



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**Diseño de Sistema Señalético para la Fábrica de Artes y Oficios
(FARO) de Oriente**

TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:
ANGELES YAOCÍHUATL HERNÁNDEZ GUERRERO

DIRECTORA DE TESINA:
LICENCIADA RUTH LÓPEZ PÉREZ

MÉXICO D. F. 2009



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas

Tesis Digitales

Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Dedicado con amor a mi madre y hermanos.

Agradezco a todas las personas especiales que integran mi mundo:
familia, amigos y profesores.



Índice

Introducción	3	3.3. Método aplicado en el desarrollo del Sistema	
Capítulo 1. Comunicación y Diseño	4	Señalético de Faro de Oriente	41
1.1. Comunicación	5	3.3.1. Contacto	41
1.1.1. Proceso de Comunicación	5	3.3.2. Investigación	42
1.2. Comunicación Visual	6	3.3.2.1. Antecedentes	42
1.3. Lenguaje Visual	7	3.3.2.2. Ubicación	43
1.4. Diseño Gráfico	9	3.3.2.3. Arquitectura	44
1.5. Semiótica	10	3.3.2.4. Servicios	45
1.5.1. Taxonomía de los Signos	11	3.3.2.5. Estructura y Funcionamiento	48
Capítulo 2. Diseño de Información	13	3.3.2.6. Planos	50
2.1. Diseño de Información	14	3.3.2.7. Tomas Fotográficas	55
2.2. Visualización y Esquemática	14	3.3.2.8. Señales Existentes	63
2.3. Señalética	16	3.3.3. Organización de la Información	65
2.4. Diferencias entre Señalización y Señalética	17	3.3.3.1. Cuestionario Señalético	65
2.5. Tipos de Señales	18	3.3.4. Desarrollo Gráfico	71
2.6. Elementos Formales	20	3.3.4.1. Diseño de Pictogramas	72
2.6.1. Reticula y Red	20	3.3.4.2. Elección de Fuente Tipográfica	82
2.6.2. Pictogramas	22	3.3.4.3. Primeras Ideas	83
2.6.3. Tipografía	24	3.3.4.4. Reticula y Bocetaje	85
2.6.4. Color	28	3.3.4.5. Propuestas a Color	91
2.6.5. Antropometría	31	3.3.4.6. Sistema de Señales Final Aprobado	100
Capítulo 3. Método	35	3.3.4.7. Ubicación y Visualización del Sistema	109
3.1. Método	36	Conclusiones	114
3.2. Método para Programas Señaléticos	38	Referencias Bibliográficas	116



Introducción

En la actualidad, debido a la globalización y la influencia que ejercen los medios de comunicación en la sociedad, ha aumentado la oferta y el acceso de las personas a productos y servicios, fenómeno en el cual el Diseño Gráfico y la Comunicación Visual ha tenido participación contribuyendo al establecimiento de una nueva cultura visual, tanto en lo social, político, económico y cultural, sin embargo, esta disciplina puede aplicarse no sólo en el ámbito comercial sino en diferentes áreas que no tienen fines de lucro, por el contrario, su objetivo primordial es transmitir información que pueda ser útil a las personas y a la sociedad. Esta área se denomina Diseño de Información y como una rama de ésta se desprende la Señalética que es la disciplina que hace los espacios más accesibles.

Este proyecto tiene como finalidad mostrar la utilidad de la señalética, disciplina derivada del Diseño Gráfico y la Comunicación Visual que, aunque no es de las más comunes, comerciales, que no pretende persuadir, convencer ni dar estatus, merece igual atención por parte de los diseñadores, porque al ser comunicadores, nuestro objetivo no es únicamente el vender algún producto, servicio o idea en general, sino buscar que nuestro trabajo sea útil a los usuarios sin distinción.

A lo largo de este trabajo observaremos el proceso que se siguió para la realización del diseño del Sistema Señalético de la Fábrica de Artes y Oficios (FARO) de Oriente, en el que se identificó esta necesidad porque se vuelve complicado ubicar algún espacio o

servicio ya que no cuenta con señalamientos que indiquen en qué lugar o dirección se encuentran las diferentes áreas, lo que ocasiona una pérdida de tiempo para las personas que acuden al lugar, pues no saben a dónde dirigirse, por lo que recurren a preguntar sobre la ubicación de algún servicio, esta situación se pretende resolver por medio de un Sistema Señalético, ya que la implementación de éste permitirá a los usuarios localizar en un mapa de sitio el área a la cual se dirigen, evitando así la pérdida de tiempo y esfuerzo que deben invertir al acceder a las instalaciones. Otra de las ventajas al implementar un Sistema Señalético además de hacer el espacio más transitable y accesible, es que la imagen institucional se refuerza y complementa, de manera discreta pero eficaz.

Para las referencias bibliográficas de esta investigación, se utilizó la técnica APA (Asociación Psicológica Americana), con este formato se emplean paréntesis dentro del texto en vez de notas al pie de página. Las citas en el texto, nos dará el nombre del autor y la fecha de publicación, información que llevará a la entrada bibliográfica correspondiente en el apartado “Referencias Bibliográficas”, al final de la Tesina, con la información completa sobre cada fuente citada en el texto.



Capítulo 1

Comunicación y Diseño



1.1. Comunicación

Desde sus inicios, el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse con sus semejantes, esta necesidad desarrolló su capacidad para relacionarse con otros mediante el intercambio de información, que al principio se basaba en señas y sonidos, evolucionado a un lenguaje abstracto, sintético y estructurado.

De acuerdo con Moles (1975 p. 118) “La comunicación es la acción por la cual se hace participar a un individuo situado en una época, en un punto dado, en las experiencias y estímulos del entorno de otro individuo situado en otra época, en otro lugar, utilizando los elementos de conocimiento que tienen en común.”

Debido a que la comunicación es una forma de relacionarse mediante el intercambio de información, se necesitan al menos de dos participantes: un **emisor** y un **receptor**, entendiendo el concepto de información como el conjunto de datos extraídos del entorno y estructurado de acuerdo a la intención del emisor. Toda la información se obtiene de los estímulos que recibe el hombre de su ambiente, ya sean naturales o sociales. Respecto a los estímulos naturales se refiere a los fenómenos naturales, condiciones atmosféricas, geográficas, etc; y entre los estímulos sociales encontramos la educación, política, religión, guerras.

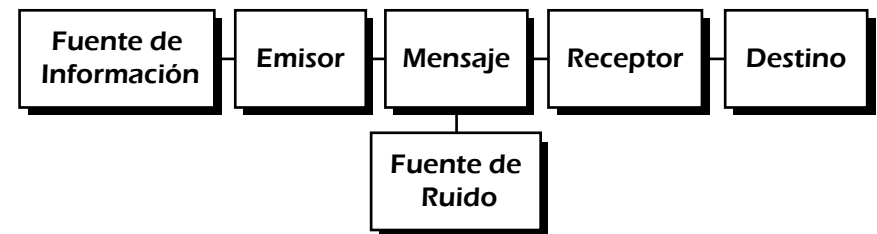
El objetivo de la comunicación es que la información que el emisor envía llegue lo más íntegra posible al receptor. Para

que ésto se logre es necesario que ambos posean los mismos referentes o experiencias a las que evocar, mismo lenguaje o idioma, de otro modo la comunicación se ve afectada ya sea obstaculizándola, dificultándola o impidiéndola.

1.1.1. Proceso de Comunicación

En 1949, dos ingenieros que trabajaban en una compañía telefónica en Estados Unidos publicaron su Teoría Matemática de la comunicación, ésta se centraba en el uso más efectivo de los métodos de comunicación y explicaba como comprimir y mandar el máximo de información posible por un canal sin perder las partes esenciales que afectan el significado del mensaje.

Estos ingenieros fueron Claude Shannon y Warren Weaver y su modelo es el siguiente:



La **fuentes de información** generalmente es una persona o grupo de personas con ideas, intenciones y objetivos, que decide



ponerse en contacto y transmite un **mensaje** a través de un canal portador, el **emisor** convierte (o codifica) el mensaje en una señal que posteriormente el **receptor** que es la persona o personas en el extremo contrario de la fuente, quien recibe y vuelve a convertir (descodificar) el significado del mensaje. Así una conversación telefónica utiliza un micrófono para codificar y transmitir el mensaje y un auricular para descodificarlo. Un programa de radio está codificado en ondas hertzianas antes de ser enviado a un transistor, que lo vuelve a descodificar convirtiéndolo en sonido.

Un aspecto muy importante es que para considerar cerrado el ciclo de la comunicación el receptor debe responder después de recibido el mensaje, entendiendo ésta respuesta como un cambio de su comportamiento o pensamiento, no necesariamente alguna acción. De este modo, la Teoría de la Comunicación no es fruto de un estudio de lo visual, sino que nace de la tecnología, aunque después se adaptó esta teoría a la Comunicación Visual.

1.2. Comunicación Visual

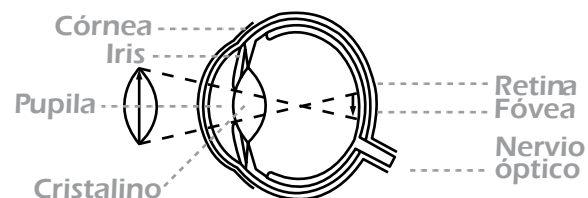
En su vida diaria, el ser humano está expuesto a estímulos que le permiten conocer su entorno mediante la **percepción**, definiéndola como la captación del entorno a través de los sentidos; es un acto físico que consiste en recibir impresiones sensoriales.

Refiriéndonos específicamente a **percepción visual**, ésta consiste en registrar ondas luminosas y responder con una sensación.

Como nos explica Costa (1998 p. 49) "Percibir no es ver: es mirar, participar activamente" Esto quiere decir que la percepción no depende únicamente de los órganos fisiológicos, sino también de las motivaciones psicológicas de un individuo. Es decir que implica dos sistemas: el fisiológico y el psicológico.

Percibir es un proceso que se inicia en la sensación óptica de los rayos luminosos incidiendo en la retina, sin forma ni significado y termina con el descubrimiento del sentido de lo que se ha percibido. Pero entre este inicio y fin hay otras fases:

- **SENSACIÓN:** Es el efecto de la excitación óptica, es el estímulo que inicia el proceso y es puramente fisiológico.



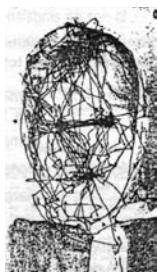
- **SELECCIÓN:** Es la fase siguiente, en la cual una parte del campo visual es destacada y separada del resto. Fisiológicamente, esta etapa se refiere a que el ojo registra las imágenes más precisas en el punto central, pero recordemos que la selección de los estímulos tiene una base psicológica, ya que en todo



caso hay algo en el campo visual que nos importa distinguir más claramente que cualquier otra parte en este campo visual.



- **EXPLORACIÓN:** Es la fase en la que el ojo se centra en el estímulo seleccionado. Es la prolongación activa del acto de ver, es un acto consciente, en esta etapa la mirada vaga, viaja por la superficie del mensaje y se desplaza de un punto a otro, viene y va tomando del mensaje un elemento tras otro, estableciendo una relación entre ellos, esto implica un desciframiento del sentido, del mensaje, de la información.



- **PERCEPCIÓN:** Es la fase en la que culmina el trabajo del ojo, el proceso cognitivo de la visión. La percepción conduce al reconocimiento del estímulo sentido, seleccionado y explorado.

- **INTEGRACIÓN:** en ésta fase, el mensaje visual captado es interpretado y hecho conocimiento en el cerebro.

En resumen, en la primera parte de la percepción sólo conocemos las cosas, en la integración es cuando el conocimiento se vuelve significativo y almacenado para acceder a él cuando sea necesario u olvidado, Shakespeare (2003 p. 15) nos lo explica de la siguiente manera: "Toda percepción implica una búsqueda de significado".

Como la comunicación es una interacción, la comunicación visual no se refiere únicamente a la percepción de mensajes visuales, sino también a la producción de éstos. Podemos entonces definir a **la comunicación visual como el sistema de transmisión y percepción de señales, cuyo código es el lenguaje visual**.

1.3. Lenguaje Visual

Un lenguaje es un grupo de elementos que pueden articularse entre sí para designar una idea, tiene que poseer una estructura bien organizada para lograr la comunicación y que al ser usados por el hombre, permitan codificar y almacenar información.



Para que exista un lenguaje, tiene que haber una convención, es decir, un acuerdo de que una cosa representará a otra y así pueda ser leído y entendido dicho **código**.

El lenguaje visual es el sistema de comunicación más antiguo que se conoce, pues antes de que el ser humano articulara un lenguaje escrito, comenzó a realizar representaciones visuales de otros seres humanos y de animales en las paredes de las cuevas.

Cada sistema de comunicación tiene un procedimiento que conocen tanto el receptor como el emisor y que hace posible el intercambio de información entre ellos, así como la creación de conocimiento. Nos dice Acaso (2006 p. 25) que el “lenguaje visual es el código específico de la comunicación visual”, es un sistema con el que podemos crear mensajes y recibir información a través del sentido de la vista.

Las principales características del lenguaje visual son la **inmediatez**, es decir, que no necesita aprenderse para entender su significado, pues se ha aprendido desde el nacimiento a través de la experiencia; otra característica es su **facilidad de penetración** ya que ver requiere menos esfuerzo y esto se debe a que una imagen nos expresa información que se parece a la realidad, lo que nos da su tercer característica que es la **universalidad**, esto quiere decir que puede ser entendido más fácilmente que otros lenguajes por personas de integrantes diferentes culturas.

Existen dos grandes grupos de elementos con los que construimos los significantes y significados de los mensajes visuales y con los que organizamos, ordenamos y jerarquizamos esos elementos. Las primeras son **Elementos de configuración** (punto, línea, contorno, tono, color, textura, escala y dimensión) son las herramientas visuales que representan la sustancia básica de lo que vemos.

Las segundas **Elementos de organización**, los que nos permiten una ordenación de los elementos visuales anteriores dentro de un espacio que corresponde al soporte o formato que responde a una **jerarquización** para la transmisión de significados.

Esta generación de significado a través de un sistema de organización se denomina **composición** y nos ofrece diferentes técnicas visuales agrupadas en dipolos para la creación de significados. Estas técnicas son: unidad o fragmentación, equilibrio o inestabilidad, simetría o asimetría, regularidad o irregularidad, simplicidad o complejidad, economía o profusión, reticencia o exageración, predictibilidad o espontaneidad, actividad o pasividad, sutileza o audacia, neutralidad o acento, transparencia u opacidad, coherencia o variación, realismo o distorsión, singularidad o yuxtaposición, secuencialidad o aleatoriedad, agudeza o difusividad y continuidad o episodidad. Estas técnicas nos dan una gran variedad de significados a los que evocar que dependerán siempre del sentido del mensaje.

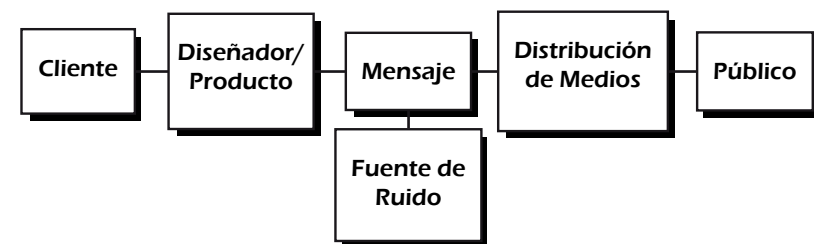


1.4. Diseño Gráfico

El Diseño Gráfico es la disciplina que se encarga de la comunicación visual mediante la construcción de mensajes por medio de elementos del lenguaje visual y métodos particulares. El Diseño Gráfico y la Comunicación Visual no son simplemente un producto o un mensaje, sino el proceso mediante el cual se llega a éste. Shakespeare (2003 p. 56) define el “diseño como plan mental” y Baldwin (2007 p. 156) lo define como “un iceberg, en el cual el 90% de la comunicación visual está oculta bajo la superficie, pero constituye su fuerza”. Esto implica la capacidad de analizar problemas, obtener información, analizarla, sintetizarla y resolver problemas desde diferentes perspectivas y de una manera creativa.

El Diseñador Gráfico es ante todo un comunicador. Nos explica Samara (2008 p. 6): “toma una idea y le da forma visual para que otros la entiendan, la expresa y organiza en un mensaje unificado, sirviéndose de imágenes, símbolos, colores y materiales tangibles”, por lo tanto, se convierte en intermediario entre Emisor y Receptor, que traduce las necesidades del primero en un mensaje visual, pero debe atender también a las motivaciones del segundo para que éste tenga aceptación entre el segmento de la población al que va dirigido, de ahí la relevancia de la **objetividad** del Diseñador Gráfico para traducir estos mensajes mediante el lenguaje visual.

Con lo anterior podemos ver de qué manera se inserta el diseño gráfico en el proceso de la comunicación, adaptándolo al modelo de Shannon y Weaver nos queda de la siguiente manera:



El proceso de diseño empieza cuando el **cliente**, cuyo objetivo es insertar en la sociedad algún producto o mensaje, recurre a un **diseñador** que convierte éstos datos en un **mensaje** creativo con un propósito definido que dan como resultado el Producto del diseño, que se insertará en el ambiente o entorno por medio de la **distribución de medios** y llegará al **público**, que es un sector de la población y tiene necesidades, deseos y motivaciones.

Este mensaje puede ser alterado, según Shannon y Weaver, por una **Fuente de Ruido**, la cual se refiere a tres tipos de problemas que se pueden presentar tanto en la comunicación visual como en cualquier otra y se resuelven respondiendo a las siguientes preguntas:

- **Nivel A “TÉCNICO”**: ¿con qué precisión podemos comunicar nuestro mensaje? ¿Qué sistema debemos utilizar para codifi-



car y decodificar nuestro mensaje? ¿Es compatible universalmente o requiere un equipo o conocimientos especiales?

- **Nivel B “SEMÁNTICO”**: ¿Con qué precisión el lenguaje, los símbolos o los códigos que hemos elegido, contienen el significado que pretendemos transmitir? ¿qué parte del mensaje se puede perder sin perder también su significado? ¿qué lenguaje debe utilizarse?
- **Nivel C “EFECTIVIDAD”**: ¿nuestro mensaje afecta al comportamiento tal como pretendíamos? ¿qué podemos hacer si no se producen los efectos esperados?

Controlando estos tres niveles, evitamos la distorsión del mensaje, facilitando así la óptima percepción del mensaje.

1.5. Semiótica

Las teorías que aplicamos al Diseño Gráfico y la Comunicación Visual, proceden del estudio de la ciencia general de los signos, conocida en Europa como **Semiología** y en Estados Unidos como **Semiótica**. Menciona Baldwin (2007 p. 22) que esta ciencia fue propuesta por dos personas en la misma época, al inicio del siglo XIX **Ferdinand de Saussure** (1875-1913), profesor suizo de lingüística que consideraba la semiótica como la estructura de la comunicación, y el filósofo norteamericano **Charles Sanders Pierce** (1839-1914) quien la define como un proceso social. La

diferencia más significativa entre estos dos estudios fue que el de Saussure al ser un estudio lingüístico, no daba tanta importancia al papel que jugaba el lector en el proceso, por el contrario, en el estudio de Pierce éste era un punto clave.

Para Acaso (2006 p.23) “la Semiótica se puede definir como el campo del saber que estudia los signos”. Lo anterior queda demostrado con el origen etimológico de ambos términos: Semiología: del griego semio (signo) y del latín logía (estudio de) Semiótica: del griego semio y ótica (ciencia de).

Pero existe otra sub-rama denominada **Semiología de la Imagen** o **Semiótica Visual** que se deriva de la Comunicación Visual en conjunción con la Semiótica y Acaso (2006 p. 24) la define como: “el área de conocimiento donde se estudia la significación de los mensajes codificados a través del lenguaje visual”. Esta definición está más enfocada a nuestro propósito, ya que la primera se centra en el significado de todo tipo de signos y la Semiótica Visual sólo se ocupa de los signos visuales.

Dentro de la Semiología de la imagen y siguiendo con Acaso (2006 p. 32) “representar consiste en sustituir la realidad a través del lenguaje visual”. Por consiguiente, el representar es un acto subjetivo, ya que pasó por la interpretación del autor que se desenvuelve en un contexto específico y al ser percibido por el receptor, quien también está ubicado en otro contexto específico le dan un significado propio.



Un signo es cualquier cosa que representa a otra, un signo visual es cualquier cosa que represente a otra a través del lenguaje visual y éste es la unidad de representación. Un signo consta de dos elementos fundamentales, estos son: el **significante** y el **significado**. La palabra (su sonido o escritura) es el significante, y el objeto que representa, el significado.

Para entenderlo mejor:

SIGNIFICANTES

perro (español)
dog (ingles)
chien (francés)
hund (alemán)
cane (italiano)

SIGNIFICADO



Nos dice Crow (2008 p. 18) que “el signo se crea por la unión de ambos elementos”.

1.5.1. Taxonomía de los Signos

Pierce definió tres categorías de signos:

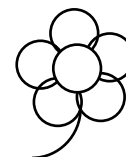
- **ÍCONO**: es similar al signo, es decir que se parece físicamente a aquello que representa, por ejemplo una fotografía de alguien o algunas palabras onomatopéyicas.



Zaz!

Wow!

- **ÍNDICE**: Existe una relación directa entre el significante y el significado, aunque no es la representación fiel del objeto que evoca.



- **SÍMBOLO**: En esta clase de signos no hay conexión lógica entre el signo y su significado, para funcionar dependen de que la persona que los percibe haya aprendido la relación entre signo y su significado.



Como lingüista, Saussure no estaba interesado en los signos de tipo índice, ya que su interés primordial se centraba en las palabras. Las palabras son signos de tipo simbólico. Saussure dividió los signos en dos categorías muy similares a las de Pierce.



- **ICÓNICOS:** Al igual que los íconos de Pierce, se asemejan a la cosa que representan.

- **ARBITRARIOS:** Son los mismos que los símbolos de Pierce. La relación entre significante y significado es arbitraria, es decir funcionan según normas acordadas.

Todos los signos, pertenezcan a cualquiera de las categorías antes mencionadas pueden tener dos niveles de lectura: el **nivel denotativo** y el **nivel connotativo**.

Nos explica Crow (2008 p. 57) "el Nivel Denotativo es lo que se representa y el Nivel Connotativo es cómo se representa". Con esto podemos concluir que el nivel denotativo se refiere a la realidad física del objeto, cuyo significado es directo y tiene que ver con el aspecto material, físico y tangible del mensaje. Por el contrario, en el nivel connotativo el lector realiza un papel activo en este proceso al aplicar su conocimiento en la lectura de la imagen, al hacer esto, el significado resulta afectado por el contexto y la experiencia del observador, es decir, la connotación es subjetiva en la medida en que el lector le asigna un significado propio de acuerdo al contexto cultural de la imagen que se está leyendo. En otras palabras, **el discurso denotativo es el mensaje objetivo o nivel físico del signo y el discurso connotativo es el mensaje subjetivo del signo o nivel simbólico**.

Para entenderlo mejor, tomaremos como ejemplo la identidad Gráfica de Faro de Oriente.



Nivel Denotativo	Nivel Connotativo
• Forma ojal (síntesis de estructura metálica que representa el faro) dividida simétricamente por un eje vertical y uno horizontal, círculo en la parte central. • A la derecha del Faro encontramos la palabra faro en letra tipo stencil y debajo el significado de la sigla: Fábrica de Artes y Oficios de Oriente. • Color negro.	• El Faro representa una guía que busca retirar a los jóvenes de las calles y mantenerlos activos a través del acercamiento a la cultura y las artes. • La luz que el faro proyecta simboliza el conocimiento, la cultura y las artes. • Por medio de la sencillez del código cromático y tipográfico se busca reflejar la accesibilidad de esta dependencia.



Capítulo 2

Diseño de Información



2.1. Diseño de Información

El Diseño Gráfico puede servir para muchos fines, desde decorar o persuadir, pero también para informar y transmitir conocimiento.

De tal modo que dentro del amplio espectro que abarca el Diseño Gráfico podemos encontrar dos grandes divisiones. Una enfocada al comercio, la publicidad y el marketing; y otra dedicada a la transmisión de mensajes útiles para los individuos y la sociedad.



La principal diferencia entre estos dos tipos de diseño es que el primero busca atraer la atención, seducir, motivar, convencer y persuadir al usuario a tomar una línea de acción, y el segundo, denominado **Diseño de Información**, busca transmitir datos que al ser asimilados se conviertan en conocimiento. La diferencia entre estas dos divisiones, diseño gráfico y diseño de información tiene que ver con la ética y el propósito de lo diseñado.

El concepto de Diseño de Información describe la parte del diseño gráfico orientado específicamente a **difundir mensajes útiles y utilizables** para los individuos y la sociedad; éste nace en contraste con toda la saturación del “diseño basura”.

Como disciplina, el Diseño de Información tiene como objetivo primordial la **comunicación eficiente de la información**, lo que conlleva la responsabilidad de que el contenido sea correcto y objetivo en su presentación, ya que intenta mostrar datos necesarios para permitirle al usuario tomar algún tipo de decisión. El diseño de información en el sentido más amplio nos explica Wilbur (1998 p. 6) “consiste en la selección, organización y presentación de la información para una audiencia determinada”. La información puede obtenerse de cualquier lugar, pero tiene que representar novedad, es decir, ofrecer material que no conocíamos, de otro modo el cerebro la rechaza.

El diseñador de información es un transformador de información en un modelo visual capaz de revelar su esencia mediante un lenguaje que una audiencia en particular pueda captar fácilmente.

2.2. Visualización y Esquemática

El mundo visible es lo que podemos percibir directamente con nuestros sentidos, específicamente el de la vista y está limitado por nuestra capacidad visual. A través de la historia, el hombre ha inventado herramientas para sobrepasar los límites fisiológicos

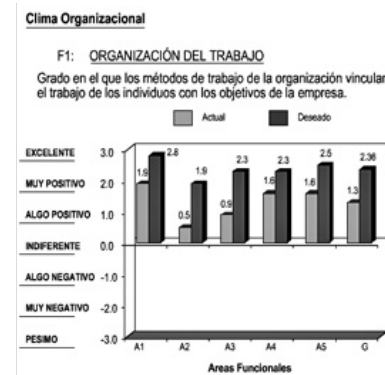


y ampliar este mundo visible, de tal manera que en la actualidad contamos con telescopios, rayos X, entre otras herramientas.

A pesar de todas estas herramientas con que el hombre cuenta, aún hay fenómenos que no puede alcanzar y esto se debe a que dichos fenómenos no son de naturaleza visual. En consecuencia, la manera en que nos acercamos a estos fenómenos es por medio de la **Visualización** que **consiste en hacer visible y comprensible al ser humano fenómenos de la realidad que no son accesibles al ojo**, y que aunque no son de naturaleza visual tenemos que aprender, realizar, descubrir, retener o utilizar.

Visualizar es trabajo del visualista, del diseñador gráfico, del ilustrador, del esquematista, del comunicador visual y como nos explica Costa (1998 p. 14) “consiste en transformar datos abstractos y fenómenos complejos de la realidad en mensajes visibles, haciendo así posible a los individuos ver con sus propios ojos tales datos y fenómenos que son indirectamente inaprensibles, y por lo tanto imaginables y comprender a través de aquéllos, la información, el sentido oculto que contienen”

Visualizar es tanto un proceso como un resultado. Como proceso, es la comprensión, asimilación, síntesis y transmisión de un fenómeno por parte del visualista y como resultado, un documento llamado **esquema** que transmite información. Por esta razón la visualización es un acto comunicativo que responde a la necesidad de conocimiento.



Esquematizar significa construir esquemas a partir de datos, elementos y fenómenos abstractos. La **esquemática** es la ciencia de la comunicación visual que estudia el lenguaje gráfico de los esquemas como mensajes y la esquematización como procedimiento para la visualización de conocimientos que no son visibles en la realidad y transformarlos en información.

Un esquema es una figura gráfica que no representa objetos reales, pero si las relaciones existentes entre elementos de una estructura, proceso o fenómeno. Debido a que representan fenómenos de manera precisa y abstracta no se vale de imágenes pero si de texto aunque en mínima cantidad. Esquematizar es el proceso de transformación gráfica de fenómenos no visuales construyendo formas gráficas abstractas, pero también es aplicar criterios de síntesis e inteligibilidad con fines informacionales.



Debido a que los esquemas son sometidos a síntesis y por consiguiente abstracción, son contrarios a las imágenes icónicas. La **iconicidad** es la característica que poseen las imágenes al ser lo más parecida posible al objeto que representa.

Ya que los esquemas no son imágenes ni texto exactamente su percepción es diferente. En primer lugar se perciben igual que las imágenes pero el proceso que sigue después de la percepción es diferente, en las imágenes consiste en un reconocimiento y asociación con el objeto de la realidad que representa y en los esquemas se percibe en primer lugar su configuración a partir de la jerarquización de elementos y puntos clave en los que el ojo hace su recorrido tejiendo redes, asociando ideas hasta descifrar el contenido o mensaje



2.3. Señalética

Dentro del área de Diseño de Información podemos encontrar a la **Señalética**, que es la disciplina que tiene como objetivo hacer fácilmente accesibles los espacios en los que se desenvuelven los individuos, es decir, que se encarga de informar a éstos sobre los

servicios prestados en un determinado lugar y que a través de ésta información cada usuario se oriente de acuerdo a sus necesidades o motivaciones.

La Señalética se vale de señales para la transmisión de mensajes. Se define como señal, según Aicher y Krampen (1991 p. 9) “elemento que se origina exclusivamente para la transmisión de mensajes”, es decir, el emisor le asigna a la señal un significado, el receptor percibe ésta señal y le asigna otro significado, el cual es correcto únicamente si coincide con el asignado por el emisor, de ésta manera las señales son adecuadas para transmitir cierto tipo de mensajes ya que al mismo tiempo excluyen otros para los que éste sistema, debido a sus características, no es adecuado. En señalética, una señal es el soporte o formato mediante el cual se transmite información.

Ubicamos a la Señalética dentro del campo de Diseño de Información porque los datos que nos ofrece la Señalética no dirigen nuestro comportamiento, únicamente nos provee de información útil e instantánea, esto quiere decir que nos da información con un intervalo mínimo de tiempo entre la percepción de las señales y la acción que decidamos tomar. Por esta misma razón la Señalética es **efímera**, esto quiere decir que después de haber cumplido su función, las señales son borradas de nuestra memoria, no permanecen. Al ser instantánea debe ser inequívoca, es decir que lo que se percibe debe ser **reconocible**, **legible**, **entendible** y por consecuencia debe ser lo más **explícita** posible.



Una definición integral es la proporcionada por Costa (1987b p. 10) de la Señalética es “Sistema de señales visuales o mensajes espaciales de comportamiento”. La señalética es un **sistema** porque las señales que la conforman trabajan coordinadas entre sí; se les denomina **señales visuales** porque son estímulos breves que inciden en la visión, es decir que se perciben con los ojos; son **mensajes** porque contienen información que al momento de la percepción se convierte en un conocimiento, son **espaciales** porque se integran al entorno al que están haciendo accesible y finalmente son **comportamentales** porque en la medida que orienta, determina el comportamiento de los usuarios.

El diseño de **Sistemas o Programas** como lo denomina Costa es diferente de diseñar objetos aislados porque son problemas únicos, es decir que no tienen continuación en otros objetos complementarios. Algunas de las características de los programas es que dan un conjunto de soluciones de diseño formando un plan operacional y que los elementos que lo componen, en este caso las señales, están articuladas entre sí. Otra característica es que tienen serialidad, es decir que son parte de una serie y tienen que tener en cuenta la adaptabilidad a necesidades futuras.

2.4. Diferencias entre Señalización y Señalética

Costa (1987b p. 120) nos presenta un cuadro comparativo en el que establece las principales diferencias entre las disciplinas de Señalética y Señalización.

Señalización	Señalética
1. Tiene por objeto la regularización de flujos humanos y motorizado en el espacio exterior.	1. Tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio (interior y/o exterior).
2. Es un sistema determinante de conductas.	2. Es un sistema más optativo de acciones. Las necesidades son las que determinan el sistema.
3. El sistema es universal y está creado como tal íntegramente.	3. El sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular.
4. Las señales preexisten a los problemas itinerarios.	4. Las señales y las informaciones escritas son consecuencias de las necesidades precisas.
5. El código de lectura es conocido a priori.	5. El código de lectura es parcialmente conocido.
6. Las señales son materialmente normalizadas y homologadas y se encuentran disponibles en la industria.	6. Las señales deben ser normalizadas, homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente.
7. Es indiferente a las características del entorno	7. Se supedita a las características del entorno.
8. Aporta al entorno factores de uniformidad.	8. Aporta factores de identidad y de diferenciación.
9. No influye en la imagen del entorno.	9. Refuerza la imagen pública o la imagen de marca de las organizaciones.
10. La señalización concluye en sí misma.	10. Se prolonga en los programas de identidad corporativa o deriva de ellos.



Con este cuadro podemos determinar que las diferencias más representativas entre éstas disciplinas son que la primera se enfoca al campo vial, resuelve siempre las mismas situaciones por lo que se ha estandarizado y universalizado, a diferencia de la la Señalética, que cada programa se aplica a un espacio específico y propio, un mismo Sistema Señalético no podrá resolver las situaciones de dos lugares diferentes, ya que cada uno tendrá necesidades particulares, debido a ésto, cada Sistema Señalético es irrepetible porque éste se integra al programa de identidad gráfica del lugar en el que se establecerá. La señalización debe cumplirse y la Señalética nos da opciones para que nosotros decidamos nuestras propias acciones de acuerdo a nuestras necesidades.

2.5. Tipos de Señales

- **Orientadoras:** Los rótulos, como denomina a las señales Sims (1991) orientadores sirven para situar a los usuarios en un entorno. Tales rótulos incluyen mapas, vistas esquemáticas, planos en los puntos de entrada y en puntos cruciales.



- **Informativos:** Gran parte de los rótulos pueden identificarse como informativos. La información que contienen no se encuentra en forma de libro, más bien puede referirse a horas de apertura, mercancía, acontecimientos previstos, etc. La forma del rótulo varía enormemente según la información que se quiera transmitir.

Horario:

**Lunes a Viernes
De 9:00 a 14 y 16 a 18**

Los directorios informativos son vehículos para enumerar gran cantidad de información. Se utilizan en muchos contextos, como restaurantes, áreas de recepción, comercios al detalle. Si son claros y están bien situados ayudan a evitar confusiones y preguntas al personal. Los rótulos informativos muestran a la gente lo que debe o no debe hacer; éstos suelen situarse aparte de todos los demás rótulos.

- **Direccionales:** Los rótulos direccionales son instrumentos explícitos de circulación. Generalmente forman parte de un sistema de señalización, ya sea de carreteras o de un entorno cerrado. Los sistemas de señalización en ambientes de circulación muy intensa, como aeropuertos y hospitales son esenciales para la utilización eficaz y segura de las instalaciones por parte de los usuarios.



- **Identificativos:** Los rótulos identificativos son esencialmente instrumentos de designación que confirman destinos o establecen reconocimiento de una ubicación concreta. Los rótulos pueden designar una obra de arte, una estructura, un edificio o grupo de edificios y ambientes. En general, esta forma tradicional de identificación denota algún tipo de propiedad y suele ser de carácter exclusivo o individual. Las grandes empresas utilizan sistemas de rótulos coherentes, fabricados en serie, como parte de sus programas de “identidad de empresa”.



- **Reguladores:** Los rótulos reguladores exhiben las normas de orden, para la conducción o prohibición de actividades pre-escritas por las ordenanzas locales, los propietarios u otras autoridades. Su existencia tiene como misión principal la salvaguarda de las personas contra el peligro. Estos rótulos son obligatorios para productos químicos peligrosos, maquinaria, edificios públicos y diversas formas de transporte. Los rótulos de esta categoría incluyen anuncios legales, normas de seguridad, instrumentos de control de tráfico, señales y rótulos de salidas. También sirven para informar a la gente sobre procedimientos en casos de emergencia como incendio, terremotos, etc.



- **Ornamentales:** Los rótulos ornamentales adornan, realzan o embellecen el aspecto o efecto general de un ambiente o de sus elementos particulares. Tales rótulos pueden incluir banderas, vallados, tabloneros, placas conmemorativas, etc.



2.6. Elementos Formales

2.6.1. Reticula y Red

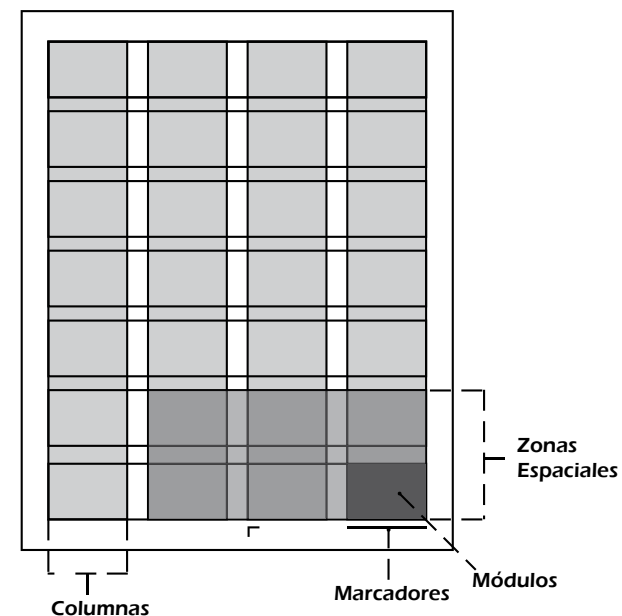
Samara (2004 p. 199) nos dice que “las soluciones de diseño cobran vida cuando todos los elementos se relacionan entre sí de manera clara”, esto se logra a través de la composición y la estructura sobre la que este basada la composición.

Las estructuras son soportes geométricos de construcción y distribución, resultado de la partición de un espacio, provocando la repetición de elementos y creando la sensación de ritmo, además son herramientas que nos ayudan y facilitan el trabajo de composición en cualquier trabajo de diseño ya que son estructuras que dan coherencia, relación y hacen manejable la información. El trabajar con soportes geométricos no debe darnos la impresión de limitar nuestro trabajo o encerrarlo, sino observar que nos da una amplia variedad para la composición de trabajos y siempre de manera coherente debido al apoyo que éstas estructuras representan. Nos comenta Samara (2008 p. 202) que “algunos beneficios que se obtienen al trabajar con éstas herramientas son claridad, eficiencia, economía y continuidad”. Los dos tipos de estructuras de construcción y distribución de elementos son:

- **Reticula.** Comenta Klanten (2008 p. 42) que “una retícula sirve para organizar un área de diseño, ayuda a distribuir, organizar, dar armonía, correspondencia y apoyo a los elementos gráficos

que integren una composición”, ya que todos deberán ajustarse a esta. Una retícula, nos dice Samara (2008 p. 203) “ayuda a distinguir entre distintos tipos de información y facilita el camino que recorrerá el lector”, ya que establece relaciones entre texto e imagen, lo que hace comprender mejor el texto, además, en cuanto a composición, asegura un resultado exacto y calculado. Para construir una retícula adecuada, debe evaluarse tanto la forma como el volumen del contenido.

Los elementos básicos de una retícula, nos enlista Samara (2008 p. 203) son:





- **Márgenes:** son los espacios entre el límite del formato y el contenido que rodean y definen el campo de trabajo en la que se disponen textos e imágenes. Éstos pueden ayudar a crear tensión centrar la atención o como descanso para la vista.
- **Líneas de flujo:** son alineaciones que dividen el espacio horizontalmente y ayudan a dirigir la mirada a través del formato.
- **Columnas:** son alineaciones verticales de texto que crean divisiones horizontales entre los márgenes, puede haber cualquier número de columnas, de la misma anchura o presentar anchuras diferentes.
- **Marcadores:** son indicadores de lugar para el texto subordinado como los encabezamientos de página, títulos de sección, folios y cualquier otro elemento que ocupe un único lugar constante.
- **Módulos:** son unidades individuales de espacio separado por intervalos regulares que cuando se repiten por todo el formato crean columnas y filas.
- **Zonas Espaciales:** son grupos de módulos que forman campos definidos que pueden cumplir una función determinada, por ejemplo contener texto o imágenes.

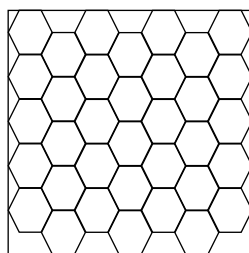
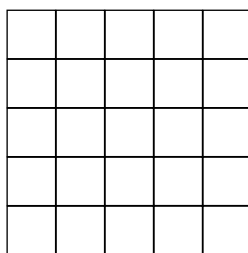
En el siguiente ejemplo podemos comprobar el potencial de una retícula para disponer y proporcionar el contenido, considerando las columnas para texto y las áreas grises para las imágenes.



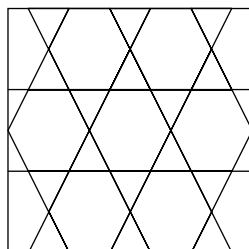
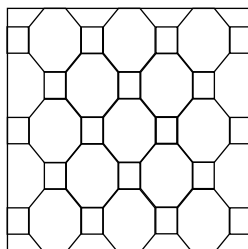


• **Redes.** Las redes espaciales son estructuras de construcción matemática y se caracterizan por estar conformadas por módulos repetitivos unidos tangencialmente. Comenta Leoz (1968 p. 85) que las redes espaciales se pueden dividir en dos:

- **Redes regulares o de primer orden.** Son aquellas en las que el módulo básico se repite exactamente igual en cuanto a forma y tamaño, sin importar su posición, producen la división de la superficie sin dejar intersticios.



- **Redes irregulares o de segundo orden.** Tienen como característica estar compuestas por dos o más módulos que varían en forma y/o similitud en cuanto a peso visual.



Las redes espaciales o pauta modular como la llama Costa (1987b p. 144) “constituye un armazón común a toda la serie de pictogramas” y será creada para dar un orden, sentido, soporte y familiaridad a la construcción gráfica de todos los pictogramas que integren el programa debido a que está conformada por fragmentos manejables articulados entre sí.

Para que una pauta o red nos de una amplia variedad de funciones tiene que estar bien planeada, para que a través de ella podamos tener varias opciones de diseñar los pictogramas. Al basarnos en una pauta o red, las construcciones que hagamos en base a éstas, se caracterizarán por ser congruentes ya que se disponen en función de la estructura de construcción que hayamos elegido.

2.6.2. Pictogramas

Al igual que cualquier medio de comunicación, la Señalética tiene características y modo de operación que la diferencia de los demás y la hacen apropiada para la transmisión de algunos mensajes. El elemento característico de la señalética son los pictogramas.

Los pictogramas son signos que representan cosas y objetos de la realidad, con **alto grado de iconicidad**, es decir, que se parecen al objeto al que representan. De acuerdo con esta definición, sólo podemos hacer pictogramas de objetos de naturaleza visual, no así de fenómenos complejos o procesos que no son de esta naturaleza porque los pictogramas siempre son **figurativos**.



Lo más importante en el diseño de pictogramas, nos explica Zymmermann (1984 p. 10) es “reducir la imagen u objeto al que representan a sus elementos más básicos y expresivos” pero siempre manteniendo relación con el objeto representado para hacer inmediato su reconocimiento y asociación



Los pictogramas utilizados en programas señaléticos deben ser exactos, deben guardar relación con el objeto que representan para que su percepción sea inmediata e inequívoca, esta es una de las principales razones para su uso, ya que al ser representaciones figurativas se reconoce lo que están representando, no así con la diversidad lingüística con que se puede nombrar un objeto, sin contar la gran diversidad de idiomas.

Algunos puntos importantes a destacar de este tipo de comunicación es que su eficacia es limitada, ya que es más fácil representar servicios que pueden evocarse con un objeto, no así la representación de un proceso u actividad que tenga interacciones complejas o abstractas. **Es más perjudicial el exceso de pictogramas que su escasez**, por esta razón deberán considerarse sólo los realmente esenciales. Empleados con propiedad, los pictogramas

facilitan la información ya que la hacen inmediata e inequívoca. Así mismo, bien planeados y realizados pueden ser ampliamente adoptados.

Toda comunicación visual, incluidos los símbolos y pictogramas, posee tres dimensiones: **semántica**, **sintáctica** y **pragmática** que deben ser consideradas para la concepción y evaluación de su eficacia.

- La **dimensión semántica** se refiere a la relación entre una imagen visual y su significado, es decir, qué tanto se parece al elemento que evoca, si se reconoce y comprende correctamente.
- La **dimensión sintáctica** se refiere a la relación entre una imagen visual y otra, esto se refiere a qué familiaridad y uniformidad tiene el sistema de pictogramas.
- La **dimensión pragmática** se refiere a la relación entre la imagen visual y el usuario, es decir si es visible a simple vista, esta bien iluminado, si se comprende, si puede reproducirse fácilmente.

Las dimensiones anteriores concuerdan con las exigencias de calidad de un signo gráfico que nos menciona Plass (2004 p. 19) “se trata en primer lugar de la idea, el grado de abstracción, la solución formal y sobre todo la combinación de éstos tres aspectos”. Al realizar una serie de pictogramas, se deben establecer criterios



para su trazado, para que de ésta forma tengan coherencia y familiaridad entre sí, esto no resulta fácil debido a la diferencia entre las características propias de las áreas que se buscan señalar, pero es posible lograrlo por medio del mismo grado de simplificación o abstracción de las imágenes, para darles coherencia, grosor de líneas, suavizar bordes, envolventes constantes, la proporción del símbolo con respecto a la envolvente, mismas perspectivas o simetrías, etc.

2.6.3. Tipografía

Una familia tipográfica, define Klanten (2008 p. 70) es el grupo o variedades completas de distintos tipos disponible para una fuente, entendiendo ésta como un grupo de caracteres completo. De acuerdo con sus características, todas las fuentes tipográficas pueden clasificarse en 5 grandes familias:

- **Romanas:** son aquellas cuyos trazos son de grueso diferente y tienen los extremos terminados por pequeñas prolongaciones o patines finos, son ideales para textos amplios por su excelente grado de legibilidad, incluso en tamaños muy pequeños.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**
Fuente: Times New Roman 15 pt

- **Egipcias:** sus trazos son del mismo grueso, sus terminaciones o patines son cuadrados, son difíciles de leer en tamaños pequeños pero son excelentes para destacar títulos o textos breves en tamaños grandes.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**
Fuente: Rockwell 15 pt

- **Palo Seco:** sus trazos son uniformes pero a diferencia de las romanas y egipcias no tienen patines, al igual que las romanas tienen buena legibilidad.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**
Fuente: Tahoma 15 pt

- **Caligráficas:** imitan la escritura a mano, por lo que no tienen una legibilidad óptima, por esta razón no es recomendable para la composición de textos, por el contrario, es útil para envolventes o todo tipo de rótulos fuera del texto principal.

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz*
Fuente: Lucida Calligraphy 15 pt



- **Ornamentales:** son formas decorativas que producen un gran impacto o crean efectos especiales, por esta razón son muy difíciles de leer pero resultan útiles como elementos de adorno en el diseño y funcionan mejor cuando su tamaño es mayor y se utilizan en palabras aisladas o en frases muy cortas.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Fuente: Jokerman 15 pt

Todas las familias tipográficas, independientemente de la clasificación anterior, presentan las siguientes características:

- **Forma:** Por su forma, toda la tipografía se puede presentar en altas o bajas (mayúsculas o minúsculas)

A a B b C c D d

- **Inclinación:** Encontraremos dos variables, la redonda, cuyo eje vertical es perpendicular a la línea de la base, y la cursiva o itálica, cuyo eje vertical se encuentra aproximadamente inclinado 13° en relación al eje perpendicular a la línea de la base.

A a B b C c D d

- **Peso:** En lo que se refiere al peso encontramos tres formas básicas: Fina o light, mediana o regular y negra o bold.

A a B b C c

- **Ancho:** El ancho de una tipografía consiste en la longitud horizontal que puede presentar cada letra. Los tres anchos fundamentales son: la condensada, la normal y la extendida.

Aa B b C c

- **Superficie:** La superficie de la tipografía se refiere al tratamiento de la misma, por ejemplo, outline, sólida o con textura.

A a B b

En cuanto a Tipografía, Comenta Carter (1998 p. 10) que “existen normas que aunque no son definitivas, nos ayudan a preservar la belleza y legibilidad de la forma tipográfica” para, de esta manera asegurar la funcionalidad y legibilidad de los textos y los trabajos en los que se apliquen.

Norma 1: Para una legibilidad óptima, elegir fuentes clásicas y habituales ya probadas, ya que éstas se imponen no sólo por su personalidad, sino por su legibilidad.

Norma 2: Procurar no utilizar demasiadas fuentes diferentes a la vez, ya que la única justificación para emplear más de una fuente estriba en destacar o diferenciar dos partes de un mismo texto, para facilitar al lector reconocer éstas diferentes partes.

Norma 3: Evitar combinar fuentes que se parezcan demasiado, ya que el objetivo es diferenciar las partes del texto, con fuentes muy parecida no se logrará.



Norma 4: Un texto en mayúsculas entorpece la lectura. Utilizar letras en caja alta y baja para optimizar la legibilidad, ya que las letras en caja baja poseen las prolongaciones que necesita el ojo para leer mejor el texto.

Norma 5: Para los bloques de texto, utilizar cuerpos que facilitan la lectura, éstos oscilan entre los 8 y 12 puntos para textos que se leerán aproximadamente entre 30 y 35 cm, también es importante saber que diferentes fuentes en mismo puntaje pueden parecer diferentes en función de la altura de la X de las fuentes.

Norma 6: Evitar emplear demasiados cuerpos y grosores diferentes a la vez, utilizar únicamente los necesarios para establecer una clara jerarquía entre las partes de la información.

Norma 7: Usar tipos para texto del grosor adecuado. Evite fuentes demasiado gruesas o demasiado finas, ya que las fuentes que son demasiado finas no se pueden distinguir fácilmente del fondo, en cambio, en las fuentes demasiado gruesas, se reduce mucho el tamaño de los ojales, lo que dificulta la lectura.

Norma 8: Utilizar fuentes de anchura media. Evite fuentes demasiado anchas o demasiado estrechas. Distorsionar el texto para ampliar o estrechar las letras dificulta la lectura.

Norma 9: En los bloques de texto, utilizar un interlineado y un espacio entre palabras coherente, para dar solución de continuidad.

Las letras deben fluir con libertad y naturalidad en las palabras, del mismo modo que las palabras deben fluir en las líneas.

Norma 10: Utilizar líneas de la longitud adecuada. Cuando las líneas de texto son muy largas o muy cortas, la lectura se hace aburrida y soporífera, cuando el ojo se ha de desplazar a lo largo de líneas interminables, llegar a la línea siguiente resulta bastante difícil, por el contrario, leer en líneas cortas, produce al ojo unos movimientos intermitentes que cansan y aburren al lector.

Norma 11: En el texto seguido, utilizar un interlineado que lleva al ojo con facilidad de una línea a la siguiente, ya que las líneas muy juntas o muy separadas dificultan la lectura.

Norma 12: La mejor legibilidad se consigue con una alineación izquierda en bandera a la derecha, aunque en situaciones especiales se aceptan otros métodos de alineación (alineación derecha en bandera a la izquierda, centrado y justificado).

Norma 13: Procurar obtener finales de línea coherentes y rítmicos, es decir, evitar banderas que generan formas extrañas e inadecuadas al final de las líneas.

Norma 14: Indicar los párrafos con claridad, pero procurar no alterar la integridad y la coherencia visual del texto. Las maneras más comunes de marcar los párrafos son los sangrados y la inserción de un espacio adicional entre párrafos.



Norma 15: Evitar viudas y huérfanas siempre que sea posible. Una viuda es una línea corta, palabra o sílaba que corresponde al final de un párrafo y que aparece suelta al inicio de una nueva página o columna, una huérfana es una línea inicial de párrafo que queda al final de una página o columna. Es necesario evitarlas porque rompen la continuidad de los bloques de texto, crean páginas irregulares e interfieren en la concentración de la lectura.

Norma 16: Destacar discretamente elementos del texto sin alterar la fluidez de la lectura. Destacar elementos sirve sobre todo para aclarar el contenido y diferenciar partes de información, pero deberán realizarse intervenciones mínimas para obtener los máximos resultados.

Norma 17: Mantener la integridad del tipo. Evitar cambiarlo de arbitrariamente. Las fuentes bien diseñadas ofrecen calidades visuales que las hacen más legibles. Las letras se diseñan con atributos proporcionales específicos, por ésto no deben distorcinarse de manera arbitraria, ya que afecta su integridad.

Norma 18: Alinee las letras y las palabras sobre la línea base. Las letras están diseñadas para convivir en cordial compañía sobre una línea de base invisible. Cuando pierden esta orientación, parecen escapar fuera de control y resultan difíciles de leer.

Norma 19: Cuando se trabaje con el tipo y el color, asegurarse de que existe suficiente contraste entre tipo y fondo, ya que un

contraste muy débil en cuanto a matiz, valor o saturación, o una combinación de éstos tres factores, puede dificultar o incluso imposibilitar la lectura.

En cuanto a tipografía señalética nos explica Costa (1987b p. 176) que “en rigor no es posible afirmar que exista una tipografía específica y exclusivamente señalética”. Es decir que no ha sido diseñada una fuente específica para ser usada en Señalética y no es posible que haya solo una, exclusiva e ideal debido a que la Señalética se integra a un programa de Identidad, al entorno y contexto del lugar en el que es aplicado el Sistema que tiene su propia personalidad y características.

Por otro lado, sí es posible hablar de fuentes que cumplan ciertas condiciones que obedezcan y refuercen las características básicas y esenciales de la Señalética.

En primer lugar, deben ser **visibles** e **inteligibles**, esto quiere decir que se reconozcan y sean leíbles más fácilmente, en el menor tiempo posible y a la distancia más grande posible. De acuerdo con esta condición, de entrada quedan descalificadas las fuentes de las familias ornamentales y caligráficas. En segundo lugar, debemos elegir fuentes que no estén muy abiertas o muy cerradas, es decir elegiremos fuentes que presenten equilibrio entre sus gruesos y delgados. De acuerdo a esta descalificación llegamos necesariamente a los **caracteres lineales**, de trazo prácticamente uniforme.



Otro aspecto importante que debe tenerse en cuenta en la elección de la tipografía señalética es el de las connotaciones o la Psicología y la estética de la letra. **La connotación no es pues un factor de legibilidad, sino de significación.**

Siguiendo con Costa (1987b p. 179) “Otro aspecto importante es el problema redaccional”. Es decir que evitaremos el uso de abreviaturas, sobre todo cuando pueden inducir a error o cuando el ahorro de espacios es irrelevante, no debemos cortar palabras porque será más difícil leerlas. Se buscará siempre la expresión verbal más corta, pero al mismo tiempo la más conocida para el público al que se dirigirá el Sistema.

La visibilidad y la legibilidad del texto son el principio que determina en general, el tamaño de las señales. Se trata pues de definir una distancia promedio. Si las distancias entre los puntos clave son largas y ello imposibilita la lectura de las señales más distantes, se introducirán señales pre-informativas antes de la señal que se utiliza para identificar el punto clave.

El tamaño de las letras no es el único valor que determina la legibilidad, hay que considerar otras variables decisivas: el contraste tonal entre figura-fondo y el peso o mancha de la letra. Cada que se haga una elección se hará una prueba de efectividad y si es satisfactoria se podrá decir que las decisiones en cuanto fuente, tamaño, contraste, peso y visión es adecuada.

Una última consideración serían las distancias entre los diferentes elementos textuales e icónicos que se combinan en el interior de las señales formando el mensaje: Distancias entre letras, entre palabras, entre líneas, distancias entre texto y pictogramas, distancias entre éstos y los márgenes de la señal o panel.

2.6.4. Color

El color es una herramienta visual cargada de significado que nos provee información. Existen básicamente dos tipos de color:

- **Los colores-luz** (rojo, verde, azul) son de carácter intangible y sólo se producen cuando los rayos del sol caen sobre los objetos. Sólo una parte de los rayos es visible al ojo humano.



Las otras frecuencias de onda de los rayos del sol, como los rayos ultravioletas o infrarrojos, nos afectan de forma invisible.

- **Los colores-pigmento** (cyan, magenta, amarillo y negro) que son aquellos en los que se trabaja el color como materia y que se pueden tocar físicamente.





Estos colores, presentan tres principales características que son:

- La **Luminosidad** se refiere a la cantidad de luz que posee un color como característica propia.
- La **Saturación y Desaturación** se refiere a los niveles de pureza del color en relación al gris: cuanto más saturado es un color, mayor es su nivel de pureza y más alejado se encuentra con respecto al gris; por el contrario, cuanto menos desaturado sea, menor es el nivel de pureza y más cercano a este último color se encuentra.
- La **Temperatura** del color hace referencia a un fenómeno visual expresado en términos de sensaciones corporales. De tal modo que encontramos colores cálidos o colores fríos.

Al ser percibido el color, aparecen ideas en la conciencia, tales ideas evocan significados, asociaciones, sensaciones y emociones dentro del inconsciente colectivo y son experiencias que tienen en común personas de un grupo cultural determinado, de ésta manera, los colores significan cosas diferentes en distintas culturas. Por esta razón es muy importante tomar en cuenta estas asociaciones al momento de tomar decisiones ya que los significados varían de acuerdo a las combinaciones que logramos. De tal manera que los colores pueden tener significados positivos y negativos.

A continuación Turttschi referido por Lewandowsky y Zeischegg (2002 p. 141-142) distingue seis colores clasificados por atributos positivos y negativos

AMARILLO

- **Positivo:** nuevo, estrategia, ley, serenidad, conocimiento, transparencia, inspiración, conocimiento, objetividad, euforia, amistad, ligereza, representa el sol, luz, madurez, claridad, sensibilidad, alegría, amabilidad, extroversión y cambio.
- **Negativo:** engreimiento, pretensión, arrogancia, insolencia, superficialidad, egoísmo, mentira, incertidumbre, envidia, celos, atrevimiento, mentira, amargura y veneno.

NARANJA

- **Positivo:** alegría, efectividad, eficiencia, principio económico, diversión, excitación, energía, actividad, vivacidad y extroversión, combinación de amarillo (estrategia/ley) y rojo (acción).
- **Negativo:** ordinariedad, grosería, lo burdo, tecnocracia, falta de sensibilidad, fanatismo, aspereza y prepotencia.

ROJO

- **Positivo:** personificación de la alegría, vitalidad, energía cinética, dinamismo extremo y pasión, activación, excitación, esfuerzo, temperamento, impulsividad, tentación, brevedad, voluntad, potencia, alegría vital, deseo sexual y excentricidad.
- **Negativo:** caos, violencia, represión, peligro, ira, sangre, guerra y tensión.



MAGENTA

- **Positivo:** reflexión, color del arrepentimiento, la purificación, combinación del rojo (potencia/acción) y el azul (conservación) misticismo, vaguedad, idealismo, gratitud, compromiso, orden y simpatía.
- **Negativo:** simplicidad, falta de pragmatismo, snobismo, arrogancia y dominio.

AZUL

- **Positivo:** determinación, expansión, distancia, enfriamiento, relajación, conciencia, simpatía, confianza, amistad, comunicación, armonía, consolidación, construcción, cristalización, conservación, lealtad, costumbre, tradición, consideración, contención, fiabilidad, esparcimiento, calma, silencio, pasividad, limpieza, esperanza, ingenio, ciencia, nostalgia y lo deportivo.
- **Negativo:** rigidez, frialdad, negligencia, obstinación, ingenuidad y melancolía.

VERDE

- **Positivo:** vigor, frescura, tenacidad, relajamiento, naturaleza, vegetación, naturalidad, calma, generosidad, salud, confianza, júbilo, regeneración, neutral, paz, restauración, color de la fertilidad y la nueva vida, objetividad, no emocional.
- **Negativo:** indecisión, falta de compromiso y pereza.

El color dentro de un Sistema Señalético tiene varias funciones: Primero, como una señal, es decir una percepción luminosa que atrae la mirada. En segundo lugar, sirve también para identificar y diferenciar las áreas en que se divide el lugar en el cual se implementará el programa Señalético y darles una jerarquía.

Otra función que cumple el color en Señalética, es que por medio de éste se integra el Sistema Señalético a un programa de Identidad.

El color señalético debe ser discreto, incorporarse al medio sin estridencia, sin perturbar la función esencial del espacio de acción, pero a la vez destacar contundentemente la información, con el fin de hacerla inmediatamente perceptible y utilizable.

El factor determinante de las combinaciones de colores es el contraste, el cual se obtiene de dos modos: por la alta saturación del color y por el contraste de colores. En todos los casos es imprescindible un claro contraste entre las figuras y el fondo del soporte informativo. El razonamiento psicológico considera los colores no solo por su impacto visual, sino por sus connotaciones que también deberemos tomar en cuenta para tomar decisiones con respecto a éste en nuestros trabajos de diseño.



2.6.5. Antropometría

Nos dice Croney (1978 p. 14) que es importante establecer los límites del cuerpo humano y en especial si nos proponemos resolver necesidades con respecto al ser humano. Lo anterior es relevante porque un objetivo de la Señalética es ubicar a los individuos en un espacio, por esta razón éstos se vuelven nuestra **referencia métrica** para la ubicación y tamaño de las señales que conformen nuestro Sistema y para poder actuar de acuerdo a sus capacidades, alcances y limitantes.

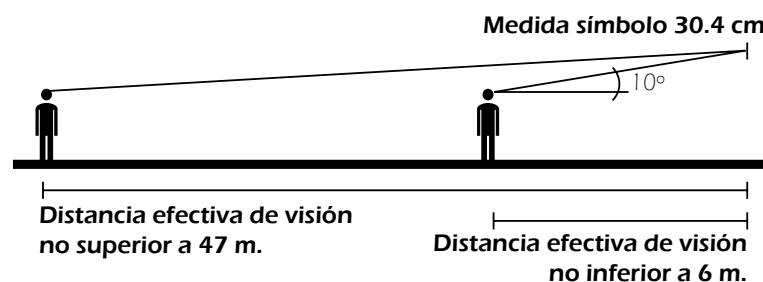
Entre las consideraciones que debemos atender para la ubicación y altura de nuestras señales es la **estatura** de la mayoría de las personas que visite el lugar en el que se implementará el sistema, ya que cada segmento humano tiene una estatura dominante.

Considerando esta estatura, nos dice Panero (1993 p. 173) como “la distancia vertical desde el suelo hasta la coronación de la cabeza tomada en una persona de pie, erguida y con la vista dirigida al frente” para de esta forma conocer también la altura de los ojos que es la misma que la estatura pero tomada desde el suelo hasta la comisura interior del ojo. Estos datos nos sirven para fijar **líneas de visión** y así establecer puntos donde instalar señales o cualquier otra información visual.

En cuanto a la visión nos debemos ocupar también de la **legibilidad**, es decir, del reconocimiento de los diversos elementos

que hacen comprensible el símbolo sin la ayuda de la palabra ni de otro conocimiento previo o anterior.

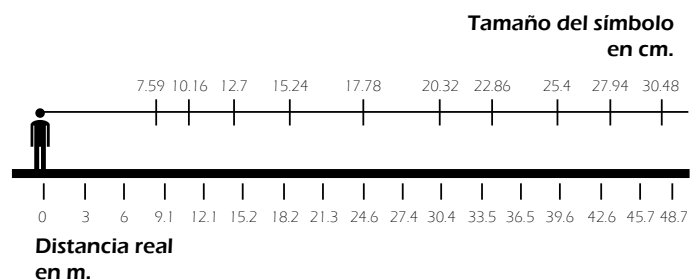
Un requisito para que la señalización sea eficaz es la correcta ubicación de las señales, dicho de otro modo, debemos considerar el concepto de proxemística, que es la relación de los espacios, desde el punto de vista perceptual, generados por la distancia entre un sujeto y un objeto, para lograrlo es necesario que la ubicación se acerque a la línea natural de la visión humana, es decir, evitar las desviaciones superiores a 10° en la altura.



Si las condiciones físicas exigen que el ángulo de visión exceda los 10° , la relación entre tamaño y distancia deberá ser ajustada (por ejemplo, un signo colocado a 5 m. de altura, deberá ser seguramente más grande que otros colocados a 3 m. de altura para ser igualmente eficaz) o de lo contrario cabe agregar un signo más pequeño, apto para la lectura a corta distancia.

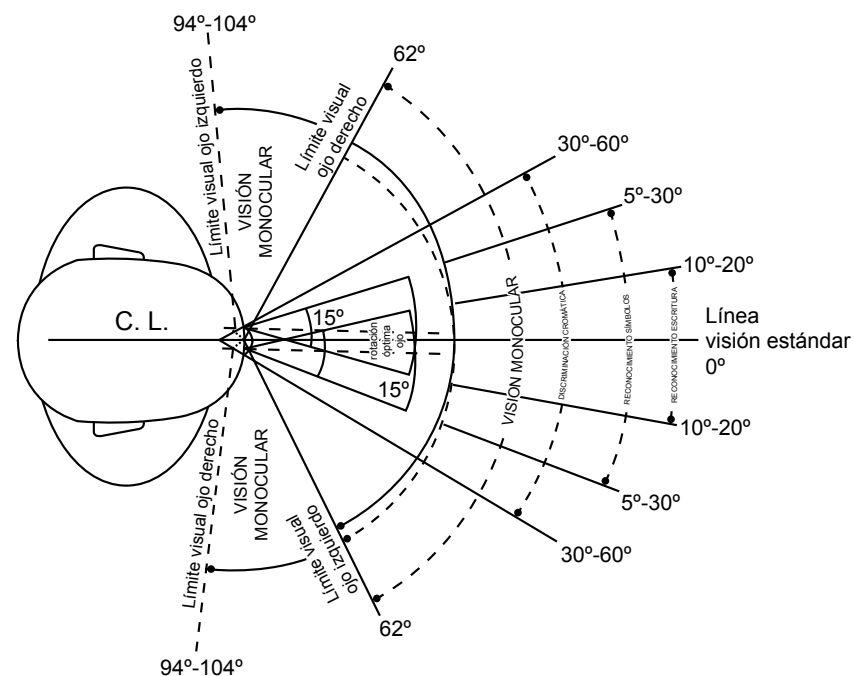


El siguiente esquema muestra una guía aproximada entre el tamaño de la información visual presentada y la distancia de lectura.



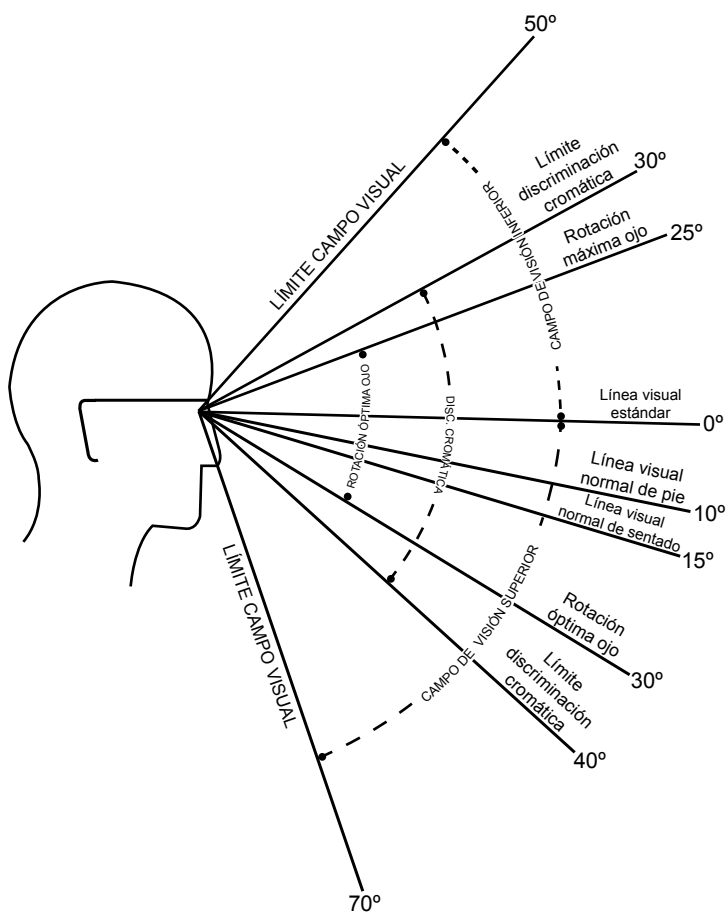
En los siguientes esquemas podemos observar la amplitud del campo visual y sus funciones específicas cómo a través del movimiento de cabeza, éste se amplía considerablemente.

El Campo Visual en el Plano Horizontal, podemos apreciar que se divide en conos de diferentes aberturas, los cuales cumplen con diferentes funciones en cuanto a la percepción, por ejemplo: la línea de visión estándar la encontramos a 0° a partir de ésta línea, entre 10 a 20° encontramos el reconocimiento de la escritura, de 5 a 30° el reconocimiento de símbolos, de 30 a 60° se realiza la discriminación cromática, 62° es el límite de visión tanto para el ojo izquierdo como para el derecho y el límite visual total es de 94 a 104°, así como también podemos observar la rotación óptima de los ojos.



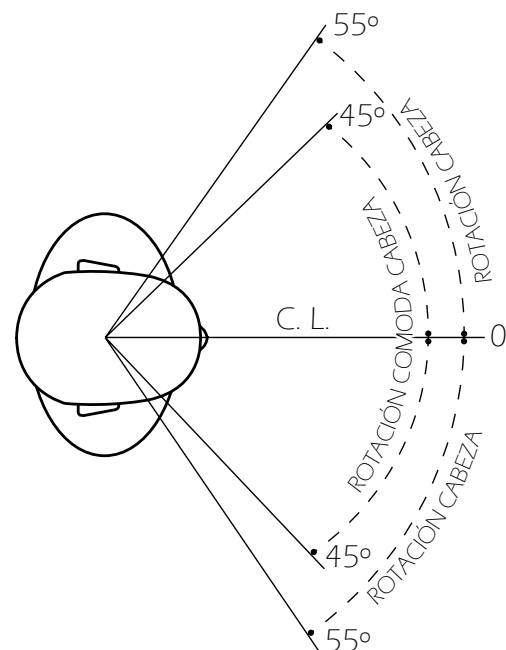
Campo Visual en el Plano Horizontal

En el esquema siguiente podemos ver que, al igual que el plano horizontal, para la percepción, el plano vertical se divide en conos de diferentes aberturas, los cuales corresponden a una función específica para la percepción visual. La línea de visión estándar se encuentra a 0°, perpendicular al eje de una persona de pie, los conos que se encuentran sobre ésta línea conforman el campo

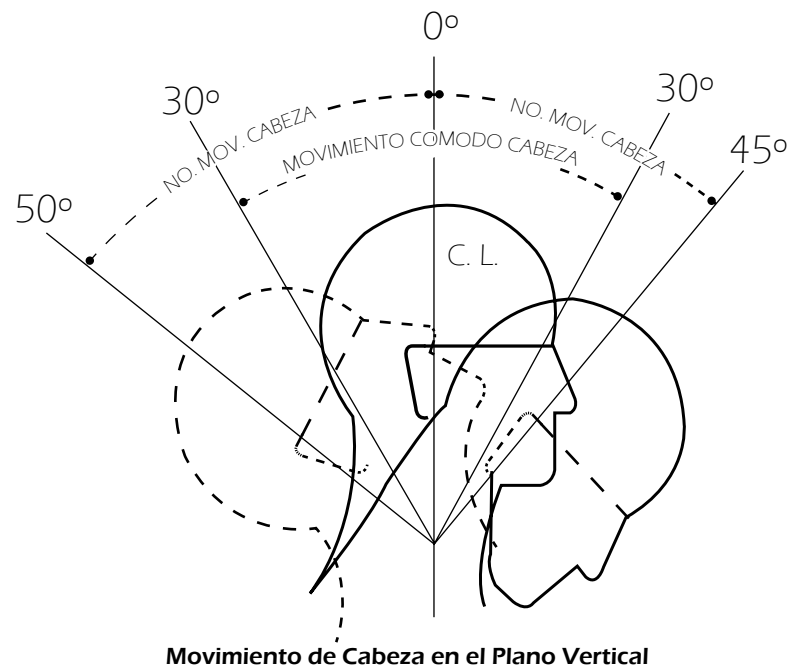


Campo Visual en el Plano Vertical

visual inferior, y los que están por debajo, el campo visual superior la línea de visión normal de una persona de pie y un sentado está a 10 y 15 ° respectivamente por debajo de la línea de visión estándar, la rotación máxima del ojo es de 25° tanto arriba como por abajo de la visión estándar, el límite de discriminación cromática lo encontramos a 30° en ambos lados de la visión estándar y finalmente el límite del campo visual en el plano vertical lo encontramos en 70°.



Movimiento de Cabeza en el Plano Horizontal



Los campos visuales, como podemos observar en los esquemas, se amplían considerablemente a partir de movimientos de la cabeza. Por ésta razón, el diseñador deberá hacer ensayos en cuanto a tamaño y posición de las señales considerando lo anterior, deberá tomar el papel de usuario para poder verifica y corregir posibles errores. En todo caso es mejor que la altura de los paneles sean bajos que demasiado altos.



Capítulo 3

Método



3.1. Método

La raíz del término método procede del griego **métodos = meta y odos = vía o camino**. Como nos expone Vilchis (2002 p. 18) “Método es el camino que conduce al conocimiento lógico y organizado”. Esto nos lleva a que un método es un procedimiento mediante el cual se pretende alcanzar un fin determinado; dicho de otro modo, un método es una serie de operaciones dispuestas en un orden lógico y necesarias para lograr un objetivo. **Metodología** es la ciencia que estudia los métodos generales y particulares.

Debido a la diversidad de áreas del conocimiento y su manera de acercarse a los diferentes objetos que estudian, se han derivado diferentes métodos y teorías que responden a necesidades particulares y a la naturaleza de los objetos que estudian.

El diseño gráfico ha tenido relación con diferentes disciplinas y teorías, por medio de ésta relación se ha visto influenciado en la manera de construir su propio conocimiento y guiado en su quehacer. Algunas de éstas disciplinas y/o teorías son: semiótica, comunicación, imagen, percepción, retórica, color, arquitectura, diseño industrial, filosofía, etc. Pero a partir de éstas también ha podido reconocerse, identificarse y diferenciarse, constituyendo así sus propias teorías y métodos.

Los métodos fueron divididos por Jones, retomados por Rodríguez (2006 p. 14) en dos grandes grupos: por un lado los de la

“**caja negra**” que son aquellos en los que el diseñador recibe una información y por medio de un proceso que no es evidente, obtiene un resultado; por otro lado se encuentran los métodos de “**caja transparente**”, en éstos el proceso puede ser observado, analizado y verbalizado, por lo que podemos saber qué pensaba el diseñador y qué secuencia siguió para obtener ese resultado.

Las causas que dan origen a los métodos de “caja transparente” pueden ser de dos tipos: **exógenas** y **endógenas**.

- **Causas exógenas** al proceso de diseño son las que se derivan del contexto, tanto social como productivo, de la actividad proyectual. Dentro de éstas causas las encontramos:
 - **De orden económico**, ya que para que un diseño pase del proyecto a su realización debe enfrentarse a los costos de producción, en este punto el objetivo debe ser maximizar el valor de uso y minimizar el costo de producción, por esta razón es indispensable un método que asegure en lo posible el éxito de un proyecto.
 - **De orden tecnológico**, ya que la sociedad está en constante innovación tecnológica, el tiempo que transcurre entre un descubrimiento científico y su aplicación comercial, en forma de tecnología aplicada, es cada vez menor, es justamente en el área de la toma de decisiones que los métodos inciden de una manera rotunda, pues no es posible decidir entre las múl-



tiples opciones que se presentan en un proyecto sin una clara estructura que ligue ordenadamente los objetivos con los medios para alcanzarlos.

- **Causas endógenas** al proceso del diseño son las que se derivan del enfrentamiento entre el diseñador y los problemas planteados. Dentro de éstas causas las encontramos:

- **Por la Complejidad del Problema.** Los contextos en que se producen los diseños generan una gran cantidad de información que provoca desorden, por esta razón es necesario recurrir a los métodos que tratan de organizar dicha información para poder manejarla.

- **De Orden Pedagógico.** Esto se refiere a que necesitamos un orden para poder abordar problemas y hacerlos comprensibles, enseñables y aprendibles.

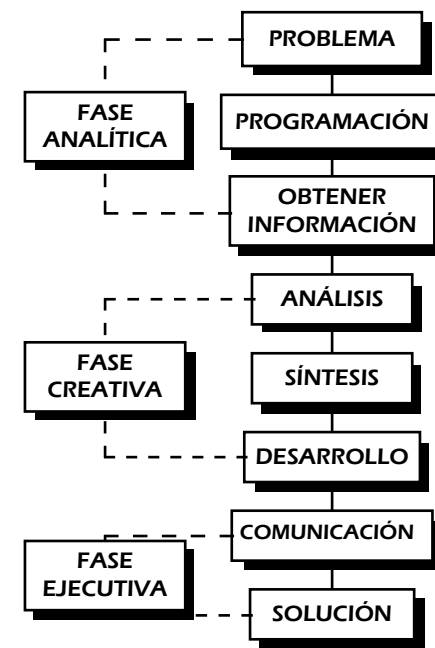
- **De Orden Psicológico.** Esto se refiere al estrés que generan los proyectos. Debemos tener métodos para saber cómo actuar o proceder ante las etapas del diseño, éstos le ofrecen al diseñador la seguridad de contar con una herramienta que le permita enfrentarse a un problema, y así reducir los niveles de angustia y sentimiento de inseguridad.

- **Búsqueda de Estatus Académico.** Gracias a la metodología el diseño adquiere status científico, ya que ser “científico” da

responsabilidad y a través de ésta se logra la respetabilidad académica. Así como poder explicar las soluciones alcanzadas y demostrar que no son formas gratuitas.

- Método de Bruce Archer

El método de Archer, retomado por Rodríguez (2006 p. 29) propone que el proceso de diseño debe contener fundamentalmente tres etapas: analítica, creativa y de ejecución.





A su vez, estas etapas se subdividen en las siguientes fases:

- Obtener datos relevantes, preparar especificaciones y con base en éstas, retroalimentar la fase 1.
- Análisis y síntesis de los datos para preparar propuestas de diseño.
- Desarrollo de prototipos.
- Preparar y ejecutar estudios y experimentos que validen el diseño.
- Preparar documentos para la producción.

En diseño no existe un método específico, sino por el contrario, los métodos propuestos son flexibles, es decir, que sus etapas pueden adaptarse a las necesidades del proyecto, siempre y cuando incluyan tres etapas básicas. En primer lugar la definición de la problemática a resolver, ya que una buena identificación de la necesidad a solucionar nos aporta todos los elementos necesarios para su óptima resolución, en segundo lugar, la obtención y análisis de información que nos ayudará a establecer qué características debe cubrir el resultado y finalmente, la evaluación de los resultados del proyecto con respecto de los objetivos definidos en un principio.

3.2. Método para Programas Señaléticos

Diseñar programas señaléticos es diferente de diseñar cosas u objetos ya que éstos últimos se tratan de problemas unitarios que

no tienen continuación en otros objetos ya que su fin son ellos mismos, diseñar programas señaléticos implica la fórmula capaz de solucionar toda una problemática o un conjunto de problemas diversos pero relacionados entre sí, que aunque pueden ser percibidos por separado, están articulados en su planteamiento conceptual y en su ejecución técnica.

La noción de programa supone pasar del diseño de objetos o mensajes unitarios a una matriz o un modelo de múltiples posibilidades para posteriores realizaciones que se caracterizarán por el número de sus variaciones, es decir, por la capacidad de obtener múltiples soluciones con los razonamientos del mismo programa.

Todo significativo se compone por **infrasignos**, que son unidades formales más pequeñas. Para la creación de significado, lo importante es la manera y el orden de ensamblarse entre sí, es decir, **la estructura**.

Para el diseño de un programa tienen que considerarse: a) todos los factores que serán constantes en la serie, b) todos los que serán variables, y c) todas las combinaciones posibles.

Todo programa comporta en su aspecto gráfico:

- a) Los elementos simples considerados como órganos de estructura.



- b) La pauta estructural, es decir, la arquitectura invisible que subyace en el mensaje manifiesto.
- c) Las leyes de estructura, o sea las normas precisas que rigen la combinatoria de los órganos: 1) Sobre la pauta estructural y 2) En las reglas técnicas del programa para la producción industrial (las señales materiales en señalética).

En los programas Señaléticos en primer lugar, el diseño de los **órganos, elementos simples o signos** se refiere a pictogramas, colores y formas básicas que se definen como “**unidades mínimas de sentido**”, son irreductibles y si se suprime alguna de sus partes el programa pierde su significado.

El segundo nivel del programa es la **pauta estructural**, que es un entramado sobre la cual se situará la información y se repartirán los signos, de manera que pueda captarse primero lo esencial y después lo complementario, es decir que se establecerán **niveles de lectura**. Ésta pauta será la única válida para todo el programa.

En tercer lugar encontramos la parte **normativa del programa**, es decir, el modo de empleo de la fórmula que se ha creado. La normativa supone la reunión de todos los órganos, pautas y leyes de estructura que habrán de dar respuesta en la práctica a todos los problemas gráficos que surgirán en la aplicación del programa, e incluso a los demás problemas no previstos en principio, pero que a menudo suelen presentarse. Es decir que, además de

los diferentes mensajes señaléticos incluidos en el proyecto desde su inicio, deben preverse otros que, en otros momentos pueden surgir, como la ampliación o traslado de servicios. Un programa tiene que contener esta capacidad extensiva y no cerrarse exclusivamente a su ámbito inmediato de aplicación.

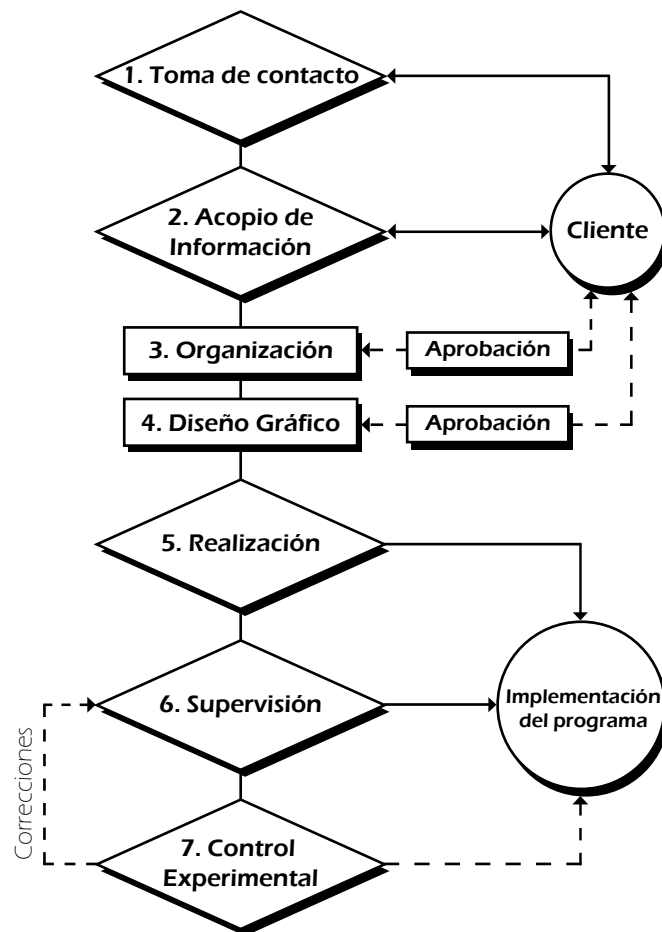
En un programa señalético los factores constantes serán: los materiales, el uso genérico de la serie, las formas dominantes, el estilo, la ornamentación, el tratamiento final. Los factores variables serán: el uso particular de cada pieza (señales in situ, direccionales, panel, etc.) sus leyes ergonómicas, su tamaño. La función combinatoria incluirá: el repertorio de formas, normas de ensamble, procedimientos de fabricación, las reglas para el control de calidad.

Por medio de la metodología aplicada al diseño de sistemas señaléticos ha de garantizarse, tanto su interpretación gráfica como a su realización material.

El esquema que propone Costa (1987b p. 129) del proceso para la creación de Sistemas Señalético se muestra en la siguiente página y en el es clara la noción de programa o sistema ya que sus partes están relacionadas entre si, de manera que no es lineal, sino que podemos volver a las etapas anteriores en cualquier momento para verificar el hilo conductor de nuestros objetivos.



Este modelo metodológico consiste en 7 etapas principales, descritas a continuación.



El proceso se inicia con la etapa 1 o **Toma de Contacto**, con la identificación de alguna necesidad o problemática.

La etapa 2 consiste en el **Acopio de Información**, en esta fase tenemos que acceder a los planos para determinar los recorridos y los puntos críticos en donde será necesario un señalamiento, se enlistan las áreas, servicios y se realiza un levantamiento fotográfico del lugar para obtener más información y detalles que los planos no nos revelan, en esta fase de acopio de información es necesario también tener como referencia la señalización existente si es que existe o si hay un manual de identidad al cual debemos apegarnos para la realización del sistema.

La etapa 3 consiste en la **Organización de la Información** recabada. En esta fase del proyecto se establece con qué leyenda se identificará cada área y cual será su equivalente gráfico. Se establece también qué tipos de señales se trabajarán, por ejemplo: directorio, paneles direccionales y señales in situ y se ubican en el espacio para que sirva como ensayo de la situaciones que pretenden resolver el sistema y ver cómo responde el usuario regular o común ante ellas. Hasta este punto, las fases anteriores consisten únicamente en investigación, organización de la información, es decir, tomar decisiones conceptuales sobre el sistema.

En la etapa 4 es cuando entramos de lleno al **Diseño Gráfico**, es decir, situaremos todas las señales en el plano, características de la señal, si será un panel, bandera, colgante, etc., si tendrá pic-



tograma, color y medidas. El siguiente paso es crear el módulo señalético para establecer las proporciones y ubicación del texto dentro de la señal, pictogramas y demás elementos, elegiremos la tipografía más adecuada y procederemos al diseño de los pictogramas y tomaremos decisiones acerca del color, con todas estas decisiones se bocetará y se presentarán prototipos con algunas consideraciones sobre los posibles materiales a emplearse. Dentro de ésta etapa presentaremos los bocetos para su aprobación o correcciones por parte del cliente.

Las etapas 5, 6 y 7 corresponden a la **Realización, Implementación y Supervisión** de los resultados del sistema señalético para su evaluación y/o posibles correcciones.

3.3. Método aplicado en el desarrollo del Sistema Señalético de Faro de Oriente

Después de haber conocido el esquema propuesto por Costa referente a la Metodología de Sistemas Señaléticos, y saber en que consiste cada etapa del mismo, se procederá a su aplicación y/o adaptación para la realización del Sistema Señalético de Faro de Oriente.



3.3.1. Contacto

Nos explica Costa, esta primera etapa o Contacto consiste en la identificación de alguna necesidad a resolver. En éste caso la identificación de una necesidad se dio al inicio de mi Servicio Social, realizado en la Coordinación de Comunicación y Difusión Cultural de Faro de Oriente, fue cuando noté la carencia de cualquier referencia a la ubicación de los diferentes servicios que se ofrecen en este lugar, ya que desde las primeras visitas, yo misma experimenté el no saber a donde dirigirme y tener que preguntar en que dirección debía ir para encontrar el servicio que necesitaba, posteriormente en el transcurso de mi servicio, ya familiarizada con las instalaciones tuve la experiencia de orientar a las personas que preguntaban por el lugar o servicio que buscaban.

La falta de señalización no es total, pues algunos lugares si están señalizados, pero cuentan únicamente con señalización in situ, es decir en el lugar en donde se ubican, pero ningún plano en el cual consultar el recorrido que debemos hacer desde la entrada hasta el lugar que nos dirigimos. Por esta razón decidí que sería interesante abordar este proyecto, ya que en éste tipo de lugares, que son frecuentados a diario por mucha gente, es importante ofrecerles la facilidad de encontrar su destino sin pérdida de tiempo y esfuerzo, ventajas que ofrecerá la implementación de un Sistema Señalético, además de reforzar la identidad del lugar y el compromiso de la autoridades para ofrecer un mejor servicio, que también representa la fácil y rápida accesibilidad.



3.3.2. Investigación

De acuerdo con la metodología para Sistemas Señaléticos la siguiente etapa es el Acopio de información o Investigación, en la cual se deberá reunir toda la información que pueda ser útil. Para el desarrollo de éste proyecto, se inició con los antecedentes de la dependencia, para conocer en que contexto, con que objetivos y metas se creó este Centro Cultural. A continuación haremos una reseña sobre su ubicación y arquitectura, porque son factores que nos ayudará a definir algunas características a las que deberá responder el Sistema. Además, se incluye en este apartado, para conocer las dinámicas con que se trabaja en éste lugar, su estructura, funcionamiento así como también los servicios y actividades que ofrece y para finalizar, de acuerdo con el modelo metodológico, tuvimos acceso a los planos, realizaremos un levantamiento fotográfico y registro de las señales existentes, para poder analizarlas, establecer de manera puntual que necesidades de comunicación resolveremos y de que manera las traduciremos después al lenguaje visual.

3.3.2.1. Antecedentes

La Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, anteriormente Instituto de Cultura, en coordinación con la Delegación Iztapalapa, motivados por la idea de acercar la cultura y el arte a los habitantes del Oriente de la ciudad, crear un espacio para el encuentro y la expresión de los jóvenes, transformaron un terreno

baldío en lo que fuera el proyecto del parque “El Salado” y una construcción suspendida se propuso levantar el Faro de Oriente.

De acuerdo con González (2006 p. 7) “Con este proyecto se ha demostrado que es posible el aprendizaje y la creación artística sin exclusiones elitistas” ya que se creó un lugar para el arte, la belleza y la cultura en una zona de la ciudad por definición conflictiva, un servicio cultural para un conjunto de unidades habitacionales y construcciones precarias carentes de cualquier oferta de este tipo ya que la mayoría de los centros culturales están concentrados en el centro y sur de la ciudad.

La Fábrica de Artes y Oficios de Oriente por sus siglas Faro de Oriente es un centro cultural para adquirir conocimientos y destrezas, una gran fábrica productora de expresiones escénicas, plásticas, literarias e interdisciplinarias, cuyo objetivo es generar oferta cultural, contribuir a la ocupación de los jóvenes mediante la creación de talleres que sirvan para formarse en el ámbito de los oficios y la creación artística.

González (2006 p. 31) nos explica que “el proyecto recoge la idea del taller como espacio central para la formación y el trabajo”, porque de ésta manera los talleristas promueven en sus alumnos el descubrimiento de estímulos genuinos y comprometedores para su formación. Por esta razón se rechaza el sistema de calificaciones, porque representa un instrumento de premio-castigo incoherente con el modelo educativo impartido en los talleres.



El Faro es una alternativa para la creación, la experimentación y la búsqueda de nuevas propuestas artísticas tanto individuales como multidisciplinarias; además es un proyecto que propicia el encuentro, información, socialización y desarrollo de los jóvenes, así mismo es también un espacio lúdico, de recreación y diversión a través de un programa de actividades y eventos artísticos y culturales (conciertos de música, cine, cursos, talleres, exposiciones, etc.) de servicios (biblioteca, libro club, cafetería, galería, cine) de información (centro juvenil de información y apoyo) y de vinculación comunitaria con las necesidades de los jóvenes.

Lo llamaron fábrica porque busca crear productos culturales que enriquezcan la vida social, además porque las herramientas con que cuenta son para el uso de los creadores que ahora cuentan con un espacio para el desarrollo de sus propuestas. Uno de los pilares del Faro es la gratuidad de los servicios que ofrece, ya que se evitó que la obligación de pagar una cuota, aunque fuera mínima, excluyera a cualquier persona a recibir educación artística o acceder a las diversas manifestaciones del arte que se ofrecen en dicha dependencia. El Faro de Oriente abrió sus puertas el 24 de Junio del año 2000.

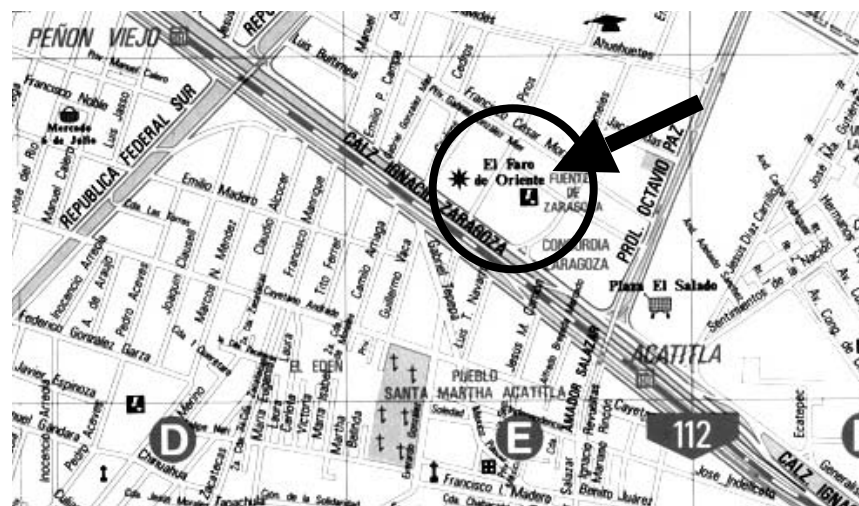
3.3.2.2. Ubicación

Las instalaciones de ésta dependencia se encuentran al oriente de la Delegación Iztapalapa, en Lateral Calzada Ignacio Zaragoza s/n colonia Fuentes de Zaragoza entre las estaciones Peñón Viejo

y Acatitla de la línea A del metro Férreo, además colinda con las calles de Pinos, Francisco César Morales y Cedros.

Por su ubicación geográfica se encuentra cerca de los límites con Ciudad Nezahualcóyotl, igualmente cercano a lo municipios de Los Reyes la Paz, Ixtapaluca, todos del Estado de México. Además por su área de influencia, creó expectativas de desarrollo cultural en las delegaciones Iztacalco, Venustiano Carranza y Gustavo A. Madero, así como varias regiones de Iztapalapa. Por lo que el desarrollo de sus programas fue de impacto metropolitano.

En la Guía Roji encontramos el Faro en el plano 99 6-E

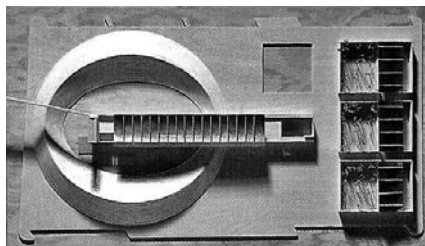
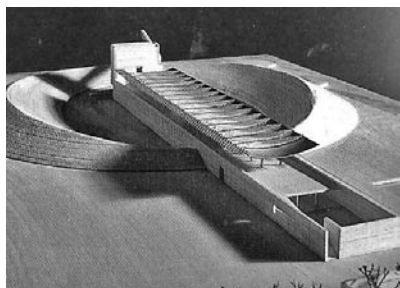




3.3.2.3. Arquitectura

El inmueble fue construido por anteriores administraciones, con el objetivo de instalar las futuras oficinas de la delegación política que naciera de la división en dos de la geografía de Iztapalapa. El proyecto fue abandonado durante varios años y no llegó a concluirse.

La nave de concreto es obra del arquitecto Alberto Kalach (México 1960). Tiene la forma de un barco a través de un talud. El edificio principal, constituido por una caja de concreto gris de 126.98 x 15.25 m en dos niveles, está estructurado con un sistema de losacero apoyada en dos ejes de columnas circulares de acero y protegido por una cubierta curva de estructura metálica. Los pisos son firmes de concreto.

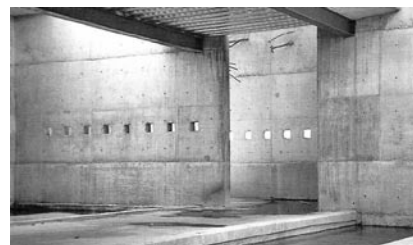


Las fachadas de los extremos cuentan con puertas metálicas a base de charolas de lámina galvanizada dando paso a las terrazas, en las que el piso está acabado en piedra bola, cubriendo tam-

bién los estanques en ambos lados del edificio. Las escaleras están estructuradas con elementos metálicos, los escalones y descansos están formados con placa antiderrapante. Los barandales están hechos de tubo cédula.

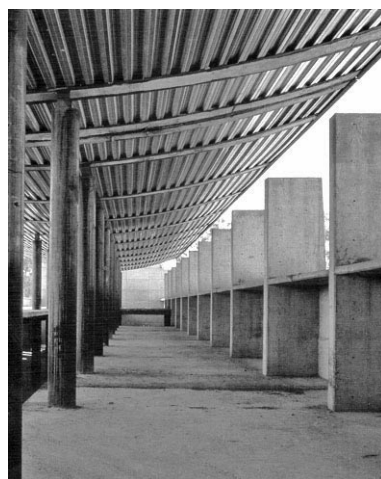
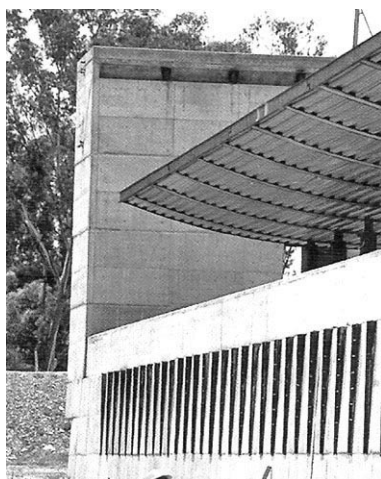


Los closets están constituidos a base de un sistema de bastidores de madera forrados con duela de madera de pino. La función de estos closets en la planta baja es separar el espacio de cada cubículo y en el extremo nor-oriental de la nave una gran caja de madera reviste el salón de usos múltiples que sirve a su vez para concentrar el control de las instalaciones eléctricas del edificio.





En cuanto a las instalaciones hidráulica, el criterio se basó en utilizar el agua pluvial que recoja la cubierta para utilizarla en los estanques y en las necesidades de riego. La cubierta curva de losacero es iluminada con luminarias tipo proyector atornillados a las columnas para lograr la luz indirecta, las mismas que se utilizan en la torre-biblioteca. Los cubículos y sanitarios están iluminados con una línea de lámparas fluorescentes.



La zona de talleres está iluminada por una línea de luminarias con lámparas fluorescentes colgadas de la losa por medio de cables de acero amarrados con abrazaderas y sujetos al techo bajo la losacero por medio de taquetes. Todo el edificio está equipado con una red de contactos así como redes de telefonía y cómputo.

3.3.2.4. Servicios

El Faro de Oriente ofrece a la comunidad los siguientes servicios:

- **Presentaciones artísticas:** El Faro produce alrededor de 150 presentaciones artísticas al año, tanto de música, teatro, danza, como exposiciones de artes visuales o exhibiciones de cine.



- **Talleres:** La formación en talleres libres es uno de los elementos fundamentales del proyecto. El intercambio entre artistas y aprendices es la clave en el desarrollo creativo. Aprender haciendo y aprender por el trabajo son modelos que han probado su efectividad. Esta visión pedagógica permite que los alumnos desarrollen libremente sus planteamientos artísticos con base en su experiencia y en sus propias emociones y conflictos.



Los talleres impartidos en el Faro son trimestrales, cerca de 40 talleres atienden a un promedio de 1 300 personas de todas las edades. Los cursos se clasifican en: Artísticos y de Oficios para personas de 16 años en adelante; de iniciación artística para niños de 6 a 12 años; de desarrollo humano y medio ambiente para público en general. Los alumnos más avanzados de las disciplinas artísticas reciben talleres especiales impartidos por artistas de renombre y también se les orienta para que estudien en otros centros culturales, consigan becas y participen en certámenes. Los talleres se dividen en:

- Artes Visuales

Realización (Dibujo y Anatomía básico, Grabado, Pintura, Arte contemporáneo, animación)

Escultura (Talla en madera, experimentación para la escultura, soldadura, escultura en metal)

Fotografía (Fotografía digital y weblog)

Diseño Gráfico (Diseño I y II, Serigrafía)

- Artes Escénicas

Realización en creación escénica (dramaturgia y análisis crítico, cuerpo energético, laboratorio de creación escénica, teatro participativo, teatro bufó, escenografía y producción teatral)

Danza (Danza contemporánea y danza creativa, conciencia corporal, yoga, danza afro I y II) Capoeira (Capoeira Angola)

- Música

Fundamentos Musicales (Fundamentos musicales I y II, acompañamiento, metales y regularización, música mexicana I y II)

Expresión y Ensamble (Expresión musical, guitarra eléctrica, bajo principiantes, bajo avanzados, composición)

Guitarra clásica I y II

- Comunicación

Comunicación Visual (Fotografía Básica, fotoperiodismo I y II)

Comunicación escrita y literatura (Periodismo comunitario I y II, narrativa, poesía)



- Oficios

Artes aplicadas para la artesanía (Cartonería y alebrijes principiantes, cartonería y alebrijes avanzados, carpintería, papel hecho a mano, vitrales, diseño de prendas)

- **Galería:** Con una superficie de 500 metros cuadrados, ofrece exposiciones de artistas reconocidos y ofrece un espacio para artistas nuevos y colectivos que carecen de oportunidades.
- **Biblioteca:** Con un acervo de 20 mil volúmenes, una videoteca con 170 títulos y una colección de 100 audiocasetes, recibe alrededor de mil usuarios al mes. Ofrece el servicios de préstamos internos y externos, previa inscripción. También cuenta con computadoras, impresora y TV para desarrollar proyectos educativos, tareas escolares y consultas digitales.



- **Ludoteca:** Cuenta con un acervo de 200 juegos y juguetes, atiende a un promedio de 800 personas al mes.



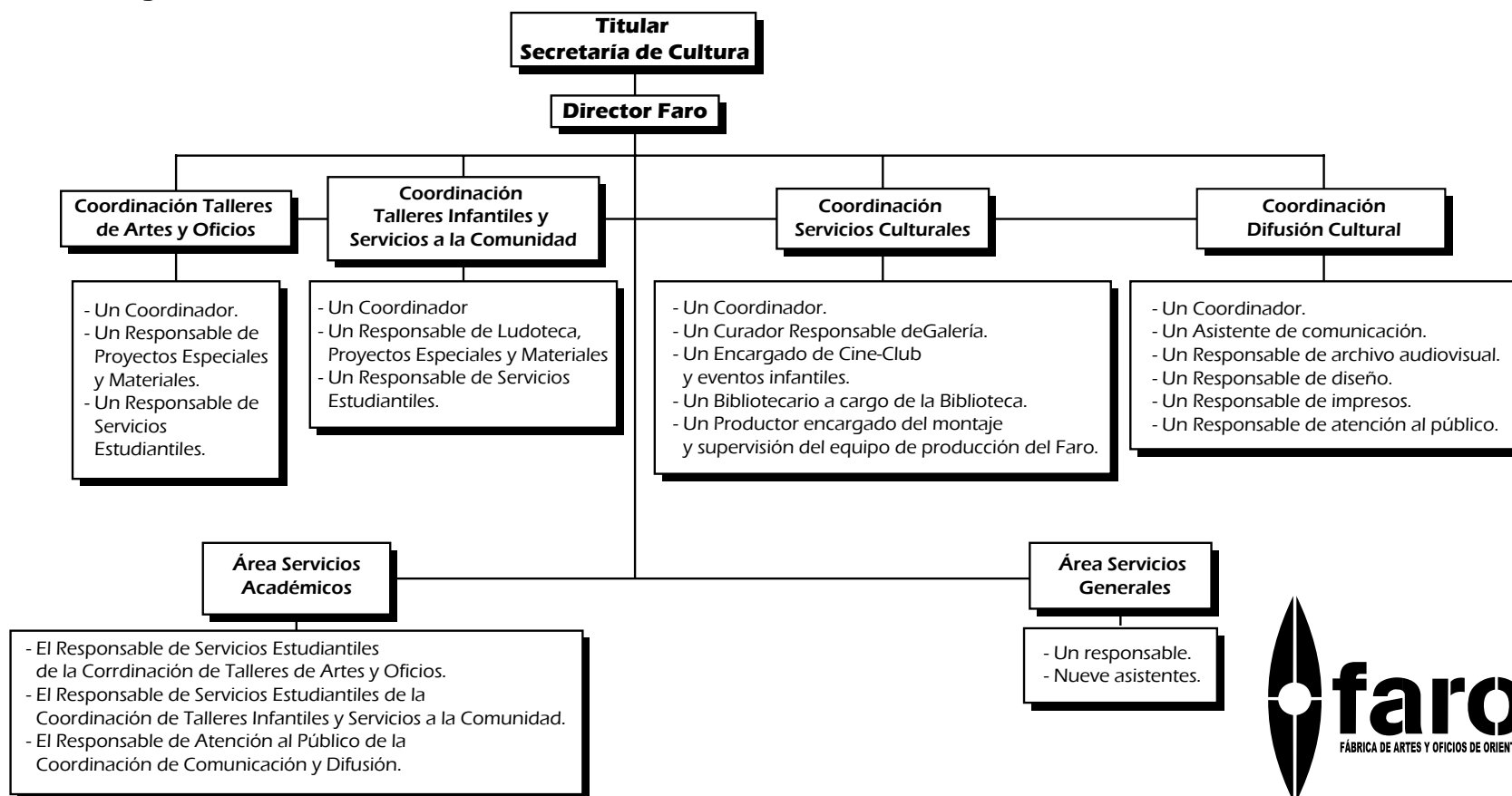
- **Centro de Cómputo:** La Red de computer Clubhouse, auspiciada por el Museo de Ciencias de Boston, el MIT e Intel, consideraron al Faro un lugar ideal para la instalación de un Clubhouse que es un espacio de creación mediante el uso de software. La inauguración del clubhouse Faro de Oriente fue el 8 de Septiembre de 2004 y forma parte de una red de 90 Clubhouses distribuidos en 20 países. Sus integrantes son jóvenes de 10 a 18 años.





3.3.2.5. Estructura y Funcionamiento

Para su buena organización y funcionamiento, Faro de Oriente cuenta con la siguiente estructura:





La siguiente información sobre el funcionamiento y tareas de las diferentes Coordinaciones y Áreas del Faro fue sintetizada de las “Bases Normativas” revisadas y aceptadas por el Departamento Jurídico de la Secretaría de Cultura del D. F. en Noviembre de 2006, facilitadas por el Director del Faro Agustín Estrada.

- **Director:** tiene como responsabilidad la elaboración del plan de trabajo anual, representar a l Faro en gestiones interinstitucionales, promover apoyo, colaboración e intercambios con otras instituciones de cultura nacionales e internacionales, realizar informes semestrales administrativos y de labores del Faro, realizar una evaluación general del cumplimiento de los objetivos de la dependencia al menos una vez al año, nombrar y/o remover a los coordinadores y responsables de área y administrar los recursos humanos, financieros y materiales del Faro en coordinación con el titular de la Secretaría de Cultura.

- **Coordinación de Talleres de Artes y Oficios:** define la oferta de Talleres de Artes y Oficios, solicita a los talleristas los objetivos generales, el plan de trabajo anual e informes de actividades y vigilar su cumplimiento, supervisa el buen funcionamiento de los Talleres de Artes y Oficios, definir con los talleristas los horarios de los talleres, los espacios de trabajo, el mínimo de edad y el cupo máximo de alumnos de cada taller, realiza una exposición anual de los trabajos de los talleres en el Faro, dar solución a conflictos que se presenten entre talleres-alumnos y supervisar el buen funcionamiento del equipo y herramientas del Faro.

- **Coordinación de Talleres Infantiles:** se encarga de definir la oferta de Talleres Infantiles, Servicios a la Comunidad y Medio Ambiente, supervisar el buen funcionamiento de los Talleres Infantiles, Servicios a la comunidad y Ludoteca del Faro, solicitar a los talleristas los objetivos generales, el plan de trabajo e informes de actividades, así como vigilar su cumplimiento. Definir con los talleristas los horarios de los talleres, los espacios de trabajo, el mínimo y/o máximo de edad y el cupo máximo de alumnos de cada taller, presentar informe anual de actividades, realizar una exposición anual de los trabajos de los Talleres Infantiles y de los Servicios a la comunidad del Faro. Promover y organizar festivales, exposiciones, eventos culturales, artísticos y ambientales dedicados al público infantil, solucionar conflictos que se presenten entre los talleristas, alumnos y/o padres de familia de los niños inscritos a Talleres Infantiles y supervisar el buen funcionamiento del equipo y mobiliario del Faro que requieran los talleres adscritos a ésta Coordinación.

- **Coordinación de Servicios Culturales:** propone programación de tres eventos relevantes al año, entre ellos, el Aniversario del Faro, realiza la programación del Faro, incluyendo Galería (10 exposiciones anuales mínimo), Cine-Club y demás foros, promueve eventos con instituciones públicas y privadas, estatales, nacionales e internacionales, procura la adecuada realización de todos los eventos programados, supervisa el buen funcionamiento de la biblioteca, establece con la Coordinación de Comunicación y Difusión Cultural las estrategias para dar a conocer al



público los eventos programados, entregando a más tardar dicha programación 15 días antes del mes programado y solicita al Área de Servicios Generales apoyo logístico para la realización de eventos y exposiciones, resguarda equipo de producción.

- **Coordinación Difusión Cultural:** definen las estrategias de comunicación y difusión y elaboran plan anual de comunicación y difusión, se encargan de realizar carteles, programas de mano, boletines de prensa, invitaciones y carteles a eventos especiales, volantes para eventos masivos, organizan conferencias de prensa para los eventos que lo ameriten, realizan la memoria audiovisual de la actividades que se realizan en el Faro, evalúan el impacto del trabajo del área en la zona circunvecina al Faro, crean vínculos con medios, instituciones y empresas a la comunicación e informe anual de actividades.

- **Área de Servicios Académicos:** ofrece informes y orientación de todos los servicios y eventos del Faro, organiza y realiza las inscripciones y reinscripciones a los talleres del Faro y proporciona a los talleristas las listas de alumnos inscritos a sus talleres.

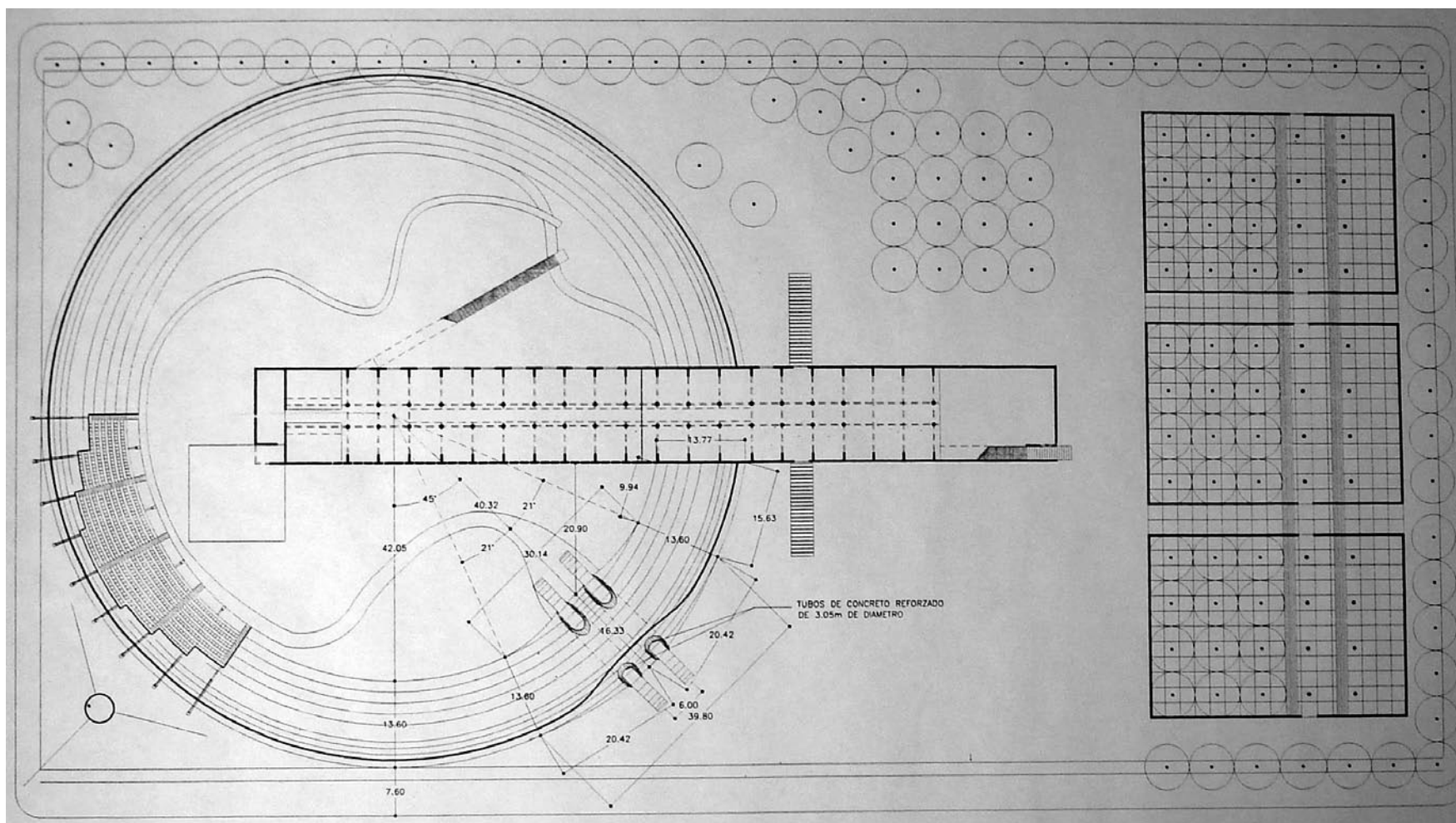
- **Área de Servicios Generales:** supervisa el funcionamiento y mantenimiento a la maquinaria y herramientas del Faro, resguarda, realiza el préstamo de herramienta y materiales a los talleres, levanta actas respectivas en caso de daño, robo o extravío de maquinaria o herramienta, supervisa, coordinar la seguridad y limpieza general de las instalaciones.

Al ser el Faro una dependencia de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal el Director del Faro será asignado por su titular. Los Coordinadores y Talleristas serán propuesto y/o removidos por el Director del Faro para la aprobación del titular de la Secretaría, así como todas las actividades, talleres y eventos que se lleven a cabo en este lugar. Así mismo, el Director trabajará en colaboración con las Coordinaciones y Áreas que conforman el Faro.

3.3.2.6. Planos

A través de la Biblioteca “Alejandro Aura” del Faro, tuve acceso a un paquete de 12 planos de 90 x 120 cm. del proyecto arquitectónico del Faro, de los cuales, para nuestro fin únicamente se usó la planta de conjunto.

Debido a que los planos no pueden salir de las Instalaciones del Faro o de la Biblioteca, sólo se pudo obtener registro fotográfico de ellos, el cual se muestra en la siguiente página. El plano planta de conjunto nos muestra la vista de planta de las instalaciones del Faro, el terreno y la Nave Principal.

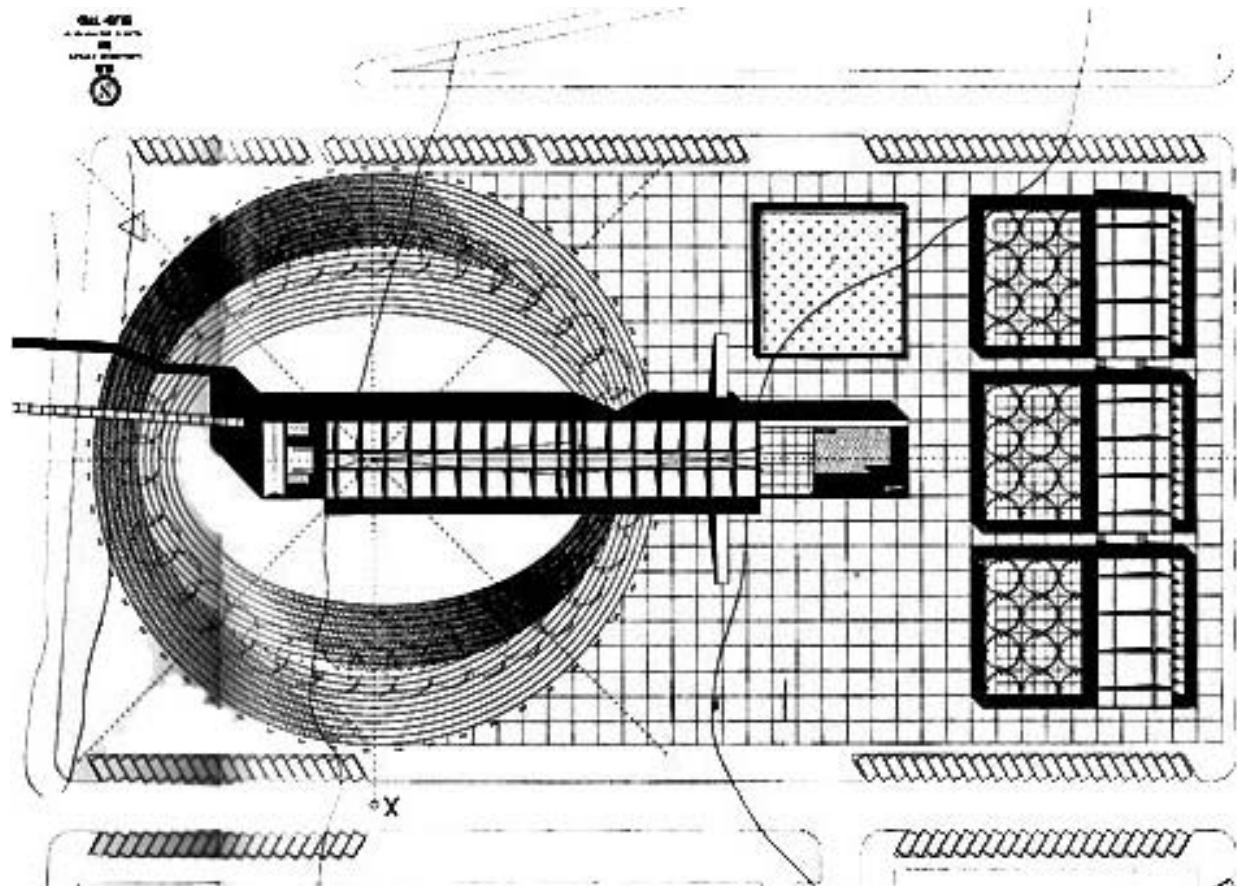


Plano Planta de Conjunto (bond 90 x 120cm)



El siguiente esquema corresponde a la planta arquitectónica más detallada del terreno e Instalaciones del Faro, incluida Nave Principal e Industrial.

Esta vista y las siguientes fueron escaneadas del libro "Kalack + Alvarez" facilitado por El director del Faro.

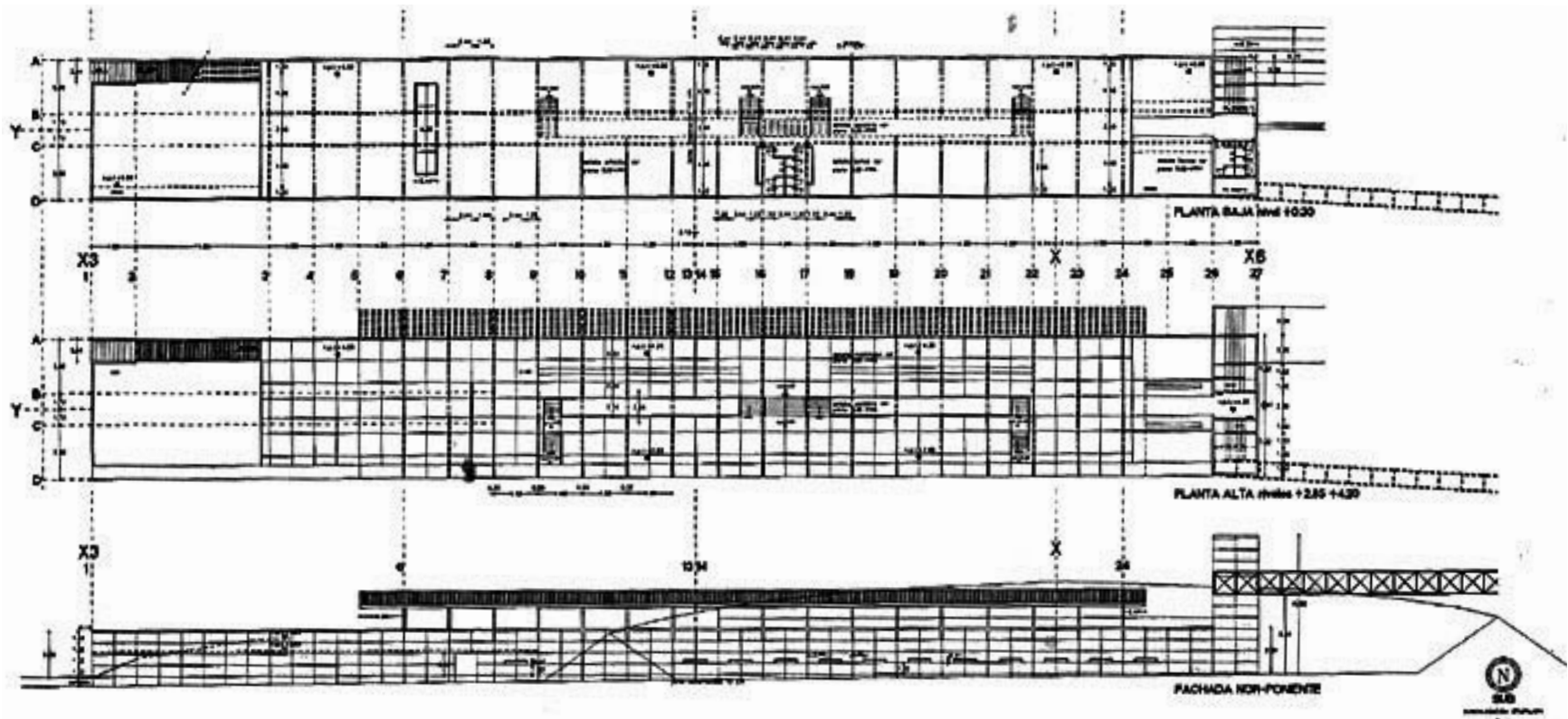


TERRENO. González de León (1998 p. 98-99)



El siguiente esquema nos muestra diferentes vistas de la Nave Principal, en donde podemos apreciar la ubicación de las escaleras por las cuales podemos acceder a la planta alta.

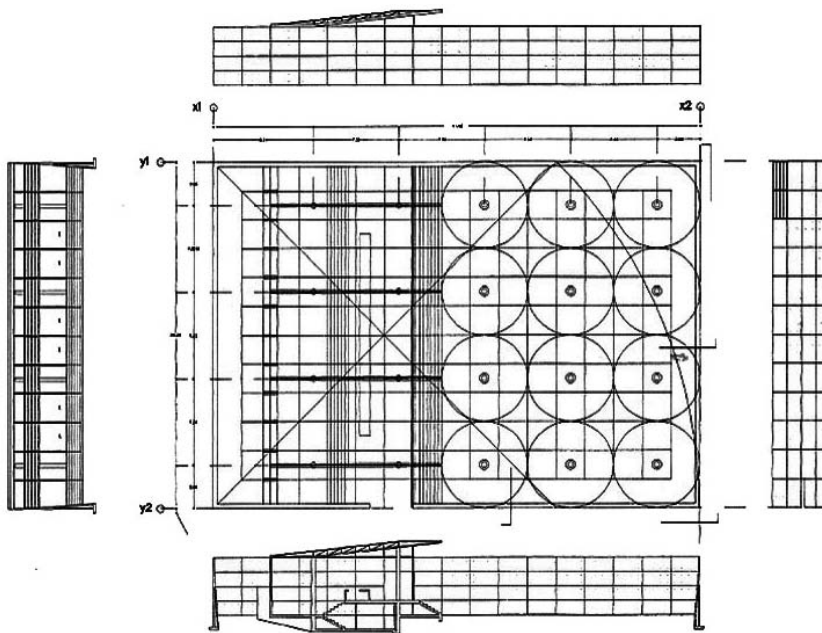
Aunque éstos esquemas son arquitectónicos y por ésta razón incluyen acotaciones demasiado técnicas para nuestro propósito, nos ayudan a visualizar los diferentes recorridos que pueden realizarse dentro de las instalaciones.



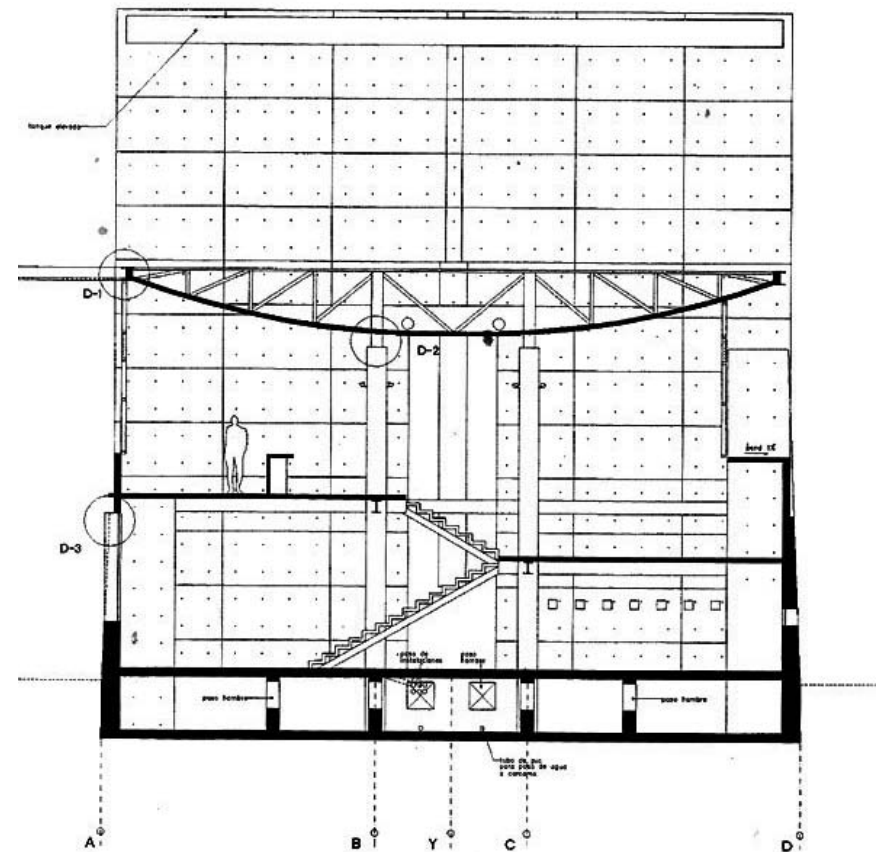
Nave Principal : Planta Baja, Alta y Fachada Nor-Poniente
González de León (1998 p. 103)



En los siguientes esquemas podemos observar la distribución y pasillos de la Nave Principal e Industrial, ésta información nos será de utilidad en el momento de determinar tanto la ubicación como la altura de las señales del Sistema Señalético.



NAVE INDUSTRIAL. Planta de Azotea
González de León (1998 p.99)



NAVE PRINCIPAL. Corte transversal
González de León (1998 p.104)



3.3.2.7. Tomas Fotográficas

Debido a que hay información y detalles que los planos no nos proporcionan, en cuanto a recorridos y flujos humanos, fue necesario un levantamiento fotográfico.



Entrada Principal



Entrada Nave Principal



Nave Industrial



Estacionamiento y Túneles



Nave Principal Salida Posterior



Nave Principal Pasillo Central



Mural



Nave Principal Salida Estanques y Sanitarios



Estanque Izquierdo



Entrada Sanitarios Nave Principal



Estanque Derecho



Salida Foro al Aire Libre



Foro al Aire Libre y Gradas



Nave Principal desde Gradas



Túneles



Rampa Posterior



Acceso Biblioteca por Rampa Posterior



Acceso Nave Principal por Biblioteca



Terraza Biblioteca



Dirección y Talleres 2 Nave Principal



Estancia Dirección



Galería



Pasillo Principal desde Planta Alta



Coordinación Servicios Culturales



Talleres 2 Nave Principal y Pasillo Principal



Salida Terraza Galería



Acceso Coordinación Servicios Culturales



Terraza Galería



Foro al Aire Libre desde Terraza Galería



Cobertizo (Techito)



Salida Nave Industrial



Acceso Planta Alta Nave Principal por Galería



Jardín Posterior Nave Principal



Jardín Posterior Nave Industrial

3.3.2.8. Señales Existentes

Durante el levantamiento fotográfico tuve la oportunidad de captar las pocas señales con que cuenta el Faro.



Señal 1



Señal 2



Señal 3



Señal 5



Señal 4



Señal 6



Señal 7



Señal 8

Por medio del levantamiento fotográfico podemos concluir que las señales existentes no fueron planeadas y realizadas en conjunto, pues observamos una implementación improvisada y heterogénea, no tienen entre ellas familiaridad, estilo, buena legibilidad o consideraciones en cuanto a escala y ubicación.

3.3.3. Organización de la Información

La siguiente etapa en la metodología para sistemas Señaléticos es la Organización de la Información, en esta fase se establecerá con que leyenda se identificará cada área, los tipos de señales con que se trabajará. las áreas en que se dividirán los servicios y lo más importante, reconoceremos el perfil del usuario y su contexto general para poder identificar a que formas y estilos gráficos responde, para poderlos integrarlos a nuestro sistema y sea aceptado por el usuario que deseamos impactar. Lo anterior lo determinaremos por medio de un cuestionario

3.3.3.1. Cuestionario Señalético

El siguiente cuestionario se realizó con ayuda del Coordinador de Difusión Cultural: Christian Jardón para reconocer las necesidades que solucionaría éste proyecto, a que perfil de usuario deseamos impactar y a que soluciones gráficas podría llegar.

NOMBRE DEL PROYECTO: Diseño de Sistema Señalético para la Fábrica de Artes y Oficios (FARO) de Oriente.



DESCRIPCIÓN: Se realizará la propuesta del Sistema Señalético de Faro de Oriente debido a que se detectó la carencia de señalamientos que ubiquen y dirijan los recorridos de los usuarios dentro de las instalaciones de ésta dependencia, lo cual dificulta los desplazamientos necesarios para encontrar un servicio determinado.

OBJETIVO O META DE LA SEÑALÉTICA: El objetivo principal es diseñar el Sistema Señalético para que mediante su implementación, las personas puedan acceder más fácilmente a algún área o servicio de esta dependencia, sin desplazamientos innecesarios o tener que preguntar, además de que el Sistema Señalético proyecte y refuerce la identidad y personalidad que caracteriza a ésta dependencia para que sea aceptado por el público usuario.

MISIÓN DE LA SEÑALÉTICA: Ubicar a los usuarios en el espacio, hacer fácilmente identificables las áreas y servicios de ésta dependencia, para hacerlos rápidamente accesibles y a través del sistema proyectar y reforzar la personalidad del Faro.

RESPONSABLE (S) POR PARTE DE QUIEN SOLICITA EL PROYECTO: Director del Faro: Agustín Estrada, Coordinador de Difusión Cultural: Christian Jardón, Diseñador: Neri

RESPONSABLE EN EL PROCESO DE DISEÑO Y EJECUCIÓN DEL PROYECTO: Angeles Yaocíhuatl Hernández Guerrero Directora. Lic. Ruth López Pérez

ANTECEDENTES: Se decidió realizar éste proyecto porque se identificó una necesidad de comunicación, ya que al entrar a las instalaciones del Faro no hay señalamientos que nos indiquen en que lugar o dirección se encuentran las diferentes áreas y servicios que el lugar ofrece. Necesidad que será resuelta por medio del diseño e implementación de un Sistema Señalético que ubique a los usuarios y los oriente en cuanto a qué recorridos deberán realizar para llegar al servicio requerido.

ALCANCES: En cuanto a los alcances, el proyecto señalético no trasciende a otros soportes gráficos, ya que la Coordinación de Difusión cuenta con un diseñador de base, así como jóvenes de diferentes escuelas realizando el servicios social y/o practicas profesionales y son los que se encargan de éste trabajo.

USUARIO HABITUAL Y OCASIONAL: El proyecto Faro fue planeado inicialmente para acercar a los jóvenes al arte y la cultura, tuvo gran aceptación y aumento en la demanda, por lo tanto tuvo que ampliar su oferta, por lo cual la comunidad del Faro es muy amplia pues abarca como usuario habitual, no sólo a las personas que cursan algún taller infantil (niños y niñas de 6 a 12 años) algún taller de artes y oficios (hombres y mujeres de 16 años en adelante) sino que también abarca a todas las personas que laboran en éste lugar (directivos, coordinadores, administrativos, talleristas, empleados, personal de base, servicio social, artistas invitados, colectivos, etc) también a las personas inscritas en la biblioteca, centro de cómputo o ludoteca.



Como características de los usuarios habituales, podemos decir que hay niños y niñas de 6 a 12 años, estudiantes, un grupo mayoritario de jóvenes (hombres y mujeres) de entre 16 a 25 años, este grupo es muy heterogéneo ya que cuenta a estudiantes, no estudiantes con diferentes y muy variados estilos, desde rastafari, skatos, darketos, emos, etc. pero todos ellos con el deseo y la necesidad de acercarse a las manifestaciones culturales y a través de ellas expresar sus intereses, motivaciones y sentimientos, y un grupo de personas adultas, como señores y amas de casa que cursan algún taller, todos principalmente de nivel socioeconómico bajo, ya que debido a su ubicación, al Faro llegan personas de los alrededores de la dependencia, es decir, del Oriente de la ciudad, Iztapalapa, Cd. Nezahualcóyotl, Los Reyes, Valle de Chalco, todas localidades que como característica común presentan rezago de infraestructura y problemas en la tenencia de la tierra, condiciones precarias de vivienda, todo esto debido a la gran explosión demográfica que se vive desde la década de los 50's.

Usuario ocasional son las personas que no asisten con regularidad al Faro, es decir, que no están inscritos en algún taller o actividad que éste ofrece, sino personas que asisten al Faro en Eventos Especiales (conciertos de música, de danza, exposiciones en la galería, presentaciones de libros, presentaciones de cine, etc.) y este usuario no tiene un perfil definido ya que proceden de diferentes partes de la ciudad, de cualquier delegación o municipio y pueden ser desde niños, jóvenes hasta personas mayores.

En conclusión podemos decir que a quien debemos dirigirnos principalmente es a los usuarios jóvenes ya que representan el 70% de la Comunidad del Faro. Este grupo, tiene sus códigos, modas y estilos particulares, de los cuales tomaremos algunos elementos para integrarlos al Sistema Señalético sin que pierdan la personalidad de este grupo mayoritario, pero que puedan funcionar dentro de éste sistema.

USUARIO POTENCIAL: El Faro es un proyecto que busca acercar la cultura y el arte a la comunidad que no tiene acceso a estas manifestaciones, por esta razón el usuario potencial son todas las personas interesadas en estos temas, sin importar su nivel socioeconómico, escolaridad, religión, gustos, edad u ocupación.

NECESIDADES DE INFORMACIÓN: La implementación del Sistema Señalético busca satisfacer la necesidad del conocimiento acerca de la ubicación de las áreas y servicios requeridos por los usuarios, pero siempre reflejando la personalidad de la dependencia.

ÁREAS O ESPACIOS DE UBICACIÓN: Las instalaciones cuentan con áreas abiertas y áreas cerradas, las oficinas se encuentran en espacios cerrados, bien delimitados entre cuatro paredes y una puerta, los talleres son principalmente abiertos y en algunos casos comparten las instalaciones, aunque el taller danza y teatro cuentan con un espacio bien delimitado.



CLASIFICACIÓN DE LOS ESPACIOS POR ÁREAS: A partir del plano arquitectónico planta de conjunto de la página 52 se realizó una síntesis, ya que al ser arquitectónico contiene mucha información, detalles y acotaciones técnicas que son innecesarias para el problema que nos ocupa. La síntesis se muestra en la página siguiente (69).

Sobre la síntesis del plano se identificaron y enlistaron las áreas a Señalizar para no omitir ninguna. Señala Costa (1987b p. 179) que “otras cuestiones que merecen especial atención, es la redacción de las leyendas con que se identificará cada área y servicio”, evitar las abreviaturas que conduzcan a error o ambigüedad, que no sea significativo el ahorro de espacios que nos proporciona y seleccionar las palabras de mayor uso por parte del público usuario de ésta dependencia.

Después de establecer las leyendas con que se identificará cada servicio, se dividieron además, de acuerdo a su naturaleza y características, obteniendo 3 áreas: el **Área Administrativa** es en donde se toma cualquier decisión en cuanto al funcionamiento y actividades del Faro, se realizan tramites de inscripción, etc. El **Área de Talleres** es, como su nombre lo indica, donde se concentran todos los espacios en que se imparten los Talleres, y por último el **Área de Servicios**, son áreas de uso muy común porque están abiertas al público en general, pero son espacios en donde no se imparten talleres.

Los servicios que contienen éstas áreas son:

- **Área Administrativa:** Coordinación de Servicios Generales, Coordinación de Talleres Infantiles, Coordinación de Talleres de Artes y Oficios, Coordinación de Difusión Cultural, Dirección y Coordinación de Servicios Culturales.
- **Área de Talleres:** Aulas de 1 a 6, Talleres 1 y 2 Nave Principal, Salón de Usos Múltiples (SUM), Laboratorio de Fotografía, Salón Escénico y Talleres Nave Industrial.
- **Área de Servicios:** Residencia, Foro al Aire Libre, Sanitarios Mujeres, Sanitarios Hombres, Ludoteca, Bodega de Audio, Centro de Cómputo, Estacionamiento, Caseta de Vigilancia, Biblioteca, Cabina de Radio Faro, Galería, Sala de Hornos y Bodega Nave Industrial.

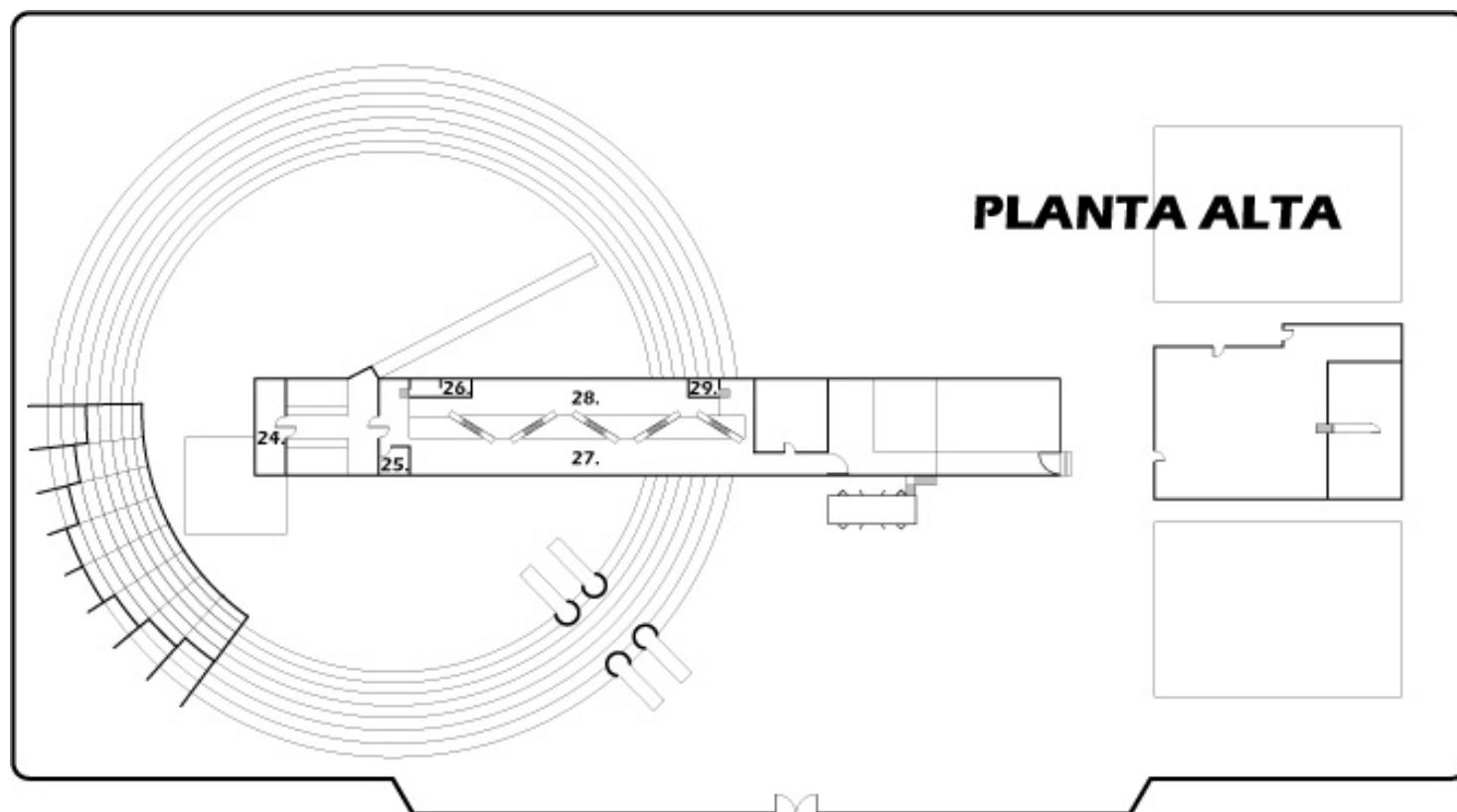


- 1. Residencia
- 2. Foro al Aire Libre
- 3. Sanitarios Mujeres
- 4. Sanitarios Hombres
- 5. Coordinación Servicios Generales
- 6. Aula 6
- 7. Aula 5
- 8. Aula 4

- 9. Aula 3
- 10. Aula 2
- 11. Aula 1
- 12. Coordinación Talleres Infantiles
- 13. Coordinación Talleres de Artes y Oficios
- 14. Coordinación Difusión Cultural

- 15. Ludoteca
- 16. Bodega de Audio
- 17. Centro de Cómputo
- 18. Talleres 1 Nave Principal
- 19. Salón de Usos Múltiples (SUM)
- 20. Laboratorio de Fotografía
- 21. Salón Escénico
- 22. Talleres Nave Industrial

- 23. Sala de Hornos
- 24. Sanitarios Mujeres
- 25. Sanitarios Hombres
- 26. Túneles
- 27. Estacionamiento
- 28. Caseta de Vigilancia



- 29. Biblioteca Alejandro Aura
- 30. Cabina de Radio Faro
- 31. Dirección
- 32. Galería
- 33. Talleres 2 Nave Principal
- 34. Coordinación Servicios Culturales
- 35. Bodega Nave Industrial



PERSONALIDAD DE LA SEÑALÉTICA: el público usuario de ésta dependencia es heterogéneo, el grupo mayoritario es el que conforman los jóvenes que igualmente es muy diverso, debido a esto buscaremos que la solución del sistema tenga que ver con la gráfica creativa y artística que encontramos en ésta dependencia, para que de ésta manera dicha comunidad pueda identificarse con el sistema y adoptarlo. Buscaremos reflejar un estilo relajado, juvenil, alternativo, propositivo, creativo, retomar elementos como la cultura underground, el grafiti, stiker, intervención en el espacio, manejaremos conceptos de cultura popular, rebeldía, libertad de expresión y quizá hasta anarquía, ya que a pesar de la diversidad de estilos, éstos conceptos son característicos en los usuarios, pero con la estructura y legibilidad que deben poseer este tipo de proyectos.

CARÁCTER DE LA INSTITUCIÓN EN DONDE SE UBICARÁN LAS SEÑALES: El Faro es una dependencia de la Secretaría de Cultura del Gobierno del D.F. pero se autogestiona, esto quiere decir, que aunque los proyectos deben ser aprobados por la Secretaría, es en el Faro en donde nacen, se organizan y desarrollan las actividades. La oferta de las actividades depende únicamente de la demanda por parte de los usuarios. Es un espacio abierto a la diversidad, la creatividad, libertad de expresión y participación.

INSTITUCIONES QUE COMPARTEN CARACTERÍSTICAS CON EL FARO Y TIPOS DE USUARIOS: Actualmente existen otros Faros, como son: el de Tláhuac, Milpa Alta, Ecatepec e Indios Verdes

que como características en común tienen la forma de trabajo, ya que fueron creados con el mismo objetivo, la misma política de gratuidad, ya que buscan no excluir a ningún sector de la sociedad, abiertos a la diversidad, se autogestionan, por lo tanto comparten el perfil del usuario.

CONTEXTO HISTÓRICO O MOMENTO ARTÍSTICO: El Faro se creó con la idea de llevar el arte y la cultura a una zona de la ciudad, por definición marginada. El objetivo fue darles un espacio a los jóvenes en el cual pudieran ocuparse, recrearse, pero también expresarse libremente, en donde sus conductas, atuendos, modas y gustos sean respetados. Por ésta razón en el Faro encontramos diversas manifestaciones artísticas, que reflejan la diversidad de los usuarios, las cuales van desde el graffiti, la pintura, el grabado, el dibujo, la danza, la música, etc.

3.3.4. Desarrollo Gráfico

Hasta este punto, el trabajo realizado consistió en hacer investigación, organizar información y definir conceptualmente el proyecto, la siguiente etapa dentro del modelo metodológico propuesto por Costa, es el Diseño Gráfico, en el cual daremos forma gráfica y visual a todas las cuestiones establecidas anteriormente.

Diseñar Sistemas Señaléticos es diferente a Diseñar objetos aislados, ya que el objetivo de los Sistemas Señaléticos es resolver una serie de problemáticas a través de partes que trabajarán en



conjunto y que aunque tendrán una solución gráfica, no será ésta la que determine si las necesidades se solucionaron. Con estas partes que trabajaran en conjunto nos referimos a un directorio, paneles direccionales y señales in situ, que a su vez están formadas por unidades más pequeñas que se trabajarán por separado, pero siempre considerando que se articularan entre ellas para la satisfacción de las necesidades que buscamos resolver, éstas unidades son: Pictogramas, Tipografía y Color.

3.3.4.1. Diseño de Pictogramas

Debido a que los pictogramas son signos con alto grado de iconicidad, es decir, representaciones sintéticas de objetos de naturaleza visual que se caracterizan por cumplir con una comunicación eficaz y veloz, se determinó que únicamente para el Área de Servicios se realizarían pictogramas, pues son áreas y servicios que pueden identificarse con un objeto y que éste sea reconocible, a diferencia de las demás áreas que describen servicios o conceptos más abstractos, lo que haría ambigua la lectura de un pictograma o lo harían perder sus características como tal, además nos comenta Zimmermann (1984 p. 68) que es preferible la escasez que el exceso de pictogramas, ya que el exceso crea confusión, por esta razón se consideraron los esenciales.

Los servicios que comprende ésta área son: Foro al Aire Libre, Sanitarios Hombres y Mujeres, Ludoteca, Bodega de Audio, Cen-

tro de Cómputo, Estacionamiento, Caseta de Vigilancia, Biblioteca, Cabina de Radio, Galería, Sala de Hornos y Bodega Nave Industrial, de los anteriores se decidió no realizar pictogramas de la Bodega de Audio, Sala de Hornos y Bodega Nave Industrial, porque son servicios a los que únicamente personal autorizado tiene acceso, por lo que, los usuarios no tendrán la necesidad de buscar éstos servicios, por lo tanto no se requiere familiarizar visualmente éstos servicios con los usuarios.

Para la creación de los pictogramas, inicialmente se buscó la definición de cada lugar y ver qué actividad se realiza en cada una de ellas, después se procedió a buscar imágenes que pudieran representar el servicio, buscando siempre omitir los detalles para lograr una mayor síntesis.

A continuación se muestra el proceso de diseño de los pictogramas.

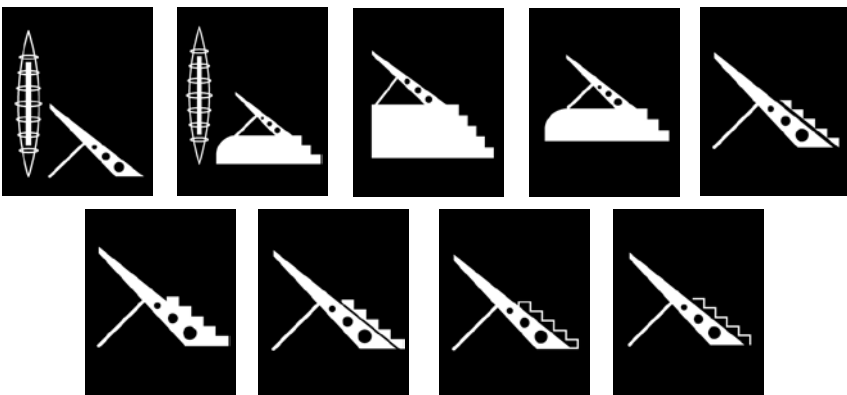
- **Foro al Aire Libre.** Se buscaron varias formas de representar el foro, desde su vista arquitectónica en planta, hasta vistas frontales, retomando la estructura que soporta las gradas por ser característica y ampliamente reconocida por el público usuario. En los casos en los que no se usó la figura humana en el pictograma, se determinó que se buscarían vistas frontales de los objetos que representarían los conceptos del área de servicios, para hacer de esta manera la lectura de los pictogramas más fácil, evitando a toda costa representaciones en perspectiva.



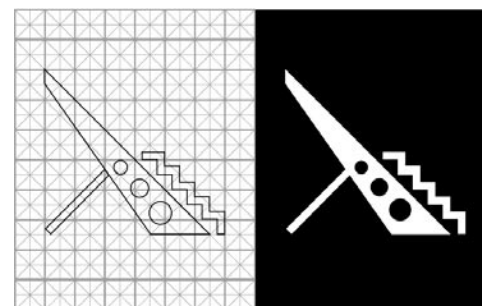
- **Primera Etapa.** Estos bocetos fueron descartados porque resultaban difíciles de identificar ya que unos son vistas aéreas y otros cuentan con mucho detalle, sin embargo se decidió retomar el elemento triangular, estructura que soporta las gradas, por ser característico y ampliamente reconocido por los usuarios del Faro.



- **Segunda Etapa.** Después de la resolución de trabajar con el soporte de las gradas, se le integraron otros elementos, como el faro y las gradas para reforzar la representación de éste espacio.



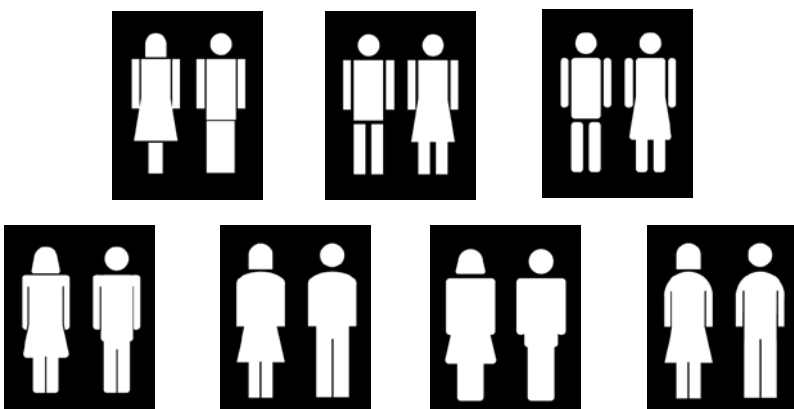
- **Pictograma Final.** Se decidió eliminar los elementos que acompañaban a la estructura que soporta las gradas debido a que el pictograma resultaba saturado, éstos elementos no ayudaban a que la lectura o reconocimiento del área fuera ni más rápida, ni mejor, por ésta razón se trabajó el pictograma final con el elemento estructural de las gradas de manera aislada, ya que se consideró que la forma de éste es explícitamente reconocible por los usuarios.



- **Sanitarios.** Éste es un servicio que es reconocido mundialmente y mayoritariamente con la figura humana, así que se decidió identificarlo de ésta manera, pero realizando viñetas nuevas. También se estableció, de acuerdo a las recomendaciones de Zimmermann (1984 p. 57) que las piernas en las viñetas se trabajarían de manera vertical y no abiertas en línea A porque son más susceptibles al vandalismo.



- **Primera Etapa.** En esta primera etapa se establecieron las proporciones de las viñetas así como la diferenciación de la mujer del hombre a través de la falda en línea A y el cabello largo.



- **Segunda Etapa.** Se siguió trabajando en una nueva síntesis de la figura humana, ya que las primeras resultaron muy cuadradas y robotizadas, esta vez se recurrió al Canon de Stratz de 8 cabezas retomado por Tosto (1969 p. 192 y 193) para diferenciar la figura femenina de la masculina, además de la simulación de la falda y el cabello largo, se recurrió a la característica forma de cada género, es decir la mujer se trabajó estracha en los hombros y ancha en la cadera, en forma de A, por el contrario el hombre se trabajó ancho en los hombros y estrecho de caderas, es decir en forma de V, otra característica es que la cabeza se trabajó en forma ovalada y no redonda

para dar más expresión a la síntesis, así como también se buscó eliminar todos los elementos posibles, sin que se afectara el reconocimiento de las formas.



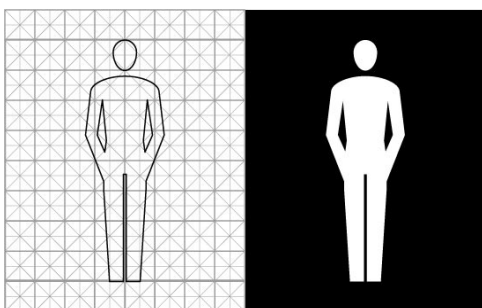
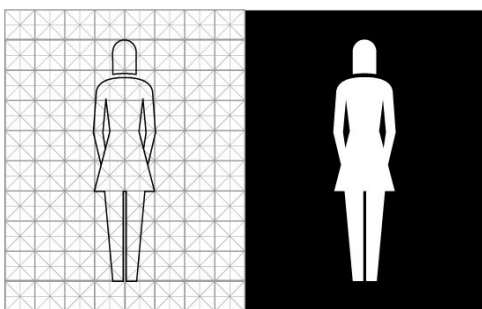
- **Tercera Etapa.** Se descartaron las síntesis anteriores debido al ruido que genera que las figuras no contaran con brazos, además inducía a lecturas alternas y erróneas, de tal modo que en ésta etapa se hizo una fusión de las síntesis de la primera y segunda etapa, retomando las características más agradables de cada una como la redondez de los hombros, la representación de las piernas en forma inclinada y no totalmente vertical.



- **Pictogramas Finales.** Para los pictogramas finales, se trabajaron los hombros de manera redondeada, la cabeza en forma

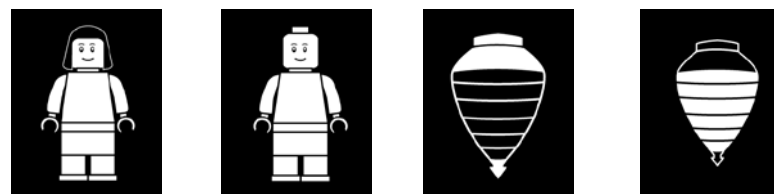


ovalada, las piernas con líneas inclinadas y con los brazos ligeramente doblados para hacer el pictograma más orgánico, dinámico y expresivo.

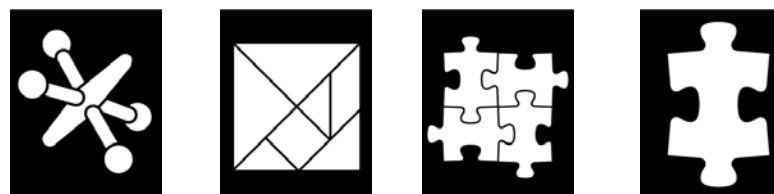


- **Ludoteca.** Es un espacio en el que niños y adultos tienen a su disposición juegos, principalmente de mesa y recreativos, por esa razón se partió de la idea de representar esta área con un juguete infantil.

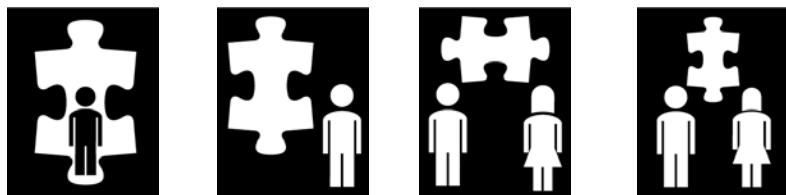
- **Primera Etapa.** La solución se buscó de inicio con las figuras de un lego y un trompo ya que son objetos altamente reconocibles por su forma característica y ser representativos de la niñez y evocar conceptos como juego y actividad.



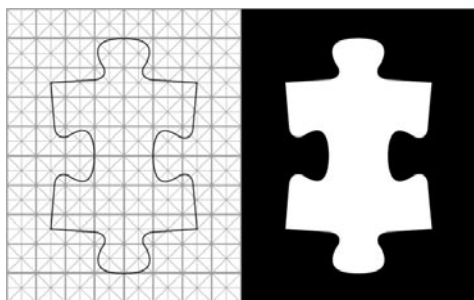
- **Segunda Etapa.** Se descartó el lego por conformarse de muchos elementos, se buscó experimentar con objetos que correspondieran con los juegos que se encuentran en este lugar y que buscan desarrollar la creatividad e imaginación de los niños como la matatena, tangram y rompecabezas.



- **Tercera Etapa.** Debido al alto contenido de juegos de mesa de la ludoteca, se decidió que la figura más reconocible y característica es la pieza de rompecabezas, así que se procedió a integrar la figura de humana.

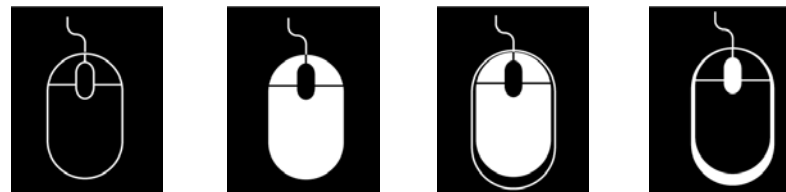


- **Pictograma Final.** Se decidió eliminar la figura humana ya que incluir dos figuras saturaba el pictograma y creaba un conflicto aplicar una de las dos, por lo que se optó por representar este servicio por medio de la figura limpia y altamente reconocible de la pieza de rompecabezas.

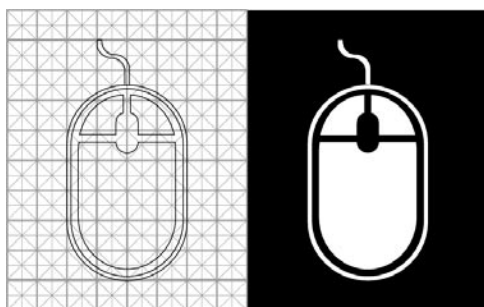


- **Centro de Cómputo.** Se descartó representar éste servicio con un monitor que pudiera remitir a un televisor y si se integraba a la representación el CPU, teclado y mouse, no resultaría una representación sintética, sino por el contrario con muchos elementos, por esta razón se decidió representar el Centro de Cómputo por medio de un mouse, que es reconocible aún por las personas que no manejan este tipo de equipo.

- **Primera Etapa.** Además de trabajar varias síntesis de mouse, se trabajó con el logo del centro de cómputo y se experimentó también con la inclusión de una mano que nos pudiera remitir a la función del mouse.

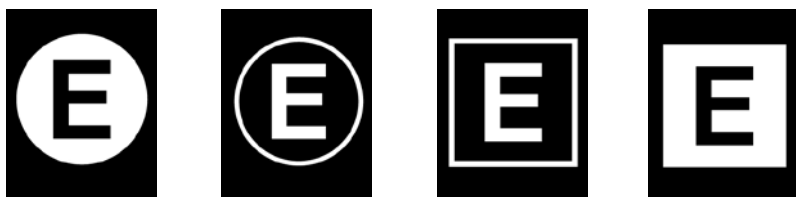


- **Pictograma Final.** Se descartó el logo del centro de cómputo ya que al contener tipografía no cumple con la función de pictograma porque no comunica eficaz ni velozmente, además incluye la figura de un mundo que puede tener varias lecturas. Se descartó la representación de la mano porque cubría la síntesis del mouse, no facilitaba el entendimiento del pictograma, por el contrario lo dificultaba, de tal manera que se optó por la síntesis del mouse para identificar este servicio.

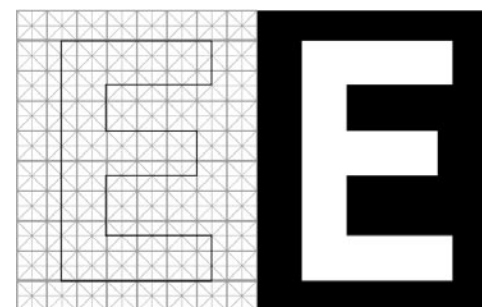


- **Estacionamiento.** Al igual que en el caso de los sanitarios, nos encontramos con un pictograma altamente identificable, cualquier persona que vea una E y hable español, sabrá que nos referimos a un estacionamiento.

- **Primera Etapa.** En esta etapa se mantuvo la E en caja alta y se trabajó con la envoltente de diferentes formas.



- **Pictograma Final.** Se optó por identificar el estacionamiento con una E mayúscula, eliminando la envoltente que requiere una doble lectura, además la función de la envoltente la cumple el espacio mismo, por ésta razón se recurrió a la representación de Estacionamiento únicamente con la letra E.



- **Caseta de Vigilancia.** Entre los objetos que pudieran identificar éste servicio encontramos: gorra, placa y uniforme. En todos los casos en los que se integró la figura humana, se hicieron pruebas para determinar si se mostraría el cuerpo completo o únicamente el busto.

- **Primera Etapa.** Se buscó representar la vigilancia por medio de una gorra ya que tiene características muy específicas. En cuanto a la representación de figura humana se retomó el pictograma con gorra y una línea inclinada en el pecho, pero ésta representación de policía, en este caso vigilante, resultó muy europea, además de que es una vista de perfil y no cumple la condición de recurrir a representaciones frontales.

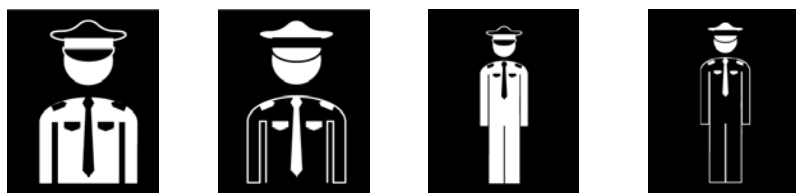




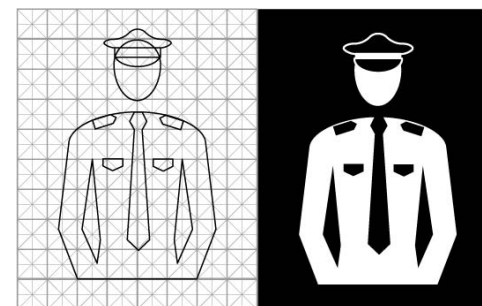
- **Segunda Etapa.** Se eliminó la representación de la gorra porque no es vista frontal, pero se determinó que sí es un elemento característico, así que se trabajaron varias formas y síntesis de ésta.



- **Tercera Etapa.** Después de que la síntesis de la gorra se lograra, se decidió, que para hacer contundente la representación se incluirían los elementos corbata, bolsillos y charreteras de la camiseta característicos de los uniformes policíacos.

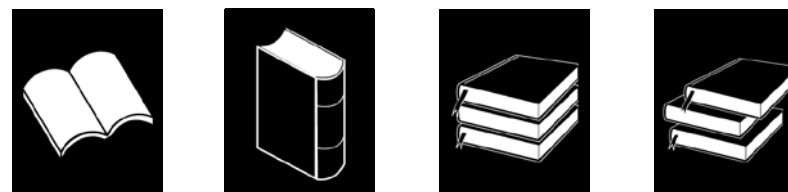


- **Pictograma Final.** Ya lograda la síntesis del vigilante, se hicieron pruebas con el color de la camiseta, ya que generalmente la podemos encontrar en blanco o azul marino, así como también las pruebas en cuanto a integrar la figura humana completa o únicamente el busto. Para la solución final se integró la síntesis de la figura humana más estilizada.



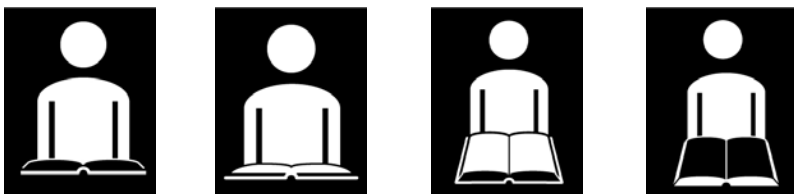
• **Biblioteca.** En cuanto a la realización de éste pictograma se decidió desde un principio que la mejor manera de representar el concepto era un libro, por lo que se recurrió a buscar diferentes representaciones para que remitiera a biblioteca y no a otro concepto.

- **Primera Etapa.** Se trabajó la representación de un libro de diferentes maneras, aunque se descartarían algunos por no ser vistas frontales, sino representaciones en perspectiva.

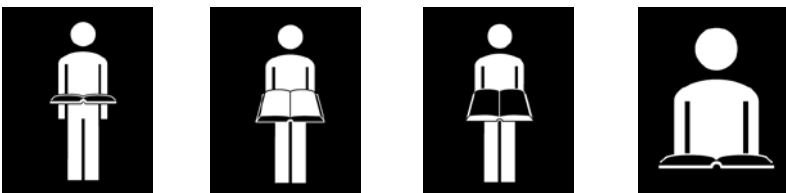




- **Segunda Etapa.** Se integró la figura humana al pictograma y se siguió experimentando con la representación del libro.

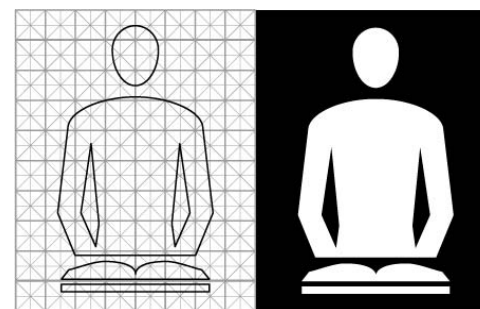


- **Tercera Etapa.** Se logró otra síntesis del libro y se hicieron las respectivas pruebas en cuanto a figura humana completa y únicamente el busto.



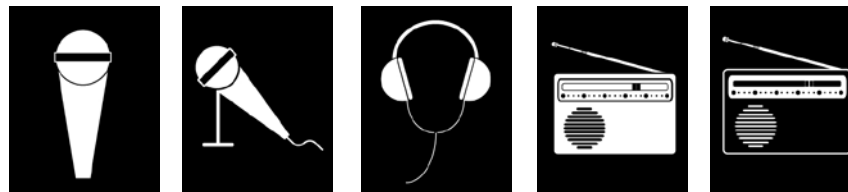
- **Pictograma Final.** En todos los casos en los que se incluye figura humana a los pictogramas se realizaron pruebas, incluyendo ésta completa y únicamente busto. En éste caso se de-

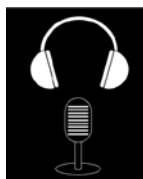
idió que el busto representaba mejor el concepto ya que en las pruebas de cuerpo completo el libro parece flotar.



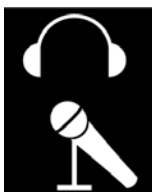
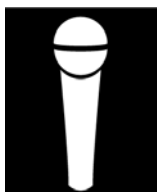
- **Cabina de Radio.** Entre los objetos que pudieran representar una cabina de radio encontramos: micrófono, audífonos, el aparato, con éstos objetos se hicieron síntesis para lograr las primeras representaciones.

- **Primera Etapa.** Se trabajaron las síntesis de los objetos antes mencionados, buscando la que mejor pudiera representarnos el concepto cabina de radio, y se trabajaron dichos objetos en positivo y negativo.





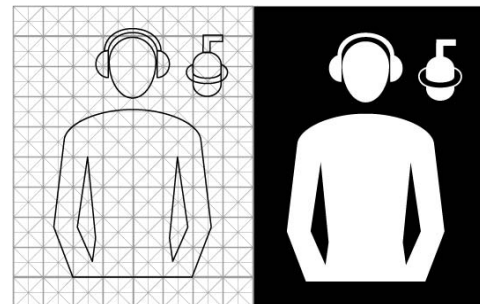
- **Segunda Etapa.** Después de la primer etapa, se decidió que micrófono y audífono eran las mejores opciones para representar el pictograma, pero se tuvo que experimentar y trabajar mucho en cuanto al micrófono, pues en algunos casos nos remitía a otras cosas y no a lo que se pretendía.



- **Tercera Etapa.** En ésta etapa se integró la figura humana con sus respectivas pruebas de busto y figura completa y se logró la síntesis de un micrófono aéreo que es muy característico de las cabinas de radio.



- **Pictograma Final.** En el pictograma final se integró la síntesis del micrófono aéreo y se optó por incluir únicamente el busto de la figura humana, ya que las pruebas de cuerpo completo nos hacía pensar en un cantante en un estudio de grabación y no en un locutor.



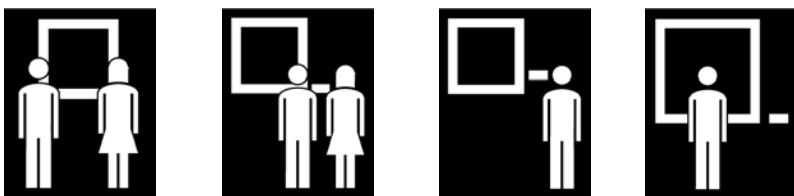
• **Galería.** En cuanto a éste espacio se decidió que se representaría mediante un cuadro, así que se trabajó en varias síntesis de éste elemento.

- **Primera Etapa.** Se realizaron varias síntesis de cuadros que pudieran incluirse en el pictograma y resultaran rápida y fácilmente reconocibles, por esta razón se determinó incluir la cédula de obra, que es otro elemento característico.

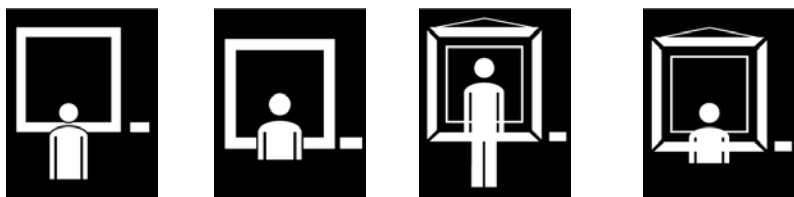




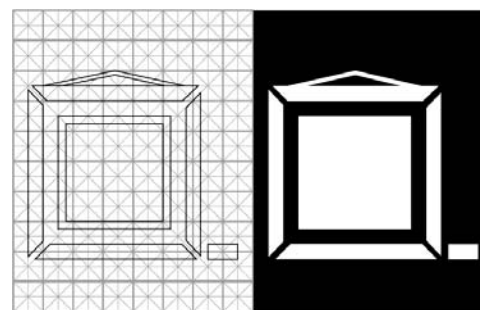
- **Segunda Etapa.** Después de lograda la síntesis del cuadro, se integró la figura humana, lo que propició el mismo dilema que en caso de la ludoteca, incluir sólo hombre o sólo mujer o ambos, lo que saturaría el pictograma de elementos y dificultaría la lectura del mismo.



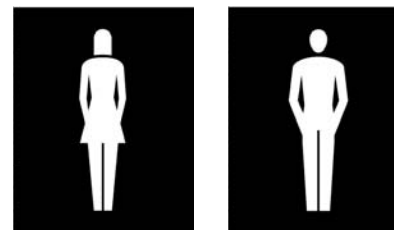
- **Tercera Etapa.** Se trabajó otro tipo de representación del cuadro, además de realizar las respectivas pruebas con la figura humana, tanto completa como busto únicamente.



- **Pictograma final.** Se decidió suprimir la figura humana, ya que al usar las dimensiones de la figura integrada en la cabina de radio o caseta de vigilancia, ésta lucía justa y usando la básica de sanitarios el sistema resultaría heterogéneo, además la figura del cuadro coincide con las representaciones frontales del mouse, la pieza de rompecabezas y la estructura del foro al aire libre.



A continuación se muestran los pictogramas realizados, iniciando por la síntesis de la figura humana, a partir de las cuales se realizaron otros pictogramas.





Podemos observar que las síntesis logradas cumplen con las características que deben cubrir los pictogramas, como alto grado de iconicidad, es decir, que aunque no contienen detalles y fueron reducidos a sus elementos más básicos, se identifica a primera vista el objeto al que representan. Todos están trabajados de manera frontal, en la misma red de construcción, con las mismas proporciones dentro del espacio y en su mayoría trabajados en masa. Con lo anterior, podemos decir que la serie de pictogramas cumple con las tres dimensiones con que pueden ser evaluados todos los signos: las dimensiones semántica, sintáctica y pragmática.

3.3.4.2. Elección de Fuente Tipográfica

En cuanto a la Tipografía y de acuerdo a las recomendaciones de Costa (1987b p. 176), se realizó una selección de fuentes que respondieran a las características Señaléticas de legibilidad y visibilidad inmediatas, que tuviera buen peso, equilibrio entre sus trazos y en cuanto a disponibilidad, contáramos con ellas en sus diferentes variantes como regular, ligera, bold y condensada para tener la opción de adaptarlas a diferentes espacios, además de tener en cuenta los aspectos de connotación y psicológicos que implica elegir una fuente tipográfica.

De una lista de 15 fuentes, se eligieron las siguientes:

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**
Fuente: Franklin Gothic Condensada 15 pt

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**
Fuente: Tw Cen MT Bold 15 pt

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**
Fuente: Myriad Bold Condensada 15 pt



Debido a que la tipografía no cumple únicamente la función de legibilidad, sino también de significado y considerando que en las diferentes publicaciones que realiza el Faro encontramos el siguiente tipo de fuentes, se experimentará con ellas y se evaluará si se podrán aplicar en éste sistema.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz**

Fuente: Epoxy History 15 pt

**aa bb cc dd ee ff gg hh ii jj kk ll mm
nn oo pp qq rr ss tt uu vv ww
xx yy zz**

Fuente: Sidewalk 15 pt

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz**

Fuente: Soul Mission 20 pt

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz**

Fuente: Trashed 20 pt

3.3.4.3. Primeras Ideas



Propuesta 1
Fuente Franklin Gothic



Propuesta 2
Fuente Tw Cen Mt



Propuesta 3
Fuente Myriad



Propuesta 4
Fuente Epoxy History



Propuesta 5
Fuente Sidewalk



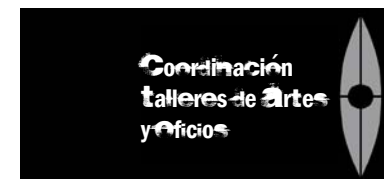
Propuesta 6
Fuente Soul Mission



Propuesta 7
Fuente Trashed



Propuesta 10
Fuente Myriad y Soul Mission



Propuesta 11
Fuente Myriad y Sidewalk

En las propuestas anteriores se trabajaron, las fuentes Franklin Gothic, Tw Cen Mt, Myriad, Epoxy History, Sidewalk, Soul Mission y Trashed, con esto podemos ver de que manera se comportan éstas fuentes con las leyendas en las que se aplicarán, con color claro sobre fondo oscuro o viceversa, así como también podemos observar que las ultimas 4 fuentes no cumplen con la condición básica de legibilidad, debido a su tratamiento, aunque nos aportan fuerza y un estilo bien definido no facilitan la lectura, pero no las descartaremos todavía, en las siguientes propuestas se buscarán integrar con las primeras fuentes que sí son legibles y evaluar si ésta solución puede ser viable.

En las propuestas anteriores se alterno una letra de una fuente legible con una fuente catacterística del Faro, de ésta combinación obtenemos personalidad, fuerza y estilo, pero no una legibilidad contundente, debido a que se ven afectadas en algunas palabras vocales que son necesarias para la lectura, por ésta razón en las siguientes propuestas se buscarán no intervenir vocales, sino caracteres que tengan una forma lo bastante pregnante, como la y, t, s, r, p, n, m, l, g, f y d para que pueda percibirse correctamente aún con el tratamiento de la letra, para que de ésta manera se consiga una buena legibilidad, indispensable para que las señales puedan cumplir su función.



Propuesta 8
Fuente Franklin Gothic y Trashed



Propuesta 9
Fuente Tw Cen MT y Epoxy History



Propuesta 12
Fuente Franklin Gothic y Epoxy History



Propuesta 13
Fuente Tw Cen Mt y Sidewalk



Propuesta 14
Fuente Myriad y Soul Mission



Propuesta 15
Fuente Franklin Gothic y Trashed



Propuesta 18
Fuente Tw Cen Mt



Propuesta 19
Fuente Franklin Gothic

Lo anterior no resultó ser una solución viable porque, aunque logramos una mejor legibilidad y lectura, debido a que en algunas palabras las letras intervenidas son bastantes, por el contrario en otras son pocas, lo que hace ver las palabras a veces amontonadas y saturadas, en otras desiertas, es decir, no se observa un criterio uniforme de intervención, lo que en general crea caos y confusión. Se determinó trabajar únicamente con las fuentes Franklin Gothic, Tw Cen MT y Myriad para las leyendas de las señales de éste sistema.



Propuesta 16
Fuente Myriad



Propuesta 17
Fuente Tw Cen Mt

En estas primeras propuestas, se plasmaron todas las posibilidades útiles para el desarrollo de éste proyecto, no únicamente del tipo y espacio de la tipografía, sino también en cuanto a la forma de las señales y el espacio para los pictogramas.

Con base a las primeras propuestas, podemos establecer varias cuestiones como los elementos que serán constantes y los que serán variables en el Sistema. Los elementos constantes serán: la tipografía, pues todas las señales la contendrán, sin embargo cambiarán las leyendas, otro elemento constante serán las placas que diferenciarán las áreas en que se dividieron los servicios. En cuanto a los elementos variables, encontramos los pictogramas, ya que únicamente el área de servicios los incluirá, éstos los ubicaremos en la parte izquierda de la señal para que sea el primer elemento en ser percibido ya que representa la comunicación más rápida y eficaz, éstos serán trabajados en plasta y calados en el fondo, es decir, que no llevarán envoltorio, ya que ésta función la cumple el espacio delimitado por las placas.



3.3.4.4. Retícula y Bocetaje

En las primeras ideas se manejaron varios formatos, unos más alargados y otros más rectangulares, pero la propuesta final de formato se obtuvo mediante la sección áurea. Se determinó que de entrada el alto sería de 20 cm, se multiplicó por 1.618 que dió como resultado 32 cm que será el largo, en caso de necesitar ajustes de tamaño se harán con esta proporción.

Éste formato se dividió en unidades X y se organizó el espacio retomando las propuestas 8, 12 y 16, para, a partir de ellas bocetar sobre una retícula que soporte, de relación y congruencia a los elementos dentro de las señales.



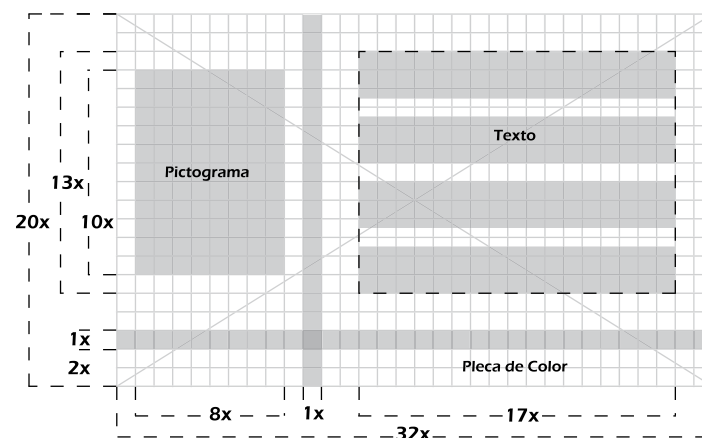
Propuesta 8



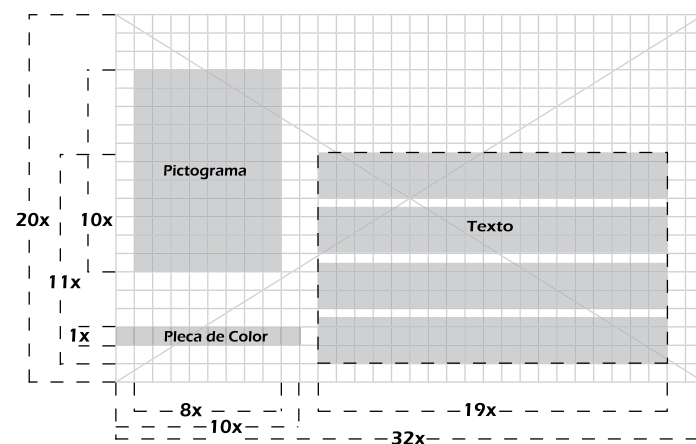
Propuesta 12



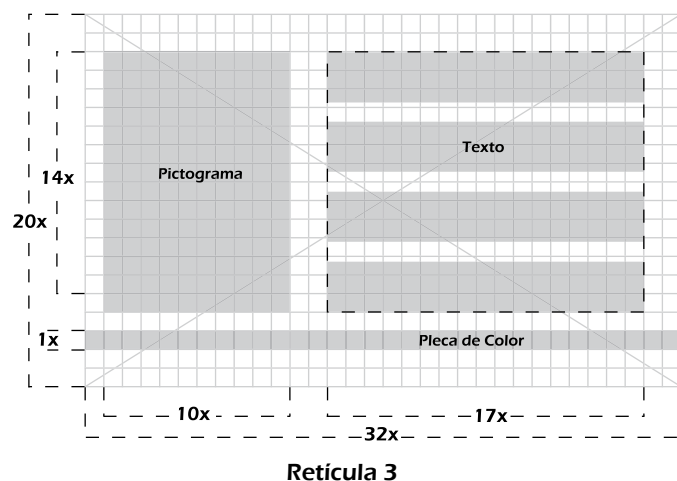
Propuesta 16



Retícula 1



Retícula 2



Retícula 3

En las retículas anteriores se muestran los espacios considerados para los elementos que en general conterndrán nuestras señales, unicamente que con composiciones diferentes, en cuanto al texto se determinó lo siguiente: debido a que algunas leyendas con que se identificarán los servicios son muy largas, y cómo podemos observar en el espacio reservado para el texto en las retículas, éstas leyendas se podran encontrar hasta en 4 líneas.

Específicamente en la retícula 1, y debido a la composición, si encontramos texto en menos de 4 líneas, es decir de 3, 2 y 1 línea, éstas se centrarán en el espacio, de la siguiente manera:

**Coordinación
Talleres
de Artes
y Oficios**

4 líneas

**Laboratorio
de fotografía**

2 líneas

**Talleres
Nave
Industrial**

3 líneas

Dirección

1 línea

En las retículas 2 y 3, debido a que la composición es ásimétrica, el texto se recargará hacia abajo, de la siguiente manera:

**Coordinación
Talleres
de Artes
y Oficios**

4 líneas

**Talleres
Nave
Industrial**

3 líneas



2 líneas



1 línea

- Bocetos Primera Etapa

Los bocetos se basaron en las retículas anteriores y se respetaron los espacios establecidos en éstas para pictogramas, texto y placas que identificarán y diferenciarán las 3 áreas en que dividimos los servicios.

En cuanto a texto, se aplicaron las fuentes Franklin Gothic, Tw Cen Mt y Myriad en las leyendas ya establecidas para identificar cada área y servicio, el puntaje de éstas se estableció haciendo coincidir la palabra con más caracteres al ancho del espacio establecido en la retícula, el interlineado se manejó negativo ya que de acuerdo con Bringham (2008 p. 47) el texto se puede manejar de ésta manera, siempre y cuando no produzca choques entre trazos descendentes de una línea con trazos ascendentes de otra.

Las fuentes Epoxy History, Trashed, Soul Mission y Sidewalk, las cuales no funcionaron en las leyendas de las señales debido a que no proporcionan la legibilidad necesaria para éste tipo de proyec-

to, se decidió no descartarlas definitivamente porque son características tanto de la personalidad del Faro como de sus usuarios, se retomaron como texturas de fondo con el enunciado "Faro de Oriente" o simplemente "Faro" y así introducimos el concepto de intervención en el espacio, saturación y dinamismo, que tienen que ver con la actitud de la mayoría de los jóvenes que asisten a ésta dependencia y gustan tanto del graffiti como del stiker. Los bocetos se muestran en pares, para poder visualizar cómo se verán las señales que contendrán pictograma y las que no lo incluirán.



Boceto 1



Boceto 2



Boceto 3



Boceto 6



Boceto 4

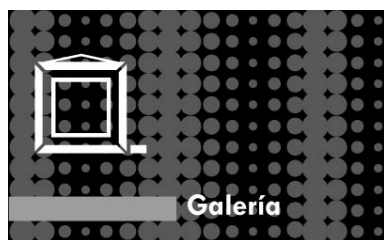


Boceto 5

Las texturas en el fondo de las señales nos aportan personalidad, dinamismo y hasta la anarquía o rebeldía que se busca proyectar, pero también crean mucho ruido ya que al ver dos tipografías, nuestro ojo busca leer ambas, saltando de una a otra porque no hay una clara jerarquía entre ellas.

- Bocetos Segunda Etapa

Debido a lo anterior, además de las texturas tipográficas, para ésta segunda etapa de bocetaje se trabajaron algunas no tipográficas, entre ellas una con el símbolo con que se identifica el faro para que la textura resultara más significativa, tanto como para el proyecto, los usuarios y el personal que labora en este lugar.



Boceto 7



Boceto 8

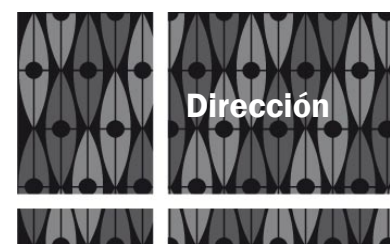
La textura anterior (boceto 8) queda descartada ya que la figura del Faro, puede variarse en escala, pero no en inclinación.



Boceto 9

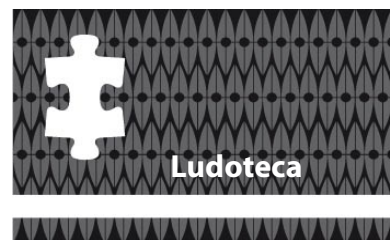


Boceto 10

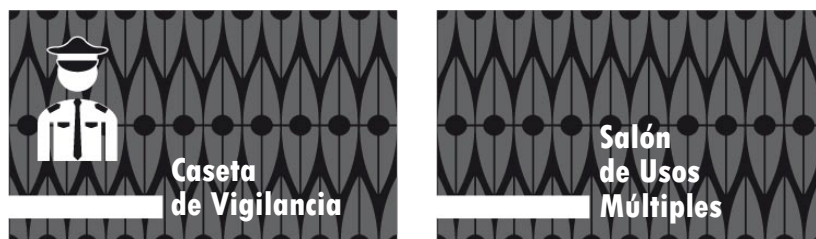


Boceto 11

Se hicieron pruebas con el Faro, pero con diferente escala, posición y saturación para crear diferentes estilos.



Boceto 12



Boceto 13

Con base al bocetaje anterior se determinó que los bocetos basados en la retícula 2, es decir, los bocetos 2, 5, 7, 8 y 13 se eliminarán porque, aunque la composición es dinámica, el espacio considerado para el texto es reducido, lo que no permite darle un mayor puntaje, provocando pérdida de peso y legibilidad, además parece salir del formato y en los casos en los que la señal no tiene pictograma ésta luce vacía. Los bocetos con los que trabajaremos en la siguiente etapa son los compuestos en la retícula 1 y 3, pero únicamente con las texturas de los bocetos 1, 9 y 11 con una transparencia uniforme, por ser más dinámicas y representativas tanto para la dependencia como su usuario.

3.3.4.5. Propuestas a Color

Costa (1987b p. 182) nos menciona que “el color en Sistemas Señaléticos es muy importante porque tiene muchas asociaciones y cumple con las funciones de integración, identificación, contraste, realce y connotación”. De integración entre señalética y entorno

ya que el primero debe integrarse al segundo sin estridencias, de identificación entre áreas, de contraste para su buena legibilidad y connotación porque el color, dependiendo de las combinaciones nos puede remitir a infinidad de conceptos diferentes.

El color, es especialmente importante en este proyecto, porque debido a que va dirigido a jóvenes, por medio del color reforzaremos el dinamismo que se buscó reflejar a través de la composición, para que de ésta forma pueda el público usuario, en primer lugar, reconocer el sistema y en segundo lugar aceptarlo.

En este punto, además de buscar soluciones para el color de las señales, de acuerdo a los criterios anteriores, se experimentará también con las placas de color que diferenciarán las tres áreas en que dividimos los servicios, por lo tanto se deberá encontrar tres colores que armonicen entre sí, pero que sean altamente diferenciados para que no pueda haber errores en cuanto a su percepción, a la vez hallar un color de fondo que combine y contraste con todos. Seguiremos trabajando con las tres fuentes seleccionadas, para ver como se comportan ahora con fondo de color.

Para la solución del color, se descartaron en primer lugar los colores negro y gris, ya que el entorno es de éste color y experimentar en ésta gama, no nos proporcionaría el elemento contraste que es muy necesario para destacar la información. En segundo lugar, se descartó la aplicación de colores cálidos en el fondo de las señales, ya que ésta gama brinca al primer plano, lo que dificultaría la



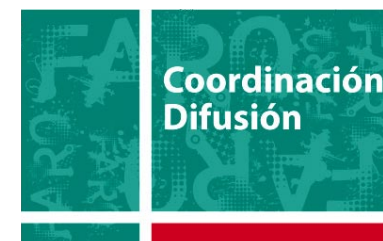
integración del Sistema al entorno. De acuerdo con lo anterior se experimentó con diferentes verdes y azules, es decir, se trabajó con una gama de colores fríos, ya que debido a ésta característica los colores retroceden, a diferencia de los colores cálidos, y de ésta manera puedan integrarse fácilmente al entorno, pero siempre buscando el mayor contraste con tipografía y pictogramas para la buena percepción e identificación de la información.

Las siguientes propuestas de color, se presentan en tercias, es decir la Propuesta de Color 1 se refiere al color de fondo de las señales, pero encontraremos tres opciones (a, b y c) que corresponderán a las placas de color que diferenciarán las tres áreas en que dividimos los servicios (administrativa, talleres y servicios)

En cuanto a ésta diferenciación de áreas, se buscó contrastarlas por medio de los colores primarios (rojo, azul y amarillo) y en los casos en que el fondo tiende a azul, éste se substituyó por el verde, se eligieron éstos colores por ser además de señales visuales fuertes y contundentes, altamente reconocibles por todas las personas, también diferentes entre sí que no existe la posibilidad de confundir unos con otros.



Propuesta Color 1a



Propuesta Color 2a



Propuesta Color 1b



Propuesta Color 2b



Propuesta Color 1c



Propuesta Color 2c



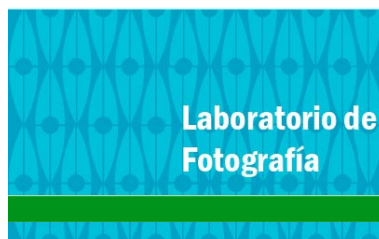
El fondo se trabajó en tonalidades oscuras para dar evocar rebeldía, así como también con colores claros para resaltar que el proyecto va dirigido a jóvenes.



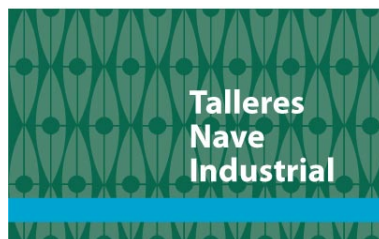
Propuesta Color 3a



Propuesta Color 4a



Propuesta Color 3b



Propuesta Color 4b



Propuesta Color 3c



Propuesta Color 4c

En cuanto a las placas que diferencian las áreas, las trabajadas con colores primarios nos remiten fuertemente a aspectos infantiles, por ésta razón se experimentó con otros colores.



Propuesta Color 5a



Propuesta Color 6a



Propuesta Color 5b



Propuesta Color 6b



Propuesta Color 5c



Propuesta Color 6c



Por lo anterior, se experimento la diferenciación con un mismo color en diferentes tonalidades. Éstas propuestas, aunque son armónicas, no son viables, porque, aunque la diferencia entre

el tono más saturado y el menos saturado es contundente, la diferencia entre estos dos y el tono medio no lo es tanto, de modo que la función de diferenciación no se cumple.



Propuesta Color 7a



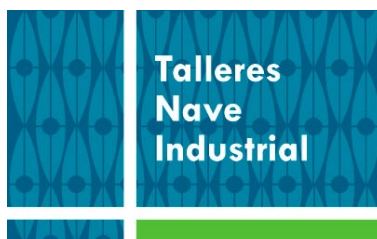
Propuesta Color 8a



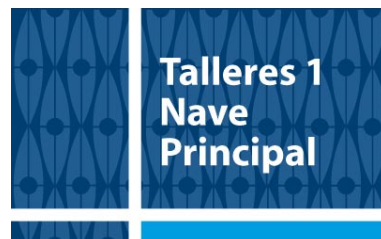
Propuesta Color 9a



Propuesta Color 10a



Propuesta Color 7b



Propuesta Color 8b



Propuesta Color 9b



Propuesta Color 10b



Propuesta Color 7c



Propuesta Color 8c



Propuesta Color 9c



Propuesta Color 10c



Para las placas de color, finalmente se determinó, después de la observación y el análisis, que los colores más apropiados son los de la última etapa que son: el rojo, naranja y amarillo, porque pertenecen a la misma gama de colores cálidos, pero son tan diferentes entre sí que se facilitará su percepción y evitará la confusión entre unos y otros. El color rojo se aplicó en el área administrativa por ser de mayor jerarquía, naranja para el área de talleres y amarillo para el área de servicios.

En cuanto a la composición se eligió la retícula 2, debido a que el espacio está organizado asimétricamente, es dinámico y además las placas que delimitan los espacios aíslan los diferentes colores de placas para que su percepción sea más clara que al estar directamente junto al color de fondo.

La fuente elegida fue Tw Cen MT Bold Condensada ya que era la que nos permitía un mayor puntaje en los espacios reservados para textos, tiene buen equilibrio entre los trazos y ojos de letras, a diferencia de las otras que eran muy alargadas, esta es más redonda y por lo tanto tiene más peso, pero con buen espacio entre letras que facilita su lectura.

Y finalmente se eligió la textura de fondo con el Faro del boceto 11, ya que resultó más equilibrada que las otras en las que el Faro era muy grande o muy pequeño, además porque resultaba más significativa a diferencia de las tipográficas que hacían ruido y competían con las leyendas principales.

El color elegido fue el de la propuesta 6 porque es un color que se integrará fácilmente al entorno, combina y contrasta con los colores elegidos para las placas que diferencian las áreas en que se dividieron los servicios, es un color juvenil, pero al estar saturado evoca también rebeldía y libertad de expresión.

- Propuesta a Color Seleccionada

A continuación se muestran 2 señales de cada área de la propuesta final conformada por las siguientes consideraciones: Color de fondo azul pantone 541C, textura del Faro, fuente Tw Cen Mt Bold y placas de color Pantone rojo 200C, naranja 151C y amarillo 123C

El formato propuesto es de 20 x 32 cm, se realizaron pruebas con estas dimensiones y funciona respecto a los conceptos de legibilidad, visibilidad y contraste.



Señales del Área Administrativa
Fuente Tw Cen MT Bold Condensada Azul Pantone 541C y 200C



Señales del Área de Talleres

Fuente Tw Cen MT Bold Condensada Azul Pantone 541C y 151 C



Señales del Área de Servicios

Fuente Tw Cen MT Bold Condensada Azul Pantone 541C y 123C

Las señales anteriores fueron presentadas al Sr. Agustín Estrada, Director del Faro, quien resultó interesado en el proyecto, ya que como tuvimos oportunidad de ver en la investigación, mediante las tomas fotográficas, las pocas señales encontradas no resuelven las diferentes necesidades de comunicación y proyección de Identidad que pueden solucionarse mediante la implementación de un Sistema Señalético adecuado.

El comentario en cuanto a las señales presentadas fue que el diseño es muy serio, formal e incompatible tanto con la personalidad de la dependencia como de su público usuario, sugiriendo trabajar en el mismo proyecto pero experimentar con un estilo más innovador y revolucionario, así como experimentar con el color para obtener en general un proyecto más juvenil y alternativo para que de ésta manera el público usuario pueda reconocerse en el Sistema y de ésta forma sea bien recibido por la Comunidad del Faro.

Tomando en cuenta los comentarios del Director del Faro, se siguió trabajando en la misma propuesta ya que es dinámica pero manipulando los diferentes elementos que la conforman, buscando convertir el diseño serio y sobrio en alternativo, innovador, atrevido, rebelde, juvenil y original.

- Ajuste de Propuestas

En cuanto al fondo, se retomo la textura de puntos que es dinámica y juvenil, la del faro por ser representativa y se experimentó con una nueva a base de viñetas que puedan representar la personalidad, gustos y modas de la comunidad del Faro.

Con respecto al color, se siguió trabajando en la misma gama de verdes y azules, pero en este caso se recurrió a tonos menos saturados para dar luz y dinamismo, en este punto, el criterio fué elegir un color que no tuviera asociaciones comunes, reconoci-



bles o que asociaran a alguna institución, producto o filosofía, por ejemplo: azul partido político o verde ecologista, debido a que la dependencia no tiene ninguna filiación política, por el contrario es autónoma y se autogestiona. Se experimentó con el tratamiento de las plecas blancas y de color para hacer referencia a que en este lugar se realizan trabajos artísticos y manuales, que los usuarios practican el graffiti y otras actividades artesanales.

En cuanto a tipografía, se decidió experimentar con la fuente elegida anteriormente y con nuevas fuentes pero sin anteponer el factor estilo y personalidad por encima de la legibilidad.

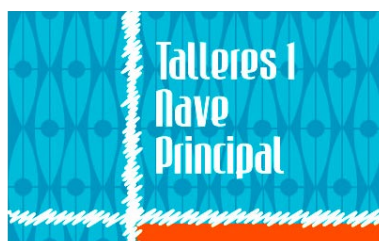


Fuente Tw Cen MT Bold Condensada



Fuente Tw Cen MT Bold Condensada

Con las fuentes que se introdujeron en esta punto, se busca llevar nuestro diseño de serio y sobrio a juvenil y moderno, y reforzar ésta imagen con el color, texturas de fondo y tratamiento de las plecas que dividen el espacio.



Fuente Mabella Bold

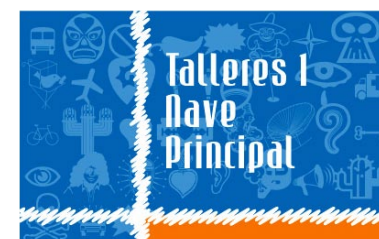
Fuente Eurofurence

Walkway Black

Fuente Weltron Fuente

En esta etapa se combinaron las diferentes texturas de fondo, fuentes y tratamiento de placa con diferentes colores, para observar de que manera se obtenía mayor expresividad, legibilidad y contraste entre elementos.

Finalmente se realizó una nueva textura de fondo con las fuentes Mexinbat y Webdings, de todo el alfabeto de éstas fuentes, se eligieron las viñetas que de algún modo tuvieran que ver con el Faro, la cultura popular, el ambiente urbano, el usuario, sus



Fuente Tw Cen Mt Bold Condensada

Fuente Mabella Bold

gustos, modas e intereses, la libertad de expresión, lo mexicano y rebelde, como el graffiti y la intervención de los espacios. Integrando a ésta nueva textura los tratamientos anteriores en cuanto a experimentación tanto de fuentes, como placas y color.

Éstas nuevas propuestas fueron presentadas en el Faro por sugerencia del Director a la Coordinación de Difusión, pues en ésta se encuentra el diseñador de base: Neri, quien debía aprobar el proyecto junto con el Coordinador de Difusión: Christian Jardón.

El comentario fue que el proyecto es viable ya que es una propuesta singular, innovadora y actual. A partir de las observaciones y elecciones en cuanto a textura y color de fondo, tratamiento de placas y fuente que realizaron tanto el diseñador como el coordinador de difusión se realizaron las propuestas finales.



- Propuestas Finales



Propuesta Final 1

Fuente Moderna Pantone 320 C

Propuesta Final 2

Fuente Tw Cen Mt Bold Pantone 300 C

Propuesta Final 3

Fuente Tw Cen Mt Bold Condensada Pantone 320 C

La propuesta final 3 fué la elegida por el diseñador y coordinador de difusión cultural, se decidió que es la más adecuada ya que representa aspectos importantes de la personalidad y gustos del usuario del Faro como por ejemplo: las calaveras, bomba y sub comandante Marcos se representa la rebeldía, el chile, luchadores y cactus representan la mexicanidad, el camión, Rigo y bicicleta evocan lo popular, el megáfono, globo de onomatopeya y manos



representan libertad de expresión, la textura de fondo corresponde con la intervención del espacio, el graffiti y el sticker, con el color reflejamos lo juvenil, dinámico y la diversidad de corrientes de pensamiento, modas y estilos que encontramos en el Faro.

3.3.4.6. Sistema de Señales Final Aprobado

El Sistema de Señales Final Aprobado consta de 31 Señales in situ, de las cuales 6 pertenecen al Área Administrativa, 12 al Área de Talleres y al del área de Servicios, 4 paneles direccionales y 1 mapa de sitio.

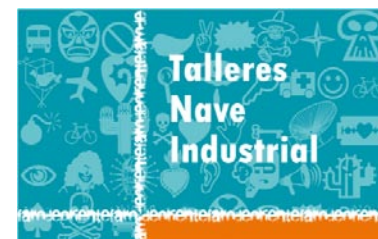
Señales del Área Administrativa

Fuente Tw Cen MT Bold Condensada Pantone 320C y 200 C



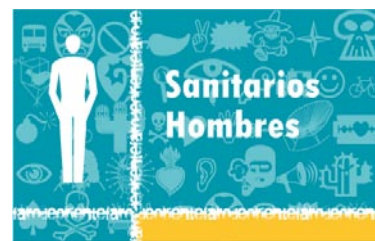
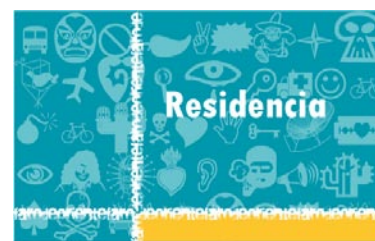
Señales del Área de Talleres

Fuente Tw Cen MT Bold Condensada Pantone 151C



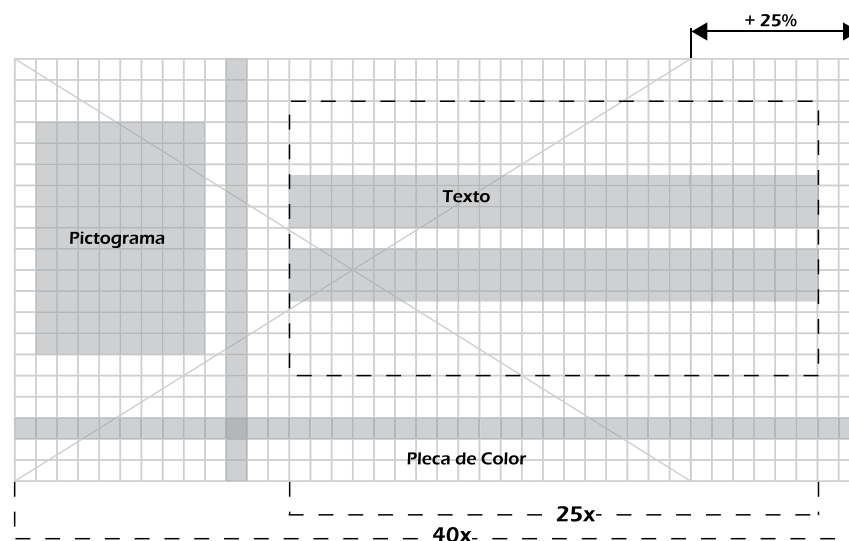


Señales del Área de Servicios
Fuente Tw Cen MT Bold Condensada Pantone 123 C





Ya que dentro de las instalaciones del Faro, algunos espacios son abiertos, es decir, que aunque tienen un espacio propio no cuentan con una delimitación precisa, se determinó que las señales para éstos lugares serán 25% más largas que el resto, es decir, que el formato paso de 20 por 32 cm a 20 cm por 40 cm, ésto se decidió así, porque si se escalaba el formato de manera proporcional y al contener éstas señales únicamente entre 1 y 2 líneas de texto se generaba demasiado aire, la señal lucía vacía y el texto débil, por lo que también se aumentó el puntaje del texto en un 25%.



De esta manera la percepción de estas señales pueda estar al nivel de las demás y no se pierdan en el entorno debido a la falta de delimitación del espacio, los servicios y las señales son los siguientes:

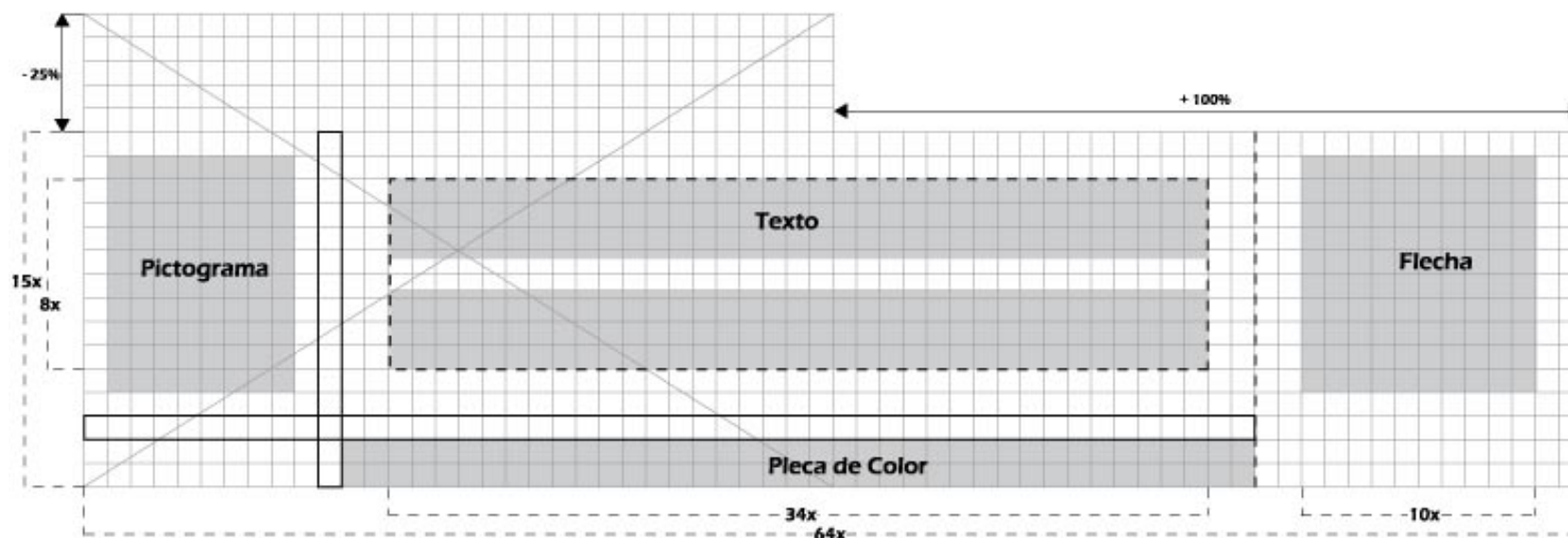




- Paneles Direccionales

A partir de la retícula en las que se compusieron las señales, se modificaron sus dimensiones para su aplicación en los paneles direccionales.

La retícula se muestra en la página siguiente y las modificaciones fueron las siguientes: Del alto total de las señales, para ésta aplicación se abarcó el 75% de alto, es decir, de 20 a 15 cm de alto, el ancho se duplicó de 32 a 64cm. En este el pictograma quedó de las mismas dimensiones 8 por 10 cm, el texto se llevó de 4 a 2 renglones de 13 a 8 cm de alto y el ancho pasó de 17 a 34 cm, además en el extremo derecho del panel se consideró un espacio para la flecha direccional.

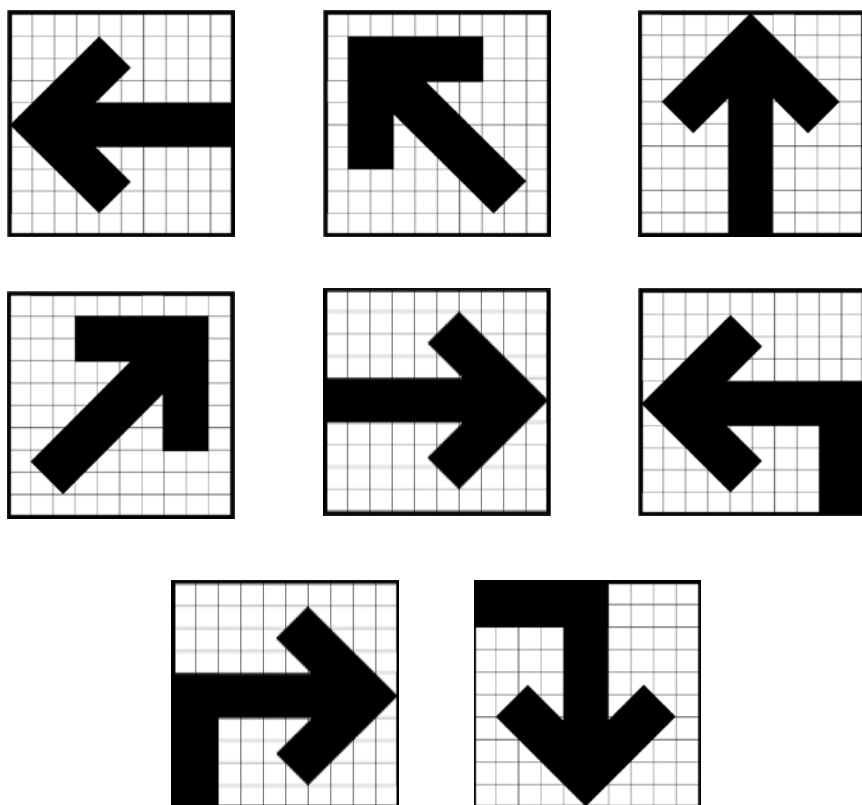


- Flechas

La flecha es una herramienta del lenguaje visual que tiene la capacidad de dirigir la mirada y debido a su forma característica su significado está grabado en la memoria y el subconsciente de las personas, por lo cual es inadmisibles considerar que puede encontrarse otro signo más adecuado para indicar dirección. De acuerdo con el análisis de recorridos y puntos en los que se fijaron los paneles direccionales, se determinaron cuáles serían las flechas requeridas para describir los recorridos necesarios que llevarán desde el panel direccional al servicio al que dirigirán.

Para la construcción de las flechas se tomó en cuenta la recomendación de Aicher y Kramper (1991 p. 31) de "evitar las flechas cuya cabeza tengan un ángulo superior a 90°, ya que carecen de flujo".

A continuación se muestra la cuadrícula en la que se construyeron éstas flechas.



En los paneles direccionales, el espacio reservado para las flechas, se trabajó sin la textura de fondo, para quitar ruido, aislar las flechas y así mejorar su percepción, sin embargo se trabajó ésta con diferentes texturas.



Textura 1



Textura 2



Textura 3



Textura 4



Textura 5

Las flechas no sólo se trabajaron con diferentes texturas, sino también con diferentes porcentajes de color. Finalmente se eligió la flecha con la textura 2 ya que corresponde más con el fondo tanto de las señales como de los paneles, además porque tiene un mayor contraste entre flecha, su textura y el fondo, es decir que aunque está intervenida se percibe fácilmente, a diferencia de las trabajadas con textura tipográfica y aunque tienen buen contraste resultaban débiles.



Textura de Flecha Seleccionada

Regresando con los paneles direccionales, el alto total del panel direccional se completó por medio de la suma de la áreas a señalar, es decir, si en el panel se señalarán 6 áreas, el total será de 6 por 15 = 90 cm de alto por 64 de ancho.

Durante las tomas fotográficas, se reconocieron zonas que presentaban dilema por ambigüedad en cuanto a qué recorrido seguir, éstas se marcaron en los planos, para de ésta forma identificar recorridos y desplazamientos con mayor flujo de personas y poder determinar la cantidad y ubicación de paneles direccionales. A continuación se muestran los paneles direccionales con la flecha seleccionada y las consideraciones antes mencionadas.



Panel Direccional 1 (64x90 cm)



Panel Direccional 2 (64x90 cm)



Panel Direccional 3 (64x90 cm)



Panel Direccional 4 (64x75 cm)

- Mapa de Sitio

Finalmente se integró la síntesis de los planos al estilo de las señales para obtener el mapa de sitio. Para la construcción del mapa de sitio, se utilizó la superficie y proporciones del panel direccional 4, ya que se ajustó mejor a sus dimensiones, porque en los más paneles más altos, el mapa lucía vacío.

En éste mapa de sitio encontramos en el lado izquierdo un listado de todas las áreas y servicios con que cuenta la dependencia, del lado derecho se colocaron los servicios distribuidos por plantas, valiendonos de los colores, tanto en uno como en otro los colores de las áreas a la que pertenecen, para facilitar su identificación, así cualquier persona puede identificar el número del área a la que se dirige en la lista de servicios, para posteriormente localizar éste número en el plano y saber de que manera se deberá proceder para alcanzar el servicio deseado.

Además de ubicar todos los servicios, área a la que pertenecen, planta en la que se encuentra, en el mapa de sitio encontramos también indicaciones que nos muestran el lugar en el cual encontraremos paneles direccionales que auxilien en el trayecto al destino del usuario.

Podemos observar el mapa de sitio en la siguiente página.



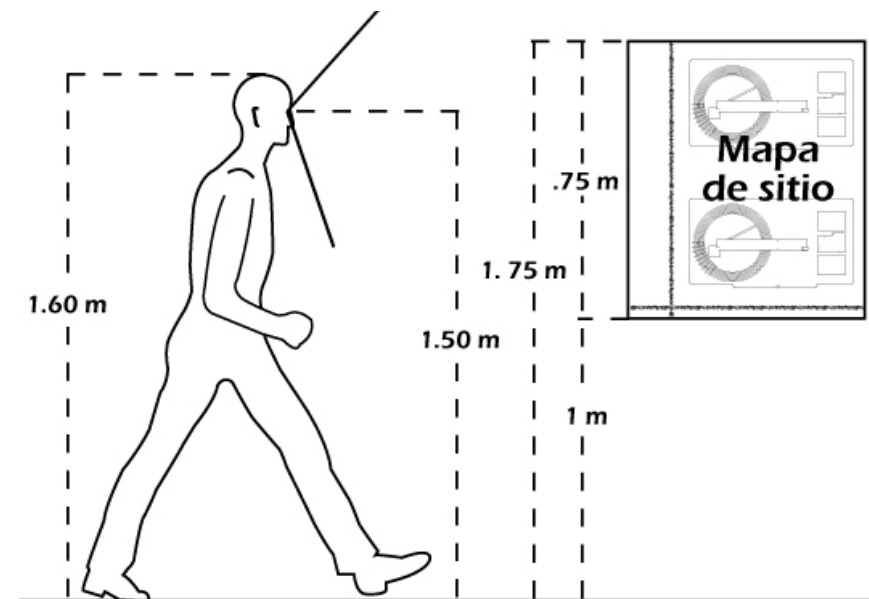
3.3.4. Ubicación y Visualización del Sistema

Un aspecto muy importante al que se debe prestar atención, es la legibilidad del sistema, que no sólo depende de los colores y contrastes en las señales y de éstas con el entorno, sino también de su buena ubicación.

El mapa de sitio se ubicará en la entrada de las instalaciones, para que al llegar a éste punto, los usuarios puedan identificar el servicio al que se dirigen y visualizar el recorrido que deberán hacer para llegar a él.

Tomando como punto de partida que las personas usuarias de ésta dependencia, en general están en una altura de 1.60 m, su altura de visión estandar está a 1.50 m. Considerando las dimensiones del mapa de sitio (64 por 75 cm) y que éste será consultado por las personas de pie, la altura en que se colocará éste será a 1 m del suelo a la parte inferior del mapa, entonces la altura a la que quedará la parte superior de este será de 1.75 m, es decir, únicamente 25 cm por encima de la línea de visión y 50 cm debajo de ésta, lo que responde a la recomendación de Panero (1993 p 183) “es preferible que la información visual quede baja”, ya que de esta manera es más accesible para las personas, que una colocada a mayor altura. Contemplando, además que un porcentaje de la comunidad del Faro corresponde a niños y posibles usuarios con discapacidad, a los que les resultaría difícil acceder a esta información si se encuentra ubicada demasiado alta para ellos.

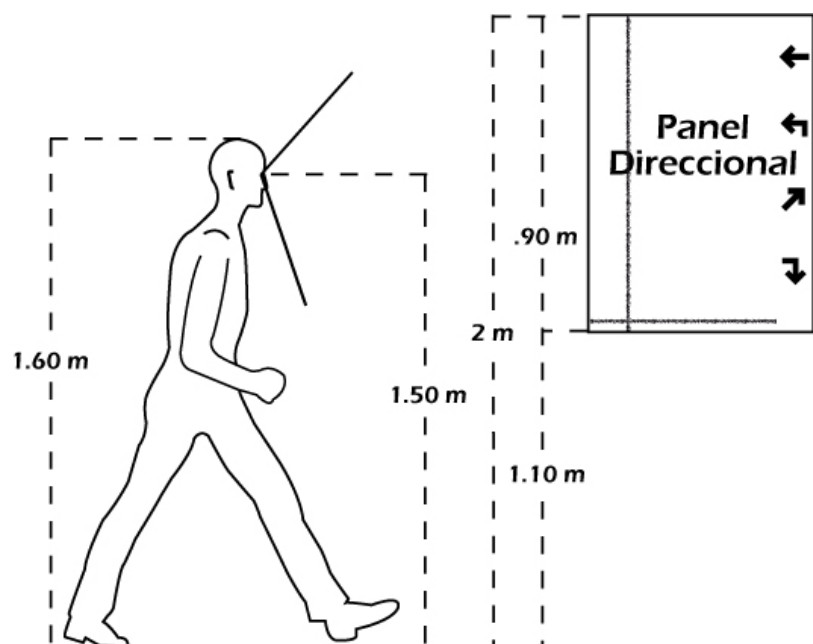
Lo anterior se muestra en el siguiente esquema.



En caso de tener dudas a lo largo del recorrido que debe hacerse desde la consulta del mapa de sitio al área requerida, nos podremos valer de los paneles direccionales, de los cuales se muestra su ubicación en el mapa de sitio y fueron ubicados en puntos en donde pudiera surgir duda o confusión sobre que dirección seguir para llegar a nuestro destino.

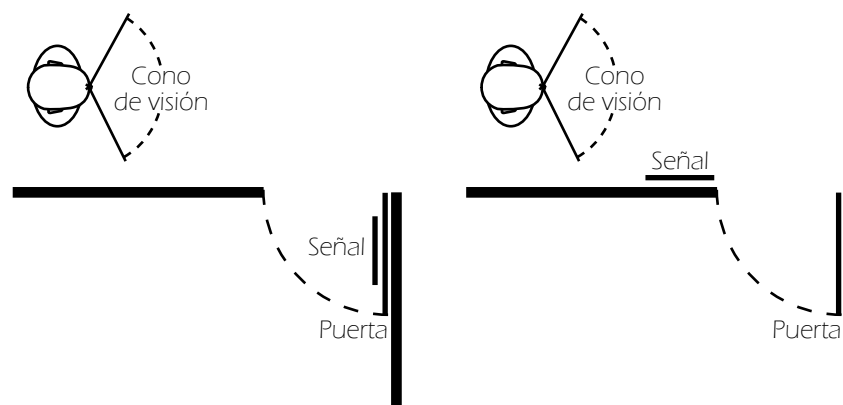


En cuanto a la altura a las que se ubicarán los paneles direccionales, se muestra en el siguiente esquema, debido a que son más largos que el mapa de sitio y para una lectura a mayor distancia, la parte superior del panel la encontraremos a 2 m del suelo, es decir, la base la encontraremos a 1.10 m. del suelo.



Para la colocación de las señales in situ, se descartó colocarlas en las puertas de los servicios que señalizan, debido a que no todos los servicios cuentan con una, además de que ubicarlas en este

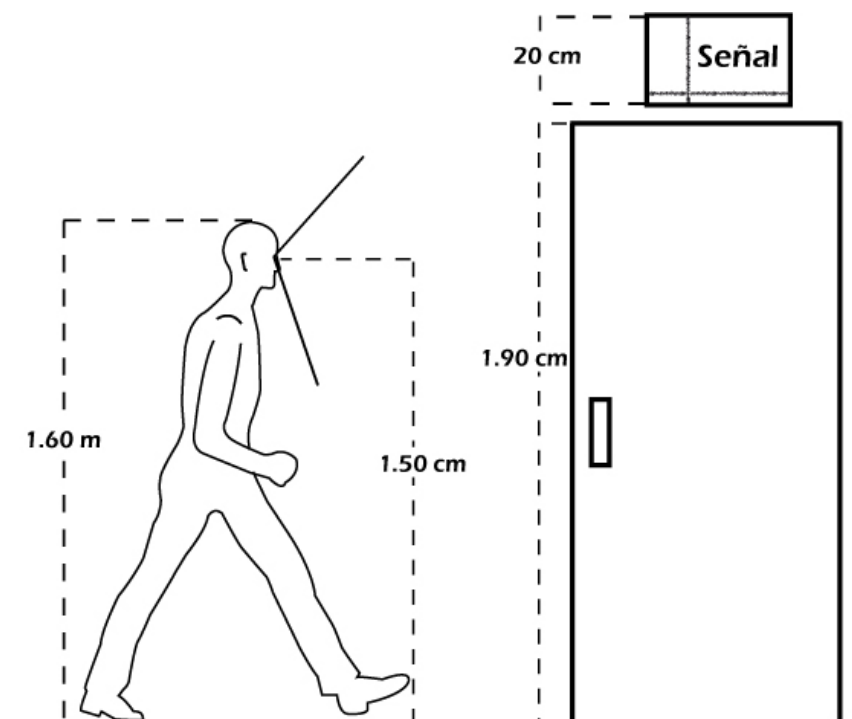
sitio no resulta viable, ya que si bien el sistema funciona cuando las puertas están cerradas, las señales dejan de ser visibles cuando las puertas se encuentran abiertas, que es prácticamente todo el tiempo, por ésta razón se consideró ubicar las señales al lado derecho de la puerta, debido a la dirección de los desplazamientos y para que las señales queden dentro del campo de visión en el plano horizontal.



En relación a la altura a la que se ubicarán las señales y debido a condicionantes arquitectónicas, se descartó colocarlas arriba de la puerta, debido a que algunas no cuentan con espacio entre la puerta y el techo, por el contrario, otras son muy altas, además ésta altura no resulta cómoda para la percepción de las señales debido a que implica un esfuerzo por parte de los usuarios. Otro

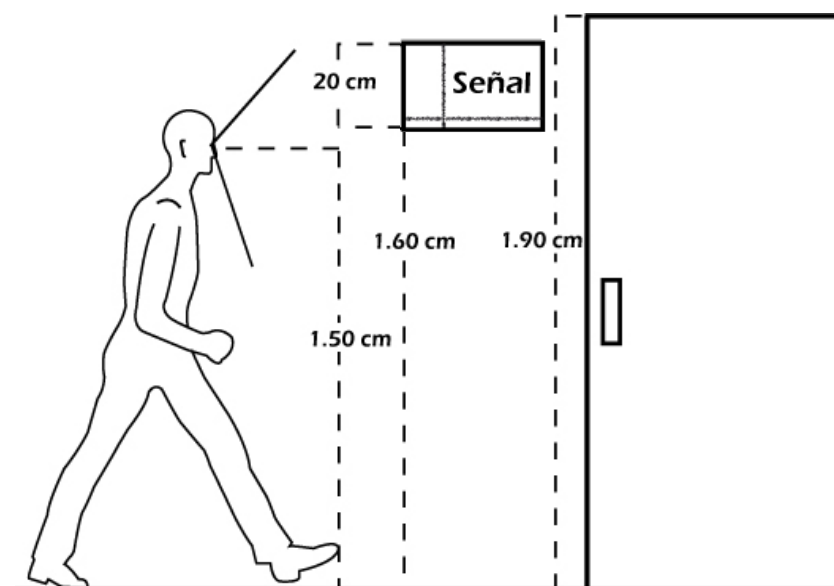


aspecto que se consideró para determinar la altura a la que se colocarán las señales es que éstas serán percibidas por los usuarios de pie, es decir en una posición vertical, erguida y en movimiento.



Partiendo de la consideración de la estatura general de 1.60 m de los usuarios de esta dependencia, y su línea de visión a 1.50 m, se decidió colocar las señales a 1.60 m, y agregando la medida de las

señales (20 cm) se adecua al campo de visión en el plano vertical, en todo caso es preferible que la ubicación.



A partir de las consideraciones anteriores acerca de la ubicación y altura a la que se podrían colocar las señales para su adecuada percepción, se procederá al trabajo con prototipos para hacer ajustes y correcciones en los casos que sean necesarios.



De acuerdo con las consideraciones espaciales y de ubicación de nuestro sistema a continuación se muestran algunos montajes para visualizar el proyecto ya en el entorno en el que se aplicará.



Mapa de Sitio Acceso Principal



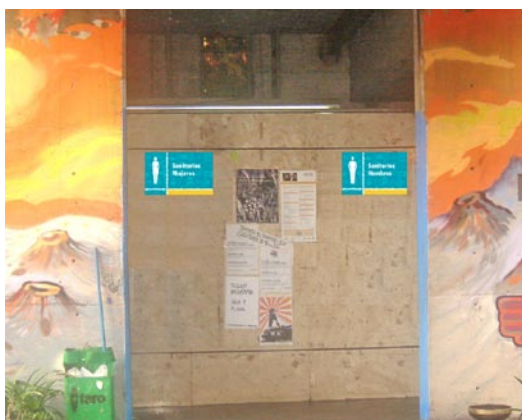
Paneles direccionales 1 y 2



Coordinación Talleres Infantiles



Biblioteca



Sanitarios

Con las imágenes anteriores, se puede visualizar el comportamiento del Sistema Señalético en el contexto en el que será aplicado, cómo se integra al entorno pero al mismo tiempo el contraste con éste es adecuado, de manera que su percepción es clara. Los objetivos de proyectar y reforzar la personalidad tanto de la dependencia como de su público usuario se cumplieron, así como también se lograron satisfacer las necesidades de comunicación.



Conclusiones

A través de éste trabajo se comprobó que el diseño gráfico es un proceso mediante el cual se construyen paso a paso los proyectos de comunicación visual, éstos pasos organizados constituyen los modelos metodológicos desarrollados para mantener un orden y permitir la evaluación objetiva de los resultados obtenidos.

La primera fase de éstos modelos es la identificación de una necesidad, a partir de la cual se establecerán los objetivos, que bien definidos nos permitirán una amplia experimentación en cuanto a la solución gráfica, pero siempre teniéndolos en cuenta, de ésta manera en los procesos se puede avanzar y retroceder, corregir y replantear durante el proceso creativo cómo sucedió en éste proyecto, que al presentar la propuesta al Director del Faro, éste se entusiasmó con el proyecto, ya que las instalaciones no cuentan con un Sistema Señalético, aunque sugirió cambiar la ruta de experimentación. A lo largo de la carrera nos inculcaron el defender nuestro trabajo, lo cual es muy importante, pero también lo es aprender a escuchar las críticas y sugerencias, para, en caso que sea necesario desprendernos de nuestras ideas en favor de enriquecer y mejorar el proyecto, por lo cual se tuvo que seguir trabajando en el mismo, abandonando las soluciones logradas para buscar concordancia entre la ejecución gráfica y la personalidad de la dependencia y sus usuarios.

En todos los proyectos, para la buena definición de los objetivos, es necesario identificar perfectamente la necesidad que el proyecto satisfecerá, para ésto es necesario escuchar al cliente, ya

que el proyecto aparte de satisfacer una necesidad real, debe de ser agradable y aceptado por el cliente, de quien depende la autorización del proyecto, y tener en cuenta que entre más personas deban aprobar el proyecto, aparte de la necesidad a cubrir, habrá más gustos y criterios que complacer, tal fué el caso al que nos enfrentamos en el desarrollo de éste proyecto, ya que primero se le presentó al director de ésta dependencia y él nos canalizó a otra área en donde la aprobación dependía de dos personas más, el diseñador y el coordinador del área de difusión, por lo cual el proceso se extendió, pero finalmente se aprobó.

Una de las razones para la realización de éste proyecto fué mostrar que a pesar de que la Señalética no es un área muy atractiva para muchos diseñadores, ya que no se encuentra en el área comercial, es posible, aún trabajando con pocos elementos, obtener resultados tan variados, complejos y expresivos, abandonando la idea de que es una disciplina simple o aburrida, ya que facilita nuestra vida diaria en aspectos tan simples como entrar a una dependencia, a un centro comercial, un banco o edificio gubernamental.

Asumir éste proyecto representó un gran reto que exigió poner en práctica todos mis conocimientos sobre diseño, así como desplegar mi potencial creativo para satisfacer el gusto tan particular tanto de las personas que dirigen el faro y debían aprobar el proyecto, como de los usuarios de dicha dependencia que manejan gustos, estilos y modas tan peculiares.



En cuanto a la implementación de éste proyecto, en una platica con los Coordinadores de Difusión Cultural y de Servicios Generales, surgió la propuesta de que para que este proyecto y su implementación resulte viable, debido a la limitación de recursos, es que la impresión pueda ser llevada a cabo por los alumnos del taller de Serigrafía, con material que la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal facilita al taller por conducto de la Coordinación de Servicios Generales, que a su vez asumirá la responsabilidad del montaje de las señales, con las especificaciones de ubicación y altura consideradas para éste proyecto.



Referencias Bibliográficas

- Acaso, María. (2006) **Lenguaje Visual**. Editorial Paidós. España.
- Aicher, Otl. Krampen, Martin. (1991) **Sistemas de signos en la Comunicación Visual**. Editorial Gustavo Gili. España.
- Baldwin, Jonathan. Roberts, Lucienne (2007) **Diseño y Comunicación Visual**. Editorial Parragón. Barcelona.
- Bringham Robert (2008) **Los Elementos del Estilo Tipográfico**. Ed. Fondo de Cultura Económica México
- Carter, Rob. (1987a) **Tipografía Experimental**. Editorial Documenta. Barcelona.
- Costa, Joan. (1987a) **La Imagen Global**. Ediciones CEAD. Barcelona.
- Costa, Joan. (1987b) **Señalética**. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- Costa, Joan. (1998) **La esquemática. Visualizar la Información**. Editorial Paidós. Barcelona.
- Costa, Joan. (2003) **Diseñar para los Ojos**. Grupo Editorial Design 2ª Edición. Bolivia.
- Croney, John. (1978) **Antropometría para Diseñadores**. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- Crow, David. (2008) **No te Creas Una Palabra. Una Introducción a la Semiótica**. Editorial Promopress. Barcelona.
- Dondis, D. A. (1992) **Sintaxis de la Imagen**. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- Frutiger, Adrian. (1981) **Signos, Símbolos, Marcas y Señales**. Ediciones G. Gili. Barcelona.
- González, Benjamín. Gómez Concheiro, Argel. (2006) **Faro de Oriente: Proyectos, Balances y Tareas**. Ediciones del Basurero. México.
- González de León, Teodoro. (2003) **Símbolos, Señales y Signos, Diccionario Espasa**. Editorial Espasa. España.
- Klanten, Mika Mischler y Silja Bilz. (2008) **El Pequeño Sabelo-todo**. Editorial Gestalten. Berlín.
- Lechado, José Manuel. (1998) **La esquemática. Visualizar la Información**. Editorial Paidós. Barcelona.
- Leoz, Rafael. (1968) **Redes y Ritmos Espaciales**. Editorial Blume. Madrid.



- Lewandowsky, Pina. Francis Zeischegg. (2002) **Guía Práctica de Diseño Digital**. Parragón Ediciones. Barcelona.
- Mijksenaar, Paul. (2001) **Introducción al Diseño de Información**. Editorial Gustavo Gili 4ª Edición México.
- Moles, Abraham. (1975) **Comunicación y Mass Media**. Editorial Mensajero. Barcelona.
- Munari, Bruno. (1985) **Cómo nacen los objetos. Apuntes para una Metodología Proyectual**. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- Panero, Julios. Zelnik, Martin. (1993) **Las dimensiones Humanas en Espacios Interiores**. Ediciones G. Gili. México.
- Plass, Johannes. (2004) **Lingua grafica**. Editorial Die Gestalten Verlag. Berlín.
- Plass, Johannes. Raffel, Carsten. (2001) **Lingua Universalis**. Editorial Die Gestalten Verlag. Berlín.
- Regalado Baeza, María Eugenia (2006) **Lectura de Imágenes. Elementos para la Alfabetización Visual**. Plaza y Valdés Editores. México
- Rodríguez Morales, Luis (2006) **Diseño: Estrategia y Táctica**. Siglo XXI Editores.
- Samara, Thimoty (2004) **Diseñar con y sin Reticula**. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- Samara, Thimoty (2008) **Los elementos del Diseño. Manual de estilos para diseñadores gráficos**. Editorial Gustavo Gili. China.
- Shakespeare, Ronald. (2003) **Señal de Diseño**. Ediciones Infinito. Argentina.
- Sims, Mitzi. (1991) **Gráfica del Entorno**. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- Vilchis, Luz del Carmen. (1999) **Diseño, Universo de Conocimiento**. Editorial Claves Latinoamericanas. México.
- Wilbur, Meter. Burke, Michael (1998) **Infografía. Soluciones innovadoras en el Diseño Contemporáneo**. Editorial Gustavo Gili. Barcelona
- Zymmermann, Yves. (1981) **Símbolos de Señalización**. Ediciones G. Gili. Barcelona.