficie plana se da en dos perspectivas pareciendo esta imagen una tapa de bote de basura. Por lo tanto se prosiguió a ampliar el mango o alargarlo y anexar dos marcas en la base del mango para tener un punto de apoyo en la perspectiva y tener solo una, estas características son las de nuestra cuarta imagen y resultado final.

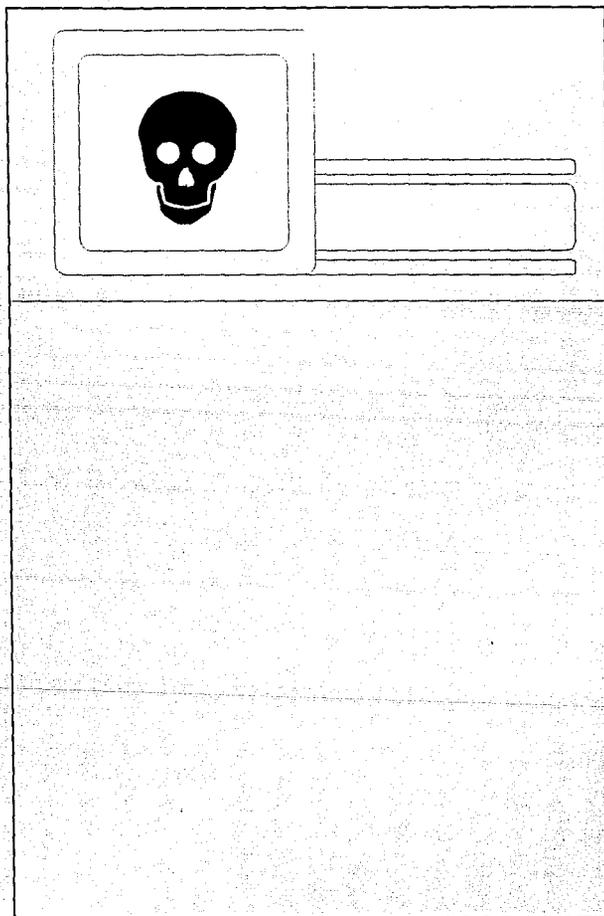




V ENENO .-

El desarrollo de este pictograma en su primer imagen nos muestra la parte del cráneo representativa en los señalamientos de peligro o precaución, con las dos cavidades oculares en círculo y fosa nasal; ésta se repite en la segunda imagen pero con la línea del perímetro del cráneo más delgada, las dos imágenes son buenas pero no se adecuan a los demás pictogramas que están en masa y estas parecen estar en aro. Por lo tanto se cambio a masa en la tercera imagen, pero ésta necesitaba un elemento más por anexar, el maxilar inferior, para dar una síntesis concreta de la imagen de los huesos más representativos de la cabeza. La propuesta final esta ilustrada en la cuarta imagen que tiene más impacto visual con los elementos ya nombrados.

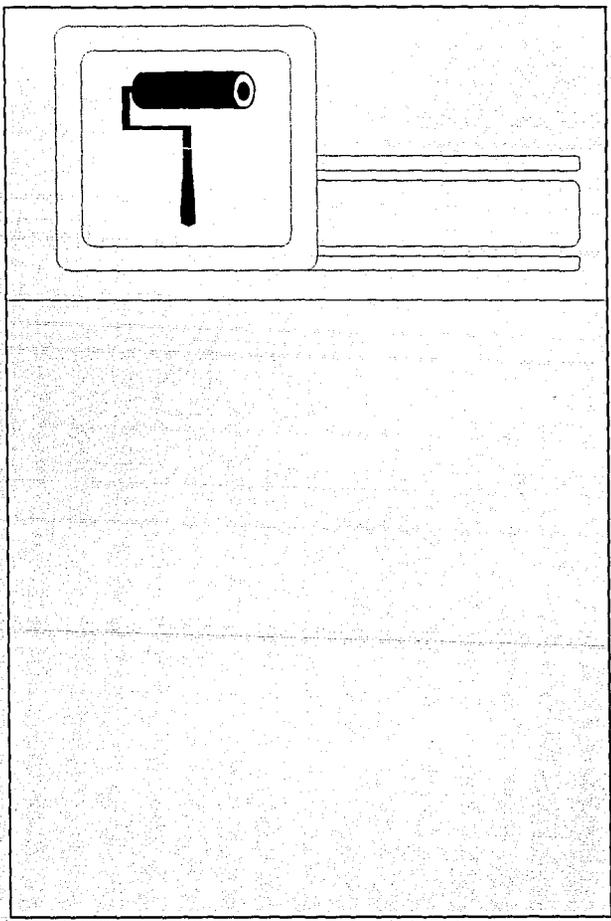






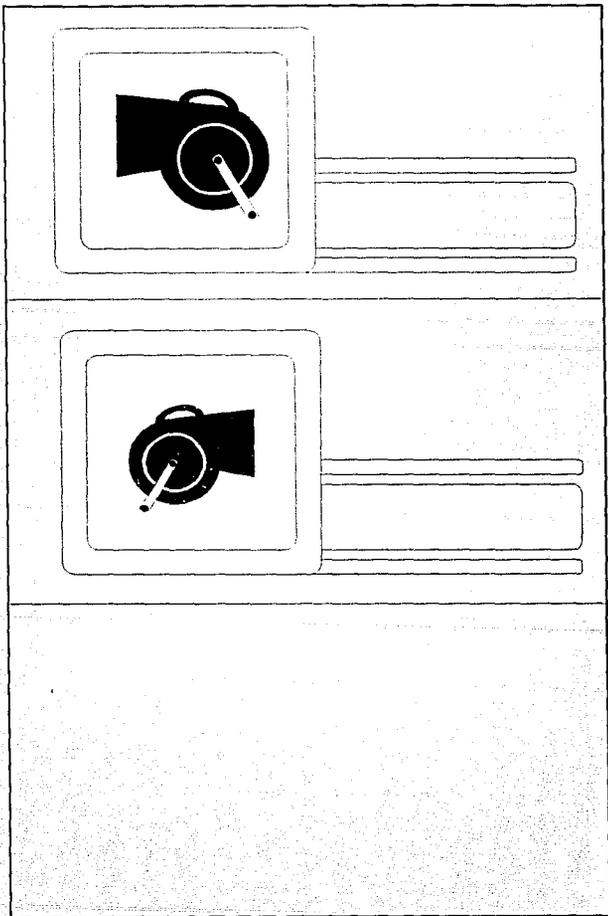

APLICAR CON RODILLO .-

La forma que tienen los rodillos en el mercado facilitó el diseño de este pictograma, ya que se identifican fácilmente y los elementos que los componen son muy característicos. Así que solo se geometrizó y se le aplicó una perspectiva falsa en la parte del rollo de felpa para poder tener mayor énfasis en la forma del rodillo.



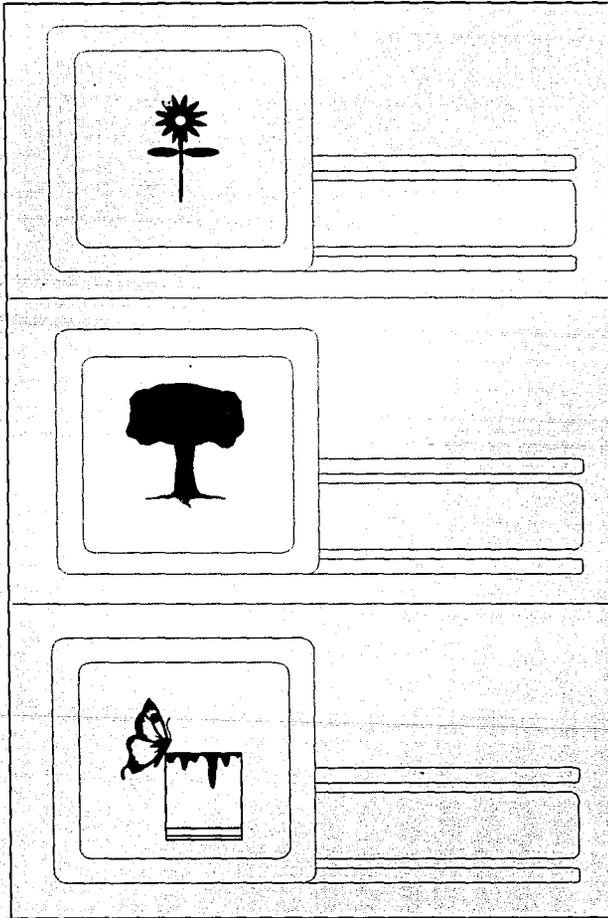
APLICACION CON TIROLERA .-

La tirolera es una herramienta característica de la construcción por lo tanto se analizaron las partes más significativas de una tirolera y se aplicó en una síntesis de ellas en el diseño de este pictograma. Se tuvo cuidado en mantener todas las características de esta herramienta y se maneja su forma normal sin geometrizarla tanto ya que se podía caer en la pérdida de la imagen y confundirse con alguna otra forma, (silbato, corneta, sirena, etc.). En estos dos pictogramas que se presentan, su evolución fue la reducción de tamaño y la dirección manual de la tirolera ya que la palanca de giro va del lado derecho.



P RODUCTO ECOLOGICO .-

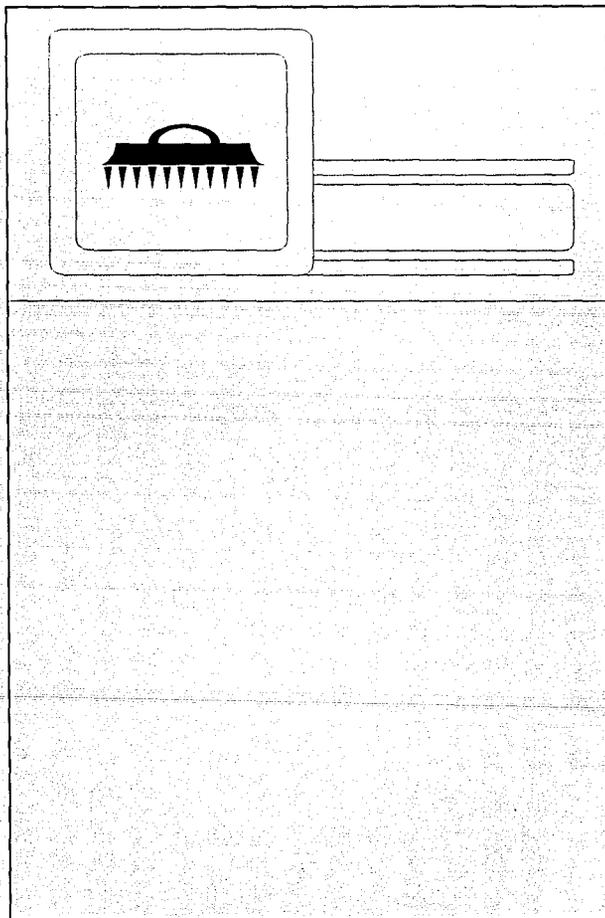
La elaboración de este pictograma se dificultó por la interpretación que se tenía que dar a la imagen y la gran variedad de elementos que podíamos tomar del ambiente ecológico para representar. En un primer momento se manejó el diseño de una flor sin embargo que esto podía aludir a un producto de fertilizantes o de cuidado de plantas por lo cual no respondería de manera específica al requerimiento de ilustración de un producto ecológico. En segundo terminó se trabajó como idea, la imagen de un árbol, misma que se desechó por la referencia que este elemento nos hace de un bosque y por lo tanto no permite la representación de manera específica de un producto ecológico. Como última y definitiva alternativa se presentó la imagen de un bote de pintura con una mariposa posada en él. La unión de estos elementos, creemos explica y justifica plenamente la relación de un producto que no daña el medio ambiente y que es aceptado por la naturaleza.





APLICAR CON CEPILLO .-

En este pictograma se realizó una geometrización de un cepillo de uso comercial en la industria de la construcción. Tomando sus elementos primordiales las serdas y el mango, aplicando una serie de triángulos en la representación de las serdas, dando la idea de un material fuerte y afilado; este material permite dar textura en los productos aplicados. Los demás elementos del cepillo se geometrizaron permitiendo la sintetización del cepillo, que en su diseño es muy sencillo, pero muy representativo.

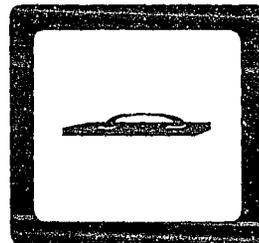




Extienda la pasta
uniformemente
con rodillo.



Logre la textura
deseada con
cepillo.



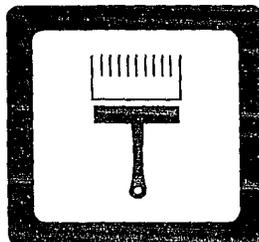
Apliquese y
extiendase con
llana.



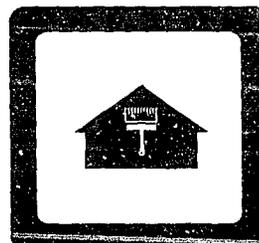
Aplique con
fijolera.



Producto tóxico,
no lo deje al
alcance de los
niños.



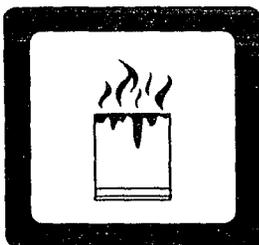
Aplicación con
brocha limpia.



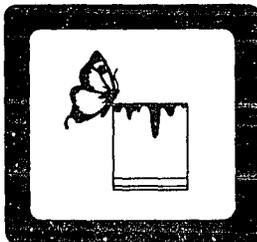
Aplicación en
interiores, fácil
aplicación, lavable,
y muy durable.



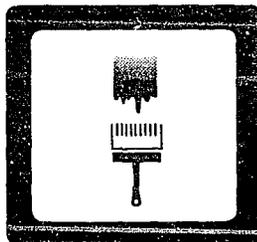
Excelente resistencia
exterior, al sol, lluvia
y viento, protección
contra corrosión.



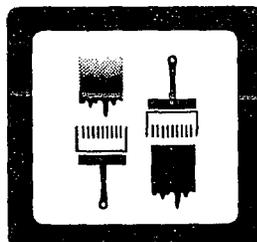
Producto inflamable,
no se deje expuesto
a los rayos directos
del sol, ni fuentes
de calor intensas.



Producto ecológico
compuesto con
materiales que
no dañan el medio
ambiente.



Aplique una mano
de pintura.



Aplique dos manos
de pintura, deje
secar 30 minutos
entre mano y mano.

JUSTIFICACIONES GENERALES DEL CÓDIGO

El grupo de pictogramas se maneja en perfil, por las características de los elementos que lo conforman. Sólo en un pictograma no se utilizó el perfil, que fué el ejemplo de aplicación con llana, pues sus características no permitían una solución visual perfecta de la geometrización, así que se decidió manejar en perspectiva. La adecuación entre pictograma y pictograma es importante ya que como código se debe tener un conjunto de codificaciones que interpreten un mensaje y es importante tener una unión concreta en sus elementos y una identificación visual clara en cada uno de los pictogramas, porque son directos y concretos en su significado. Para concretar la información visual se anexa una pequeña indicación que da fuerza a la explicación y su ubicación se encuentra en la parte derecha de la envoltente del pictograma. La tipografía y los pictogramas van en color azul pantone 294C para unificar más la imagen con la envoltente.

CODIGO DE IDENTIFICACION Y USOS



Excelente resistencia exterior al sol, lluvia y viento, protección contra corrosión.



Producto flameable, no se debe exponer a los rayos directos del sol, ni fuentes de calor intenso.



Estiende la pasta uniformemente con resaca.



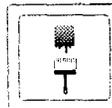
Aplicación en interiores, fácil aplicación, invisible y muy durabile.



Producto ecológico compuesto con materias que no dañan el medio ambiente.



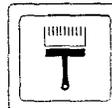
Logra la textura deseada con cepillo.



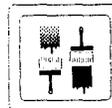
Aplique una mano de pintura.



Aplique con brocha.



Aplicación con brocha final.



Aplique dos manos de pintura, deje secar 30 minutos, entre mano y mano.



Astévese y atiéndase con líd.



Producto tóxico, no lo use al alcance de los niños.

APLICACION DEL CODIGO .-

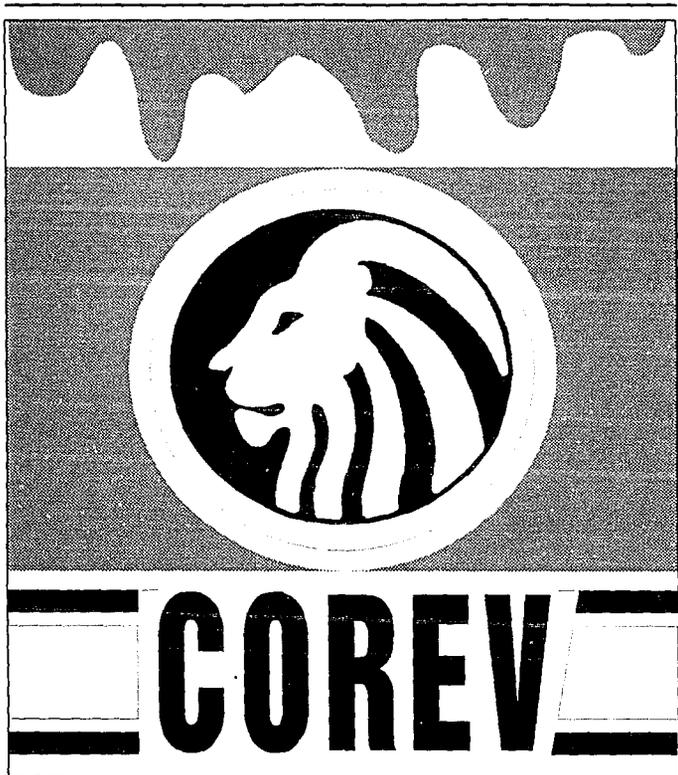
El código va a ser aplicado en una etiqueta o rediseño de la impresión con la que cuenta actualmente las presentaciones de los botes de los productos de la empresa. Este rediseño no va a ser total, mi propuesta es eliminar la caricatura del león, y así dejar más espacio para el rectángulo donde será implantado el código. Se propone la eliminación de la caricatura del León porque desde mi punto de vista ésta resta calidad en la presentación del producto y así mismo no sugiere calidad del producto mismo. La implantación del código puede variar según el producto y sus características. Esto dará a la compañía la oportunidad de utilizar diferentes combinaciones de los pictogramas, y aplicarlos según el producto. A continuación se da un ejemplo:

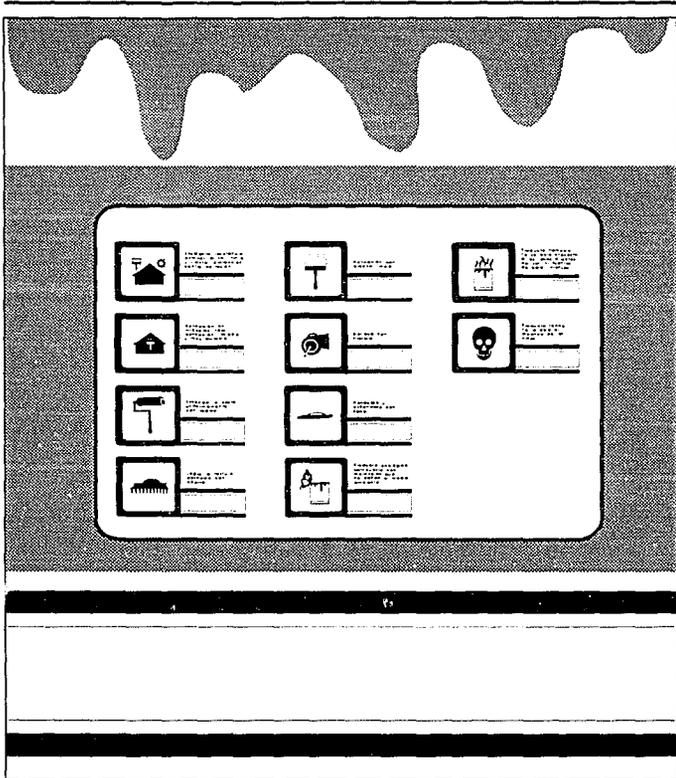
VINCEMENT

Estos productos de la línea VINCEMENT son recubrimientos en pasta compuestos de base de arenas silíceas, cuarzo, mármol, resinas y aditivos químicos varios.

Vienen con color integrado y listos para aplicarse ya sea con: **Llana, Rodillo, Cepillo, Brocha o Tirolera**. Se puede instalar sobre cualquier superficie lisa como muro o plafones en interiores o exteriores. No se desprende, ni se decoloran al paso del tiempo.

Este es un ejemplo de las características que tiene uno de la gran variedad de productos con los que cuenta COREV en el mercado. Después de analizar las características se procede a utilizar los pictogramas correspondientes en la etiqueta del bote, como a continuación aparece en las siguientes páginas







Las medidas del rectángulo en presentaciones que corresponden al bote de 19 Lts., será de 12cm de alto X 25cm. de largo y en la presentación de 4Lts., será de 10cm. X 20cm.. Se recomienda no estandarizar el tamaño de los pictogramas para poder darles versatilidad en las aplicaciones que se requieran.

C APITULO 4.-

C ONCLUSIONES :

Las competencia actual en la época que estamos viviendo hace que las empresas den un paso más en todos los aspectos, tanto en la calidad de sus productos como en la calidad humana y de trabajo, es por eso que la renovación constante y la aplicación de nuevas tecnologías es relevante hoy en día. Este proyecto es uno de tantos ejemplos que se pueden dar en una empresa en lo que respecta a la modernización y aplicación de un sistema comunicacional que va a ayudar a ampliar el mercado y su calidad en la presentación de los productos.

La importancia que tiene la comunicación de una empresa como **COREV** es primordial con su mercado de clientes, ya que de ello se basa el éxito de sus ventas y el aumento por lo tanto de su producción. Este proyecto pretende resolver una de las carencias que con respecto a la comunicación visual se detectaron en la empresa, ya que se carecía de un buen sistema o código de identificación y usos, este proyecto va a resolver esta carencia ya que se están dejando en claro, todos los aspectos de interrelación por medio de mensajes visuales, que ayudará al cliente a resolver sus problemas al momento de aplicar sus productos. Es importante señalar que este código se realizó gracias a la necesidad que se dió por transmitir al público las más importantes indicaciones en aplicaciones y herramientas que se pueden utilizar o aplicar en los productos.

Esto dió como resultado un código de 12 pictogramas que resultan fáciles de decifrar y funcionales, que permiten al usuario tener a la mano las respuestas a sus necesidades de ¿qué herramientas utilizar?, ¿qué precauciones debo tener?, etc.

Este código resuelve y cumple con las necesidades que debe tener una empresa como **COREV** con sus clientes, ya que además de ser fácil de decifrar permite a la empresa dar un paso más en lo que respecta a la competencia ya que en el mercado solo dos compañías se han preocupado por realizar este tipo de códigos, pero la ventaja de este código es que es más versátil y que además de poder ser aplicado en los embalajes, puede ser aplicado en toda la publicidad de la compañía, cosa que los otros códigos carecen y no permiten acoplarse, limitándose su producción a folletos. La metodología que se siguió para resolver este código fue la siguiente :

- 1.- Planteamiento del problema.
- 2.- Investigación.
- 3.- Ordenamiento de información.
- 4.- Análisis.
- 5.- Cronograma.
- 6.- Bocetación (primeras imágenes, rough, etc.)

El criterio que se siguió para unificar el código se basó, primero en buscar una envolvente que se adecuara a la imagen de la empresa. Como segunda opción fue buscar por medio de las imágenes una unión en lo que respecta al uso de las formas y su orientación con respecto a la perspectiva que se les dió a cada una de las imágenes. Las imágenes son simples y en su mayoría se buscó una síntesis para sustraer lo más importante de cada una de las herramientas en su caso, y tener el concepto claro en los pictogramas de la forma idónea de aplicar los productos fue importante el análisis que se dió a los conceptos de señalética y señalización para dejar en claro que este código tiene como función orientar a un público determinado para hacer más fácil el acceso a la información que se da.

Por lo tanto este código se basa en un proceso señalético, ya que ni impone, no convence, es para orientar en función de los intereses y necesidades del usuario.

La adaptación de una tipografía que refuerce la explicación en la imagen es pieza clave dentro del mensaje que se está dando, ya que ésta se escogió principalmente para que no compliera con el resultado visual sino al contrario, se manejó en un sentido meramente de apoyo.

Los colores del código se determinaron apoyándonos en los ya existentes de la imagen corporativa de la empresa, ya que así se permitía una unión entre imagen y el código.

En resumen, este proyecto deja en claro que las necesidades de hoy en día no pueden avanzar en un proceso si no se tiene a la mano los avances que se dan en esta época, ya que sino se está al día, el rezago va a ser muy notorio. **COREV** como empresa en constante crecimiento va hacer más fuerte a medida que se den los cambios con la entrada del **TLC**, y esto también se aplica al profesionalista del Diseño Gráfico que debe tener



una conciencia a cerca de estos cambios y avanzar con los conocimientos paso a paso. Los avances que se dan a nivel tecnológico y de información hacen que sea una prioridad la constante actualización del profesionalista del Diseño Gráfico.

BIBLIOGRAFIA .-

- Aicher, Olt
Sistemas de signos en la comunicación visual.
Edit. Gustavo Gill
Barcelona, 1979

- American Institute of Graphic Arts
Symbol Signs: The system of / Pedetrian oriented
symbols development for the U.S. Department of
Transportation;
American Institute of Graphic Arts, New York:
Hasting 1981.-
240 pag.

- Berlo, K. David
El proceso de la comunicación
Buenos aires, 1978.

- Cleihelm, Walter
Signet_Signal_Symbol_Hanbuch Internationals
Zeichen
Editorial Barcelona

- Costa, Joan
Imagen Global
Ediciones CEAC
Barcelona, España, 1987

- Costa, Joan
Señalética
Ediciones CEAC
Barcelona, España, 1987

- Fiske, John
Introducción al estudio de la comunicación.
Editorial Norma.

- Frutiger, Adrian
Signo_Simbolo_Marcas
Editorial Gustavo Gilli.

- Victoroff, David
La publicidad y la imagen
Editorial Alianza y Forma.