



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTADA DE INFORMATICA Y ELECTRÓNICA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO DEL SISTEMA SEÑALÉTICO E INFOGRAFÍA VIRTUAL PARA LA
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE SANTO
DOMINGO.**

TESIS DE GRADO

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

Gonzalo Abraham Viñán Carrasco

Riobamba-Ecuador

2009

Agradezco a Dios a mis padres a mi esposa a mis profesores y a quienes han colaborado en mi formación profesional, y en el desarrollo de mi tesis de graduación.

Dedico el presente trabajo a mi familia, a la ESPOCH, y a la PUCE SD.

Firma

Fecha

Dr. Romeo Rodríguez

DECANO
FACULTAD INFORMÁTICA Y
ELECTRÓNICA

Ing. Milton Espinoza

DIRECTOR
ESCUELA DE
DISEÑO GRÁFICO

Dis. Mónica Sandoval

DIRECTOR DE TESIS

Dis. María Alexandra López

MIEMBRO DE TESIS

Lic. Carlos Rodríguez

DIRECTOR DEL
CENTRO DE DOCUMENTACIÓN

NOTA:

“Yo Gonzalo Abraham Viñán Carrasco, soy el responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta tesis; y el patrimonio intelectual de la misma pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.”

Gonzalo Abraham Viñán Carrasco

ÍNDICE

CAPÍTULO I: LA PUCE SD

1.1	Antecedentes	20
1.2	Historia de la Sede Santo Domingo	22
1.3	Misión	23
1.4	Visión	23
1.5	Valores Institucionales	24
1.6	Pro rectorado	24
1.7	Dirección académica	25
1.8	Escuelas	25
1.9	Centros de investigación	32
1.10	Otros ofertas académicas	34
1.11	Organigrama Institucional	39
1.12	Mapa	40

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1	EL DISEÑO GRAFICO	41
2.1.1	Generalidades del Diseño Grafico	42
2.1.2	Concepto	43
2.1.3	Definiciones Generales	44
2.1.4	Leyes compositivas	45
2.1.5	Elementos de composición	49
2.1.6	Proceso de Diseño	50
2.1.7	Clasificación de Diseño Gráfico	53
2.2	SEÑALÉTICA	62
2.2.1	Concepto general	62

2.2.2	Los orígenes de la Señalética	64
2.2.3	El potencial autodidáctico de la Señalética	68
2.2.4	Características de la comunicación Señalética	70
2.2.5	La Señalética en el contexto de los medios de Comunicación Social.	72
2.2.6	Diferencias entre Señalización y Señalética	76
2.2.7	Elementos Señaléticos	77
2.2.8	Las Premisas de la Señalética	88
2.2.9	La Señalética y otras aplicaciones del Diseño Gráfico	93
2.2.10	Metodología para la creación de un sistema Señalético.	96
2.3	INFOGRAFÍA	109
2.3.1	Introducción	109
2.3.2	Definición	110
2.3.3	La imagen	112
2.3.4	Iconografía	113
2.3.5	La Estética y la función	115
2.3.6	Alcance	116
2.3.7	Las imágenes generadas por ordenador	116
2.3.8	Clasificación de las Infografías	118
2.3.9	Aplicaciones	122
2.3.10	Contenido de un Infógrafo	124
2.3.11	Reglas sintácticas para la Infografía	126
2.3.12	El impacto visual	129
2.3.13	Elementos gráficos utilizados en la Infografía	134
2.3.14	Proceso de creación de una Infografía	141

CAPITULO III: DISEÑO DEL SISTEMA SEÑALÉTICO

3.1	ETAPA DE CONTACTO	145
3.1.1	Tipología funcional	145
3.1.2	Personalidad	148
3.1.3	Imagen de marca	150
3.2	ACOPIO DE INFORMACIÓN	152
3.2.1	Plano y Territorio	152
3.2.2	Documentos Fotográficos	158
3.2.3	Condiciones Arquitectónicas	162
3.2.4	Condiciones Ambientales y Climáticas	162
3.3	ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN	163
3.3.1	Palabras claves	163
3.3.2	Palabras Claves y su equivalencia icónica	167
3.4	DISEÑO GRAFICO	172
3.4.1	Fichas Señalética	172
3.4.2	Diseño de soportes señalético	183
3.4.3	Modulo Compositivo	192
3.4.4	Tipografía	193
3.4.5	Pictogramas	194
3.4.6	Código cromático	200
3.4.7	Originales para prototipos	200
3.4.8	Propuestas adicionales	219
3.4.9	Presupuesto	223

3.4.10 Implementación

223

CAPITULO IV: INFOGRAFÍA VIRTUAL

4.1 La idea

225

4.2 La investigación

226

4.3 La planificación

232

4.4 La información

234

4.5 La edición

235

4.6 La puesta en soporte

238

CAPÍTULO V: ASPECTOS GENERALES

5.1 Conclusiones

5.2 Recomendaciones

5.3 Resumen

5.4 Abstract

5.5 Glosario

5.6 Anexos

5.7 Bibliografía

ÍNDICE DE FOTOS

Foto I.01: Una mirada a la PUCE SD	20
Foto I.02: Entorno y ambiente universitario	21
Foto I.03: Espacios con historia de la PUCE SD	22
Foto I.04: Espacios con historia de la PUCE SD Campus I y II	23
Foto I.05: Espacios de estudio universitario	25
Foto I.06: Casa abierta PUCE SD	26
Foto I.07: Centros de investigación	32
Foto I.08: Otros servicios	35
Foto II.09: El Diseño Grafico	41
Foto II.10: Evolución del Diseño	42
Foto II.11: Ejemplos de composición gráfica	49
Foto II.12: Diseñando	53
Foto II.13: Señalética	62
Foto II.14: Historia de la Señalética	64
Foto II.15: Señalética didáctica	68
Foto II.16: Funcionalidad de la Señalética	70
Foto II.17: Señalética versus Publicidad	72
Foto II.18: Señalización versus Señalética	76
Foto II.19: El buen manejo tipográfico	78
Foto II.20: Pictograma e Ideograma	80

Foto II.21: Diseñar con colores	82
Foto II.22: Soportes señaléticos	86
Foto II.23: Soportes señaléticos	88
Foto II.24: Ambientes sólidos	90
Foto II.25: Ambientes didácticos	91
Foto II.26: La Señalética y la Publicidad	93
Foto II.27: Creatividad y procesos lógicos	96
Foto II.28: Documentos Fotográficos	101
Foto II.29: Tipos de soporte	105
Foto II.30: Construcción de soportes señaléticos	108
Foto II.31: Impacto visual	129
Foto II.32: Elementos infográfico	130
Foto II.33: Información visual	131
Foto II.34: El buen manejo tipográfico	135
Foto II.35: Funcionamiento de la imagen	140
Foto III.36: 1A, 4A	158
Foto III.37: 2A, 3A	158
Foto III.38: 5A	158
Foto III.39: 6A	158
Foto III.40: 8A	158
Foto III.41: 7A	158
Foto III.42: 9A	159
Foto III.43: 10A	159
Foto III.44: 11A	159
Foto III.45: 12A	159
Foto III.46: 13A	159
Foto III.47: 16A, 14A	159

Foto III.48: 15A	159
Foto III. 49: 17B	160
Foto III.50: 18B	160
Foto III.51: 19B	160
Foto III.52: 20B	160
Foto III.53: 21B	160
Foto III.54: 22B	160
Foto III. 55: 23B	161
Foto III.56: 24B	161
Foto III.57: 25.1B	161
Foto III.58: 25.2B	161
Foto III.59: 25.3B	161
Foto III.60: 25.4B	161
Foto III.61: 25.5B	161
Foto III.62: 25.6B	161
Foto III.63: 25.7B	162
Foto III.64: 26B	162
Foto III.63: Ejemplo de Implementación de la señalética	223

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico I.01: Organigrama PUCE SD	39
Gráfico I.02: Plano campus universitario	40
Gráfico II.03: Procesos de Diseño Gráfico	43
Gráfico II.04: Leyes y elementos de composición	45
Gráfico II.05: Proceso de Diseño	50
Gráfico II.06: Tipos de información	55
Gráfico II.07: Identidad de productos	56
Gráfico II.08: Marcas rentables	57
Gráfico II.09: Identidad Corporativa	58
Gráfico II.10: Imagen Global	60
Gráfico II.11: Imagen de marca	99
Gráfico II.12: Plano Cartográfico	100
Gráfico II.13: Diseñando íconos	106
Gráfico II.14: Que es una Infografía	109
Gráfico II.15: Gráfico de Infografía 3DMAX	110
Gráfico II.16: La iconografía	112
Gráfico II.17: Esbozo	114
Gráfico II.18: Digitalizando ilustraciones	114
Gráfico II.19: La estética en la ilustración	115
Gráfico II.20: El gráfico de barras	118

Gráfico II.21: El gráfico de pay	119
Gráfico II.22: El gráfico de línea	120
Gráfico II.23: El mapa	120
Gráfico II.24: La tabla	121
Gráfico II.25: El diagrama	122
Gráfico II.26: Infografía periodística	123
Gráfico II.27: El gráfico Online	123
Gráfico II.28: Infografía Arquitectónica	123
Gráfico II.29: Infografía Instructiva	124
Gráfico II.30: Infografía Cartográfica	124
Gráfico II.31: Proporción	133
Gráfico II.32: Proporción	134
Gráfico III.33: Símbolo PUCE SD	151
Gráfico III.34: Identificador completo PUCE SD	151
Gráfico III.35: Tamaños mínimos del Identificador completo PUCE SD	152
Gráfico III.35: Mapa PUCE SD	153
Gráfico III.36: Mapa PUCE SD campus I	154
Gráfico III.37: Mapa PUCE SD campus II	155
Gráfico III.38: Ubicación de recorridos PUCE SD campus I	156
Gráfico II.38: Ubicación de recorridos PUCE SD	157
Gráfico II.39: Fichas señaléticas	172
Gráfico III.40: Fichas señaléticas (continuación)	173
Gráfico III.40: Fichas señaléticas (continuación)	174
Gráfico III.40: Fichas señaléticas (continuación)	175
Gráfico III.40: Fichas señaléticas (continuación)	175
Gráfico III.40: Fichas señaléticas (continuación)	177
Gráfico III.40: Fichas señaléticas (continuación)	178

Gráfico III.40: Fichas señaléticas (continuación)	179
Gráfico III.40: Fichas señaléticas (continuación)	180
Gráfico III.40: Fichas señaléticas (continuación)	181
Gráfico III.40: Fichas señaléticas (continuación)	182
Gráfico III.40: Fichas señaléticas (continuación)	183
Gráfico III.41: Factor X	184
Gráfico III.41: Factor X (continuación)	185
Gráfico III.41: Factor X (continuación)	186
Gráfico III.42: Diagramación	186
Gráfico III.42: Diagramación (continuación)	187
Gráfico III.42: Diagramación (continuación)	188
Gráfico III.43: Mix de soportes	190
Gráfico III.43: Mix de soportes (continuación)	191
Gráfico III.43: Mix de soportes (continuación)	192
Gráfico III.44: Modulo compositivo para texto	192
Gráfico III.45: Aplicaciones del Modulo compositivo para texto	193
Gráfico III.46: Modulo compositivo para icono	193
Gráfico III.47: Originales para Prototipos	200
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	201
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	202
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	203
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	204
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	205
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	206
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	207
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	208
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	209

Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	210
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	211
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	212
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	213
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	214
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	215
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	216
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	217
Gráfico III.47: Originales para Prototipos (continuación)	218
Gráfico III.48: Propuestas adicionales	219
Gráfico III.48: Propuestas adicionales (continuación)	220
Gráfico III.48: Propuestas adicionales (continuación)	221
Gráfico III.48: Propuestas adicionales (continuación)	222
Gráfico III.49: Presupuesto sistema señalético	223
Gráfico IV.50: Investigación de servicios Infográficos	226
Gráfico IV.50: Investigación de servicios Infográficos (continuación)	227
Gráfico IV.50: Investigación de servicios Infográficos (continuación)	228
Gráfico IV.51: Estructura Infográfica PUCE SD	229
Gráfico IV.51: Estructura Infográfica PUCE SD (continuación)	230
Gráfico IV.52: Estructura grafica de la tipografía Arial	233
Gráfico IV.53: Modelado por polígonos	233
Gráfico IV.54: Mapa de Santo Domingo	234
Gráfico IV.55: Proceso de construcción de la Infografía PUCE SD	236
Gráfico IV.55: Proceso de construcción de la Infografía (continuación)	236
Gráfico IV.56: Construcción completa campus II	237
Gráfico IV.56: Construcción completa campus I	238
Gráfico IV.57 y 58: Marca infografía PUCE SD	238

Gráfico IV.59: Menú principal Infografía PUCE SD	240
Gráfico IV.60: Campus I Infografía PUCE SD	241
Gráfico IV.61: Campus II Infografía PUCE SD	242
Gráfico IV.62: Ubicación Geográfica Infografía PUCE SD	243
Gráfico IV.63: Vista Panorámica Infografía PUCE SD	244
Gráfico IV.64: Video Infografía PUCE SD	245

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla II.01: Palabras Clave	148
Tabla II.02: Palabras clave y equivalencia icónica (continuación)	154
Tabla II.03: Elementos de construcción de los soportes	170
Tabla II.04: Cromática	174
Tabla II.05: Materiales	175
Tabla II.06: Iconos	180
Tabla II.07: Cromática señalética	186

INTRODUCCIÓN

Dentro de la Imagen Global un punto importante es el diseño de grafismos funcionales que se orientan a la utilidad pública y ayudan a mejorar el flujo ordenado de personas dentro de lugares determinados.

El sistema señalético colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía bajo el vector del diseño gráfico. Se aplica, por tanto, al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio o un lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

La infografía virtual es una aportación informativa, que se elabora en las publicaciones digitales y que pueden ser de carácter lingüístico, pero también audiovisuales realizadas mediante unidades elementales icónicas (estática o dinámicas) con el apoyo de diversas unidades tipográficas y/o auditivas.

El adjetivo Virtual que acompaña a infografía sirve para distinguir esta infografía de la impresa, pues aunque comparten ciertas similitudes (ambas

tienen el objetivo de dar una información o de complementarla), lo cierto es que tiene unas características singulares derivadas del nuevo soporte que la sustenta. Las posibilidades que ofrece Internet como la interactividad y el hipertexto, entre otras, hacen que la infografía sea más rica y más cercana al usuario.

La característica que se puede atribuir a una infografía es la interactividad con el usuario. Se logra gracias a los avances tecnológicos, elementos que permiten la conexión de las distintas partes que forman la infografía, de manera que el lector puede acceder a ellas según le interese.

El presente trabajo será desarrollado con la finalidad de aportar a La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo un sistema señalético e infografía virtual acorde a sus necesidades.

Este proyecto permite interrelacionar dos temas importantes en la carrera de un Diseñador Gráfico como es el manejo de conceptos de la imagen a través del sistema señalético y la aplicación de las herramientas digitales para la creación de la infografía virtual.

CAPÍTULO I:
LA PUCE SANTO DOMINGO



Foto Nro. 1: Una mirada a la PUCE SD
Fuente: PUCE SD

1.1 Antecedentes

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador es una comunidad académica que, de modo riguroso y crítico, contribuye a la tutela y desarrollo de la dignidad humana y de

la herencia cultural, mediante la investigación, la docencia y los diversos servicios ofrecidos a las comunidades locales, nacionales e internacionales

Cuenta con seis sedes a nivel nacional en las ciudades de Quito, Ambato, Ibarra, Manabí, Santo Domingo y Esmeraldas.



Foto Nro. 2: Entorno y ambiente universitario
Fuente: PUCE SD

Gozan de autonomía institucional que les es necesaria para cumplir sus funciones eficazmente.

Garantizan a sus miembros la libertad académica, salvaguardando los derechos de la persona y de la comunidad dentro de las exigencias de la verdad y del bien común.

Dirigen sus actividades hacia la persona integral, para superar una formación meramente profesional. Por ello trata de formar a sus miembros intelectual y moralmente, para el servicio a la sociedad.

Examinan a fondo la realidad con los métodos propios de cada disciplina académica, estableciendo después un diálogo entre las diversas disciplinas que las enriquezca mutuamente. Con ello pretende la integración del saber.

Promueven el compromiso de todos los miembros de la comunidad universitaria para la consecución de los fines institucionales, a través del diálogo y la participación.

1.2 Historia de la Sede Santo Domingo



Foto Nro. 3: Espacios con historia de la PUCE SD
Fuente: PUCE SD

En Santo Domingo Monseñor Emilio Lorenzo Stehle, creó en 1991 el Instituto Superior de Pedagogía, no conforme con esto y aferrado a la idea de que la formación del ser humano es un elemento primordial en el desarrollo interno de cada persona, propuso a las autoridades de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador la creación de una Sede en Santo Domingo de los Colorados, para atender con responsabilidad y esmero las expectativas de educación superior de muchos jóvenes.

De esta forma la Universidad ya era una realidad, y el 17 de diciembre de 1996 es aprobada por el CONUEP (actual CONESUP). El Señor Obispo pensó que la dirección de la Universidad debería ser confiada a una comunidad religiosa se optó por las Misioneras/as Identes, que ya administraban otros centros de educación superior en

nuestro país, llegando a la firma de un convenio entre la citada Comunidad, la PUCE y la Diócesis de Santo Domingo de los Colorados.

La Universidad ha seguido creciendo a grandes pasos; en estudiantes, a un promedio del doble cada año, lo que ha supuesto el incremento del personal docente, administrativo, nuevos servicios, campus I y II. Además cuenta con departamentos como: Académico, Administrativo-Financiero, Misiones Universitarias, Cultura, biblioteca, Laboratorios de Computación, Capilla, entre otros. Se ha avanzado hasta lograr ofrecer a la Región y al País siete carreras, tomando como base la formación del hombre, como ser dotado de capacidades espirituales, intelectuales y físicas.



Foto Nro. 4: Espacios con historia de la PUCE SD Campus I y II
Fuente: PUCE SD

1.3 Misión

La búsqueda de la verdad, descubrirla y comunicarla en todos los campos del conocimiento.

La formación del hombre, como ser dotado de capacidades espirituales, intelectuales y físicas.

El ejercicio de las ciencias y de las letras, expresiones del conocimiento y del arte.

El servicio a la humanidad, depositaria final del ejercicio académico.

La universalidad como perspectiva del trabajo intelectual.

1.4 Visión

El descubrimiento de Dios Padre en la naturaleza, el hombre y la sociedad.

La realización del sueño de sentar a Cristo en la cátedra universitaria.

La restauración de los valores del hombre, hoy en gran medida perdidos.

La conformación de un horizonte científico, humanista y cristiano al servicio de la sociedad.

La unidad en la diversidad, tanto por las diferentes condiciones de las personas que la integran como por el abanico de áreas de investigación, que concurren en una misma identidad.

1.5 Valores Institucionales

Espíritu de pertenecía a nuestra institución.

Trabajo en equipo.

Responsabilidad.

Humildad.

Honor.

1.6 Pro rectorado

El Prorector de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Santo Domingo es el Padre Julio Marrero de nacionalidad Española y Misionero Idente, ha venido desempeñando esta función por algunos años, siempre priorizando el desarrollo académico y espiritual dentro de todos quienes conforman la PUCE SD.

El Prorector es el personero ejecutivo máximo de la Universidad y su representante legal, dentro de sus deberes y atribuciones se encuentran:

-Cumplir y hacer cumplir la Ley, el Estatuto y los reglamentos de la PUCE y las decisiones del Consejo Superior y del Consejo Académico.

-Formular y ejecutar planes, programas y estrategias de gestión, de acuerdo con las orientaciones y políticas dadas por el Consejo Superior.

-Adoptar las decisiones oportunas y ejecutar los actos necesarios para el buen gobierno de la institución.

-Convocar y presidir el Consejo Académico y poner a su consideración los asuntos que juzgare convenientes para la buena marcha de la Universidad.

-Presentar al Consejo Académico una terna de candidatos para decano y subdecano de las unidades académicas, previa consulta a la facultad de que se trate.

1.7 Dirección Académica

La dirección Académica está dirigida por la Dra. Margalida Font de nacionalidad española y misionera Idente, dentro de sus funciones se relacionan directamente con las escuelas y la investigación para el beneficio de la comunidad. La oferta académica de la PUCE SD se ha ido adaptando a requerimientos concretos de la región y el País, atendiendo al desarrollo de la ciencia y la técnica.

El modelo educativo de la PUCE SD tiene como ejes transversales el estudio de inglés, humanidades, materias formativas, investigación, y el aprendizaje de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's).

La Universidad apoya al estudiante en los procesos de graduación y como estrategia, se ha incluido la Investigación Aplicada I, II y III, asignaturas que les habilitan para su graduación. Estas asignaturas implementadas tienen como fin formar personas con un alto grado de responsabilidad social.

1.8 Escuelas



Foto Nro. 5: Espacios de estudio universitario
Fuente: PUCE SD

Para el desarrollo de la sociedad la PUCESD cuenta con siete carreras, las cuales han sido creadas acorde a las necesidades de la región y el país.



Foto Nro. 6: Casa abierta PUCE SD
Fuente: PUCE SD

Ciencias Administrativas y Contables: La escuela de Ciencias administrativas y Contables cuenta con 400 alumnos actualmente, 20 docentes que imparten sus clases de las diferentes asignaturas.

Título: Ingeniero/a Comercial, 10 niveles

Licenciado/a en Administración 8 niveles

Perfil profesional: Al culminar su carrera, el profesional de Administración será una persona analítica, crítica y reflexiva, de alta competencia técnica dentro del contexto social y humano; dinámica e innovadora, dispuesta a liderar los grupos económicos y sociales para el desarrollo del país.

El Licenciado en Administración graduado puede desarrollar proyectos en las áreas de Producción, Finanzas, Recursos Humanos, Mercadotecnia y en general en todos los sectores de una organización. Es capaz de generar y emprender proyectos empresariales propios o participar en la fase de creación de una empresa, diseñando

objetivos, planteando alternativas de acción, analizando y proponiendo sistemas y procedimientos organizacionales e instrumentales, así como sistemas y procedimientos de control. Puede desempeñarse como consultor o asesor de actividades gerenciales o de áreas determinadas dentro del ámbito público o privado.

Ciencias de la Educación: La escuela de Ciencias de la Educación cuenta con 80 alumnos actualmente, 10 docentes que imparten sus clases de las diferentes asignaturas.

Título: Licenciado/a en Ciencias de la Educación

Mención en: Docencia y Gestión en Educación Básica

Docencia y Gestión en Educación Inicial

Tiempo: 8 niveles

Perfil profesional: Cuenta con una sólida formación académica y humana, lo cual les posibilita insertarse como actores protagónicos del sistema educativo nacional, de acuerdo a su especialización docente. Lidera procesos de aprendizaje en el aula, conduce y evalúa programas, proyectos e instituciones educativas, realiza propuestas educativas con y desde la comunidad, maneja los conocimientos teórico-prácticos que le permiten apoyar de manera pertinente el desarrollo cognoscitivo, físico y afectivo de sus estudiantes, generan espacios de reflexión y desarrollo del pensamiento crítico en sus estudiantes, está al corriente del debate pedagógico contemporáneo, maneja los distintos enfoques pedagógicos y corrientes teórico metodológicas de la gestión didáctica y planificación curricular, por lo que es competente para diseñar, planificar, aplicar, desarrollar y evaluar propuestas educativas dirigidas a un amplio espectro poblacional: niños y adolescentes de 6 a 16 años.

Dirigir el proceso pedagógico en la escuela Básica e Inicial, atendiendo a las necesidades socio-culturales a través de la investigación y aplicación de las nuevas tecnologías de la comunicación e información.

Hotelería y Turismo

Hotelería: La escuela de Hotelería cuenta con 150 alumnos actualmente, 14 docentes que imparten sus clases de las diferentes asignaturas.

Título: Licenciado/a en Gestión Hotelera, 8 niveles

Tecnólogo/a Superior en Hotelería, 6 niveles

Perfil profesional: Investigador y comunicador de los problemas y procesos socio-culturales y económicos, como esencia de las empresas hoteleras. Promotor de actitudes y convicciones éticas, morales y cívicas en el ejercicio de su profesión.

Gestor, innovador, conductor y evaluador de empresas, proyectos y procesos del sector hotelero.

Turismo: La escuela de Turismo cuenta con 110 alumnos actualmente, 10 docentes que imparten sus clases de las diferentes asignaturas.

TÍTULO: Licenciado/a en Gestión Turística, 8 niveles

Tecnólogo/a Superior en Gestión Turística, 6 niveles, Mención en: Ecoturismo

Perfil profesional: Investigador y comunicador de los problemas y procesos socio-culturales y económicos, como esencia de las empresas turísticas. Promotor de actitudes y convicciones éticas, morales y cívicas en el ejercicio de su profesión.

Gestor, innovador, conductor y evaluador de empresas, proyectos y procesos del sector turístico.

Sistemas: La escuela de Sistemas cuenta con 255 alumnos actualmente, 18 docentes que imparten sus clases de las diferentes asignaturas.

Título: Ingeniero/a en Sistemas y Computación, 9 niveles.

Perfil profesional: El Ingeniero en Sistemas es un profesional capaz y comprometido con el desarrollo de la sociedad por su ingenio en el desarrollo de sistemas de información. El cambio continuo de la tecnología obliga a que el profesional gestione y aproveche los recursos tecnológicos disponibles.

Se encuentra apto para desempeñarse en cualquier tipo de organización o empresa en el departamento de sistemas, planificando, diseñando, desarrollando, auditando e implantando sistemas de información en intranets, extranets, redes LAN y WAN. En general, el ingeniero en sistemas se desempeña como el arquitecto y el administrador de las tecnologías de la información. Además, su formación le permite ejercer exitosamente la función de gerente.

Planificar, diseñar, desarrollar y administrar con responsabilidad y ética, proyectos innovadores que agilicen la aplicación eficiente y eficaz de los sistemas de la información en empresas públicas y privadas.

Enfermería: La escuela de Enfermería cuenta con 90 alumnas actualmente, 9 docentes que imparten sus clases de las diferentes asignaturas.

Título: Licenciado/a en Enfermería, 8 niveles.

Perfil profesional: El Licenciado(a) en enfermería es un profesional formado con capacidad de análisis crítico, humanista, clara comprensión del hombre y la sociedad, elevados valores éticos, cultivo de la cultura, actitud de un aprendizaje permanente,

con sólidos conocimientos científico técnicos para que desarrolle un efectivo y dinámico cuidado de salud en el país.

Está capacitado(a) para realizar las funciones de promotor de la salud, proveedor de cuidados, educador, gestor e investigador de acuerdo a los estándares más elevados de la práctica profesional y a las competencias de formación.

Pueden trabajar en instituciones de salud públicas o privadas, organizaciones no gubernamentales, aseguradoras, industria farmacéutica, proyectos de salud y sociales, docencia universitaria, etc. Pueden formar empresas de enfermería y consultoría.

Diseño Gráfico: La escuela de Diseño Gráfico cuenta con 96 alumnos actualmente, 9 docentes que imparten sus clases de las diferentes asignaturas.

Título: Diseñador/a Gráfico/a con mención en Comunicación Visual, 8 niveles.

Perfil profesional: El marco edificado, los objetos y mensajes visuales-ámbitos específicos del diseño constituyen componentes ineludibles de la cotidianidad y del acervo cultural acumulado en el cual transcurre la vida. La calidad, cantidad y accesibilidad de tales componentes incide directamente en la existencia de los seres humanos en el colectivo social.

Las necesidades de lograr una mejor calidad en términos de satisfactores materiales y no materiales requieren, entre otras cosas, de profesionales capaces y creativos, honestos e imbuidos de ética. Ello es especialmente importante en una situación de escasos recursos económicos y tecnológicos y de crisis de valores, en donde los cuadros técnicos deben aportar con sólidos conocimientos, actitudes y prácticas.

Nuestros estudiantes estarán capacitados para diseñar proyectos de comunicación visual, creativos e innovadores, con criterio humanista, dentro de los ámbitos editoriales, multimedia, de imagen global y señalética, mediados por la investigación y el uso de la tecnología, que respondan a las demandas sociales del entorno y el País.

Comunicación Social: La escuela de Comunicación Social cuenta con 85 alumnos actualmente, 10 docentes que imparten sus clases de las diferentes asignaturas.

Ofrece un espacio de reflexión en el que, con libertad y respeto, se piensa sobre la realidad, en general, y sobre la comunicación, en particular. Los valores de excelencia, calidad y humanismo son fundamentales en la formación de un criterio de acción. Por tanto, en la Escuela de Comunicación se trabaja de modo integrado, interdisciplinario, ágil y creativo, con espíritu de cooperación, en las áreas académica, de investigación y de producción de la comunicación.

Formamos profesionales comprometidos con los principios humanos y cristianos, creativos, dinámicos, ilustrados y técnicamente competentes en el manejo de los recursos propios de la actividad comunicativa. Desarrollamos la comunicación con excelencia y calidad, a partir de una reflexión que busca la verdad y se expresa en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y en la creación y ejecución de productos comunicativos que proyectan a nuestra escuela como un agente de mejoramiento social. Dado que la comunicación media en todos los procesos de la sociedad, nuestra escuela se proyecta hacia otros ámbitos académicos y sociales, nacionales e internacionales, y se nutre de ellos para evolucionar de modo dinámico y permanente.

Título: Licenciado/a en Comunicación Social con mención en periodismo para prensa, radio y televisión, 8 niveles

Perfil profesional: Generador de proyectos y productos comunicacionales con criterio humanista, que generan información y opinión en el ámbito del periodismo escrito, radiofónico y televisivo.

1.9 Centros de investigación (CIDES)



Foto Nro. 7: Centros de investigación
Fuente: PUCE SD

Los Centros de Investigación, Desarrollo, Extensión y Servicios (CIDES), son unidades cuya función es la investigación y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Estos centros están conformados por docentes investigadores y estudiantes de las diferentes carreras, los cuales llevan a cabo la ejecución de proyectos con vocación de aportar resultados en el ámbito científico y también servir a la comunidad, y son:

CITIC: Centro de Investigación de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Ejecuta proyectos que permiten el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, en los ámbitos de:

Desarrollo de Software.

Soporte técnico.

Redes.

Capacitación (en el área de informática).

Idiomas: Los estudiantes tienen acceso a cursos de cursos de inglés y francés y lo importante es que siempre se prioriza la practica a través de las distintas herramientas metodológicas y tecnológicas.

Este departamento brinda servicio a sus estudiantes en el Laboratorio de Idiomas, en donde encuentran cassettes, discos compactos, películas, red de TV Cable y el servicio de Labnet, en el que cada sección tiene almacenados los textos de uso cotidiano, así como material pedagógico adicional.

Se cuenta, además, con el software Ellis instalado en el Centro de Informática, en donde los estudiantes de inglés y francés cumplen con sus horas de laboratorios.

CADES: Centro de Asesoría de Desarrollo Empresarial y Social.

Ejecuta proyectos que vinculan nuestra Universidad con la comunidad, mediante el estudio de sus necesidades y las posibles soluciones con miras al desarrollo socioeconómico de la región.

DICOM: Centro de Investigación de Diseño y Comunicación Social.

Ejecuta proyectos de comunicación y diseño en respuesta a las necesidades de la sociedad actual, utilizando metodologías y técnicas adecuadas, así como herramientas tecnológicas.

HOTUR: Centro de Investigación, Desarrollo, Extensión y Servicios de Hotelería y Turismo, Ejecuta proyectos turísticos y hoteleros con atención a la conservación ambiental, el desarrollo económico y social, y el servicio de la comunidad.

1.10 Otros ofertas académicas

Certificación Internacional CISCOPUCE SD: Pertener a esta Academia es tener acceso al extenso programa que prepara a los estudiantes para obtener una Certificación Internacional. El programa de CCNA (Cisco Certified Network Associate) utiliza un modelo de aprendizaje que integra la enseñanza personalizada con un currículum basado en la web. Los estudiantes que estudien en esta Academia estarán capacitados para desempeñar carreras relacionadas con conexiones de Redes y Teorías de la Información, en los sectores públicos y privados.

La Academia cuenta con instructores que imparten un currículum estandarizado. El currículum se actualiza periódicamente con información acerca de nuevas tecnologías y técnicas educativas mejoradas, que van desde conocimientos básicos de redes hasta soluciones de problemas avanzados de VLAN.

Academia Microsoft: La academia MICROSOFT PUCE SD permitirá dar una capacitación especializada en las tecnologías Microsoft, con la cual conseguirán prepararse para rendir los exámenes de certificación de las distintas Certificaciones Internacionales que Microsoft ofrece.

La certificación de Microsoft es una credencial líder que valida su experiencia y habilidades para mantenerlo competitivo en el entorno cambiante de negocios de hoy en día.

CPA: Contador Público Autorizado: Es un curso que le permitirá estar preparado para actuar y ser líder en grupos multidisciplinarios en los que se requiera de habilidades para crear, incorporar y transformar procedimientos y conceptos

relacionados con las prácticas habituales de la profesión, con un alto nivel de confiabilidad, confidencialidad, credibilidad y eficiencia.

El profesional Contador Público Autorizado (CPA), está preparado para ubicarse laboral o independientemente en los cargos ejecutivos más altos de cualquier organización, ya que entre sus destrezas y habilidades se encuentran:

Planificar, organizar, dirigir y controlar cualquier tipo de organización, elaborar e interpretar cualquier tipo de información gerencial de una organización, relacionada con su profesión, diseñar e implantar sistemas de información gerencial y establecer sistemas de control interno para éstos, constituirse en un consultor permanente de las problemáticas de una organización, crear y administrar su propio negocio de servicios relacionados a su profesión, los principales cargos ejecutivos que se puede optar en esta profesión son: Director, Auditor interno, auditor externo, Gerente Financiero, Contralor, Gerente de Contabilidad, Asesor tributario contable, financiero y gerencial, y Contador, entre otros.

1.11 Otros Servicios



Foto Nro. 8: Otros servicios
Fuente: PUCE SD

Infraestructura Deportiva: Estadio, canchas de fútbol, vóley.

Bibliotecas: Dos centros de libre acceso, distribuidos en el campus I y II, La Biblioteca de la PUCE SD, es una unidad de información que apoya especialmente a la docencia, investigación y consultas bibliográficas de la comunidad universitaria sin descuidar la atención al público en general.

Para esto, dispone de una colección amplia y actualizada de material bibliográfico impreso, complementada con la Biblioteca Virtual que contienen muchas e importantes bases de datos que provienen de distintas partes del mundo y a las que la comunidad universitaria, se puede acceder por la intranet.

Aula Magna: Recinto al servicio de la comunidad para el desarrollo de actividades académicas y culturales.

Este lugar sirve como auditorio para el desarrollo de conferencias, seminarios, conciertos, y presentaciones artísticas entre otras.

Bienestar Estudiantil: La Dirección de Bienestar Estudiantil canaliza y dirige cuatro coordinaciones encargadas de actividades extracurriculares para contribuir a la formación integral de los estudiantes de la PUCE SD, brindándoles los siguientes beneficios:

Incentivar la práctica y desarrollo de las actividades artísticas y culturales que apoyen la formación integral del estudiante.

Fortalecer la práctica de una actividad deportiva y recreativa en los tiempos libres.

Representar a la PUCE en eventos oficiales.

Recibir una beca parcial para estudios en la PUCE SD como integrante o deportista destacado.

Servicio de Vigilancia: Santo Domingo es una ciudad con un índice delincencial alto y para asegurar la tranquilidad de los estudiantes, docentes, administrativos y misioneros etc., cuenta con un servicio de vigilancia y control de ingreso y salida de personas y vehículos.

Misiones Universitarias: La Dirección de Misiones Universitarias de la PUCE-SD tiene como misión la formación humanística y cristiana a través de los valores humanos y religiosos a la luz de la Doctrina Católica, con el fin de que el aprendizaje intelectual vaya unido con la dimensión espiritual.

El objetivo general es lograr que la comunidad universitaria alcance su desarrollo integral partiendo del desarrollo del espíritu, a través del descubrimiento y aplicación de los valores del Evangelio, para construir el proyecto de vida personal y mejorar el entorno familiar y social.

Como objetivos específicos se destacan los siguientes: Formar humana y espiritualmente a los estudiantes, docentes y trabajadores, a través de las cátedras académicas, cursos, seminarios, etc., para restaurar la vida personal y familiar y así construir e impulsar la transformación de la sociedad.

Propiciar el desarrollo espiritual de todos los miembros de la comunidad universitaria y sus familias mediante una asesoría espiritual, preparación de los sacramentos y celebraciones comunitarias.

Generar espacios de encuentro en la comunidad universitaria, para descubrir y vivenciar los valores del Evangelio.

Dispensario Médico y Laboratorio Clínico

Dispensario Médico: El Servicio Médico brinda atención primaria de salud a todos los alumnos, personal docente y administrativo de la Universidad.

Su horario de atención es de lunes a viernes de 11H30 a 13H00 y 17H00 a 19H00.

Se encuentra ubicado en el Edificio Misereor planta alta, y los servicios que ofrece son los siguientes:

Apertura de la ficha médica para todos los alumnos que se matriculan en esta sede.

Consulta médica gratuita para los alumnos y personal docente o administrativo.

Atención de emergencias.

Entrega de medicina básica.

Análisis clínicos.

Laboratorio Clínico: Es un espacio físico en el cual las estudiantes de Enfermería realizan demostraciones y prácticas previas a su experiencia clínica, con el fin de adquirir ciertas habilidades y destrezas antes de dar atención de enfermería a los pacientes.

El Laboratorio de Enfermería se asemeja a una unidad hospitalaria, equipada con cama, velador, gradilla, mesa de comer y silla, como elementos básicos.

Los procedimientos se modelan, es decir que cada estudiante los realiza valiéndose de la asistencia de otro(a) estudiante como modelo, a fin de que se asemeja de modo cercano a la experiencia real.

Laboratorios: Los laboratorios de computación sirven como una herramienta esencial para que los estudiantes puedan realizar sus tareas, conectarse a internet, utilizar programas con las versiones actuales. Los laboratorios de la universidad tienen un horario ininterrumpido de 8H00 á 22H00 tiempo en el cual esta a libre disposición de los estudiantes que lo necesiten. Cada carrera requiere de sus herramientas esenciales para desarrollar su trabajo de la mejor manera, y por ello la PUCE SD cuenta con equipos PC y MAC distribuidos en sus distintos laboratorios.

PC: La universidad cuenta con 4 laboratorios, se encuentran en el campus II.

MAC: La escuela de Diseño cuenta con su laboratorio Mac y se encuentra en el campus I, el fin de este laboratorio es dotar al estudiante de herramientas actuales que les permita mejorar su nivel académico y profesional.

1.12 Organigrama Institucional

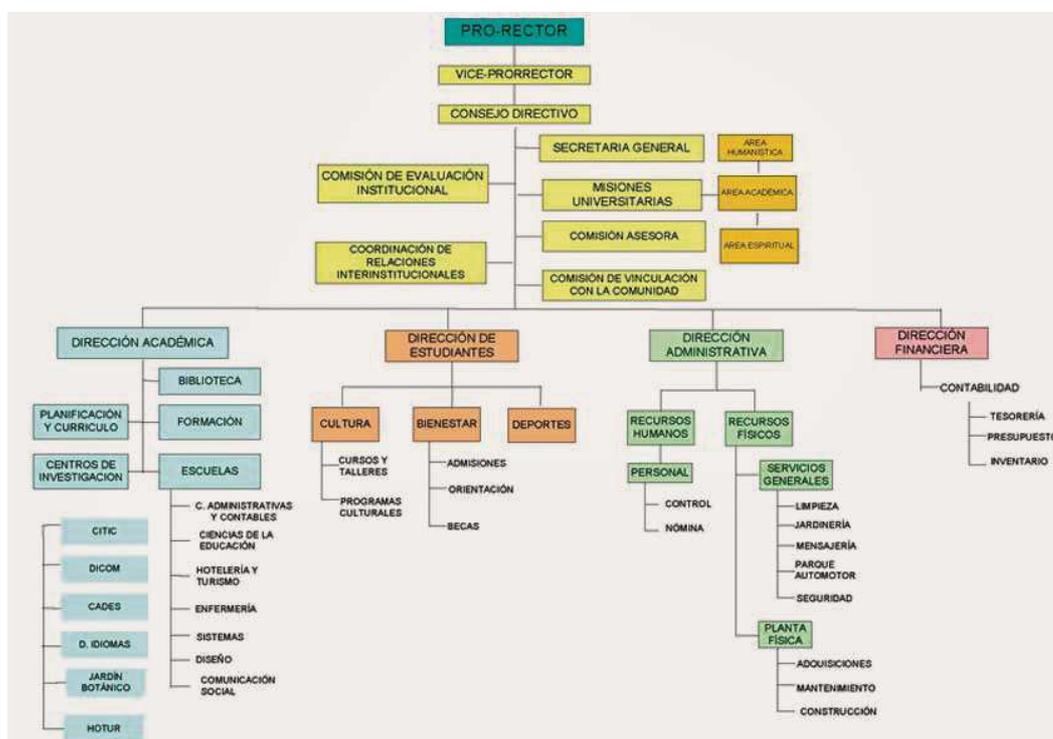


Gráfico Nro. 1: Organigrama PUCE SD
Fuente: PUCE SD

CAPITULO II: MARCO TEORICO



Foto Nro. 9: El Diseño Grafico
Fuente: Agencia La Facultad

2.1 El Diseño Grafico

Partimos del hecho que el Diseño Gráfico debe estar al servicio de la sociedad en una primera etapa, cuestionando al sistema y proponiendo soluciones alternativas que mejoren las relaciones entre los individuos, medio ambiente y el hombre.

Así llegamos a la conclusión que encierra al Diseño en un universo de creación de mensajes visuales a través de códigos lingüístico, cromáticos, e icónicos. Esto implica que todas las formas de diseño pasen por un doble proceso: internamente un desarrollo creativo y externamente un desarrollo comunicacional.

El diseño gráfico no es una ciencia exacta, no hay recetas mágicas que nos digan cómo debemos hacer las cosas, no hay fórmulas como en las matemáticas, si bien

existen normas y teorías que debemos seguir y que nos ayudan, estas no son infalibles, la experimentación es la vía que nos va a ayudar a tener mejores resultados. Lo que nunca debemos de olvidar es que el ejercicio del diseño debe seguir una metodología la cual nos ayudará a tener resultados óptimos.

A continuación profundizaremos sobre el diseño grafico que nos ayuda en nuestra investigación con conocimientos en comunicación e imagen para nuestra propuesta final, necesaria para enmarcarnos en el desarrollo grafico.

2.1.1 Generalidades del Diseño Grafico



Foto Nro. 10: Evolución del Diseño

Fuente: Libro "Historia del Diseño Gráfico" Phillips, Madrid, Trillas, 1990

La actividad del Diseño Gráfico, como tantas otras surgió cuando el hombre tuvo necesidad de comunicarse y de expresar sus necesidades primarias de supervivencia, se puede decir que el Diseño Gráfico apareció con el desarrollo mismo de la civilización.

Los expertos discrepan sobre las raíces del diseño gráfico. Algunos identifican las pinturas rupestres como ejemplos ancestrales de los signos gráficos; otros reconocen sus formas embrionarias en Egipto, Grecia, México y Roma. Varios autores consideran que el diseño gráfico surge al mismo tiempo que la imprenta. Una corriente apunta a las vanguardias artísticas del inicio de este siglo. Otros, todavía, emplazan al pensamiento contemporáneo, con respecto al diseño gráfico, después de la segunda

guerra mundial, como un fenómeno adjunto al fuerte desarrollo industrial y de los medios de comunicación.

Es posible admitir que, en un sentido más amplio, la comunicación visual tiene una historia muy larga. Cuando el hombre primitivo buscaba alimento y encontraba una huella de animal impresa en el lodo, en realidad estaba recibiendo un mensaje a través de un signo gráfico.

Sin embargo, a pesar del largo recorrido hacia la actualidad de la comunicación visual, es posible abalzar que el diseño como actividad moderna se constituirá como una demanda en gran fuerza a partir de la revolución industrial.

2.1.2 Concepto



Gráfico N° 3: Procesos de Diseño Gráfico
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

El Diseño Grafico es un proceso de creación visual con el propósito de comunicar.

El Diseño Grafico es la más universal de todos los artes, nos envuelve comunicando, decorando o identificando: aporta significados y trasfondo a nuestro entorno vital. Lo encontramos en las calles, en todo lo que leemos, en nuestro cuerpo, nos topamos con él en las señales de nuestras calles y carreteras, la publicidad, las revistas, los paquetes de tabaco, las pastillas para el dolor de cabeza, el logotipo de nuestra camiseta o la etiqueta de instrucciones para el lavado de nuestra chaqueta. No es solo un fenómeno capitalista o moderno, sino que ya los habitantes del antiguo Egipto, del

Medioevo Italiano o de la Rusia Soviética afrontaban de forma habitual calles repletas de signos, emblemas, precios, ofertas de productos, comunicados oficiales y noticias varias.

El Diseño Grafico cumple algunas funciones: clasifica, diferencia y distingue una empresa, organización o nación de otra, informa y comunica. Nos dice como deshuesar un plato o como registrar a un recién nacido. Interviene en nuestro estado de ánimo y nos ayuda a formar a nuestras emociones acerca del mundo que nos rodea. (Newamrk)

2.1.3 Definiciones Generales

Intentar reducir esta actividad variada y mutante a una breve definición conceptual, a una expresión concisa, es por no decir otra cosa peor, una tarea ardua y compleja. Una posibilidad sería recoger pequeños extractos de textos de personas que han precedido en el análisis del concepto, con el deseo de que la suma de estos fragmentos pueda proporcionar una cierta visión de conjunto.

Al intentar definir la Literatura Christopher Prendergraf advirtió: Al generalizar y unificar una posible descripción, podemos extraviar por el camino demasiadas peculiaridades si intentamos ofrecerla como la descripción.

El diseñador e historiador Richard Hollis percibe ante todo el diseño grafico como una modalidad de lenguaje con una gramática incierta y un vocabulario en constante crecimiento.

El diseño grafico es el oficio de construir y seleccionar signos y colocarlos adecuadamente en una superficie con el fin de transmitir una idea (Hollis).

Se tacaño con los adornos, marcos y complementos de ese tipo. No apiles ornamentos como si fueran flores en un funeral. Familiarízate con la forma intrínseca de las letras, pues son la unidad básica que construye la estructura con travesaños y ladrillos no armados. Selecciona las mejores y no te desprendas de ellas (Dwinggins).

En ultimo termino, el diseño grafico negocia con el espectador-usuario; y, puesto que el objetivo del diseñador es persuadir, o como mínimo comunicar, se deduce que los asuntos a los que enfrenta el diseñador tienen dos caras: anticiparse a las reacciones de espectador usuario y satisface sus propias necesidades estéticas (Rand).

Una vez más, afirmó que los gráficos no son una forma de expresión personal, sino que debe cimentarse y estar condicionada por el mensaje que debe transmitir. El arte y oficio de la tipografía, por muy honesto y elemental que sea, es un arte al servicio de, y no una de las bellas artes (Bayer).

2.1.4 Leyes y elementos de composición



Gráfico N°. 4: Leyes y elementos de composición
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Leyes Compositivas: Las definiciones precedentes insisten en el concepto de composición como organización de energías, es decir, como un moverse en un paisaje dinámico de formas, cada una de las cuales posee determinadas fuerzas, lo que hace preciso distinguir la naturaleza y el comportamiento de cada una de estas fuerzas. A continuación señalamos las leyes compositivas:

Armonía: Nos dice que todos los elementos gráficos que participan en una composición se deberán fusionar o combinar proporcionalmente para que exista una correspondencia, entre todas las formas y colores.

Variedad: La variedad radica en el escogitamiento y emplazamiento de los elementos de la composición, provoca sensaciones de novedad e impacto.

Resalte y subordinación: La unidad de una composición requiere que la tensión entre las fuerzas y los estímulos causados por esa misma composición sean resueltos e integrados por un elemento o fuerza dominante, el efecto del elemento dominante crea unidad y orden visual.

Contraste o Conflicto: este principio va ligado a ley de resalte, y se clasifica en contraste tonal, de forma, textura, de tamaño o proporción, estos son los más usuales.

Cinética: en composición se base fundamentalmente en el movimiento de las fuerzas mismas que actúan en la operación compositiva, es decir deberá regir esta ley como factor esencial de la ley del ritmo.

Ritmo: repetición periódica de una figura. Movimiento virtual provocado a través de la percepción de acentos y pausas a intervalos. (En artes visuales se divide en ritmo continuo, simple alterado, compuesto alterado, creciente, decreciente).

Simetría: armonía de posición de las formas o sus partes con respecto a centros o puntos de atención.

Asimetría: también denominada ritmo libre, se da cuando la sucesión rítmica varía indefinidamente en la composición.

Equilibrio: Distribución proporcional de las partes en el espacio. Fuerzas opuestas que logran unidad. Semejanza en la distribución o fuerza de los elementos de un todo o en una obra de arte.

Semejanza: La percepción siempre tiende a agrupar las figuras por su similitud, forma, tamaño, color, rotación, etc.

Proximidad: Nuestra percepción tiende a asociar los elementos que se encuentran cerca y a considerarlos como un grupo. También se dice que el agrupamiento parcial o secuencial de elementos por nuestra mente está basado en la distancia.

Cierre: Nuestra mente añade los elementos faltantes para completar una figura. Existe una tendencia innata a concluir las formas y los objetos que no percibimos completos.

Continuidad: Los detalles que mantienen un patrón o dirección tienden a agruparse juntos, como parte de un modelo. Es decir, percibir elementos continuos aunque estén interrumpidos entre sí.

Movimiento: acción y sensación de cambio o desplazamiento en el espacio y tiempo.

Fondo y Forma: Existe una interacción mutua entre la forma y el soporte o fondo lo cual determina que las alteraciones en uno de los dos elementos modifiquen cualitativamente y cuantitativamente al otro y alteren además el todo.

Lenguaje: Cada signo considerado aparte o en un conjunto compositivo, constituye por sí mismo una técnica de expresión y de comunicación. El signo es el punto de partida para el codificador del mensaje (diseñador) y el punto de llegada para el espectador. Una mancha fortuita puede evocar muchas cosas, los psicólogos modernos lo saben perfectamente, por cuanto se han valido de esta posibilidad como objeto de estudio para lograr una mayor comprensión de la persona humana.

El fruto de una actividad enteramente espiritual ejercida por el alma de un artista queda plasmado en la obra producida, donde el espectador lo descubrirá mediante evocaciones, representaciones o significados; en efecto, todo lo que se indica con un signo adquiere por un proceso fundamental de objetivación, la capacidad de indicar lo que el individuo expresa acerca de cualquier cosa real o fantástica.

Esta capacidad deseada, obtenida y comunicada es precisamente lo que llamamos lenguaje.

Por consiguiente en comunicación persuasiva significativa y significado deben estar en continua relación, puesto que el mensaje debe poder expresarse a través de las formas visibles, sirviéndose inclusive de los medios técnicos más dispares. Por tanto es necesario que un concepto preciso dirija cada trazo, cada signo, cada elemento de comunicación.

Las notas empleadas por el compositor grafico o no, son todos los elementos preexistentes a la obra que hay que realizar y con los que el obtendrá su composición. La finalidad de la composición se resuelve en el lenguaje necesario e indispensable para transmitir el valor expresivo propio de cada mensaje.

2.1.5 Elementos de composición



Foto Nro. 11: Ejemplos de composición gráfica
Fuente: Libro "Guía del Diseño Gráfico" JNNINGS Simón Trillas

Una composición gráfica puede estar formada por muchos o pocos elementos. Puede componerse exclusivamente de la presencia de texto o sólo de imágenes; puede poseer grandes espacios vacíos, manchas de color, filetes, fondos o constituir una combinación equilibrada de elementos gráficos, cada trabajo de diseño posee unas exigencias diferentes: no es lo mismo diseñar el programa de un concierto de música clásica que el cartel de un concierto de rock.

En cada momento, el diseñador debe contar con la información necesaria para que ningún elemento aparezca de más en su composición o se eche de menos. Hemos de preguntarnos constantemente cuáles son los elementos prioritarios y cuáles ocupan un lugar secundario dentro del conjunto.

La decisión de qué elementos deben figurar en nuestra composición, cómo debemos distribuirlos y dónde deben ir ubicados, y en definitiva, cómo ir elaborando la información que queremos comunicar, constituye el proceso creativo en sí mismo, y el día a día de todo trabajo de un diseñador. Es una tarea que requiere planificación con el objeto de lograr una correcta armonía entre todas las partes a fin de que el resultado final posea una efectividad comunicativa máxima. De nada nos sirve conseguir un diseño estéticamente confortable si no está cumpliendo con su misión principal, que es transmitir lo más económica y efectivamente posible un mensaje. Del mismo modo,

tampoco cumpliríamos con nuestra tarea si sacrificamos principios estéticos de máxima importancia como son la armonía, la proporción y el equilibrio entre elementos a fin de conseguir transmitir toda la información que se nos ha proporcionado en primera instancia. Observemos los anuncios de publicaciones de segundo orden, en los que la cantidad prima frente a la calidad. Se busca no dejarse una sola frase de la comunicación fuera de los anuncios. El resultado es desastroso desde el punto de vista estético, y podemos afirmar que a la audiencia de esta comunicación le será difícil pararse a escudriñar la información que contiene la amalgama de este tipo de anuncios.

2.1.6 Proceso de Diseño

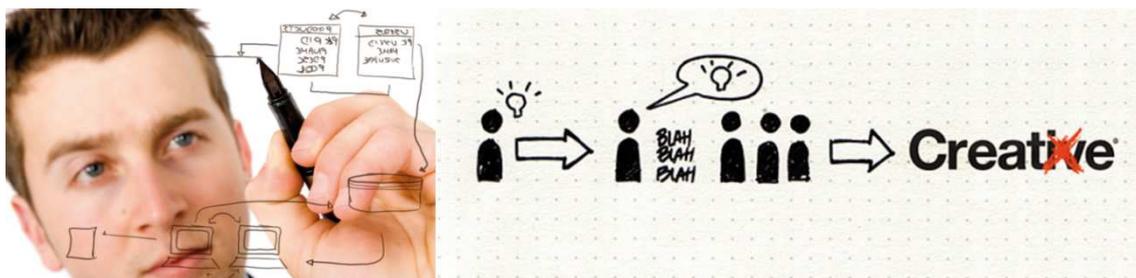


Gráfico N° 5: Proceso de Diseño
Fuente: Libro "Guía del Diseño Gráfico" JNNINGS Simón Trillas

El enfoque comunicacional del diseño en general, que lo veremos a continuación contiene dos principios importantes:

- Principio uno: El diseño no es el producto o el mensaje. No es la manifestación material de normas visuales sino el proceso que conduce a la obtención del producto o el mensaje.
- Principio Dos: No todas las formas de diseño son comunicación.

El principio numero uno postula que el diseño no es exclusivamente la expresión final de formas visibles, sino la planificación y el proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador industrial o grafista traducen un propósito en un producto o un mensaje, en tanto que el resultado de dicho proceso.

Tradicionalmente se consideran diseños los apuntes, los esbozos y bocetos, los dibujos y también los objetos caracterizados por un cierto componente estético. Pero un dibujo no es un diseño sino un dibujo, y una silla no es un diseño sino una silla. Lo que introduce la idea moderna de design es el hecho de que ya se trate de un dibujo o unos objetos estos nacen de un proceso, un plan mental, un programa o proyecto, que incluye una performance, una estrategia del mismo hacer. El design es el proceso desde que se inicia la concepción del trabajo hasta su formulación final pasando por las hipótesis tentativas del diseñador mentales y energéticas que sucesivamente marcan los pasos internos es lo que podemos concebir como una ingeniería interna de la elaboración y puesta en forma del mensaje o del producto.

Al poner así especialmente de relieve el proceso productivo, el design sobrepasa la acepción tradicional del dibujo, imagen, figura u objeto. El concepto moderno de diseño trasciende de lo que es exclusivamente grafico, visual y hasta objetal. Así se diseñan cosas que nada tienen que ver con los objetos, del diseño Industrial o con los mensajes del diseño grafico.

Lo que define pues al diseño y la comunicación misma es: La existencia de un propósito, el conocimiento de los datos de base y la posesión de las técnicas para realizarlo. La disposición de los medios y materiales para realizarlo el proceso temporal de planificación, creación y ejecución por el cual se materializara finalmente el propósito en una forma.

Diseño es pues la expresión planificada de un propósito poniendo el acento de esta idea en la planificación y de proceso como en la expresión material y el sentido resultante de lo anterior.

El proceso de diseño no es un proceso lineal, sino interactivo. Es un constante regresar al principio o alternativamente a las etapas intermedias, hasta conseguir la consistencia de la solución que se está desarrollando. En el grafico mostramos este proceso de forma analítica como una sucesión de etapas inspirándonos en los trabajos de Walas y Moles.

Información – Incubación – Idea creativa – Verificación – Formalización Difusión

En el esquema superior se presentan las cinco etapas que integran el fenómeno creativo:

Información y documentación: Recogida de los datos. Lista de las cuestiones a tener en cuenta (pliego de condiciones)

Digestión de datos o Incubación del Problema: Elaboramos en el subconsciente las primeras tentativas a un nivel mental difuso.

Idea creativa: Iluminación, descubrimiento de posibles soluciones originales.

Verificación: Desarrollo de las diferentes hipótesis creativas. Formulaciones, comprobaciones objetivas, correcciones.

Formalización: (puesta en forma) visualización, prototipo original, mensaje como modelo para su reproducción y difusión.

2.1.7 Clasificación de Diseño Gráfico

El diseño grafico constituye el universo de creación y de la difusión de mensajes visuales. El diseño grafico se orienta en dos grandes direcciones, cada una de ellas con grupos y sub grupos.



Foto Nro. 12: Diseñando
Fuente: Libro "Guía del Diseño Gráfico" JNNINGS Simón Trillas

El Universo Grafico: Hemos llegado al dominio del diseño específicamente gráfico, pasando por la ruta del *design*. Vamos a penetrar ahora en el universo del "grafismo". Pero precisaremos que, en el orden semántico, preferimos la expresión más completa y exacta, de diseño grafico y no "grafismo" porque con el término "diseño", incluimos asimismo el concepto moderno de design.

El diseño grafico constituye el universo de la creación y de la difusión de mensajes visuales, de la telecomunicación por imágenes de la difusión, donde no se incluyen las demás formas de diseño: ambiental, industrial, etc. La difusión de mensajes por los medios de comunicación, configura el universo del diseño grafico pero su equivalente en el plano industrial: la distribución material de productos no se establece por los medios de comunicación, sino por los medios de transporte. El diseño del medio

ambiente en su aspecto dinámico, no tiene que ver directamente con la difusión sino más bien con la profusión.

El diseño grafico se orienta en dos grandes direcciones:

-El área diversificada del **diseño de informaciones**

-La vertiente precisa del **diseño de identidad**.

Cada uno de estos súper grupos está constituido por otros grupos y subgrupos. Así lo que llamamos diseño de informaciones abarca los campos del grafismo funcional, el grafismo didáctico, el grafismo de persuasión. Por otra parte el diseño de identidad alcanza desde el diseño de marcas, en la práctica del marcaje, y el diseño de la identidad corporativa, hasta el design interdisciplinar y más complejo de la imagen global.

Diseño de Información: Llamamos diseño de información a todos aquellos mensajes que son transmisores de contenidos complejos. Lo diferenciamos así del diseño de identidad, el cual constituye un modo de comunicación esencialmente esquemático, cuya función es la de transmitir unos signos específicos reconocibles y memorizables, con los cuales se *simboliza* una empresa o una institución.

El diseño de información abarca, de hecho, todo el conjunto de los recursos gráficos, en tanto que formas del lenguaje visual, que son susceptibles de ser aplicados, y combinados en la elaboración de toda clase de mensajes informacionales. La noción de información tiene aquí todo su sentido original de novedad (por oposición a lo redundante o a lo ya sabido).

La letra y el texto (información lingüística), así como la ilustración y las imágenes (información icónica), constituyen los dos grandes campos de la comunicación funcional.

Información Funcional:



Gráfico N.º 6: Tipos de información
Fuente: www.informaciongrafica.com/tiposdeinformación

El diseño de la información funcional se orienta básicamente hacia la utilidad pública, es decir, hacia el individuo de una sociedad, con el fin de facilitar aquellas informaciones utilitarias que corresponden a sus necesidades y expectativas, sobre todo vinculadas a la movilidad social, a la complejidad de los productos técnicos, y a la exigencia de informaciones que todo ello requiere.

Los ejemplos más ilustrativos de esta variante del diseño gráfico son los indicadores callejeros, el grafismo cartográfico, los planos y mapas, la señalética y los sistemas de signos codificados.

Diseño de Identidad: Sea cual sea la clase de información que las empresas transmiten utilitaria, cultural, didáctica o persuasiva, los mensajes incluyen sistemáticamente, unos signos de identidad. Son la “firma” del emisor: el editor de un libro que imprime su marca en él; el patrocinador de un catálogo utilitario que inscribe en el su nombre, la institución promotora de una campaña cívica que firma los mensajes de la misma. También las otras formas del diseño incorporan los signos de

identidad del fabricante, o del arquitecto, en las obras que produce: objeto industrial, producto de uso, edificio público, etc. Es la función del marcaje de la identidad. El producto ostenta y vincula su marca de procedencia o de autor de la imagen de marca.



Gráfico N°. 7: Identidad de productos
Fuente: Agencia La Facultad

De una forma especialmente evidente, el sistema visual de la identidad de la empresa se superpone a los mensajes publicitarios, e incluso en muchos casos, los contenidos del mensaje son básicamente los signos que identifican a la empresa o a la marca.

Ya se trate de una campaña ideológica, política, cívica o cultural, o de una campaña publicitaria, de un cartel, un anuncio o del embalaje de un producto, el emisor capitaliza su esfuerzo y su rendimiento comunicacional por medio de este signo, fundamentalmente asociativo, que es la identidad visual: la firma, el sello que destaca al emisor de los demás concurrentes y personaliza sus productos y sus mensajes.

Ocurre así y no al revés. Los mensajes informativos, funcionales, culturales, didácticos o persuasivos se marcan con los signos de identidad del emisor. Todo emisor lo incluye en sus comunicaciones (y no solo en las comunicaciones grafica). Pero no hay aquí una reversibilidad directa. Los signos y los sistemas de identidad no transmiten otra información que la que les es propia. La marca, el símbolo o el logotipo suscitan en el publico receptor, el reconocimiento consciente del emisor (función de identificación), y construyen en su espíritu instantánea, subliminalmente, un sistema de

asociaciones de ideas y valores en una estructura psicológica de atributos (función de imagen).

La marca: Cronológicamente, la identidad visual aplicada a las actividades productivas, nació con la marca. Señal material de origen y calidad; distintivo para el reconocimiento de los productos y de quienes los fabrican. El marcaje o la acción de marcar, y su resultado es el principio mismo de la identidad visual.



Gráfico N° 8: Marcas rentables
Fuente: Agencia La Facultad

La marca tiene aquí en primer lugar, el sentido de la información funcional: constituyen un elemento referencial de orientación en la localización de un producto entre muchos otros. Constituye también un recurso mnemotécnico gracias a la repetición, y en este sentido puede pensarse que la marca ejerce realmente una información del tipo didáctico.

La marca se incorpora así mismo a la comunicación publicitaria, por la que alcanza una gran difusión que la incorpora al substrato cultural. Por ejemplo Coca cola y Levis.

La marca es magnificada por la acción de la publicidad, asociada a mensajes altamente motivantes, por lo que ella deviene un elemento de persuasión en la estrategia de la empresa.

He aquí el itinerario de la marca, signo de identidad por las rutas del diseño gráfico y de la comunicación social.

La marca, el mensaje, es la forma primaria de expresión de identidad.

La identidad corporativa: La práctica del diseño de identidad propiamente dicho o sea como técnica y como estatuto profesional se inicia de hecho con la reinvención por tercera vez de la marca. La primera vez por los antiguos artesanos anteriores a Cristo, la segunda por las corporaciones medievales y la tercera por el industrialismo del siglo XIX.



Gráfico N° 9: Identidad Corporativa
Fuente: Libro "Diseño de Logotipos" Gustavo Gili, 2001

El diseño de la identidad ya no se limita a la marca y pasa así a constituir una disciplina más compleja, y más completa en la que intervendrán de manera decisiva el agente, la investigación social y el marketing. La identidad corporativa comenzó a desarrollarse a mediados del siglo XX como una disciplina especializada de diseño.

El enorme desarrollo de tecnología de comunicaciones, con la imprenta, el cine y la televisión sobre todo; la explosión de los medios de masa; el sistema competitivo de la economía de mercado; la superproducción industrial y el desarrollo de las sociedades de consumo, han transformado radicalmente las circunstancias precedentes de

marcaje y de la marca como una práctica elemental, hacia una información más completa, sistemática y espectacular de la identidad visual.

La empresa es ahora más que productora de bienes, emisora de comunicaciones. Mas que firmar o marcar necesita disponer de un sistema organizado de sus signos de identidad, lo cual es parte de una estrategia y de una política de comunicación. La identidad visual rebasa el soporte material del producto o del objeto y conquista y campo inusitado: el de las telecomunicaciones, así mismo sobrepasa la función inmediata del marcaje, para convertirse en una autentica estrategia institucional y comercial.

La identidad deberá manifestarse ahora corporativamente. Diversificarse en muy diversos soportes, difundirse hasta la ubicuidad y resistencia, competencia y el desgaste temporal, deberá crearse pues un sistema de formas, figuras, colores y ante todo un concepto, que transporten ideas, impresiones psicológicas y una alta capacidad de memorización acerca de la personalidad de la empresa.

El paso del grafismo de marcas y logotipos ha de diseñar la identidad corporativamente, comparta una alta especialización y un trabajo interdisciplinar. Las claves para este nuevo planteamiento estarán en la misma idea de transmitir la identidad por símbolos y para ello de diseñar un autentico programa.

Imagen Global: El termino Imagen, culminando en el sentido de representación mental y el termino Global, en tanto que el resultado de la combinación de las diferentes aplicaciones del diseño y no solo el grafismo bajo el criterio integrador y a través de todos los medios de expresión. La imagen global es función del diseño total en un sentido lógico y ordenado.



Gráfico N°. 10: Imagen Global
Fuente: www.espaciografico.com/imagenglobal

Si la identidad corporativa es una forma muy especializada de la comunicación visual, la imagen global trasciende esta área específica y se constituye en un sistema multimedia, donde interviene el diseño de programas del medio ambiente, de los productos, y de la comunicación por mensajes selectivos y colectivos.

Pero sobre todo la imagen global es el resultado de una mentalidad de comunicación, de una idea o un concepto original y totalizador. De un conjunto de criterios desarrollados a partir de este concepto. De una política guiada por ellos y que se materializa en el conjunto de vehículos y soportes de comunicación.

Los criterios de diseño se desarrollan en forma de pautas y constituyen en conjunto el esquema vector de la imagen global. Este esquema abarca una normativa precisa que establece un mecanismo coordinador entre todos los recursos de la comunicación, que son todos los soportes de transmisión de la imagen. La imagen global requiere pues, un diseño de los criterios y un diseño de la acción, que es el conjunto de actos, manifestaciones y mensajes que configuran el estilo de la empresa, en el sentido amplio y preciso del término.

En su aspecto formal, la imagen global incluye los elementos gráficos como la marca, incorporada después de la identidad corporativa, y la identidad corporativa misma.

El paso cronológico de la marca a la identidad corporativa, y de esta a la imagen global, no significa pues una evolución en la que cada nuevo modo anula a su precedente, sino al contrario, lo acumulado progresivamente hacia una forma más plena y organizada de comunicación.

2.2 Señalética

Aquí señalo algunos puntos que más adelante profundizaremos partiendo del hecho que la comunicación señalética es efecto de la movilidad social, su finalidad es informar instantáneamente, su funcionamiento implica la interacción automática de mensajes visuales que afectan a individuos, su estrategia comunicacional es la distribución lógica de mensajes fijos ubicados in situ, su principio es la economía máxima información con los mínimos elementos, su utilización es optativa, su condición es funcionar y borrarse de inmediato del campo de la conciencia del individuo, la señalética es una evolución de la práctica de la señalización, aplicada a problemas particulares de información.



Foto Nro. 13: Señalética
Fuente: www.señaléticainstitucional.com/ejemplos

Con estos antecedentes que nos ayudaran en el planteamiento del problema podemos buscar una solución lógica, al momento de realizar nuestra propuesta final.

2.2.1 Conceptos generales

Es parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo es la técnica que regula y organiza estas acciones. **(Joan Costa definió 1987)**

La señalética nace de la ciencia de la comunicación social o de la información y la semiótica. Constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía bajo el vector del diseño gráfico.

Se aplica, por tanto, al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio o un lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

Señalética es una disciplina de la comunicación ambiental y de la información que tiene por objeto orientar las decisiones y las acciones de los individuos en lugares donde se prestan servicios **(Joan Costa 2007)**

Esta definición es más completa y sustancialmente más precisa que aquella que propuso en 1987. De hecho, la diferencia entre ambas definiciones se justifica por los años transcurridos y porque la señalética está en trance de desarrollarse para una mayor creatividad y eficacia. Pero las diferencias entre las dos definiciones están en dos conceptos que ahora se ha introducido, y nos dan las claves de los avances realizados.

Decíamos entonces que la señalética es una parte de la ciencia de la comunicación visual.

Por supuesto que su fundamento científico y su carácter visual son incuestionables, y hoy se consolida como una auténtica disciplina múltiple o una actividad transdisciplinar.

La segunda modificación en relación con la definición de 1987 es la sustitución de comunicación visual por comunicación ambiental, un campo de recursos comunicativos más abierto y global en el que no solamente comunica el diseño gráfico, sino la arquitectura, la iluminación, la organización de los servicios y el entorno en general como lugar de la acción.

2.2.2 Los orígenes de la Señalética



Foto Nro. 14: Historia de la Señalética
Fuente: libro "Historia de la Señalética" Joan Costa, Ediciones CEAC

Desde siempre, el hombre se marca a sí mismo, se autoseñala agregando símbolos tribales, mágicos, rituales o jerárquicos a su cuerpo. Así esta práctica abarca desde los tatuajes, pinturas corporales, deformaciones y mutilaciones hasta la ornamentación con plumas y pieles, el distintivo capilar codificado y las condecoraciones, los signos indicadores de casta y otras señalizaciones que denotan autoridad, rango social descripción a una ideología o a una organización, o propiedad (se marcaban los esclavos como se marcan las posesiones materiales).

También el comercio, desde sus primeras manifestaciones, impuso el marcaje de objeto en las sociedades productoras y mercantiles: se marcaban las ánforas que servían para el transporte y almacenamiento de vinos y aceites, del mismo modo que

se marca el ganado, los productos naturales como una fruta, y los productos industriales, desde un tractor hasta una computadora.

En el mundo comercial el marcaje (que es la primera función señalizadora), o de diferenciación de unos determinados productos en relación con autoría de procedencia de propiedad y de garantía frente a imitaciones y llega con el marketing a constituir un valor añadido en las sociedades de consumo para los productos que ampara.

Por tanto, entre los actos mismos de marcar y señalar no hay diferencias esenciales, puesto que una acción incluye en cierto modo a la otra y obedecen a una función básicamente identificadora. Marcar equivale más precisamente a acuñar, imprimir, estampar un sello indeleble en una superficie determinada; sin embargo, lo que se marca con una señal, un símbolo, siempre un símbolo, igual que lo que se señala. La diferencia no obstante, se encuentra en que aquello que se marca, (señal indeleble) siempre son objetos físicos, superficies, soportes materiales, mientras que lo que se señala (señal movable) son mas corrientemente espacios, lugares, itinerarios, recorridos.

La señalización es en principio y sigue siéndolo el marcaje de los itinerarios, de los caminos, de las rutas, y también el marcaje de los lugares: identificación y guía al mismo tiempo, orientación en definitiva. El trazado mismo de los caminos constituye ya un marcaje en la medida que *marca* implícitamente la ruta a seguir. *El camino* es a la vez una idea filosófica y funcional, e incluye siempre la noción de buena *dirección* de *ruta segura* o *dirección conveniente*. La señalización marcaba los caminos en los tiempos en que estos no existían. Los caminos trazados en la superficie de la tierra son obra de los hombres en su necesidad de adaptarse a su medio vital, reducir su complejidad y actuar sobre él. En aquellos tiempos, pues, los caminos trazados eran

incipientemente substituidos por piedras indicadoras y pequeñas montañas de piedras. En los albores del homo sapiens, y con la intuición de la geometría, es posible que ya se utilizaran piedras con el fin de guiar con seguridad los pasos; las primeras sociedades agrícolas las utilizarían para marcar los límites de la propiedad territorial, que no deja de ser un modo referencial o de señalación del espacio privado.

Las piedras, pues parecen ser, los primeros útiles señalizadores. Un viejo cuento infantil relata la historia de unos niños que salieron a pasear por el bosque, se adentraron en él y luego no supieron encontrar la salida que les llevara a sus casas. Las familias los buscaron día y noche desesperadamente hasta que dieron con ellos: por segunda vez los chiquillos volvieron al bosque, tal había sido su atracción pero pensaron que deberían marcar el camino de regreso con el fin de reencontrarlo y poder regresar a casa fácilmente. Para dejar rastros de su paso emplearon migas de pan que echaban de distancia en distancia. Pero los pájaros y el viento se llevaron las migas, y los niños perdieron así la orientación y no pudieron llegar a sus hogares.

Otra vez el pueblo acudió en su búsqueda y ya llegaba la noche cuando los encontraron, los sermones y tal vez los coscorriones se repitieron pero los muchachos no escarmentaron. De nuevo marcharon al bosque pero esta vez fueron consientes de que había que buscar algo mas solido que ni los pájaros ni el viento pudieran borrar; así que tomaron las piedras que iban encontrando a su paso con las cuales resiguieron el recorrido hasta el bosque. De este modo el itinerario fue encontrado y los niños regresaron felizmente a sus hogares, cuando explicaron a los mayores el sistema que había seguido para no perderse, estos celebraron con alegría tan ingeniosa idea y quedaron de una vez tranquilos y confiados porque sus hijos habían encontrado el modo de no perderse jamás. Este cuento es de hecho una metáfora

pero lo cierto es que las primeras señalizaciones que se conocían tenían como fin señalar rutas y fueron hechas con piedras.

Obsérvese que la idea del cuento valida tres aspectos esenciales:

- a) La necesidad de marcar el camino para dirigirse a un lugar.
- b) La conveniencia de que las marcas o señales permanezcan.
- c) La noción implícita de códigos en el acto de situar señales, es decir, que la sucesión de piedras debía ser percibida no como una disposición casual o en desorden, con la cual no existiría información, sino como una disposición convencional, artificialmente ordenada sobre el espacio material.

Y es así que hoy en la actualidad para nosotros realizar un buen proyecto de señalización hay que hacerse tres preguntas claves (que cualquier persona que se encuentre en la necesidad de desplazarse dentro a fuera de un edificio se hará de forma automática):

- a) Dónde estoy y a dónde quiero ir.
- b) Como he llegado hasta aquí.
- c) Cómo saber que he llegado aquí.

Una vez realizado estas preguntas tendremos la clave para empezar a diseñar nuestro sistema de señalización.

2.2.3 El potencial autodidáctico de la Señalética



Foto Nro. 15: Señalética didáctica
Fuente: libro "Historia de la Señalética" Joan Costa, Ediciones CEAC

La señalética es una de las formas más específicas y evidentes de la comunicación funcional. Su campo de acción es un didactismo inmediato en el flujo de los actos de la vida corriente: cruzar una calle, localizar un servicio asistencial, utilizar el metro. Incluso puede pensarse con razón, más que en un didactismo, en una autodidaxia, que es la forma más creativa de la didáctica por lo que comporta de participación activa del propio individuo.

La característica señalética como sistema de mensajes, es *la puntualidad*: actúa exactamente en puntos definidos del espacio de acción de los individuos. Estos puntos coinciden con las necesidades de información que suscita una situación ambigua: por ejemplo, cuando ya he entrado en un gran parking, ¿por dónde seguir ahora ante tres posibles opciones? Llamamos a estas situaciones dilemáticas porque plantean de inmediato una interrogación una duda, un momento de incertidumbre. Cuando la solución a una situación dilemática ha sido perfectamente indicada, señalizada y propone varias opciones (diferentes posibilidades de elección) aparece más claramente la función autodidáctica. No solo porque uno elige y decide el próximo paso que va a dar, lo cual supone un auto-dirigir sus actos, sino que todavía hay ocasiones aun más evidentes de autodidactismo, por ejemplo, cuando se trata de una

secuencia de actos que habrá que desarrollar en el curso de un itinerario con abundantes y variados servicios optativos. El individuo va encadenando sus actos sucesivos a partir de su propio hilo conductor, esto es, seleccionando entre el conjunto de opciones que le ofrece la información espacial, aquellas que corresponden a su propia motivación, a su interés o a sus necesidades. Esta selección de los datos informativos útiles para la toma de decisiones comportamentales supone a su vez un abandono de los datos que son inútiles, pero este proceso no siempre es rígido: lo es cuando la secuencia de actos a desarrollar debe ser respetada, por ejemplo, la secuencia que va desde la llegada a un aeropuerto hasta el momento de embarcar; si esta secuencia de micro actos debe desarrollarse con el tiempo mínimo porque se va a cerrar el vuelo, el rol de las señales está doblemente determinado:

Por el itinerario que no admite otras opciones diferentes y por el apremio del tiempo. Pero si no existe este imperativo temporal la secuencia se desarrollara de manera completamente diferente; entonces, podemos constatar la presencia de una libertad verdaderamente marginal, que se manifiesta por la incorporación de acciones que son secundarias por relación a la secuencia privilegiada, y que precisamente porque incluyen este margen de libertad, resultan ser las acciones verdaderamente creativas. Esta noción de fragmentos de ocio es aquí evidente, y es entonces cuando cada individuo, en sus tiempos de espera organiza estos fragmentos de acuerdo con sus impulsos, su proyecto consciente a su proceder espontáneo, sirviéndose para ello de los mensajes de la señalética. A menudo son estos mismos mensajes los que le sugieren opciones para rellenar esos tiempos vacíos. Así, componiendo sus actos, jugando con estas informaciones, el individuo realiza una especie de aprendizaje por medio de datos de conocimiento que el mismo asume o rehúye, o combina, en una actitud que es finalmente auto determinada.

La señalética se instaura así como una forma mediática de la praxeología o ciencia de los actos utilitarios. Es de hecho una proxémica finalista y, por tanto no precisamente sometida a la ley perspectivista implícita en la proxémica: aquí lo que es más próximo físicamente no es lo que determina las reacciones del individuo. Ya no son las relaciones de proximidad o distancia con las cosas las que desencadenan comportamientos energéticos del ser, sino sus propias motivaciones, sus necesidades o simplemente su libertad de escoger. Precisamente por esta libertad marginal que suscita decisiones de acción de los individuos en el espacio, estos componen sus comportamientos en un aprendizaje instantáneo de la organización de este espacio de decisiones que es el espacio señalético y de ahí la autodidaxia propiciada por esta clase de información.

2.2.4 Características de la comunicación Señalética

La señalética constituye un sistema de ayuda a los usuarios que acuden a lugares específicos dentro de un entorno determinado, para facilitar su acceso y menorar su estancia en estos lugares.

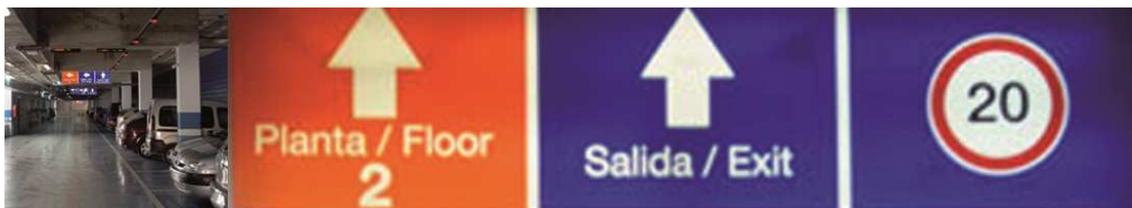


Foto Nro. 16: Funcionalidad de la Señalética
Fuente: libro "Historia de la Señalética" Joan Costa, Ediciones CEAC

Es una disciplina técnica que se aplica a la morfología espacial, arquitectónica, urbana, y a la organización de los servicios públicos, semi públicos, y del trabajo.

Su sistema de comunicación se compone de un código universal de señales y signos (signos símbolos iconos, lingüísticos y cromáticos) y de un procedimiento técnico que se establece previamente por medio de un programa.

De esta forma la señalética propone un esquema de característica de la comunicación señalética:

Finalidad: Funcional-Organizativa

Orientación: Informativo-Didáctica

Procedimiento: Visual

Código: Signos simbólicos

Lenguaje Icónico: Universal

Estrategia del contacto: Mensajes fijos sin situ

Presencia: Discreta, puntual

Percepción: Selectiva

Funcionamiento: Automático-Instantáneo

Espacialidad: Secuencial, discontinua

Persistencia memorial: Extinción instantánea.

2.2.5 La Señalética en el contexto de los medios de Comunicación Social.



Foto Nro. 17: Señalética versus Publicidad
Fuente: revista Markka registrada

Vivimos en un mundo que deviene más y más complejo y saturado: la ciudad, las organizaciones sociales, la burocracia administrativa, los transportes, el consumismo, los objetos industriales y estamos obligados a vivir en el, sin que esta complejidad trepidante permita discernir sus propios límites.

Todo el sistema de comunicaciones, desde los desplazamientos y sus medios de transporte hasta la difusión de informaciones por los medios de masas, prensa, radio, televisión y paneles publicitarios, sobre todo, constituye una inmensa red en la que el individuo se ve a menudo atrapado y aturdido.

Cabe preguntarse entonces, ¿en qué medida los medios de comunicación contribuyen a simplificar el mundo y hacerlo más intangible y utilizable por la sociedad, o, a la inversa, incorporan todavía más complejidad y confusión a nuestro entorno vital?

¿Cuál es el rol de la comunicación señalética en este universo de signos, señales y símbolos que invaden los ya difíciles laberintos de la vida cotidiana. Y cuál es su especificidad como lenguaje y como medio de comunicación?

Cada sistema de comunicación es altamente especializado y, precisamente por eso, deviene en sí mismo un modo de expresión: un lenguaje. Esta especialización

intrínseca hace que cada modo de lenguaje sea particularmente apto para comunicar un determinado aspecto del mundo que siempre será parcial, y en cambio no sea apto o no lo sea con igual propiedad, comunicar otros de estos aspectos que definen en conjunto la riqueza esencial de nuestro entorno vital.

Detectar, pues, aquellos rasgos que caracterizan la naturaleza y particularidades de cada sistema de comunicación, supone descubrir su entidad profunda y su especificidad como instrumento de interrelación e interacción humana.

Comunicar equivale a formalizar (poner en forma transferible a otros) un contenido por medio de un lenguaje expresivo que lo vincula. En la comunicación *inmediata* es decir, aquella que no es interpersonal, directa, ni inmediata el contenido y su lenguaje necesitan un canal técnico, el cual a su vez incide en la expresión con que el mensaje se manifiesta. Por este hecho, la naturaleza técnica de cada médium y sus características propias determinan en gran medida el lenguaje y la expresión comunicativa, tanto por las capacidades particulares del médium como por los constreñimientos expresivos que impone, esto es: su especificidad como medio técnico.

De este modo, el lenguaje hablado se traduce a otro sub lenguaje (la escritura), y a otro *lenguaje* técnico (el teléfono, o los útiles de la grabación sonora). Así mensaje y medio son una misma cosa comunicacional inseparable. Lo exacto es decir que el medio es el lenguaje.

La señalética, como lenguaje de comunicación de informaciones y como medio técnico, supone pues un modo y un funcionamiento absolutamente diferente de los demás lenguajes y medios.

Es por eso que la aptitud del lenguaje señalético es tan perfectamente determinada y adaptada a su fin. Pero este mismo sistema (llamaremos sistema a la conjunción

funcional del contenido, lenguaje y medio) es incapaz de resolver otros problemas de comunicación para los cuales no fue creado en principio, Recíprocamente, los otros diferentes sistemas tampoco son aptos para desarrollar las funciones señaléticas. De modo que existe un perfecto acuerdo entre la necesidad y el sistema comunicacional que deviene de esta necesidad.

Ya se ha indicado brevemente que, la señalética ha nacido como un sistema comunicacional, si bien no deja de estar entroncado con otras disciplinas, como veremos, de las necesidades de información que son el efecto de la movilidad social, en tanto que uno de los rasgos más característicos de la vida contemporánea. Entonces, este mismo origen y necesidad, que no son en absoluto los de los demás medios de comunicación son los que han determinado la naturaleza y las funciones de la señalética. Sin duda, la necesidad crea la función y esta a su vez la forma. Por consiguiente la especificidad es absolutamente el efecto de la necesidad que la ha creado. He aquí su esencia en tanto que sistema de comunicación.

Será útil, pues, analiza la señalética dentro de un cuadro general por relación a otras formas más corrientes o más corrientemente estudiadas de comunicación. A propósito de esto, no deja de ser curiosa la escasa atención que los teóricos y sociólogos de la comunicación han dedicado a este médium, en contraste con la cantidad de literatura científica que ha provocado, por ejemplo, ya no sólo el fenómeno de los grandes medios de masas como la prensa, el cine, la radio y la televisión, sino también otros media menos masivos como el cartel, el libro, la fotografía, el poster, el comic, el teléfono o la tarjeta postal. Es igualmente curioso por otra parte, que los trabajos existentes sobre señalética en todo caso artículos esporádicos en revistas especializadas de grafismo y arquitectura, y salvo poquísimas excepciones en forma bibliográfica, ponen el acento en el punto de vista gráfico, en el arquitectónico y acondicionamiento del espacio y en el técnico constructivo, sin embargo no se haya

estudiado desde el punto de vista sociológico de la comunicación. Recordemos, en el primer caso los nombres ya clásicos de Gui Bonsiepe y Carlos Méndez Mosquera, Tomás Maldonado, Walter Diethelm y Martin Krampen, y los trabajos menos divulgados de Frantisek Sedlacek, Dieter Urban. Barry Drake, Ota Yukio, Jan Rijlich. Attilio Marcoli, Radomir Viskovic y Francesc d'A. Valls. Y en el punto de vista de la arquitectura, acondicionamiento del espacio y ergonomía, citaremos los nombres de estudiosos como: Philippe Serre, Fred H. Colvin, Frank A. Stanley, Rafael Carreras y sobre todo Peter Kneebone. Destaca su libro de inspiración cibernética: *Automat und Mensch*, de Karl Steinbuch (1971), que conjuga antropología e informática, que roza muy vagamente el contexto señalético. Un trabajo dirigido especialmente a diseñadores gráficos y solo parcialmente señalético, porque incluye las inscripciones murales y la decoración urbana, comercial, y de inmuebles- es el libro de J. Follis y D. Hammer, *Architectural Signing and Graphics* (1979).

Sin embargo, la señalética no ha despertado el interés de los sociólogos y teóricos de los mass media sino exclusivamente desde el ángulo gráfico y semiótico que parecen no otorgarle el estatuto de un medio más de comunicación. ¿Por qué? Por un conjunto sutil de causas que han pasado inadvertidas: la discreción de la señalética y su falta de espectacularidad; por otra parte, su carácter tan estrictamente funcional que rehúye toda justificación emocional o estética. La señalética es todo lo contrario de la televisión, la radio, el cine o el comic. La señalética es un medio nada brillante u ostentoso, ni por supuesto masivo, ni vicarial. Funciona a la inversa selectivamente, silenciosamente, discretamente por el principio de pequeñas causas, grandes efectos.

Sorprende este deslizamiento de la señalética fuera del campo científico de la comunicación social, precisamente cuando constituye el lenguaje más representativo y el menos banalizado de nuestro tiempo, siempre más apresurado y progresivamente plagado de toda suerte de estímulos sensoriales.

2.2.6 Diferencias entre Señalización y Señalética



Foto Nro. 18: Señalización versus Señalética
Fuente: revista Markka registrada

La señalética es históricamente posterior a la señalización, de la cual deriva y a la cual recubre asimismo, por lo que es imposible dividir las radicalmente, pero se podría establecer ciertas características que definen a la señalización y a la señalética comparativamente:

Señalización: La señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior.

- Es un sistema determinante de conductas.
- El sistema es universal y está ya creado como tal íntegramente.
- Las señales preexisten a los problemas itinerarios.
- El código de lectura es conocido a priori.
- Las señales son materialmente normalizadas y homologadas y se encuentran disponibles en la industria.
- Es indiferente a las características del entorno.
- Aporta al entorno factores de uniformidad.
- No influye en la imagen del entorno.

-La señalización concluye en sí misma.

Señalética: La señalética tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado (interior o exterior).

-Es un sistema más optativo de acciones. Las necesidades son las que determinan el sistema.

-El sistema debe ser creado y adaptado en cada caso particular.

-Las señales y las informaciones escritas, son consecuencia de los problemas precisos.

-El código de lectura es parcialmente conocido.

-Las señales deben ser normalizadas, homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente.

-Se supedita a las características del entorno.

-Aporta factores de identidad y diferenciación.

-Refuerza la imagen pública o la imagen de marca de las organizaciones.

-Se prolonga en los programas de identidad corporativa, o se deriva de ellos.

2.2.7 Elementos Señaléticos

Al definir a la señalética como una generadora de orientación a través de la comunicación gráfica, debemos considerar que podemos manejar esta comunicación por medio de tres elementos fundamentales que son: la tipografía, los iconos y el color, todos y cada uno de estos elementos como participes del proceso de señalización.

Signos lingüísticos: Conocidos también como información lingüística, representada por la tipografía en la señalización vial, por ejemplo, la normativa americana, igual que la japonesa, incorporo a los pictogramas su descripción escrita, lo cual si bien supone una intención didáctica evidente) decidir la misma cosa de dos modos diferentes),

resulta mucho menos funcional, tomando en cuenta la rapidez con la que el motociclista pasa y lee la información.

Por otra parte la normativa europea pretendía una comunicación inmediata, en fracciones de segundo, conforme a la facultad instantánea de la percepción visual para captar conjuntos significativos, esto es, figuras y formas mejor que palabras y frases. He aquí el principio de señalar, poner señales y no palabras.

En la señalética se dan dos situaciones diferentes, la primera que en la mayoría de los signos de señalización no son percibidos por los conductores que circulan a gran velocidad, sino por los peatones, y a la segunda que las informaciones que se colocan no son tan simples y por lo tanto no todos los gráficos son conocidos por la mayoría. Y por otra parte más importante los mensajes señaléticos no siempre son expresados con figuras pictográficas: por ejemplo ¿Cómo visualizar la idea de asesor financiero?

Si bien es cierto, una figura con un cigarrillo humeante tachado es más fácil y rápido que leer la inscripción prohibido fumar, es mucho más legible escribir con una tipografía legible y clara la palabra Director que obstinarse en dibujar complicadas combinaciones que siempre serán ambiguas, y que por otra parte requerirían una educación especial para ser comprendidos.



Foto Nro. 19: El buen manejo tipográfico
Fuente: "La letra Gerard Blanchard", Ediciones Ceac, Barcelona, 1988

Por lo tanto el uso de signos lingüísticos o información lingüística es a veces imprescindible, no para repetir lo que ya es obvio en una imagen, sino para comunicar con palabras, lo que es incomunicable con pictogramas.

Para logra una correcta comunicación de los signos lingüísticos necesitamos que la tipografía señalética ha utilizarse cumpla con determinadas condiciones prácticas que hacen que no todos los caracteres tipográficos sean aptos para la función señalética, que están regidos por los principios mismos que tiene esta ciencia: brevedad informativa, claridad, sencillez formal, síntesis, comunicabilidad instantánea.

Por lo que las tipografías utilizadas en la señalética corresponden pues, a las premisas de visibilidad e inteligibilidad inmediatas, para lo que se consideran los siguientes criterios de legibilidad.

Rechazar los caracteres menos normalizados.

Excluir las tipografías con trazos muy libres y que imitan la espontaneidad irregular de la escritura manual.

Excluir también los caracteres de fantasía, en los cuales la confusión o doble lectura predominan sobre la pureza del trazo.

Excluir los caracteres ornamentales y ornamentados, ya que el ornamento es siempre un añadido gratuito.

Se suprimirán los caracteres cuyos terminales presenten adornos.

Evitar los que poseen muy poca mancha o demasiada mancha.

Evitar los excesivamente abiertos y los excesivamente cerrados y compactos.

Evitar que solamente se escriban mayúsculas, pues, en las frases largas, son menos legibles que las minúsculas.

Se debe evitar al máximo el uso de abreviaturas.

No se deben utilizar abreviaturas cuando es irrelevante el espacio que con ello se ganaría.

Frases cortas y palabras cortas es una regla.

Seleccionar las palabras de mayor uso público, es decir, las más conocidas, y rehuir las expresiones excesivamente técnicas o burocráticas.

El tamaño de la letra varia con la distancia de la lectura, pero esto no quiere decir que cada señal vaya a tener unas medidas diferentes según sean las distancias de visión en cada caso concreto.

De acuerdo a las proporciones y estructuras del espacio se determinara las medias de la letra que en general serán las mismas para todo el proyecto.

Si conviene definir dos tamaños de letra, se debe jerarquizar los tamaños y definir constantes en el sistema tipográfico.

Hay que tomar muy en cuenta la relación sutil de las distancias entre los diferentes elementos textuales e iconos que se combinan en el interior de las señales formando el mensaje.

Distancias entre letras. Tomar en cuenta que las distancias entre la letra M y la O, en la medida, pues, que no todas llenan por igual el modulo cuadrado, esta ley obliga a establecer una repartición variable pero armónica de las letras.

Signos icónicos: cabe mencionar que el mundo de los signos icónicos en la señalética puede estar constituido por pictogramas e ideogramas.



Foto Nro. 20: Pictograma e Ideograma
Fuente: libro "Historia de la Señalética" Joan Costa, Ediciones CEAC

Ideograma: no hay en ellos representación de cosas reales, ellas mismas visibles, sino que son el efecto de una intermediación simbólica, metafórica, abstracta. Ejemplo: una vela representa a una sala de oración en un convento.

Pictograma: son de naturaleza figurativa, representan los fenómenos complejos o los procesos y actividades que son de naturaleza óptica, es decir, que son perceptibles en la realidad. Ejemplo: la misma vela puede representar a un local de venta de velas en un centro artesanal.

El diseño de pictogramas conlleva siempre un proceso de abstracción progresiva. De la complejidad de una acción o una escena real, el diseñador extrae los elementos más significativos en su menor número posible para obtener con ellos la máxima información y expresividad.

Al diseñar pictogramas se debe tener muy en cuenta los ya existentes, ya que su grado de convencionalidad se convierte en un valor comunicacional que aconseja utilizar esta clase de pictogramas tan ampliamente reconocidos, como por ejemplo, la silueta de un hombre y una mujer para representar lavabos, ya que el hombre asocia con mayor rapidez algo que le es familiar, y esto no impide crear un pictograma que no tenga las características particulares de nuestro medio.

Cromatismo señalético: El uso del color en los sistemas de señales de orientación obedece a diferentes criterios:



Foto Nro. 21: Diseñar con colores

Fuente: libro "Principios del Diseño en Color" Wong Wucius, Ediciones Gustavo Gili, Barcelona, 2001

Identificación: es decir cuando el color denota el objeto o referente, por ejemplo: el color azul, representaría por identificación el área de la piscina, en un complejo turístico.

Contraste: es decir el color permite destacar de modo evidente la información, con el fin de hacérsela inmediatamente perceptible y utilizable, ejemplo: sobre una pared azul, el color del soporte señalético podría ser blanco, rojo, amarillo, celeste, pero no azul.

Integración: entre la señalética, el medio ambiente y con el interiorismo, ejemplo: si en la decoración del lugar a ser señalado, las cortinas que son un elemento muy llamativo son de color rosado, esta debe ser una pauta para escoger el color de la señalética.

Connotación: el color es representativo de la acción, por ejemplo: la línea del sistema señalético de la red de tráfico de Paris, utiliza el color verde, ya que es la línea más larga que conduce al bosque, y azul para el que comunica con el aeropuerto, azul como el cielo.

Realza la imagen: permite evidenciar características de la personalidad, ejemplo: en una guardería se deben utilizar colores que representen alegría y diversión.

Pertenencia: a un sistema de identidad corporativa o de la imagen de marca, ejemplo: para la industria Coca Cola, no se utilizara colores que se aparten de la gama del negro, blanco o rojo.

El color señalético puede abarcar todo un concepto de planificación y construir, un aspecto importante de la imagen visual de toda una ciudad, una urbanización, un servicio público, una empresa, un edificio.

Contrastes legibles: de un modo general, el factor determinante de las combinaciones de colores del panel informativo es el contraste, el cual se obtiene de dos modos: por la alta saturación del color y por el contraste entre los colores. En todos estos casos es imprescindible un claro contraste entre las figuras (caracteres, pictogramas, flechas) y el fondo del soporte informativo. Estudios realizados arrojan los siguientes resultados, en cuanto a visibilidad de los colores, el impacto de los colores se clasifica por este orden:

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

Visibilidad: la visibilidad de los colores en función del tiempo es la siguiente:

Rojo, visible en 266/10000 de segundo.

Verde, visible en 371/10000 de segundo.

Gris, visible en 434/10000 de segundo

Azul, visible en 598/10000 de segundo

Amarillo, visible en 963/10000 de segundo

Pero el color naranja posee una visibilidad verdaderamente excepcional.

Normalizaciones: hay que considerar que la señalización cromática de las salidas de emergencia, extintores de incendios y aparcamientos, se recomienda utilizar los colores normalizados internacionalmente.

La aplicación de los colores de seguridad se hace directamente sobre los objetos, partes de edificios, elementos de maquinas o dispositivos, los colores aplicables son los siguientes:

Se recomienda el uso de tonos mates o semimate. Cuando la reflexión no dificulte la visión puede usarse tonos brillantes. Cuando se requiera utilizar señales retroreflectoras, en cuyo caso las láminas reflectoras deben cumplir con la norma IRAM 10033, debiendo tomar en cuenta también sus funciones simbólicas.

Negro: es un color controvertido, generalmente causa desconfianza, y miedo está relacionado con la muerte, con los errores, con lo negro y esta expresión es una clara muestra de este concepto. Hay que usarlo con cuidado, solo para textos, contornos y lo absolutamente indispensable.

El Blanco: Inspira pureza pero al igual que el negro hay que usarlo con cuidado ya que también genera la sensación de simpleza (no sencillez) y falta de carácter, crea el efecto de silencio mortal, como el negro, junto al azul produce un efecto refrescante.

Gris: No tiene un carácter autónomo, no esta tan lleno de posibilidades como el blanco, pero tampoco es totalmente pasivo o neutro. Simboliza indecisión y falta de energía, en ocasiones miedo, vejez, monotonía y depresión.

Verde: El color verde denota condición segura. Se usa en elementos de seguridad general excepto incendio, por ejemplo en: puertas de acceso a salas de primeros auxilios, salidas de emergencia, armarios con elementos de seguridad, camillas etc.

Rojo: El color rojo denota parada o prohibición e identifica además los elementos contra incendios. Se usa para indicar dispositivos de parada de emergencia o dispositivos relacionados con la seguridad cuyo uso está prohibido en circunstancias normales, por ejemplo: Botones de alarma, sistema de seguridad etc.

Rosa: Es dulce y romántico, suave, vital y femenino, sugiere gentileza e intimidad.

Café: Da la impresión de utilidad, es el color más realista de todos. Aunque su efecto no es vulgar ni brutal, nos remite a una vida saludable y al trabajo diario. El café más oscuro asume los atributos del negro.

Naranja: Expresa la radiación y comunicación en mayor proporción que el rojo. Es el color de la acción; posee un carácter receptivo, cálido, efusivo y generoso.

Azul: Denota obligación, se aplica sobre aquellas partes de artefactos cuya remoción o accionamiento implique la obligación de proceder con precaución, por ejemplo: tapas de tableros eléctricos, utilización de equipos de protección de seguridad, etc.

Turquesa: Fuerza y expresión del fuego, pero un fuego frío. Remite a la frescura de las montañas y a los lagos que corren entre ellas.

Amarillo: Es el color más luminoso de todos. Joven, extrovertido y vivaz, su carácter es especialmente evidente en tonos claros.

Violeta: Color misterioso, equivale a meditación y pensamiento místico; es triste, melancólico y lleno de dignidad. El color lila se vuelve mágico y místico, no es tan severo como el violeta, evoca la infancia perdida y los sueños de un mundo de fantasía.

Tipos de soportes: los elementos anteriormente mencionados: color, tipografía y pictogramas, forman la señalética, pero para que existan deben estar en unos soportes, una clasificación básica es la siguiente:



Foto Nro. 22: Soportes señaléticos
Fuente: libro "Historia de la Señalética" Joan Costa, Ediciones CEAC

Murales: son los soportes señaléticos que están hechos por paneles colocados directamente sobre una superficie vertical (pared)

Colgantes: Son aquellos soportes cuya sujeción esta en los techos o superficies horizontales y cuelgan de ellos.

Banderines o banderolas: Se colocan en las paredes o cualquier otro elemento vertical pero estos están colocados como banderas, en un soporte vertical, que generalmente es una pared.

De piso: Son colocados directamente sobre el piso con una base solida que los estabilice.

Particulares: Son los tipos de señalización secundaria, son elementos en dimensiones pequeños, su colocación es de manera general sobre muebles especiales.

Directorios: Son aquellos soportes multifuncionales, es decir contienen en un solo cuerpo otros soportes secundario.

Tipos de señales: entre las principales se encuentran:

Direccionales: son aquellas colocadas fuera del lugar que indican, ya que permiten encaminarse a este, mediante iconos de dirección.

Pre informativas: son aquellas colocadas antes del lugar que están indicando, presentan una previa información de lo que se va a encontrar.

Identificación: Están colocadas en el lugar que representan e indican acción.

Restrictivas o de Prohibición: Restringen el uso, entrada, etc., así como lo puede prohibir.

Emergencia: Son señales que indican caminos, salidas, uso de artefactos, etc., que se los utiliza en casos de emergencia.

2.2.8 Las Premisas de la Señalética

El individuo: La señalética debe identificar unos determinados lugares y servicios y facilitar su localización en el espacio arquitectónico, urbanista. Esta información debe permanecer abierta a las motivaciones y necesidades de los usuarios a cada instante. En todo caso, debe dejar la libertad de decisión de utilizar o no estos servicios, y cuales precisamente, y en qué orden, que será el de sus propias preferencia o de sus sugerencias.



Foto Nro. 23: Soportes señaléticos
Fuente: libro "Historia de la Señalética" Joan Costa, Ediciones CEAC

Este es el principio. Sin embargo, lo que determina un plan señalético no es sino la organización del espacio y en consecuencia, la organización de los actos de los individuos. En este sentido, hay casos en que la organización no está diseñada para simplificar la estancia y los recorridos del usuario, sino para complicarlos. Es el ejemplo típico de la organización expositiva de los productos en los supermercados y otros centros comerciales. Los productos de mayor consumo y de uso diario no son los que están más fácilmente al alcance del público, sino que están situados en el punto más distante de las entradas. Esto obliga a los compradores a recorrer grandes espacios para encontrar lo que con mayor frecuencia buscan. El razonamiento comercial define que, obviamente, si los productos de mayor consumo diario se encuentran a la entrada, se pierde la posibilidad de vender otros productos que se hallen en el espacio interior con lo cual el comerciante perdería muchas oportunidades de venta imprevista o impulsiva, que habitualmente representa en dinero cantidades mucho más grandes que las que se recaudan por el método habitual. Esto es efectivamente cierto, pero se trata de un planteamiento comercial y no de un problema señalético.

La posición del diseñador es neutra en este sentido y depende siempre de la organización del espacio; su tarea es la de informar, hacer identificable y localizable el servicio requerido o hacer comprensible la acción a realizar en cada caso con máxima eficacia. Esta responsabilidad es por tanto independiente de las orientaciones y los intereses del organismo en cuestión cuyos fines pueden ser muy diferentes: culturales, humanitarios, comerciales, etc.

Espacio de acción: Cada lugar tiene una morfología o una arquitectura determinada, casi siempre preexistente al proyecto señalético, o que ha sido concebida en la gran mayoría de los casos, con independencia de la futura aplicación señalética. El

problema se origina a causa de la división de las tareas, con lo cual la obra arquitectónica corresponde al primer paso; la intervención del ingeniero en organización y el ergonomista constituyen el segundo paso, y el diseñador señalético entra en escena en la tercera parte. Esta decisión del conjunto en partes separadas es una de las primeras causas de desorden, por supuesto que en la mayor parte de los casos, la existencia de una estructura arquitectónica determinada es un hecho consumado, existe una notable distancia temporal entre la construcción del edificio o del conjunto y su adaptación a un servicio abierto al público. Readaptar, pues un problema serio, no solo por lo que se refiere al acondicionamiento y la organización de los servicios y el trabajo, sino porque la estructura morfológica del espacio expresa otra cosa bien distinta de lo que deberá expresar la información señalética que en él se ubica.



Foto Nro. 24: Ambientes sólidos
Fuente: libro "Decorando Espacios" Esteban Giralde, Ediciones CEAC

Tenemos que tratar de usar el uso social de los espacios de acción, lo cual no está implícito en la misma morfología arquitectónica.

Adaptación de la señalética al medio: Un complejo deportivo o industrial, una administración pública, un centro hospitalario, un gran banco o el metro de una ciudad, constituyen cada uno de ellos un universo. Pero este conjunto puede ser examinado desde diferentes niveles, cada uno de ellos presenta unas características muy precisas a las que todo programa señalético debe ajustarse.

En primer lugar todo espacio de acción obedece a una función precisa: una estación de ferrocarril, un museo, o un parque público son definidos como tales por sus funciones sociales.

En segundo lugar está la estructura arquitectónica constituye otra dimensión del problema, u otro nivel de adaptación señalética.

En tercer lugar se presenta el estilo ambiental, que es un nivel mas particular en este examen del medio espacial que estamos desarrollando a partir de lo mas general hasta lo más particular.



Foto Nro. 25: Ambientes didácticos
Fuente: libro "Decorando Espacios" Esteban Giralde, Ediciones CEAC

Imagen de marca: La señalética tiene que contribuir a destacar o potenciar la imagen pública (en sentido institucional) o de la imagen de marca (en sentido del marketing) que se quiere transmitir a través de los espacios de operaciones y de acciones, es por ello que el programa señalético debe adaptarse a las directrices que impone el programa de identidad corporativa.

Lenguaje señalético: Se lo puede definir como el código de comunicación utilizado en la señalética, el mismo que está constituido por elementos icónicos, tipográficos y cromáticos, los que ya especificamos anteriormente.

Una economía generalizada: las condiciones de base para el diseño del sistema señalético coinciden, pero en sentido contrario con la noción de costo generalizado que tan claramente ha puesto en evidencia el estudio micro psicológico. Esta economía se la puede explicar de la siguiente manera: máxima información con los mínimos elementos y con el mínimo esfuerzo de localización y comprensión por parte del receptor.

La ergonomía: la ergonomía busca maximizar la seguridad y la comodidad mediante el acoplamiento de las exigencias de la maquina del operario (o cualquier componente de su lugar de trabajo que tenga que usare) a sus capacidades. Es una disciplina aplicada cuyo único objetivo de estudio es el trabajo humano, se ocupa de la interacción del hombre con su medio laboral y organizacional; sus objetivos son propiciar el ajuste reciproco, constante y sistémico entre el hombre y el ambiente, diseñar la situación laboral de manera que el trabajo resulte cómodo, fácil y acorde con las necesidades mínimas de seguridad e higiene y elevar los índices de productividad, tanto en lo cuantitativo como cualitativo.

2.2.9 La Señalética y otras aplicaciones del Diseño Gráfico



Foto Nro. 26: La Señalética y la Publicidad
Fuente: libro "Decorando Espacios" Esteban Giralde, Ediciones

Un estudio de la señalización pública que contempla su desarrollo señalético y sus extensiones en tanto que médium de comunicación, obliga a considerarlo también en sus relaciones e interacciones con otros media, como el cartel y el reclamo publicitario, y así mismo en sus aplicaciones específicas como la que ya constituye una especialidad del diseño: la señalética de la identidad corporativa.

A través de estas interacciones señalización, propaganda, reclamo, publicidad, identidad corporativa, la señalética pasa a ser apelación, incitación, coerción, y también diferenciación. Funciones todas ellas en principio ajenas al espíritu e intención de las señales informativas pero al entretorsearse se incorporan a otro sistema comunicacional cuyas hibridaciones será útil analizar.

Una primera constancia se impone antes de pasar a las consideraciones que vamos a realizar a continuación: el panel señalético es por naturaleza espacio atencional y soporte de información.

Esta condición intrínseca del soporte señalizador lo define ante los individuos, como un centro polarizador de interés de conocimiento y como un sistema abierto trasmisor de mensajes de utilidad pública. La característica atencional del panel señalético es efecto de este utilitarismo esencial que vamos a analizar a continuación.

Por consiguiente señalización y señalética son siempre, y desde el principio, media de interés estratégico para los objetivos ideológicos y comerciales.

Por supuesto que también el espacio impreso (prensa y revista), la porción del tiempo sonoro (radio) y el espacio del cine y la televisión son todos ellos soportes atencionales de interés público, aunque no neutrales ni gratuitos porque detrás de ello esta alguna forma de interés particular, porque trasportan elementos de opinión, distracción, de comportamiento. La función social de la señalética, salvadas todas las diferencias es esencialmente la misma que la del periódico. En este sentido y aunque hemos tratado estas cuestiones que la señalética es un medio de información pública o de comunicación social.

Recordemos que cada médium posee unas características exclusivas y que ejercen por eso mismo funciones y efectos diferentes en la sociedad, esta particularidad propia de cada médium es consecuencia de su especialidad como sistema de lenguaje, y esa especialización es a la vez consecuencia de su especificidad como tal. Sabemos que la especialidad de un medio de comunicación viene dada por la acción sinérgica de los factores variables siguientes:

Las características técnicas de producción y difusión de mensaje.

El lenguaje y su discursividad (que se deriva de lo anterior)

La orientación intencional impuesta en el mensaje por el emisor y la situación atencional y la clase de interés suscitado en los receptores.

Por su influencia en la vida social, es decir por su dimensión cuantitativa, los media informativos y el distractivos son objeto de la atención estratégica de la publicidad, la cual valora la magnitud estadística de la circulación o la difusión en el impacto contabilizado. El cara a cara del receptor con el médium, en estos encuentros la atención y el utilitarismo varía dentro de las características propias de cada médium, ya que la prensa y la señalética son medios informativos y la radio y la televisión son más particularmente distractivos, no podemos decir que son menos útiles que los anteriores, Aquí se genera otra clase de atención la que se deriva de la lectura de noticias y la percepción de señales viales en el contexto funcional donde ambas formas contienen elementos de auto didactismo y por otro lado la atención que se deriva de programas de radio o de la visión del discurso televisivo, donde ambas formas contienen componentes lúdicos y elementos espectaculares y donde por consiguiente la atención prestada por los individuos es más persistente aunque más difusa y superficial.

Por lo que estamos señalando aquí se comprenderá que se trata de observar el médium señalético en el sentido inverso a como lo hemos hecho anteriormente, esto es ya no poniendo el acento en sus diferencias con los otros media, sino destacando lo que le es común. Se trata de mostrar la complementariedad uno con otro. Precisamente el hecho de evidenciar que todos esos sistemas de comunicación son iguales pero diferentes nos llevara a comprender mejor los mecanismos que hacen que unos y otros se combinen entre sí. Así se ve como el anuncio se incorpora al panel señalizador; como a la inversa, se introducen mensajes señalético sal anuncio soporte de sí mismo; como la publicidad más inmediata copia la forma de la

señalización en el reclamo. Todas estas oscilaciones intermediaticas se fundamentan en el carácter atencional del panel señalético, en tanto que soporte de informaciones de utilidad pública.

2.2.10 Metodología para la creación de un programa señalético



Foto Nro. 27: Creatividad y procesos lógicos
Fuente: libro "Historia de la Señalética" Joan Costa, Ediciones CEAC

Generalidades: a menudo se confunde el diseño señalético con el diseño de pictogramas por el hecho de que estos son la parte más llamativa y característica del grafismo señalético. Sin embargo, diseñar pictogramas, o diseñar rótulos y enseñas, es una tarea siempre fragmentaria, que puede o no formar parte de un proyecto mucho más completo y complejo que está especialmente sujeto a una técnica pluridisciplinar.

Es frecuente que la parte visible y permanente de un proyecto (lo realizable) eclipsa la parte menos evidente pero esencial, que es la concepción, planificación, investigación, y desarrollo técnico, esto es, el plan de diseño. Sin este soporte metodológico y esta visión orgánica de conjunto, las tareas de visualización de la información espacial se reduce a simples grafismos cuyos valores estéticos y semánticos no se discuten, pero conducen siempre a soluciones unitarias y aisladas entre sí.

Los siguientes datos nos permitirán entender mejor el sentido de la expresión programas señaléticos, explicando tres instancias fundamentales que son el diseño, el programa, y la señalética.

Diseño: Plan mental, proyecto, ideación, supeditación creativa a un fin comunicacional. Planificación, formulación grafica (esbozo, dibujo, esquema, composición). Traducción de conceptos y actos a formas icónicas.

Programa: Conjunto de soluciones de diseño formando un plan operacional de aplicaciones. Formula combinatoria, normalización de los elementos, código o articulación de los elementos simples que lo componen. Adaptabilidad a necesidades futuras.

Señalética: Sistema de señales visuales de comportamiento. Funcionamiento instantáneo y automático (percepción, comprensión, actuación). Lenguaje signo simbólico (escrito, icónico, cromático).

A partir de la idea de programa en el sentido anteriormente expuesto, a continuación se establecerá un esquema de las diferentes etapas que integran el proceso de creación e implementación de los programas señaléticos. El conjunto de estas etapas, así como el orden secuencial con que serán enumeradas, apenas modificable con la práctica, aunque el proceso se simplifique en determinados casos. Por lo que puede decirse que constituye una matriz universal.

Esquema de un programa señalético: un programa señalético se compone de las siguientes etapas:

Etapa 01: Contacto: El programa se inicia, lógicamente, con la toma de contacto con el espacio real. Este espacio está destinado al público en la oferta y presentación de servicios diversos: utilitarios, distractivos, culturales, etc.

Se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

Etapa Contacto: **Tipología funcional:** se clasifica en:

Tipología función general: Si se trata de un hospital administrativo, publico, espacio deportivo, parque zoológico, aeropuerto, la función global es la primera premisa señalética, que permitirá entender las características generales del lugar.

Ejemplo: Guardería es un centro infantil, donde se cuida niños durante todo el día, desde los 9 meses hasta los 3 años y además se realiza estimulación de acuerdo a sus edades.

Tipología función específica: Dentro de la función global se considera a menudo una serie de otras funciones específicas (servicios secundarios), las mismas que deben ser descritas una por una con su codificación.

Ejemplo: Aula donde se encuentran la cunas

Patio donde juegan los niños.

Aula donde se realiza la estimulación temprana a niños de 9 a 24 meses.

En este paso es necesario aclarar que cada una de las funciones específicas deben estar correctamente identificadas por un código, ya que de aquí en adelante se trabajara con códigos, para lo que se aconseja el uso de números debido a la cantidad de servicios que se puede encontrar.

Etapa Contacto: **Personalidad:** todo espacio destinado a la acción de sus públicos posee unas características propias. Y que en ciertos casos le ayudan a diferenciar de los demás de su especie.

Ejemplo: un centro hospitalario evocara higiene, orden, seriedad, mientras que unos grandes almacenes le suscitaran una cierta euforia, se distinguirán por la profusión, luminosidad, colorido, elementos destinados a estimular un clima particularmente activo y propicio a la compra. Estos efectos varían de un lugar a otro. Los detalles que se especifiquen en este punto se los aplicara en el diseño de los soportes y los mensajes señaléticos.

Etapa Contacto: **Imagen de marca:** dentro de una tipología funcional del espacio público, y dentro también de su propia personalidad, se incluye todavía otra dimensión más específica: la imagen de marca, se trata de la diferenciación o de la identidad entre entidades diferentes según el principio señalético de que todo programa debe crearse en función de cada caso particular.



Gráfico N°. 11: Imagen de marca
Fuente: Revista: Bosque Protegido, DICOM

Así no todos los bancos por el hecho de ser bancos, dispondrán de un modelo universal, sino que, al contrario, por ser cada uno un banco diferente, sus programas señaléticos serán concebidos en función, por una parte de la personalidad bancaria

que ya constituye un determinado estereotipo, pero por otra parte y sobre todo de la imagen corporativa que corresponde a cada entidad en particular.

Hay que considerar que lo ideal sería partir de un manual de identidad corporativa ya establecido por la empresa, pero de manera general dentro de este manual los puntos de interés para diseñar la señalética son: logotipo, símbolo, identificador completo, gama cromática, estructura visual de la identidad.

Etapa 02: Acopio de información: Esta etapa tiene por objeto la descripción exacta de la estructura del espacio señalético, así como sus condicionantes. También incluyen en esta etapa las nomenclaturas que definen las informaciones Señaléticas a transmitir.



Gráfico N°. 12: Plano Cartográfico
Fuente: Revista: Bosque Protegido, DICOM

Etapa Acopio de información: **Plano y territorio:** consiste en la lectura de los planos e identificación sobre el terreno de la estructura espacial y sus puntos clave, para lo cual se deben realizar tres actividades una vez graficados los planos: zonificación (es una área que está compuesta por varios servicios los mismos que pueden o no estar físicamente unidos.), ubicación de los servicios en el plano y graficar los recorridos principales, secundarios y terciarios.

Etapa Acopio de información: **Documentos Fotográficos:** Se tomaran fotografías de los puntos clave, con el fin de revelar algunos factores que en un plano no se lo puede apreciar, para ello se tendrán en cuenta los siguientes criterios: puntos importantes desde la óptica estadística de movimiento de personas, puntos problemático.



Foto Nro. 28: Documentos Fotográficos
Fuente: PUCE SD

Cada fotografía se le asignara su código o nomenclatura utilizada.

Etapa Acopio de información: **Condiciones Arquitectónicas:** no siempre el diseño arquitectónico de construcciones corresponde al uso ulterior. Esta es la causa principal que hace que a veces la lógica de la zonificación determinada por el ingeniero en organización, no coincida con la lógica de la construcción. Sin embargo, convendrá evitar rodeos, facilitar los accesos, hacer transparente el medio donde tendrá lugar la acción de los individuos.

En este momento conviene anotar todos aquellos condicionantes arquitectónicos que pueden incidir en el programa. Ejemplo alturas irregulares, material de construcción, niveles de piso etc.

Aquí se resalta una de las premisas señaléticas que es el estudio del espacio de acción ya que los materiales, peso, dimensiones deben ser funcionales pertinentes dentro del espacio en el que se van a colocar y no por el contrario ocasionar problemas en la construcción.

Etapa Acopio de información: **Condiciones Ambientales:** Se tomara nota del estilo ambiental, los colores dominantes, condiciones de iluminación natural y artificial, aspectos decorativos, mobiliario, elementos ornamentales, ya que no siempre hay congruencia entre la realidad y la imagen que a través de esta realidad se desea proyectar por medios señaléticos. Aquí se resalta una de las premisas, que es la de la adaptación al medio, ya que su diseño debe integrarse formal, cromático, y estilísticamente al ambiente dentro del cual está colocada.

Etapa Acopio de información: **Condiciones Climáticas:** En ciertos casos la señalética abarca lugares abiertos, para lo cual se deben considerar ciertas características específicas del clima, que influirán en el diseño de los soportes señaléticos, ya que determinaran el uso de materiales, tipos de sujeción, protecciones adicionales, tamaños especiales, sistemas especiales de resistencia. Las características a estudiarse del clima son variadas y dependen de cada caso específico.

Etapa Acopio de información: **Normas Graficas Preexistentes:** en el caso de existir un manual de identidad corporativa, en este punto el diseñador debe redactar o considerar las normas, leyes o restricciones graficas que el mismo propone.

Se debe considerar que el programa señalético es un elemento más del diseño de identidad de la empresa, por lo tanto debe acogerse a sus reglamentaciones, para guardar los principios de estructuraldad determinados con anterioridad a la señalética.

De no existir estas reglamentaciones, el diseñador tiene más libertad en cuanto a innovar en el uso de los códigos gráficos y puede ser que incluso el programa señalético sea la pauta para establecer futuras normalizaciones graficas.

Etapas 03: Organización o Planificación: Etapa 03: Organización o Planificación:

Palabra clave: Las diferentes necesidades de la información que se localizan sobre el plano incidiendo con cada itinerario, se expresan por medio de palabras fundamentales: aparcamiento, información, ascensores, salida, etc.

Estas palabras poseen una importancia esencial todo a vez que definan los diferentes servicios, o determinan las reglamentaciones (obligatoriedad, prohibición) que se convertirán en unidades de información para el público.

Conviene establecer un listado de estas palabras claves y luego someterlas a verificación, a través de encuestas en donde se determinen su pertinencia y correcta asociación, etc. Para evitar errores que se cometen con frecuencia.

Para la realización de esta actividad se sugiere realizar una tabla en la que conste no solo una propuesta de palabra clave, sino dos, teniendo opciones para escoger la más adecuada.

Para la tabla se deben anotar primero el código, función específica, y propuestas de palabras clave.

Etapas 03: Organización o Planificación: **Palabra clave y su equivalencia icónica:** Se tomaran las expresiones lingüísticas que previamente han sido definidas por el cliente y sometidas a test entre una muestra representativa de la población usuaria que eventualmente el diseñador haya utilizado aquí.

De este modo queda perfectamente definido el sistema de nomenclaturas que será la base para la formalización de la información señalética.

Conforme, pues al repertorio lingüístico que integra el sistema de nomenclaturas, será conveniente recopilar las diferentes muestras de pictogramas ya existentes que correspondan a dichas nomenclaturas, con el fin de verificar su posible adopción.

Se impondrá aquí una reutilización de pictogramas ya institucionalizados o normalizados, pero esto es fundamental, siempre que se trate de pictogramas conocidos y correctamente enunciables por los usuarios. De hecho este criterio debe ser el determinante del uso de pictogramas o, en su imposibilidad práctica, el uso de palabras escritas. Si no se encuentran pictogramas de uso en medio, se recomienda proponerlos considerando lo siguiente: deben ser iconos sencillos, tener un alto nivel de asociación con la idea, evitar la ambigüedad, no excederse en el número de elementos que posea cada uno.

En este punto se debe evaluar la pertinencia de cada uno de los iconos, en relación con la palabra clave propuesta anteriormente, no se pretende evaluar iconos ya diseñados para el sistema, ya que la etapa de diseño es la número 4. Pero si es necesario determinar las características gráficas que tendrá el icono en función de su inteligibilidad.

Etapa 03: Organización o Planificación: **Verificación de la Información:** Aquí se debe realizar un análisis de la información recolectada en la etapa 1 y 2 y determinar si alguna nomenclatura, fotografía, nos hace falta y corregir para evitar errores futuros ya en la etapa de diseño.

Etapa 03: Organización o Planificación: **Tipos de señales:** las palabras claves que son la base de la información a transmitir serán clasificadas por grupos según sus características principales:

Señales direccionales, pre-informativas, de identificación, restrictivas o de prohibición, emergencia

La información que se necesita obtener es el código y el tipo de señal que se requiere.

Etapa 04: Diseño Grafico: En esta etapa y la siguiente constituyen de hechos las tareas específicas al diseño gráfico, mientras que las anteriores 1,2 y 3 comprenden el diseño conceptual y organizativo de todo el sistema. Finalmente las etapas 5, 6 y 7 se ocuparán de la realización material del programa por medios industriales, así como de su instalación y de la verificación del funcionamiento del sistema señalético por parte del equipo del diseñador.



Foto Nro. 29: Tipos de soporte
Fuente: libro "Historia de la Señalética" Joan Costa, Ediciones CEAC

Etapa 04: Diseño Grafico: **Fichas Señaléticas:** en base a las palabras claves que define cada servicio, la localización de estos en planos y fotografías, la señalización de interior sobre planos y la indicación de los puntos clave sobre el mismo plano se procederá a la preparación de fichas, una ficha para cada señal informativa. El formato de la ficha debe responder a las necesidades de cada caso particular.

Etapa 04: Diseño Grafico: **Diseño de Soportes Señaléticas:** Para sistematizar su diseño se puede considerar los siguientes pasos: determinar los tipos de soportes que se necesitan, determinar la diagramación, se debe establecer una geometrización por soporte, y de ser necesario cada soporte debe tener sus vistas y axonometría.

Etapa 04: Diseño Grafico: **Tipografía:** conforme a los datos de la etapa 1 y 2 relativos a la morfología del espacio, condiciones de iluminación, distancias de visión, personalidad, imagen de marca, se seleccionaran los caracteres tipográficos. Esta selección obedecerá a criterios de connotación, atribuidas a los diferentes caracteres tipográficos, y de legibilidad. Asimismo serán de la letra y su grosor.

Etapa 04: Diseño Grafico: **Pictogramas:** se procederá a la selección de los pictogramas pertinentes desde el punto de vista semántico (significación unívoca), sintáctico (unidad formal y estilística) y pragmática (visibilidad, resistencia a la distancia)

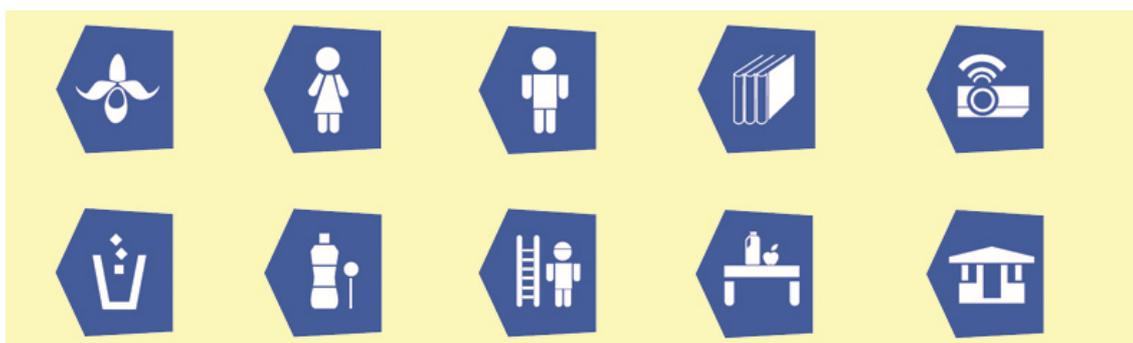


Gráfico N°. 13: Diseñando íconos
Fuente: libro "Historia de la Señalética" Joan Costa, Ediciones CEAC

Los pictogramas seleccionados pueden ser rediseñados en función de establecer un sentido particularizado. Asimismo puede serlo la fecha, elemento señalético insustituible. Solo cuando sean objetivamente justificables se crearan nuevos

pictogramas, y estos deberán asegurar las máximas capacidades de interpretación correcta por parte de los usuarios, por lo cual, dichos pictogramas de nuevo cuño deberán ser probados antes de su incorporación al programa.

Es necesario establecer una lista de condiciones formales, que deben determinar el sistema tipológico de los iconos.

Etapa 04: Diseño Grafico: **Código Cromático:** Los colores irán de acuerdo a los servicios, recorridos, zonas etc. siempre y cuando se utilicen el menor número de combinaciones para evitar la confusión, aquí tenemos que basarnos a más del manual de identidad corporativas si la tuviera, la sicología del color.

Etapa 04: Diseño Grafico: **Originales para Prototipos:** la mejor forma de comprobar la intencionalidad grafica del proyecto y sus efectos reales es, sin duda la graficación de los prototipos para determinar su coherencia grafica y conceptual.



Foto Nro. 30: Construcción de soportes señaléticos
Fuente: libro "Historia de la Señalética" Joan Costa, Ediciones CEAC

Etapa 04: Diseño Grafico: **Selección de Materiales:** disponiendo de la información necesaria acerca de los materiales existentes y de un directorio de fabricantes, tanto

de productos como señales, el diseñador procederá a la selección de materiales de acuerdo con los fabricantes de máxima garantía.

Se decidirán los tamaños de las señales, los materiales, el uso de la iluminación, si ello es requerido por las condiciones del espacio a tratar señáleticamente; los sistemas de fijación de paneles. Por supuesto que se observaran las recomendaciones y normas internacionales, así como las precauciones contra el vandalismo.

Etapa 05: Realización: **Manual de Normas:** Una vez aprobados los términos del sistema señáletico se deberá empezar a redactar el manual del sistema señáletico, para evitar posibles errores en su fabricación.

Nota: Cuando se fabrique los soportes, el diseñador debe supervisar que su trabajo se haga correctamente y luego cuando ya esté implementado se debe realizar un control experimental de su funcionamiento para determinar posible errores y controlarlo a tiempo.

2.3 Infografía

La infografía nació como un medio de transmitir información gráficamente, los mapas, gráficos, etc. son infogramas, es decir unidades menores de la infografía, con la que se presenta una información completa aunque pueda ser complementaria o de síntesis.



Gráfico N°. 14: Que es una Infografía
Fuente: libro "Grafico Infografía Clarín", Grupo Clarín, 1997 Buenos Aires.

El término también se ha popularizado para referirse a todas aquellas imágenes generadas por ordenador. Más específicamente suele hacer referencia a la creación de imágenes que tratan de imitar el mundo tridimensional mediante el cálculo del comportamiento de la luz, los volúmenes, la atmósfera, las sombras, las texturas, la cámara, el movimiento, etc.

Estas técnicas basadas en complejos cálculos matemáticos, pueden tratar de conseguir imágenes reales o no, en cuyo caso se habla de fotorrealismo.

2.3.1 Introducción

Una infografía no sólo implica colocar ilustraciones en la página de un periódico, revista o sitio de Internet. Peggie Stark, del Poynter Institute for Media Studies de St. Petersburg, Florida dice que las infografías son una combinación de palabras y elementos visuales que explican los acontecimientos descritos en el artículo y sitúan a la historia o a sus protagonistas en un contexto determinado.

Una infografía debe ser impactante y veraz. Debe contener de manera ética, la información que se quiere comunicar (desde proporciones, formas, colores, orden de eventos, etc.) ya que el lector de la misma necesita que lo que está en el papel (o en el monitor) sea lo más preciso y verdadero posible. Ya que mucha de esta información le es de utilidad y tiene repercusiones en su vida diaria.

Por esto es de vital importancia que el diseñador gráfico no sólo contemple el desarrollo de imágenes de alto impacto o un acomodo estético. También es de vital importancia que investigue y justifique cada parte de la infografía con datos verídicos de lo que se quiere comunicar.

Se invita al lector a que entienda la necesidad de publicar información relevante de la manera más simple e impactante, para facilitar el uso de la misma.

En esta parte exploramos distintos criterios importantes en el desarrollo de la infografía que nos ayudaran a realizar nuestro trabajo.

2.3.2 Definición

La Infografía es una combinación de imágenes sintéticas y textos con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión.



Gráfico N°. 15: Gráfico de Infografía 3DMAX
Fuente: 3DMAX

Además de las ilustraciones, podemos ayudar más al lector a través de gráficos que puedan entenderse e interpretarse instantáneamente. Aunque los cuadros gráficos tienen una existencia que data de muchísimos años atrás, desde la aparición del diario norteamericano USA Today en 1982 estos elementos ahora llamados infografías (del inglés informational graphics) han revolucionado el diseño, especialmente el periodístico y editorial. De acuerdo con Richard Curtis, director de fotografía y diseño de dicho diario, la gente lee los gráficos primeros; algunas veces es la única cosa que leen.

Las infografías son tremendamente útiles para presentar la información que es complicada de entender a través del puro texto. El lector común lee menos cada día y de acuerdo con Curtis, las infografías establecen la diferencia entre uno y otro diario al convertir la publicación más visual, clara, directa y fácil de entender. Según Jeff Goertzen, ex asesor de gráficos de El periódico de Catalunya, la infografía combina las habilidades del dibujo y diseño de un artista con las habilidades periodísticas de un reportero.

Peggie Stark, del Poynter Institute for Media Studies de St. Petersburg, Florida, nos dice que las infografías son una combinación de palabras y elementos visuales que explican los acontecimientos descritos en el artículo y sitúan a la historia o a sus protagonistas en un contexto determinado. Pero muchas veces estos elementos mostrados en el gráfico no son descritos con lujo de detalles en el artículo; por eso se necesita un gráfico para hacer más clara y atractiva la información. El gráfico puede ser al final de todo el último recurso para contar una historia. Si el artículo ni la infografía pueden hacerlo totalmente, entonces se da paso a la infografía. Inclusive, hay redactores que dicen que de un buen infográfico se puede escribir un buen artículo.

El infográfico, al igual que un artículo noticioso, debe responder al qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por quién, pero, además, debe mostrar cosas visuales.

Un buen cuadro gráfico debe ser sencillo, completo, ético, bien diseñado y adecuado con la información que presenta. Para ello, hay que realizar previos bocetos que presenten diferentes posibilidades. Posteriormente, hay que escoger la más apropiada de las ideas, aquella que más ayude al lector y que combine mejor con la información.

2.3.3 La imagen



Gráfico N°. 16: La iconografía
Fuente: 3DMAX

El proceso que desde tiempos remotos ha experimentado el medio visual materializado concretamente en la imagen como recurso gráfico transmisor de ideas, ha sido tan extraordinaria, que en las diversas épocas se ha requerido un retorno hacia ciertos tratamientos anteriores (tanto metodológicos como prácticos) que parecían adecuados a la sintaxis de la imagen desarrollada en esa nueva era. Propuesta aplicada, por ejemplo, en el periódico renacentista y posteriormente en el neoclásico; dos escenarios en los que rebrotan aires estilísticos provenientes de la antigüedad clásica griega y latina.

Los creadores plásticos de la era moderna han sido muy proclives a utilizar, entre otras, una gran gama de símbolos e iconografías que marcaban un poco los extremos de la imagen de síntesis. Imagen cuyo nacimiento como modelo representativo podría remontarse a las obras de los primeros artistas prehistóricos, sistematizadas a través

de un rito plástico sintético y perfectamente normalizado que atañe especialmente a la interpretación de la forma.

Los factores sobre los que asienta sus bases la imagen, como fenómeno descriptivo, serán los que nos faciliten su clave estructural. Que la imagen sea o no transmisora de las ideas que se le atribuyen, dependerá de la correcta combinación entre estos: Los elementos visuales constituyen la sustancia básica de lo que vemos y su número es reducido: punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura, dimensión, escala y que está formada por elección y combinación selectivas.

El aporte de nuevos instrumentos que desarrollen la estructura del análisis proyectual ha llevado consigo a lo largo de la historia un enriquecimiento del ámbito gráfico, haciendo del dibujo, en especial y de las demás artes visuales en general, el medio de expresión propio con el que infinidad de artistas han mostrado la línea estilística de su obra. La barrera de la metodología creativa, ha quedado superada con la inclusión de nuevos adelantos tecnológicos en los que la imagen aparece como resultante de un proceso en el que se conjuga parámetros y aplicaciones que van desde la elaboración de bocetos gráficos, hasta la producción final de la obra con mega máquinas de producción masiva, para su posterior distribución mundial.

2.3.4 Iconografía

Está formada por dos grupos: analógico artístico y sintético digital:

Las imágenes analógicas artísticas: estas son las de origen analógico, es decir, confeccionadas mediante técnicas de producción artística tradicional como pueden ser el dibujo. Pasando a una segunda etapa a ser digitalizadas con la ayuda de periféricos como el escáner o la cámara digital.



Gráfico N°. 17: Esbozo
Fuente: Libro "Manual para dibujantes e ilustradores" Gunter Hugo. Gustavo Gili.

A partir de entonces, quedan dispuestos para ser manipuladas opcionalmente por medio de software de tratamiento de imágenes. El manejo de este tipo de imágenes implica, por tanto una mayor espontaneidad en cuanto a la aplicación de técnicas. La mayoría de las veces su valor creativo y visual radica en las propiedades inmanentes de la propia obra original (analógica), que hace las veces de modelo natural.

Las imágenes sintéticas digitales: Son de naturaleza y desarrollo grafico completamente digital: Es decir elaboradas íntegramente mediante diversos instrumentos de computación de utilidad iconográfica, la creación no requiere de referentes plásticos externos a los propios que incorpora el medio infográfico con lo que se convierte en un proceso creativo con total autonomía estilística.



Gráfico N°. 18: Digitalizando ilustraciones
Fuente: Libro "Manual para dibujantes e ilustradores" Gunter Hugo. Gustavo Gili.

La unión de estos dos grupos da como resultado ceraciones futuras completas en un sentido estructural.

2.3.5 La Estética y la función

La estética es una rama de la filosofía (también denominada filosofía o teoría del arte) relacionada con la esencia y la percepción de la belleza y la fealdad. La estética se ocupa también de la cuestión de si estas cualidades están de manara objetiva presentes en dos cosas, a las que pueden calificar, o si existe solo en la mente del individuo; por lo tanto, su finalidad es mostrar si los objetos son percibidos de un modo particular (el modo estético) o si los objetos tienen en sí mismos cualidades específicas o estéticas.

La estética también se plantea si existe diferencia entre lo bello y lo sublime.

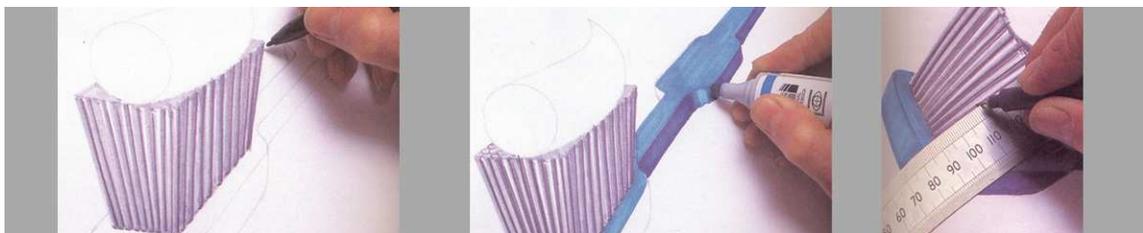


Gráfico N°. 19: La estética en la ilustración
Fuente: Libro "Manual para dibujantes e ilustradores" Gunter Hugo. Gustavo Gili.

Frente a la concepción tradicional de la obra de arte, amparada en la labor creativa del artista en este caso infográfico, está marcada por procesos que buscan un fin específico, como el comunicar ideas funcionales a cualquier nivel socio económico y con un perfeccionamiento estético propio de cada profesional grafico.

El progreso que ha experimentado el medio visual en nuestros tiempos, mediante la competitividad empresarial, siendo la imagen un recurso trasmisor de ideas tan

extraordinarias, hoy nos maravillamos con las producciones multimedia, de alta calidad estética y funcional en mundos tridimensionales imaginarios de un futuro extraordinario.

2.3.6 Alcance

Las décadas finales del presente siglo, a través de la imparable y siempre renovadora revolución cibernética, han dado paso a un nuevo orden plástico en el que las creaciones artísticas abandonan el soporte tradicional heredado de los métodos clásicos para ser reproducidos bajo un campo de dominio eléctrico, fundamentado en la versatilidad del medio computacional como vía de desarrollo de la obra desde su génesis, pasando por procesos intermedios hasta su reconocimiento final como expresión iconográfica.

Saltada la barrera de los 70, época hasta la que el campo de las aplicaciones graficas de tipo digital corrían del lado de la ciencia y la ingeniería, podemos afirmar que se produce una apertura hacia otros sectores de cabina mas artísticos y con un alcance idealista en todo tipo de elementos multimedia, hacia un futuro prometedor en un mundo que se muestra libre para las creaciones inéditas.

2.3.7 Las imágenes generadas por ordenador

Casi toda la industria grafico se basa en el medio infográfico para la construcción de toda comunicación. La clave del tratamiento de las imágenes son los programas de gráficos, que podemos dividir en dos categorías principales: programas de pintura (o también de retoque fotográfico) y programas de dibujo (o también de ilustración vectorial.) Esta división obedece a la manera que tienen estos programas de crear y manejar las imágenes.

Ideas para aplicar los programas de gráficos: Evidentemente, sirven para incorporar imágenes a nuestros documentos impresos o en pantalla. Esto puede darles vida y proporcionar impacto. Es fácil obtener imágenes ya preparadas (clipart) u obtenerlas a partir de un escáner o cámara fotográfica. Si es necesario, podemos crearlas a partir de cero. El problema principal del clipart es que las imágenes no son muy refinadas. Debemos analizar muy detenidamente antes de incorporarlas en determinados documentos, puesto que pueden decir poco a favor del diseñador y proyectar una imagen opuesta a la que pretendemos.

Crear mapas, esquemas visuales, planos y diagramas no puede ser más sencillo una vez se domina el uso básico de estas aplicaciones. Unas pocas imágenes y un uso sensato del color pueden transformar muy positivamente un cartel, un anuncio.

Podemos añadir un toque especial a los logotipos y tipografías que utilicemos.

Podemos modificar imágenes que querríamos utilizar pero presentan algún problema: partes sobrantes, imperfecciones, colores inadecuados, etc.

Programas para gráficos: Los programas de dibujo o ilustración crean las formas como objetos geométricos: una combinación de líneas rectas y curvas, abiertas o cerradas, con un contorno de grosor y color a elegir, y con relleno o sin él. Los objetos pueden ordenarse unos respecto de otros, agruparse o mantenerse independientes.

El resultado de esto es los gráficos que difícilmente pueden ser tan realistas como los bitmaps, pero que pueden escalarse a cualquier tamaño sin perder calidad. Idóneos para ilustraciones lineales y estilizadas, esquemas, texto y dibujo técnico.

Estas dos categorías no son absolutas, cada programa puede llevar a cabo algunas funciones propias del otro: por ejemplo, trazar contornos vectoriales para seleccionar partes de un bitmap, o aplicar bitmaps como relleno de un objeto vectorial. Estos últimos años han aparecido programas que son, de hecho, una combinación de ambos sistemas de creación de gráficos.

Algunos de estos programas son muy útiles para realizar infografías por su versatilidad que nos ayuda a llegar a un nivel realista, estos programas son;

Adobe Ilustrador, Freehand, Corel Draw, Adobe Photoshop, 3D studio Max, Cinema 4D, Maya entre otros.

2.3.8 Clasificación de las Infografías

Las infografías pueden dividirse en las categorías de gráficos, mapas, tablas y diagramas.

Los gráficos son los más comúnmente utilizados y presentan información numérica y estadística. Se dividen, a su vez, en gráficos de barra, de torta y de fiebre.

El gráfico de barras funciona preferentemente con unidades y lo que hace es establecer una comparación entre ellas.

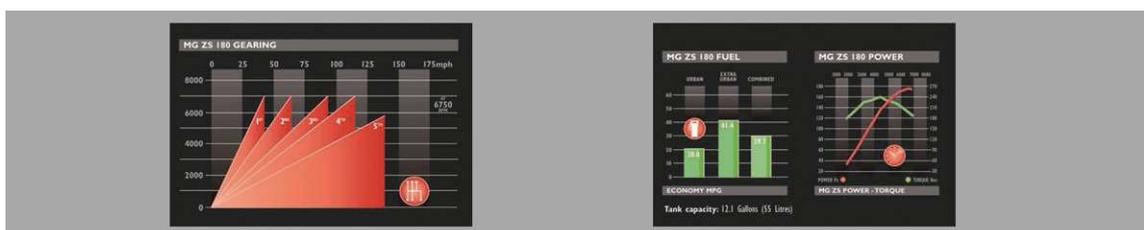


Gráfico N°. 20: El gráfico de barras
Fuente: www.ull.es/publicaciones/latina/a/75mic.htm

Las barras presentan el mismo ancho y el alto depende de la cantidad que representen.

El gráfico de pay indica la división de partes de un todo y sus proporciones, especialmente en porcentajes. Está representado por un círculo que supone un todo y se encuentra dividido en partes. Estas partes no deben ser muchas, especialmente cuando suponen pequeñas partes del todo que se presenta, pues el gráfico se vuelve confuso y la información se ve desordenada.

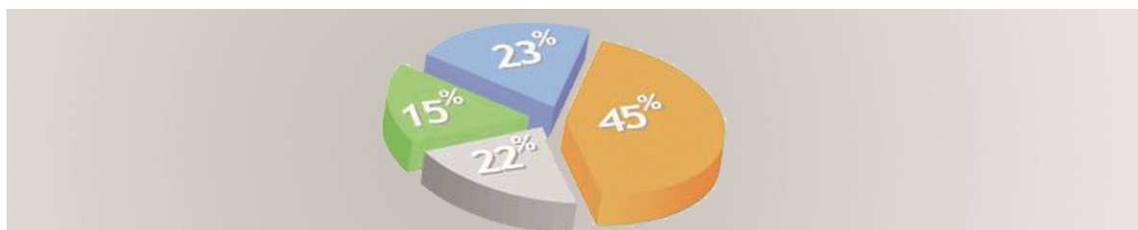


Gráfico N°. 21: El gráfico de pay
Fuente: www.ull.es/publicaciones/latina/a/75mic.htm

Se utilizaría un gráfico de torta para indicar el porcentaje la cantidad de lectores de los distintos periódicos de un determinado lugar en un período específico o la migración urbana, por ejemplo.

El gráfico de línea o línea muestra los cambios, expresados en números, a través del tiempo. Los gráficos de fiebre funcionan si la línea que traza el cambio de cantidades representa un período de tiempo y si cada cantidad establecida dentro de la línea representa incrementos por igual del tiempo indicado.

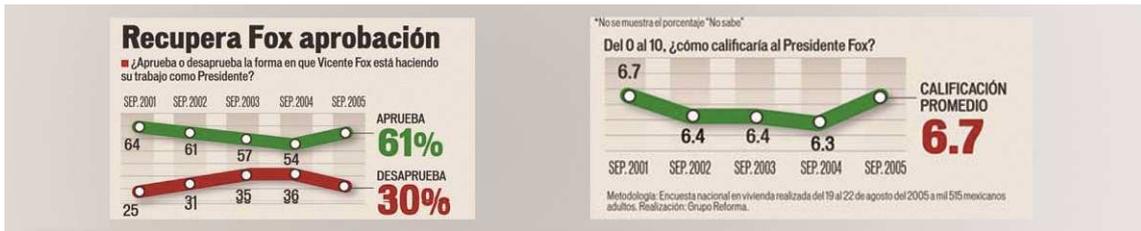


Gráfico N°. 22: El gráfico de línea
Fuente: www.ull.es/publicaciones/latina/a/75mic.htm

Lo que ocurre es que algunas veces se quiere comparar incrementos o caída de cantidades entre lapsos de tiempo que no son iguales, lo cual es engañoso y confunde al lector.

De los anteriormente descritos los más usados son los gráficos, pero los buenos diseñadores crean las formas apropiadas para la información numérica específica y a veces decoran los cuadros. Esta decoración sólo será útil cuando tales elementos sirvan para que la información tratada sea más clara.

El mapa es necesario para mostrar la ubicación de un acontecimiento. El público lector está siempre interesado en conocer dónde ha ocurrido un determinado hecho.

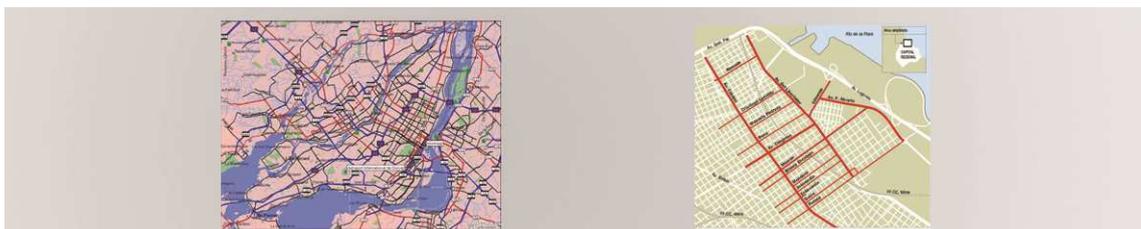


Gráfico N°. 23: El mapa
Fuente: www.ull.es/publicaciones/latina/a/75mic.htm

Cuando se realiza un mapa de una determinada zona de una ciudad, por ejemplo, a veces es sólo necesario ubicar las calles más importantes que circundan un suceso; dibujar cada calle puede ser confuso.

Colocando zonas vecinales fáciles de identificar es suficiente, e indicar los puntos cardinales añade utilidad a la información. Para resaltar la ubicación se puede utilizar tramas grises o de colores.

Para indicar la evolución de las condiciones climatológicas de un país, el mapa ha dado muy buenos resultados, tal como el que aparece en USA Today. Si bien un mapa no permite realizar nada emocionante en el gráfico, su función localizadora del hecho es muy importante para el lector.

La tabla es un cuadro sencillo en el que se presentan datos descriptivos que, a veces, no son fáciles de cruzarse y no se pueden comparar con facilidad. Puede aparecer como una simple lista de datos que se colocan en varias columnas, una al lado de la otra. Generalmente es buena cuando organiza información compleja que no puede presentarse utilizando, por ejemplo, un gráfico de barra o de fiebre. Ejemplo de ello podemos ver tablas que presentan horarios, distancias encuestas, etc.

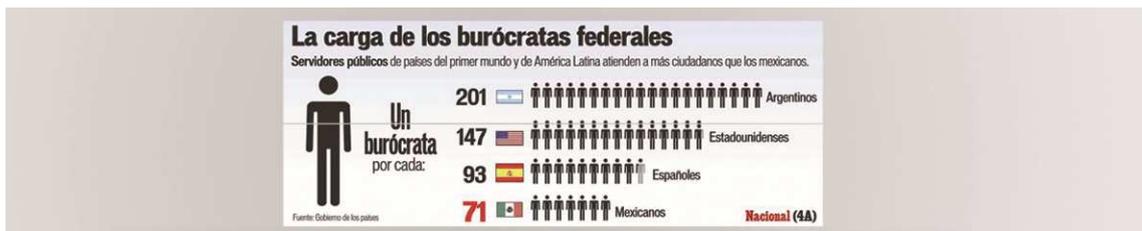


Gráfico N°. 24: La tabla
Fuente: www.ull.es/publicaciones/latina/a/75mic.htm

Existen unas tablas de datos que sólo presentan información sumaria del artículo.

Estas tablas se utilizan para resumir la información del artículo y usualmente van acompañadas de algunos pictogramas que ayudan a la fácil identificación de la

información allí tratada. Puede tratarse también de una cronología de hechos, de antecedentes o a manera de un cuadro sinóptico.

Las infografías pueden volverse más elaborados de acuerdo a la complejidad del artículo. De esta manera, un gráfico de barras puede combinarse con un diagrama y un gráfico de tarta, por ejemplo, para expresar una sola información.

El diagrama es un gráfico que puede precisar de mayores habilidades artísticas. Cuando el propósito del cuadro es mostrar cómo se ve o funciona algo, un diagrama es más apropiado que los números o la prosa.

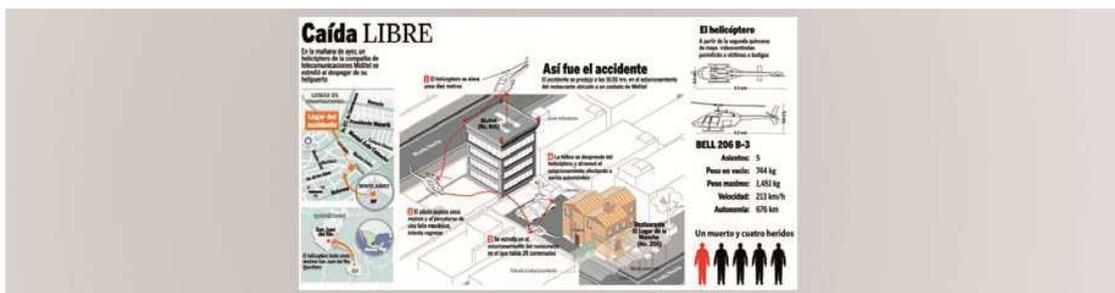


Gráfico N°. 25: El diagrama
Fuente: www.ull.es/publicaciones/latina/a/75mic.htm

Los objetos o sucesos pueden mostrarse con leyendas o pueden ser graficados de diversos ángulos, su interior, o cómo un objeto ha evolucionado. De esta manera, podemos graficar un accidente, el interior de un edificio o cómo un objeto ha evolucionado, el funcionamiento de una cámara de televisión debajo del agua o la caída de un niño en un pozo.

2.3.9) Aplicaciones

Las aplicaciones más comunes de la infografía son: Infografía periodística, Infografía Online, Infografía Arquitectónica, Infografía Instructiva, Infografía Cartográfica.

Infografía periodística: Utilizada principalmente como complemento de una noticia u artículo. Que ayuda al usuario a comprender con mayor facilidad la logística de un evento.



Gráfico N°. 26: Infografía periodística
Fuente: libro “La infografía de prensa” Chappé María, Editorial Centro de Periodistas Paris

Infografía Online: Utilizada en medios electrónicos, internet, cd u algún otro medio interactivo, usualmente requiere de una combinación de los distintos tipos de infografía. Y en la mayoría de los casos se encuentra animada.



Gráfico N°. 27: El gráfico Online
Fuente: www.ull.es/publicaciones/latina/a/75mic.htm

Infografía Arquitectónica: Utilizada como medio explicativo en un lugar y se representa con un mapa en relieve.



Gráfico N°. 28: Infografía Arquitectónica
Fuente: libro “La infografía de prensa” Chappé María, Editorial Centro de Periodistas Paris

Infografía Instructiva: Tiene como propósito único el de instruir. Su principal medio es el folleto impreso. Pero con mayor frecuencia, empieza a aparecer en medios digitales, en internet, cd, etc.



Gráfico N°. 29: Infografía Instructiva
Fuente: libro "La infografía de prensa" Chappé María, Editorial Centro de Periodistas Paris

Infografía Cartográfica: Utilizada como parte de la señalización de un lugar y hoy en día es un complemento necesario de un atlas o mapamundi.



Gráfico N°. 30: Infografía Cartográfica
Fuente: libro "La infografía de prensa" Chappé María, Editorial Centro de Periodistas Paris

2.3.10 Contenido de un Infógrafo

Se dice que un infografista debe ser periodista. Pero todos sabemos que la mayoría de los periodistas no son quienes piensan visualmente. La experiencia de los últimos años nos demuestra que las escuelas de periodismo incluyen cada vez más en su currículum, cursos de diseño, diagramación y hasta ilustración.

El infografista es, en esencia, un grafista visual. Jeff Goertzen señala que en primera instancia el infografista debe ser ilustrador. Es más fácil enseñar a un artista a investigar periodísticamente que un redactor aprenda a dibujar nos dice. Y parece que en la coyuntura actual no le falta razón.

Escribir la historia con palabras e ilustrarla con dibujos es lo que debe hacer un buen infografista. Existen niveles para la catalogación de los infografistas y esto depende de sus habilidades para trabajar los gráficos. Actualmente, las computadoras Macintosh, con sus programas Freehand e Illustrator ayudan a organizar e ilustrar un gráfico con mucha mayor facilidad que hacerlo manualmente. Pero requieren de mucha habilidad, creatividad y pensamiento crítico. Igualmente de una capacidad para trabajar en equipo, pues el artista, editor y computadora deben trabajar en armonía para obtener impactantes, llamativos y elaborados gráficos informativos. Y pensar muchísimo para desarrollar la creatividad y crear nuevas soluciones.

Todos sabemos que los números son más difíciles de explicar y que el lector, precisamente, no los busca. Y es que las estadísticas no son aburridas sino intimidantes.

El infografista tiene como misión facilitar esa comprensión mediante metáforas ilustradas que atraigan al lector y le hagan perder miedo a las cifras.

El infografista no es aquella persona que decora un cuadro. Si bien es útil hacer divertido un gráfico en un afán de ser diferentes y menos solemnes, cualquier decoración accesoria sólo puede contribuir en volver confusa aquella información que el lector busca entender de la manera más clara.

2.3.11 Reglas sintácticas para la Infografía

Los gráficos tienen más valor que llenar un hueco por falta de ilustración nos dice Jeff Goertzen y en eso parecen coincidir todos los directores de arte. George Rorick, editor gráfico de Knight Reader Tribune Graphics, recuerda cuando le pidieron un gráfico porque la página necesitaba algo de arte. Relata que tal experiencia fue una de las peores de su profesión y afirma que la infografía no es arte de relleno.

Un gráfico es muy útil cuando el artículo presenta información numérica y el lector se perdería en las cifras al leer la historia. Igualmente, resulta más apropiado colocar un mapa, por ejemplo, que estar describiendo con palabras la ubicación de un lugar. O cuando el artículo presenta información que se piensa visualmente. Allí, cuando se predice que el lector va a imaginarse las cosas, es adecuado elaborar un cuadro.

Cuando en el artículo encontremos las palabras o frases presupuesto, plan, acuerdo, expansión, cronología de los acontecimientos, línea biográfica, cómo, qué, cuándo, dónde, puntos clave, datos clave, futuro, pasado, figuras, participantes, debates, pros y contras, quién es quién, quién está cerca, las víctimas, los héroes, catálogos, fotos, textos, organización, reorganización, caso policial, rutas de escape, guión del crimen, etc. pero, por supuesto, no hay que exagerar. No se trata de efectuar infografía cada vez que tengamos esos términos, pero por lo menos tendremos puntos de inicio.

Existen reglas sintácticas para la elaboración de las infografías:

- Una infografía tiene texto e imagen, estos elementos están integrados.
- Imagen y texto se combinan en igual medida, cuando predomina uno sobre el otro, es la imagen la que prima sobre el texto.
- La imagen siempre cumple una función informativa.
- Gráficamente la infografía tiene autonomía de diseño dentro de la página.

-Las infografías pueden incluir uno o más niveles de iconicidad sin variar su contenido informativo, sino que los niveles de iconicidad se adaptan al tipo de información (referente) a lo que se quiere transmitir.

-Siempre que la infografía es descriptiva no tiene relato, cuando lo incluye, puede ser narrativa o seminarrativa. En cualquiera de estos casos, el resumen estará, total o parcialmente presente.

-En casi todas las unidades analizadas, la organización de los datos se distribuye de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha, lo cual permite que el ojo pueda efectuar una adecuada y fácil lectura de la información que se le presenta.

-Se pueden realizar infografías de cualquiera de los ámbitos de las dimensiones propuestas. Más allá del área a la que pertenece la información, se observó la recurrencia de cierto tipo de referentes que son propicios para ser presentados a través de una infografía.

Se identificaron los siguientes referentes:

Ubicación física

Ubicación geográfica

Recorrido geográfico

Mostrar la estructura de un objeto

Mostrar procesos

Comparar situaciones

Mostrar proporciones

La mayoría de las infografías cumplen la función de material complementario, es decir que siempre van acompañadas de otro formato en el marco de la página, con el que establece una relación de dependencia temática.

A partir de estas consideraciones, la infografía es una explicación sintética que integra texto e imagen para transmitir los rasgos principales de una determinada información. La información que transmite una infografía puede materializarse en tres niveles de iconicidad según sea el carácter de la misma. La función que cumple la imagen es siempre informativa.

Todo hecho puede ser infografiado. Hay temas que son más susceptibles que otros, pero esto no significa que todas las infografías que se publican actualmente cumplan con esta condición.

La combinación gráfica de texto e imagen que se corresponde con el mecanismo de lectura del ojo de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha permite que el lector pueda comprender mejor la información.

Elegir bien el tema para la construcción de la infografía

Escribir la historia con palabras e ilustrarla con dibujos es lo que debe hacer un buen infografista.

Habilidad, creatividad y pensamiento crítico, para trabajar en equipo, pues el artista, editor y computadora deben trabajar en armonía para obtener impactantes, llamativos y elaborados gráficos informativos.

Pensar muchísimo para desarrollar la creatividad y crear nuevas soluciones.

2.3.12 El impacto visual



Foto Nro. 31: Impacto visual
Fuente: www.impactocinema.com/ejemplos

El desarrollo de la cultura comienza con la formación del lenguaje que también inicia, en ese momento, la historia de la comunicación. Mediante el lenguaje el hombre podrá establecer relaciones indirectas con las cosas, nombrándolas en su ausencia y, al mismo tiempo, podrá intercambiar información con sus semejantes, es decir, que será capaz de construir los vínculos sobre los cuales se organiza una civilización. Pero para hablar es necesario tener algo que decir. Antes de que las palabras fabricaran un lenguaje, nuestro sistema sensorial tuvo que organizarse como percepción, es decir, como hecho cognitivo o intelectual susceptible de aportar los contenidos de la reflexión lingüística posterior.

Por lo tanto, es necesario conocer el contexto en el que se publica la infografía, para crear elementos visuales y de texto, que conformen una información completa, impactante y sencilla de entender.

La función y la forma en la infografía: es muy importante porque para que un cuadro gráfico sea considerado completo debe poseer un titular, un texto explicativo corto, un cuerpo de información, una fuente y un crédito de autor.



Foto Nro. 32: Elementos infográfico

Fuente: libro "La Infografía, el nuevo género periodístico" Pablo Coello, Editorial Rialp SA. Madrid.

El titular debe ser directo, preferentemente sintético a la vez que exprese el contenido del cuadro. Si se cree conveniente y está determinado en el manual de diseño, el titular puede venir acompañado de una bajada o subtítulo, siempre opcional.

El texto debe ser sucinto y proveer al lector de toda la explicación necesaria para la comprensión del cuadro. Lo que el cuerpo del cuadro no explica debe ser explicado por dicho texto.

El cuerpo viene a ser la esencia misma del cuadro, la propia información visual: las barras, los pasteles, las líneas de fiebre, el mapa, etc. Este cuerpo necesita y presenta información tipográfica explicativa a manera de etiquetas que pueden ser números, fechas o palabras descriptivas.

La fuente indica de dónde se ha obtenido la información que se presenta en el infográfico y es muy importante, pues señala el origen de la misma.

El crédito señala al autor o autores del infográfico, tanto de la configuración como de la investigación. También se suele acompañar del nombre de la publicación en la cual se ha producido el cuadro. La fuente y crédito utilizan, por lo general, una tipografía que

no excede los siete puntos y se ubica en un lugar que no distraiga la atención del lector.

La información visual: Al principio pues de todos los procesos de relación, el hombre tuvo que ser capaz de percibir, es decir, de organizar los estímulos del mundo sensible mediante una estructura mental que pudiera darles un sentido. Indudablemente la imagen mental, que ya es un estímulo organizado, tuvo que preceder al invento de la palabra articulada porque las palabras designan objetos previamente reconocidos. Lo que, por otro lado, no quiere decir que la producción material de figuras, el dibujo, la escultura, sea también anterior a la verbalidad ya que la figuración requiere de capacidades intelectuales y manuales necesariamente posteriores a una adquisición del lenguaje hablado. De modo que el lenguaje escrito, que en principio utilizó imágenes visuales simples vino, después de esos primeros logros perceptivos y expresivos, a concluir el proceso de la comunicación.

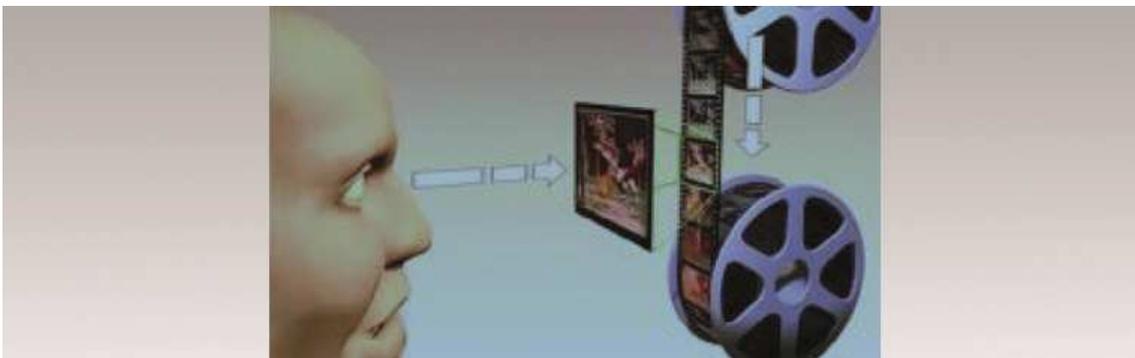


Foto Nro. 33: Información visual
Fuente: 3D MAX

Con seguridad la primera imagen icónica aparece con el rasgo, quizá involuntario, que un instrumento dejó sobre la superficie de un material más blando, estrictamente, como la huella de una acción, el signo de un acontecimiento ausente. Al principio debió interesar la representación puramente señalizadora y sin embargo sólo a partir del momento en que el hombre adquiere la capacidad de reconocer las múltiples

formas de los objetos, de traducirlas visualmente y de organizar el significado de todas ellas, fue capaz de iniciar la construcción del lenguaje escrito. La representación propiamente figurativa de la realidad, aquella que intenta sustituir al objeto que toma como modelo, debió aparecer mucho después, cuando los pueblos pudieron justificar culturalmente la producción individual.

De la misma manera que la percepción es un proceso activo que nos permite reconocer en los estímulos externos, al mismo tiempo, tanto las diferencias que particularizan los objetos como los rasgos comunes que los reúnen las hojas y el lenguaje verbal es capaz también de dar cuerpo al pensamiento concreto y al abstracto en el árbol que veo tras la ventana y en el árbol como entidad biológica. Sin embargo, esa doble función sólo se mantiene parcialmente porque la existencia misma de las palabras se apoya en una generalización básica que permite señalar, con una sola de ellas, a una multitud de objetos individualmente distintos, y la misma palabra hoja designa a la que tengo en la mano y a las que corresponden a todas las especies vegetales. Es imposible inventar.

El diseño de la información: El cuadro gráfico debe ser ético, en su propósito de mostrar un contenido objetivo y veraz, acorde con la realidad. No se necesita llenar de elementos visuales para hacer al gráfico más atractivo; hay que ser sencillo y económico con los elementos y no distorsionar la información en un afán de ser diferente. Muchos artistas tratan de buscar nuevas formas visuales para enriquecer sus gráficos y cometen errores de precisión con la información, distorsionándola y restándole veracidad. La tridimensionalidad puede ser muy atractiva pero también engañosa.

Análisis de la información icónica: A la hora de diseñar un infográfico hay que tener en cuenta muchos factores, entre ellos:

La proporción debe ser la correcta y no se debe agrandar un elemento tanto a lo largo como a lo ancho. Un elemento aumentado en las dos dimensiones no se habrá duplicado, y en ese ejemplo se estaría distorsionando la información.

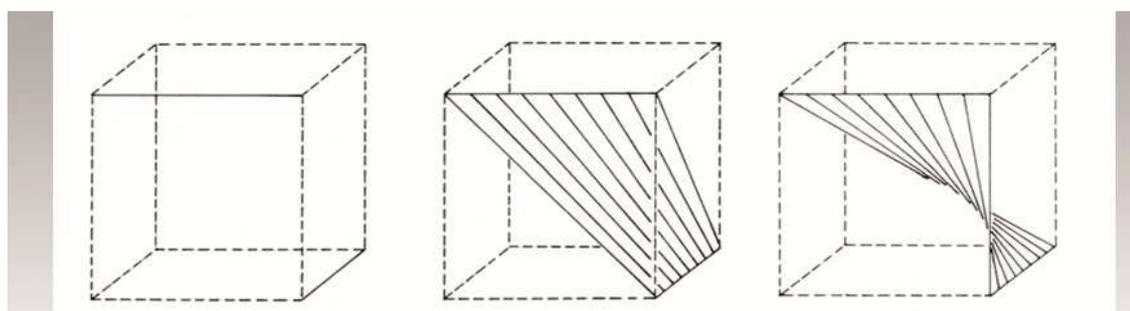


Gráfico N°. 31: Proporción
Fuente: libro "Fundamentos del Diseño" Wong Wucius, 1997 Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

La perspectiva puede otorgar atractivo al cuadro, especialmente a los mapas. Se debe utilizar con mucho cuidado, respetando las medidas que en éste se coloquen. A pesar de vivir en un mundo tridimensional, la bidimensionalidad se entiende mejor en la página impresa.

Las texturas en los cuadros, si no son bien utilizadas pueden causar confusiones e inclusive ilusiones ópticas. Por ejemplo, cuando se usan líneas diagonales para tramar las barras de un cuadro, éstas pueden parecer inestables o borrachas al ser representadas.

De igual modo, cuando se comparan datos, todos los elementos deben presentar las mismas texturas y los mismos valores.

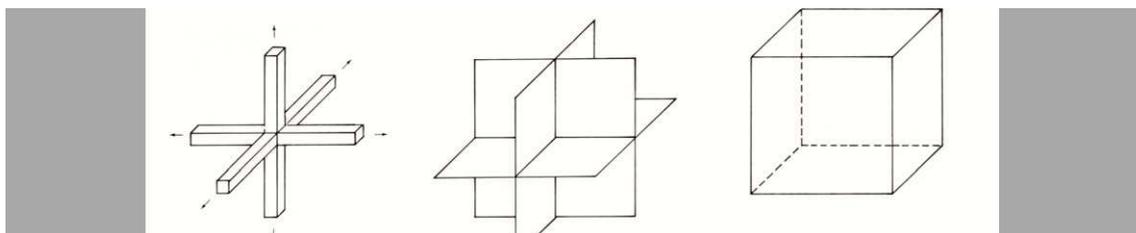


Gráfico N° 32: Proporción

Fuente: libro "Fundamentos del Diseño" Wong Wucius, 1997 Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

Las formas deben ser universales. Así, las barras serán rectangulares completamente y no con terminaciones redondeadas o triangulares; el gráfico de pastel (queso o pastel) será circular y no ovalado; las líneas serán rectas y no curvas.

2.3.13 Elementos gráficos utilizados en la Infografía

El texto puede comunicar solamente una parte, un aspecto de nuestro entorno. Hoy, los libros escolares están llenos de imágenes, de gráficos, de cronologías, de recuadros. Por consiguiente, no podemos más transmitir las informaciones a estas generaciones de lectores en una forma lineal, de tradición literaria: introducción, desarrollo, conclusión. Nuestros lectores no tienen el tiempo ni la paciencia de leer de acuerdo a este método. Están acostumbrados al zapping. Por lo tanto, debemos, a partir de un acontecimiento, buscar todas sus implicaciones y segmentar el texto en diversas unidades, agregar imágenes y gráficos para ofrecer un panorama completo y la posibilidad de escanear las páginas para poder efectuar elecciones rápidas.

Tratamiento del texto en la infografía: La tipografía también es un elemento esencial. La tipografía es la imagen del texto. Permite crear un estilo, una identidad en concordancia con la personalidad de la infografía. En un proceso de rediseño, las elecciones tipográficas son fundamentales. Todos los elementos redaccionales: el

texto corrido, los títulos, antetítulos, subtítulos, entradillas, ladillos, pie de foto, recuadros, etc., deben armonizarse con la precisión de un movimiento de relojería.



Foto Nro. 34: El buen manejo tipográfico
Fuente: "La letra Gerard Blanchard", Ediciones Ceac, Barcelona, 1988

Narración espacial y temporal en la infografía: La gramática narrativa es el mecanismo que permite generar el relato de la infografía: unas reglas de formación de la estructura que permiten ordenar la información sobre la base de la imagen y el complemento del texto.

La base conceptual que incorpora los requisitos que debe reunir la narración periodística no sólo ayuda a señalar cómo debe desarrollarse el relato en la infografía, sino que también brinda las categorías necesarias que debe contener los segmentos narrativos en el marco de la misma.

Los elementos del relato son:

Personajes: seres animados humanos, animales u objetos animados.

Acciones: el acontecimiento.

Ambiente: el escenario o marco.

Función: acción o atributo de un personaje definido desde el punto de vista de su alcance significativo para el relato.

Las categorías mayores de la narración son:

Marco o contexto.

Episodio.

Periodísticamente, estos elementos se integran en la infografía de la siguiente manera:

El concepto de titular incluye un conjunto de recursos textuales y paratextuales de presentación del tema de la noticia; así como también de jerarquización, es decir de indicadores que señalan al lector la relevancia que posee el acontecimiento para ser transmitido a través del diario.

La categoría encabezamiento incluye los copetes y/o entradas. Los copetes son estructuras que resumen la información, destacan los elementos más importantes de ellas o bien presentan aspectos que no serán tratados en detalle en el cuerpo de la información pero que ayudan al lector en la tarea de elaborar un marco preliminar para comprender la noticia.

Titular y encabezamiento forman el resumen, el que expresa la macroestructura semántica de la noticia.

Una vez presentado el resumen del contenido del texto periodístico, los datos aparecen tratados con mayor detalle en el cuerpo de la noticia, es decir, en la categoría relato sobre la base de la imagen y el complemento del texto. A su vez el relato contiene la situación.

La situación informativa se refiere a la construcción de la estructura temática del discurso periodístico. Denota la dimensión actual del hecho que origina la noticia, los episodios que lo conforman, así como los antecedentes que lo justifican. Esta categoría constituye la parte narrativa de la infografía.

El episodio (o los episodios, por lo que se trata de una categoría recurrente y puede haber más de un episodio en un solo hecho), está compuesto por un conjunto de sucesos o acontecimientos que ocurrieron en una situación determinada, en un lugar, a una hora y en circunstancias determinadas. Está formado por el acontecimiento principal (la noticia) y las consecuencias (comprenden el estado final del suceso, el cierre de la noticia).

La subcategoría antecedentes está constituida por los acontecimientos o sucesos previos al principal.

Por último, la categoría mayor contexto, denota la situación actual y la ubicación geográfica especificando espacio y atribuciones significativas de los personajes.

Van Dijk establece la relación entre estas categorías en función de los procesos de la memoria, que están involucrados implícitamente en la producción de las noticias, es decir, en el proceso de comprensión del suceso, de su representación mental y de la rememoración de los hechos que realiza el periodista durante la búsqueda de la noticia y su posterior expresión.

También considera los procesos que efectúa el lector para reconstruir los sucesos periodísticos presentados en la noticia, así como el papel que juegan los conocimientos previos y la actualización de las creencias del receptor.

Las categorías dentro del esquema: La información que sustenta la noticia se plasmará en imagen y texto en función de las categorías citadas con anterioridad, de tal manera que el lector pueda claramente visualizar y comprender la noticia.

En este sentido hay que tener en cuenta los mecanismos de lectura que realiza el ojo humano: primero barre toda la superficie, luego repara en algunas zonas, tratando de identificar objetos conocidos, luego los identifica, reconstituyendo los elementos simples más conocidos y luego interpreta por asociación de elementos e ideas en función de referencias culturales y esquemas previos (Chappe,1992).

De esta manera, la tendencia del lector es mirar los primeros elementos con rapidez y realizar una pausa sobre los otros.

Títulos y las ilustraciones. El avance en la lectura se da en función de la cultura del lector (los jóvenes son más receptivos a las imágenes y diseños) y de las fuerzas gráficas respectivas.

El tamaño, el color, el emplazamiento de la imagen, juegan igualmente un rol. Pero no obstante, en todos los casos, las imágenes y sobre todo aquellas en las que los elementos son fácilmente identificables, se sitúan en la globalidad de un súper nivel de lectura. También hay que tener en cuenta el mecanismo de lectura del ojo del lector: de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha (hábito de lectura occidental) y que percibirá siempre el lado mayor del rectángulo horizontal.

El esquema básico de la infografía que se propone en el marco de este trabajo es un esquema basado en reglas particulares: las categorías que lo conforman se retoman de los modelos de pirámide normal e invertida, de la teoría de los esquemas periodísticos de Van Dijk, y de los mecanismos de lectura de la imagen.

Así, cualquier infografía responderá en principio al mismo esquema, lo que será diferente es el contenido global según características del hecho.

La narración periodística en infografía: El acierto de un buen infográfico está en la capacidad y la densidad: Que pueda ofrecerle al lector de afán la seguridad de captar en una sola plana los datos escritos y las imágenes representativas del hecho noticioso, o del tema que esté relatándose, sin que sobren ni falten elementos.

Y la gracia reside en el dinamismo: Al lector puede quedarle la sensación de que está viendo textos y gráficos en movimiento. Esto se logra, en la realidad, en las ediciones digitales, donde son frecuentes los Infográfico animados y sonoros. En la infografía se incorporan no pocos componentes del lenguaje televisual y en particular del tele periodismo.

En un principio había reservas y se pensaba que una infografía sólo tendría la condición de recurso complementario de la información convencional. Sin embargo, ha cobrado autonomía y entidad.

La infografía sí debe proporcionar respuestas a las interrogaciones básicas que le dan sentido a la historia periodística, en primer lugar en la modalidad simplificada de la noticia. Pero no debe creerse que basta con escribir, graficar y diseñar una buena infografía para que dejen de ser necesarias las narraciones periodísticas literarias y las fotografías testimoniales.

Más todavía, periodista y diseñador deben formar un equipo que trabaje en procura de la finalidad primordial de informar, sin que ninguno de los dos desdibuje sus propias competencias. Ambos comparten la responsabilidad de indagar, de buscar datos y testimonios, de hacer exploraciones de campo.

La formación del nuevo periodista entraña también la comprensión de las novísimas formas de lectura, que incluyen la de imágenes.

Pero sin desdeñar la vocación y la práctica inherentes al escritor periodista, tanto para dar noticia de los hechos como para ayudar a interpretarlos, narrarlos, describirlos y escenificarlos con realismo, destacar el protagonismo e ilustrarlos con adecuadas imágenes de apoyo.

Didáctica de la imagen: Las imágenes visuales, nos ofrecen la oportunidad de obtener una información de lectura directa y de fácil proceso mental en su interpretación, ya que el ojo posee una de las mayores fuerzas interpretativas relacionadas con nuestro entorno visual.



Foto Nro. 35: Funcionamiento de la imagen
Fuente: 3D MAX

La información, es la base de todo proceso educativo; los sentidos, nos proporcionan el placer de aprender a través de ellos, así, de esta manera, conocemos y seleccionamos dentro del proceso educacional toda la información que nos llega procedente de nuestro entorno, concluyendo progresivamente a la formación del individuo. Los ojos, son las ventanas de nuestro cerebro, a través de ellos, nos llegan constantemente las informaciones más importantes para nosotros, tales como el color, la forma, el espacio, la luz, el movimiento, la perspectiva etc. y así un sinfín de conceptos que nos permiten distinguir y seleccionar las cosas que nos rodean, adquiriendo progresivamente un concepto plástico en el que nos habremos de expresar constantemente como una forma más de nuestra cultura y educación.

Nuestra expresión plástica, no es otra cosa que el resultado del proceso que tiene lugar en nuestro cerebro al recibir imágenes y sentir la necesidad de expresarnos a través de un medio plástico, buscando la comunicación externa con nosotros mismos y los demás por medio de la representación del signo gráfico y las imágenes generadas por nuestro nivel y entendimiento plástico. Con las imágenes, manifestamos nuestros deseos, sentimientos, necesidades, placeres, etc., unas veces enfocados a los demás y otras, por el mero placer de ver expresados a través de las imágenes nuestros pensamientos, algunas veces abstractos y otras muy concretos. Dependiendo de la edad, estas necesidades tienen variantes en algunos matices, pero la constante es siempre una manifestación placentera, por ello, necesitamos la información y educación a través de las imágenes, ya que sin ellas, este apartado, quedaría sustancialmente falto de algo tan importante como es la visión.

Siempre se ha dicho, que una imagen vale más que mil palabras. He de decir, que aunque esto sea completamente cierto, y de ello estoy convencido, tampoco hay que despreciar los demás sentidos, ya que unos con otros, contribuyen a complementar la información recibida por cualquiera de ellos. Sin embargo, nos vamos a referir a la imagen como protagonista de este apartado, ya que ella, y a través de los ojos, desarrolla una gran potencia informativa.

2.3.14 Proceso de creación de una Infografía

La idea: Se debe establecer una serie de preguntas para saber que tanto va a contribuir a la sociedad la infografía y no malgastar el tiempo, por ello cuando estemos buscando ideas gráficas es bueno que nos hagamos las siguientes preguntas:

¿Qué va a aprender el lector de tu infografía?

¿Simplificará o complicará la comprensión del tema?

¿Hará más relevante el contenido de la historia?

La planificación: Cuanto más planifiques y cuantas más personas se involucren en la planificación, mejor será el resultado final. Planificar minuciosamente permite que el diseñador y los editores puedan visualizar todo el proyecto de manera más efectiva, se recomienda se tome en cuenta algunos tips que a continuación describimos:

Se debe pedir opiniones de comunicadores, diseñadores y fotógrafos

Discutir el contenido y el enfoque del proyecto

Decidir qué tipo de elementos visuales funcionarán mejor

Establecer etapas

La investigación: Ya no es sólo una tarea para periodistas, muchas veces se quejan por tener que buscar información para las infografías. Un departamento de infografía entrenado debería compartir esa tarea y ser responsable de conseguir, al menos, el 50% de los datos necesarios.

En algunos casos, especialmente cuando se trata de proyectos gráficos, el departamento de infografía debería ser capaz de conseguir toda la información e incluso escribir el texto.

Se sugiere algunas recomendaciones para esto:

Coordinar entrevistas con fuentes confiables

Visitar sitios web y buscar información

Sacar fotos

Conseguir la mayor cantidad de información posible (es mejor mucha que poca, tal vez no se use toda, pero al menos se tendrá a disposición).

La información: Los Infógrafos muchas veces cometen el error de poner mucha información innecesaria en la infografía. Sin embargo, cuanto más simple sea el gráfico, mejor.

Infógrafos y editores deberían trabajar en conjunto sin dejar que sus egos se interpongan en el camino. Si algo en la infografía no aporta claridad, el editor debe decírselo al Infógrafo. De la misma manera, si el Infógrafo le pide al periodista que escriba un texto más corto, éste no debería ofenderse (ni siquiera molestarse). Para ello se recomienda lo siguiente:

¿Cuál es el objetivo de la infografía?

¿Qué es lo que el lector necesita saber?

Usa sólo la información necesaria y relevante.

La edición: Cuando se trabaje en un proyecto gráfico, se debe tratar de que el texto se escriba y edite lo antes posible para evitar errores ortográficos. Cuando la infografía esté terminada, se debe analizar puntualmente parte por parte para evitar errores futuros especialmente si se está trabajando con formas complejas.

La puesta en soporte: Una infografía bien diseñada se adecuara correctamente en cualquier tipo de soporte que la contenga sea este digital, impreso. El Infógrafo debería establecer cómo va a ser usada la infografía en el soporte:

¿Será el gráfico principal o deberá competir con otras informaciones visuales?

Si la infografía irá acompañada de fotos es preciso que el diseñador establezca una jerarquía visual y que el infografista realice su trabajo teniendo en cuenta ese diseño.

El tamaño de la infografía debe decidirse lo más pronto posible. Esa decisión debe estar basada en el contenido.

El contenido visual general de toda la página es la prioridad número uno.

De esta forma podremos realizar cualquier tipo de infografía, siempre y cuando nos ajustemos a estos parámetros puntuales, teniendo en cuenta que en la construcción de una infografía la principal norma que debemos seguir, es la economía en el uso del texto ya que se trata de informar lo más rápido posible al espectador especialmente si trabajamos en infografía cartográfica.

CAPÍTULO III

DISEÑO DEL SISTEMA SEÑALÉTICO PUCE SD

3.1 Etapa I: Contacto

3.1.1 Tipología funcional:

Tipología función general: La Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo es una comunidad académica que, de modo riguroso y crítico, contribuye a la tutela y desarrollo de la dignidad humana y de la herencia cultural, mediante la investigación, la docencia y los diversos servicios ofrecidos a la provincia y la región.

Tipología función específica:

ZONA A ■ (CAMPUS NOROCCIDENTAL)

- 1A Oficina en la que labora la directora de Comunicación Social
- 2A Oficina en la que labora la directora de Dirección Diseño
- 3A Oficina en la que labora Secretaria de las escuelas de Diseño y Comunicación
- 4A Centro de investigación de Diseño y Comunicación (Dicom)
- 5A Lugar en el que se presta libros y material de investigación
- 6A Aulas en las que reciben clases

- 7A Talleres en los que reciben clases de serigrafía y artes
- 8A Estudio para edición de audio y video
- 9A Lugar en el que se encuentran las computadoras
- 10A Área para realizar necesidades biológicas
- 11A Lugar en el que se realizan múltiples actos relacionados con la PUCE SD
- 12A Oficina en la que se reúnen los docentes
- 13A Bar del campus I
- 14A Caseta en la que se encuentran las personas que brindan seguridad al campus
- 15A Espacio en el cual se estacionan los vehículos que ingresan al campus
- 16A Lugar por donde se entra al campus universitario I

ZONA B ■ (CAMPUS OCCIDENTAL)

17B Edificio I Miserior

- 17.1B Lugar en el que se presta libros y material de investigación
- 17.2B Espacio destinado a la lectura
- 17.3B Dispensario en el que se da atención médica
- 17.4B Laboratorio en el que realizan prácticas de enfermería
- 17.5B Laboratorio en el que se realizan análisis clínicos

18B Edificio II San Liborio (Ed. Administrativo)

- 18.1B Ventanilla en la que se pide información
- 18.2B Oficina en la que se encuentra el Rector
- 18.3B Lugar en el que se encuentra la Dirección Académica
- 18.4B Lugar en el que se encuentra la Dirección Financiera
- 18.5B Oficina para la Secretaría General
- 18.6B Oficina para Recursos humanos
- 18.7B Oficina para Recursos Físicos

18.8B Oficina para Jardín Botánico

18.9B Oficina para la Tesorería

19B Edificio III Daponte

19.1B Lugar en el que se realizan proyecciones I

19.2B Lugar en el que se encuentra las computadoras

19.3B Laboratorio en el que se desarrolla el software I y II

19.4B Área para realizar necesidades biológicas

20B Valle de Investigación

20.1B Lugar en el que se encuentra el centro de investigación Citic (Desarrollo y Soporte técnico)

20.2B Lugar en el que se encuentra el centro de investigación Cades

20.3B Lugar en el que se encuentra el centro de investigación Dirección de estudiantes

20.4B Area para desarrollo espiritual

20.5B Área para realizar necesidades biológicas

21B Edificio IV Aulario II

21.1B Lugar en el que labora la directora del departamento de Idiomas

21.2B Sala de actos de Graduación

21.3B Lugar de reunión de docentes

21.4B Lugar en el cual se imparte clases

21.5B Área para realizar necesidades biológicas

22B Edificio V Aulario I

22.1B Misiones Universitarias

22.2B Lugar en el cual se imparte clases

22.3B Área para realizar necesidades biológicas

23B Edificio VI Monseñor Emilio Stehle

23.1B Dirección del centro de investigación CITIC (Capacitación, Redes, Sala de Computo II)

23.2B Lugar en el que se realizan proyecciones II

24B Bloque VII

24.1B Area en la que laboran los Directores de escuelas (Administración y Ciencias Contables, Ciencias de la Educación, Enfermería, Hotelería y Turismo, Sistemas)

24.2B Lugar de trabajo de Secretarias de escuelas

25B Servicios

25.1B Capilla Universitaria

25.2B Lugar de actos universitarios Aula Magna

25.3B Area deportiva Estadio

25.4B Centro de reproducciones Copiadora

25.5B Bar del campus II

25.6B Caseta en la que se encuentran las personas que brindan seguridad al campus

25.7B Espacio en el cual se estacionan los vehículos que ingresan al campus

26B Lugar por donde se entra al campus universitario I

3.1.2 Personalidad:

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador fue creada con el propósito de contribuir al desarrollo científico, cultural, socioeconómico y humanista de Santo Domingo. El proyecto implicó asumir la formación de profesionales que respondiesen a las expectativas de la sociedad.

Cuenta con siete carreras para la formación de más de mil estudiante que son; Ciencias Administrativas y Contables, Ciencias de la Educación, Diseño Gráfico, Comunicación Social, Sistemas, Enfermería, Hotelería y Turismo.

También cuenta con centros de investigación, desarrollo, extensión y servicios (CIDES) que son unidades cuya función es la investigación y el avance de la ciencia y tecnología. Estos centros están formados por docentes investigadores y estudiantes de las diferentes carreras, los cuales llevan a cabo la ejecución de proyectos con vocación de aportar resultados en el ámbito científico y también servir a la comunidad.

Actualmente cuenta con cuatro centros de investigación que son CITIC, CADES, DICOM y DEPARTAMENTO DE IDIOMAS.

La PUCE-SD consta de varios servicios que están a disponibilidad tanto del estudiante y de la comunidad en general están son; Aula Magna, Internet 2, Misiones Universitarias, Dispensario Médico y Laboratorio Clínico, Bienestar Estudiantil, WIFI, Laboratorios (PC, MAC), Infraestructura deportiva, Servicio de Vigilancia, Bibliotecas, Jardín Botánico “La Carolina” y Bosque Protegido.

Otras ofertas académicas como Academia CISCO (Certificación internacional cisco Networking Academy), CPA (Contador Público Autorizado) y Cursos de inglés y francés.

Esta institución tiene un personal docente capacitado frecuentemente que bridan educación con valores a los estudiantes de la región.

3.1.3 Imagen de marca:

Logotipo: La familia tipográfica Book Antiqua, en las versiones indicadas a continuación, se utilizan para los textos de la identidad visual PUCE SD.

Book Antiqua Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ!"#\$%&/()?;

Book Antiqua Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ!"#\$%&/()?;

Book Antiqua Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ!"#\$%&/()?;

Book Antiqua Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ!"#\$%&/()?;

Nota: Para el slogan se utiliza la Familia Tipográfica Arial.

Simbolo: El símbolo PUCE SD está compuesta por tres elementos: el mapa mundi, la cruz, y el círculo en el que se encuentran inscritos los dos elementos anteriores.



Gráfico N°. 33: Símbolo PUCE SD
Fuente: PUCE SD

Identificador:



Gráfico N°. 34: Identificador completo PUCE SD
Fuente: PUCE SD

Colores Corporativos:



C: 100
M: 44
Y: 0
k: 0 PANTONE 300 C



C: 0
M: 32
Y: 100
k: 9 PANTONE 131 C



C: 0
M: 56
Y: 100
k: 43 PANTONE 1651 C

Reducciones Mínimas:

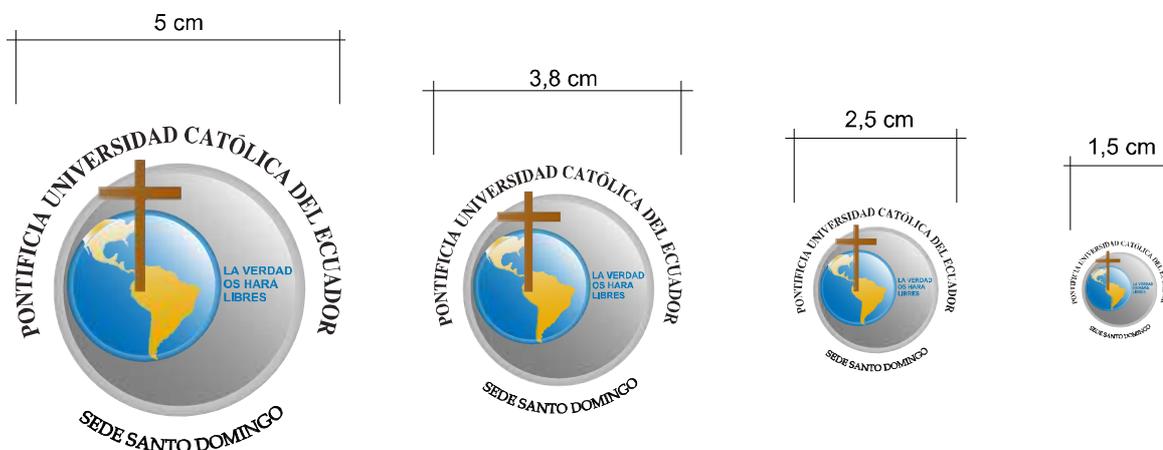


Gráfico N°. 35: Tamaños mínimos del Identificador completo PUCE SD
Fuente: PUCE SD

3.2 Etapa II: Acopio de Información

3.2.1 Plano y Territorio

En este mapa se realiza una descripción detallada del área física de la zona A y B de la Pontificia universidad Católica del Ecuador Sede santo Domingo.



Gráfico N°. 35: Mapa PUCE SD
Fuente: PUCE SD

Ubicación de los Servicios en el Plano por cada Zona:

ZONA A 

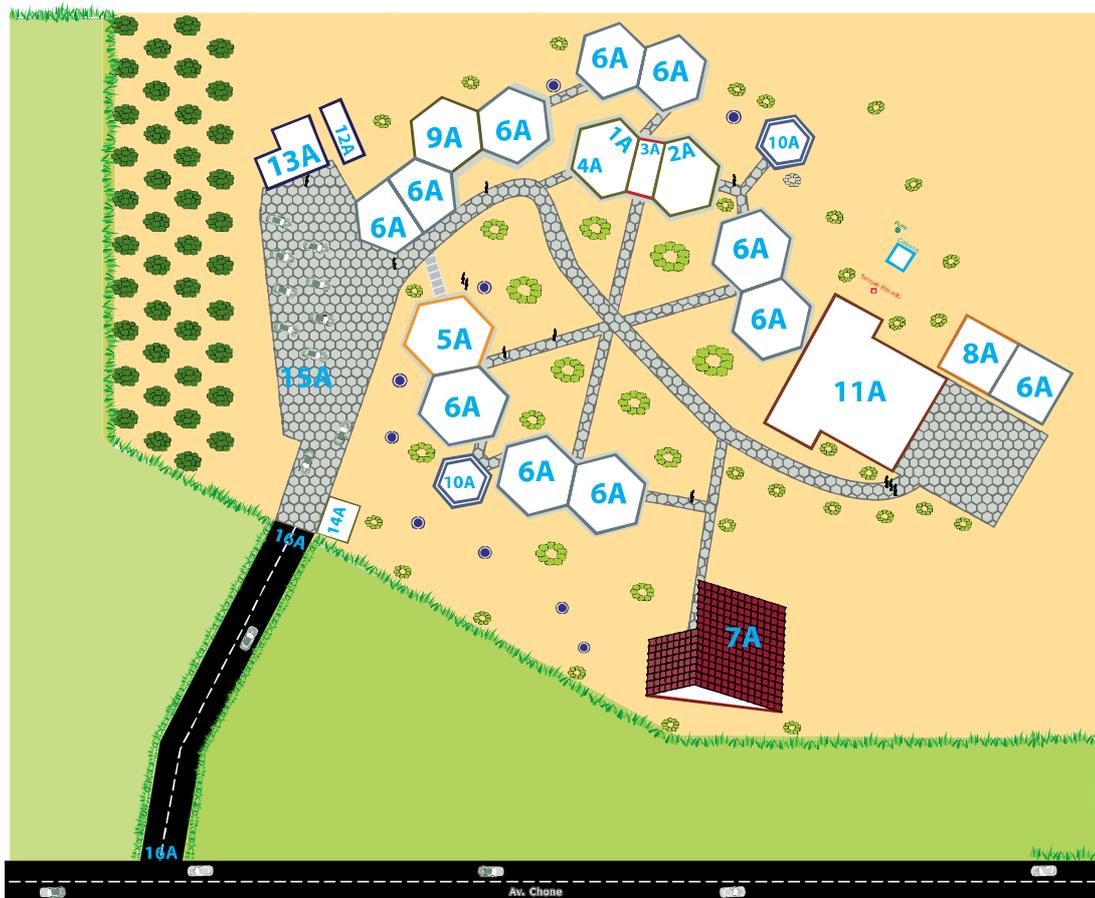


Gráfico N°. 36: Mapa PUCE SD campus I
Fuente: PUCE SD

Ubicación de los Recorridos: Para determinar la necesidad de información por sector, se determino los siguientes recorridos: Principales, Secundarios, Terciarios. Para saber qué tipo de información es necesario se realizo un recorrido de diferentes usuarios que visitan el lugar.

Estudiante

Administrativo

Docente

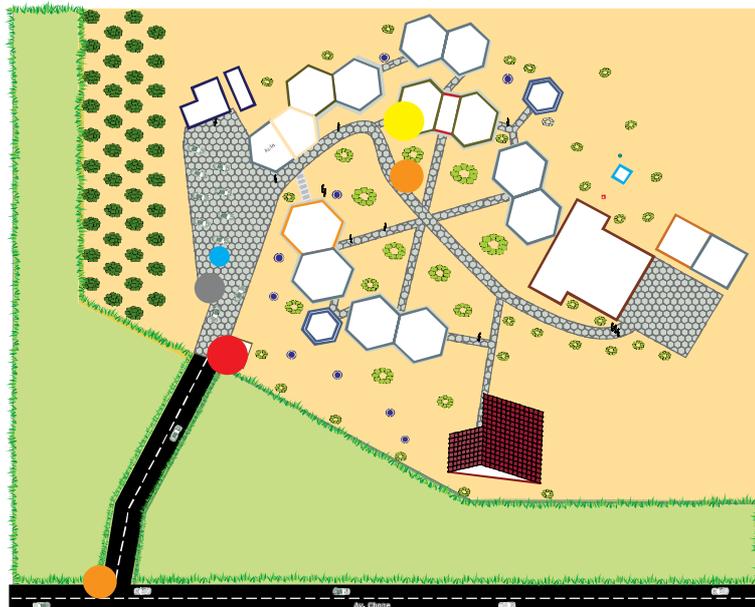
Persona que ingresa por primera vez al lugar

Discapacitados

Personas que ingresan en auto

El resultado de esta investigación en las dos zonas es el siguiente:

ZONA A



REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN

	información gráfica
	información textual
	información específica de una edificación
	información preventiva
	información de parqueadero

Gráfico N° 38. Ubicación de recorridos PUCE SD campus I
Fuente: PUCE SD

ZONA B **B**

REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN

	información gráfica
	información textual
	información específica de una edificación
	información preventiva
	información de parqueadero

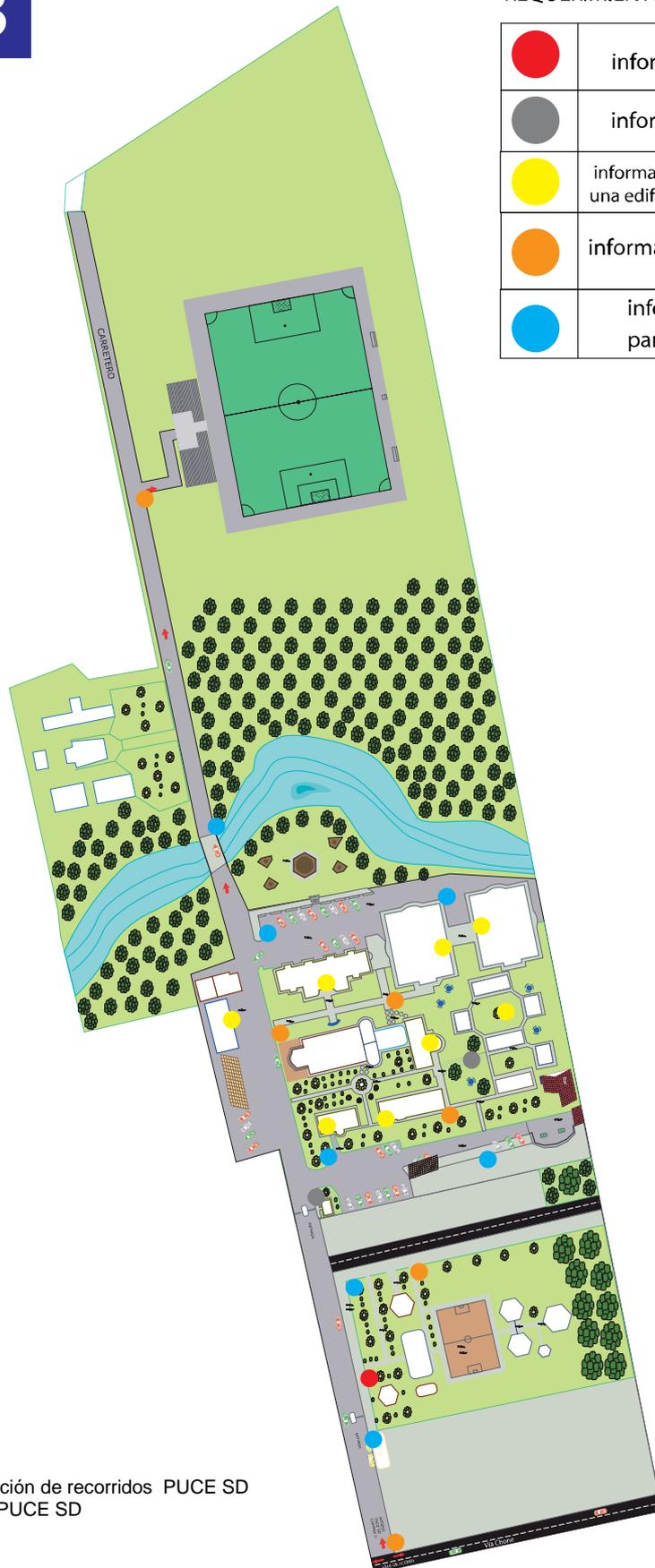


Gráfico N° 38. Ubicación de recorridos PUCE SD Campus II. Fuente: PUCE SD

3.2.2 Documentos Fotográficos:

ZONA A **A**



Foto N° 36. 1A, 4ª
Fuente: PUCE SD



Foto N° 37. 2A, 3A
Fuente: PUCE SD



Foto N° 38. 5A
Fuente: PUCE SD



Foto N° 39. 6A
Fuente: PUCE SD



Foto N° 40. 8A
Fuente: PUCE SD



Foto N° 41. 7A
Fuente: PUCE SD



Foto N° 42. 9A
Fuente: PUCE SD



Foto N° 43. 10A
Fuente: PUCE SD



Foto N° 44. 11A
Fuente: PUCE SD



Foto N° 45. 12A
Fuente: PUCE SD



Foto N° 46. 13A
Fuente: PUCE SD



Foto N° 47. 16A, 14A
Fuente: PUCE SD



Foto N° 48. 15A
Fuente: PUCE SD

ZONA B **B**



Foto N° 49. 17B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 50. 18B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 51. 19B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 52. 20B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 53. 21B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 54. 22B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 55. 23B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 56. 24B
Fuente: PUCE SD

25B Servicios



Foto N° 57. 25.1B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 58. 25.2B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 59. 25.3B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 60. 25.4B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 61. 25.5B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 62. 25.6B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 63. 25.7B
Fuente: PUCE SD



Foto N° 64. 26B
Fuente: PUCE SD

3.2.3 Condiciones Arquitectónicas: La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo cuenta con una infraestructura de tipo gótico en secciones definidas, y en otras consta de ángulos rectos y con proyección de dos y hasta tres pisos que se ven reflejados en las funciones específicas de la tipología funcional, sus edificaciones tienen similitud en cuanto a forma y tipo elevación, en la función específica 20B y 25.4B sus oficinas son construidas de material prefabricado. En el interior de la universidad las calles son asfaltadas, y existen lugares con aéreas verdes bien cuidadas, el alrededor de la función 25.3B, 19B, 20B y 21B se encuentran rodeadas de tierra fija, la iluminación por estar en medio de la naturaleza permanece la mayor parte del día con luz natural y en la noche cuenta con iluminación artificial.

3.2.4 Condiciones Ambientales y Climáticas:

La universidad se encuentra en un ambiente muy colorido por la naturaleza que la rodea, las fachadas de las instalaciones de la PUCE SD tienen tonos medios y claros lo cual genera tranquilidad y armonía. En la función 17B en el edificio San Liborio se encuentra tallado en su pared superior el identificativo de la universidad con colores azul marino, amarillo y gris. Su mobiliario en la zona A y B varía en tonos café claros y de gris a negro, la función 25.5B se encuentra decorada con colores amarillos y verde natural su ambiente es juvenil y tiene mesas de tono blanco y café.

3.3 Etapa 03: Organización o Planificación

3.3.1 Palabra clave

Tabla N° I.

A código	TIPOLOGIA FUNCIONAL ESPECIFICA	PALABRA CLAVE I	PALABRA CLAVE II
1A	Oficina en la que labora la directora de Comunicación Social	Dirección Comunicación Social	Dirección Comunicación
2A	Oficina en la que labora la directora de Dirección Diseño	Dirección Diseño Gráfico	Dirección Diseño Grafico
3A	Oficina en la que labora Secretaría de las escuelas de Diseño y Comunicación	Secretaría de escuelas	Secretaría
4A	Centro de Investigación de Diseño y Comunicación (Dicom)	Dicom	Dicom
5A	Lugar en el que se presta libros y material de investigación	Biblioteca	Biblioteca
6A	Aulas en las que reciben clases	Aulas	Aulas
7A	Talleres en los que reciben clases de serigrafía y artes	Talleres	Talleres
8A	Lugar en el que se realizan proyecciones	Centro de Audiovisuales	Audiovisuales
9A	Lugar en el que se encuentran las computadoras	Sala de de Computo I	Sala de de Computo I
10A	Área para realizar necesidades biológicas	Baños Hombres – Mujeres	Sanitarios Hombres – Mujeres
11A	Lugar en el que se realizan múltiples actos relacionados con la PUCE SD	Salón Múltiple	Salón Polivalente
12A	Oficina en la que se reúnen los docentes	Sala de Profesores	Sala de Profesores
13A	Bar del campus I	Bar	Bar
14A	Caseta en la que se encuentran las personas que dan seguridad al campus	Seguridad	Guardiania
15A	Espacio en el cual se estacionan los vehiculos que ingresan al campus	Estacionamiento	Parqueadero
16A	Lugar por donde se entra al campus universitario I	Entrada al Campus I	Bienvenido al Campus I
B código	TIPOLOGIA FUNCIONAL ESPECIFICA	PALABRA CLAVE I	PALABRA CLAVE II
17B	Edificio I Miserior	Edificio I Miserior	Edificio I Miserior
17.1B	Lugar en el que se presta libros y material de investigación	Biblioteca	Biblioteca
17.2B	Espacio destinado a la lectura	Sala de lectura	lectura
17.3B	Dispensario en el que se da atención médica	Dispensario Médico	Dispensario
17.4B	Laboratorio en el que realizan prácticas de enfermería	Laboratorio de Enfermería	Laboratorio de Enfermería
17.5B	Laboratorio en el que se realizan análisis clínicos	Laboratorio Clínico	Laboratorio Clínico

Tabla N° I. Palabras Clave
Fuente: Diseño Abraham Viñán

21.2B	Sala de actos de Graduación	Sala de Grados	Area de Grados
21.3B	Lugar de reunión de docentes	Sala de Profesores	Sala de Profesores
21.4B	Lugar en el cual se imparte clases	Aulas	Semestre
21.5B	Área para realizar necesidades biológicas	Baños	Sanitarios
22B	Edificio V Aulario I	Edificio V Aulario I	Edificio V Aulario I
22.1B	Misiones Universitarias	Misiones Universitarias	Misiones Universitarias
22.2B	Lugar en el cual se imparte clases	Aulas	Semestre
22.3B	Área para realizar necesidades biológicas	Baños	Sanitarios
23B	Edificio VI Monseñor Emilio Stehle	Edificio VI Monseñor Emilio Stehle	Edificio VI Monseñor Emilio Stehle
23.1B	Dirección del centro de investigación CITIC (Capacitación, Redes, Sala de Computo II)	Dirección CITIC (Capacitación, Redes, Sala de Computo II)	Dirección CITIC
23.2B	Lugar en el que se realizan proyecciones II	Sala de Audiovisuales II	Audiovisuales II
24B	Bloque VII	Bloque VII	Bloque VII
24.1B	Area en la que laboran los Directores de escuelas (Administración y Ciencias Contables, Ciencias de la Educación, Enfermería, Hotelería y Turismo, Sistemas)	Dirección de escuelas	Directores de escuela
24.2B	Lugar de trabajo de Secretarías de escuelas	Secretarías	Secretarías
25 B	Servicios	Servicios	Servicios
25.1B	Capilla Universitaria	Capilla Universitaria	Capilla Universitaria
25.2B	Lugar de actos universitarios Aula Magna	Aula Magna	Salon de actos
25.3B	Area deportiva Estadio	Estadio	Cancha deportiva
25.4B	Centro de reproducciones Copiadora	Copiadora	Sala de reproducciones
25.5B	Bar del campus II	Bar	Bar
25.6B	Caseta en la que se encuentran las personas que brindan seguridad al campus	Seguridad	Vigilancia
25.7B	Espacio en el cual se estacionan los vehiculos que ingresan al campus	Estacionamiento	Parqueadero
26B	Lugar por donde se entra al campus universitario I	Entrada al Campus	Accesos al Campus

Tabla N° I. Palabras Clave (continuación)
Fuente: Diseño Abraham Viñán

18B	Edificio II San Liborio (Ed. Administrativo)	Edificio II San Liborio	Edificio II San Liborio
18.1B	Ventanilla en la que se pide información	Información	Recepcion
18.2B	Oficina en la que se encuentra el Prorector	Prorectorado	Autoridades
18.3B	Lugar en el que se encuentra la Dirección Académica	Dirección Académica	Departamento Académica
18.4B	Lugar en el que se encuentra la Dirección Financiera	Dirección Financiera	Departamento Financiera
18.5B	Oficina para la Secretaría General	Secretaría General	Secretaría General
18.6B	Oficina para Recursos humanos	Recursos humanos	Recursos humanos
18.7B	Oficina para Recursos Físicos	Recursos Físicos	Recursos Físicos
18.8B	Oficina para Jardín Botánico	Oficina Jardín Botánico	Oficina JBC
18.9B	Oficina para la Tesorería	Tesorería	Caja
19B	Edificio III Daponte	Edificio III Daponte	Edificio III Daponte
19.1B	Lugar en el que se realizan proyecciones I	Sala de Audiovisuales I	Audiovisuales I
19.2B	Lugar en el que se encuentra las computadoras	Sala de computo III	Sala de computo III
19.3B	Laboratorio en el que se desarrolla el software I y II	Laboratorio de software I y II	Laboratorio de software I y II
19.4B	Área para realizar necesidades biológicas	Baños	Sanitarios
20 B	Valle de Investigación	Valle de Investigación	Area de Investigación
20.1B	Lugar en el que se encuentra el centro de investigación Citic (Desarrollo y Soporte técnico)	Citic (Desarrollo y Soporte técnico)	Citic (Desarrollo y Soporte técnico)
20.2 B	Lugar en el que se encuentra el centro de investigación Cades	Cades	Cades
20.3B	Lugar en el que se encuentra el centro de investigación Dirección de estudiantes	Dirección de estudiantes	Departamento de estudiantes
20.4B	Área para desarrollo espiritual	Oratorio	Oratorio
20.5B	Área para realizar necesidades biológicas	Baños	Baños
21B	Edificio IV Aulario II	Edificio IV Aulario II	Edificio IV Aulario II
21.1B	Lugar en el que labora la directora del departamento de Idiomas	Departamento de Idiomas	Dirección de Idiomas

Tabla N° I. Palabras Clave (continuación)
Fuente: Diseño Abraham Viñán

Selección de familia de palabras claves: para elegir la familia de palabras claves se realizo un diseño muestral para obtener el tamaño de la muestra, el método de muestreo y selección de la muestra, luego de tener todos estos datos se procedió a realizar una encuesta que nos ayuda a determinar las palabras claves adecuadas para este sistema señalético.

Todos los datos que necesitamos para poder realizar el diseño muestral nos facilito la secretaria general de la PUCE SD.

Datos:

Estrato 01= Administrativos 36 personas

Estrato 02= Alumnos 846 personas

Estrato 03= Docentes 123 personas

Total población(N): 1005 personas **(PUCE SD 2008/02)**

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N(PQ)}{(N-1)(E/K)^2 + PQ}$$

$$n = \frac{1005(0.25)}{(1004)(0.09/2)^2 + 0.25}$$

n= 110

Calculo de la fracción muestral: $F_n=(n/N)$

$$F_n= 110/1005= \mathbf{0.109453}$$

Con esta cifra y aplicando la formula $(N.F_n)$ podremos encontrar el número de personas por estrato a las cuales debemos encuestar.

Estrato 01= Administrativos	36 personas	4 personas a encuestar
Estrato 02= Alumnos	846 personas	93 personas a encuestar
Estrato 03= Docentes	123 personas	13 personas a encuestar
Total:		110 personas

El tipo de muestreo es estratificado y para poder escoger a las personas a las cuales se debe encuestar se aplico un muestreo probabilístico aleatorio simple, que nos permitió realizar un sorteo con la base de datos de cada estrato y saber los nombres y apellidos de las personas a las cuales les debemos realizar las encuestas.

El resultado fue la elección de la familia de palabras claves número uno, por su nivel de entendimiento y la relación directa con la función específica a la que representa.

3.3.2 Palabras clave y equivalencia icónica

Tabla N° II.

A código	PALABRAS CLAVE I	EQUIVALENCIA ICONICA 1	EQUIVALENCIA ICONICA 2
1A	Dirección Comunicación Social	Conector que identifica a la escuela, es un icono que se utiliza para señalar la oficina	Una persona sentada sobre un escritorio
2A	Dirección Diseño Gráfico	Conector que identifica a la escuela, es un icono que se utiliza para señalar la oficina	Una persona sentada sobre un escritorio
3A	Secretaría de escuelas	Una persona en un escritorio	Siluetas de una mujer con papeles
4A	Dicom	Una persona con la mano hacia arriba	Un mouse con alas
5A	Biblioteca	Dos libros superpuestos	Un libro abierto
6A	Aulas	Tres estudiantes de frente	cinco estudiantes sentados
7A	Talleres	Materiales de serigrafía	Una persona trabajando
8A	Centro de Audiovisuales	Abstracción de una persona con audifonas	Un proyector
9A	Sala de de Computo I	Abstracción de un monitor	Un mouse
10A	Baños Hombres – Mujeres	La figura plana de hombre y mujer	Un sanitario
11A	Salón Múltiple	La silueta de la edificación	Conjunto de personas reunidas
12A	Sala de Profesores	Abstracción de tres personas sobre una mesa	Dos personas sentadas
13A	Bar	Conjunto de envases plásticos	Un gorro de chef
14A	Seguridad	Abstracción de un guardia de seguridad	Una mano indicando pare
15A	Estacionamiento	Un auto estacionado	Dos autos en perspectiva estacionados
16A	Entrada al Campus I	Una fecha con la orientación hacia el campus	Una mano indicando que siga adelante
B código	PALABRAS CLAVE I	EQUIVALENCIA ICONICA 1	EQUIVALENCIA ICONICA 2
17B	Edificio I Miserior	El número uno debido a que es el primer edificio de la PUCE SD	Abstracción alta del edificio
17.1B	Biblioteca	Dos libros superpuestos	Un libro abierto
17.2B	Sala de lectura	Una persona con libro abierto	libro sobre una mesa
17.3B	Dispensario Médico	silueta de enfermera de enfermera	Una cruz sobre un botiquín
17.4B	Laboratorio de Enfermería	camilla	un corazón sonriente
17.5B	Laboratorio Clínico	Vasos de mezcla química	Conjunto de células

Tabla N° II. Palabras clave y equivalencia icónica
Fuente: Diseño Abraham Viñán

18B	Edificio II San Liborio	El numero dos debido a que es el segundo edificio de la PUCE SD	Abstraccion alta del edificio
18.1B	Información	Un microfono	Un parlante
18.2B	Prorectorado		Una perona con la mano hacia arriba
18.3B	Dirección Académica	Una persona con un libro Una persona inclinada sobre un escritorio	Un cuaderno abierto con la D
18.4B	Dirección Financiera	El signo de dolar	Tres billetes unidos
18.5B	Secretaría General	Una persona en un escritorio	Silueta de una mujer con papeles
18.6B	Recursos humanos	Una persona dando la mano	Una persona hablando
18.7B	Recursos Físicos	Una escalera	Una persona musculosa
18.8B	Oficina Jardín Botánico	Un pambil	Una hoja
18.9B	Tesorería	El signo de dolar	Tres billetes unidos
19B	Edificio III Daponte	El numero tres debido a que es el tercer edificio de la PUCE SD	Abstraccion alta del edificio
19.1B	Sala de Audiovisuales I	Abstraccion de una persona con audifonas	Un proyector
19.2B	Sala de computo III	Abstraccion de un monitor	Un mause
19.3B	Laboratorio de software I y II	Un CD	Un conector
19.4B	Baños	La figura plana de hombre y mujer	Un sanitario
20 B	Valle de Investigación	La representacion de una aula prefabricada debido a que ahí funciona el valle	Unas personas reunidas
20.1B	Citic (Desarrollo y Soporte técnico)	Una antena parabólica	Una persona corriendo
20.2 B	Cades	Una persona elegante	Una carpeta y esfero
20.3B	Dirección de estudiantes	Un auditorio	Una mesa con personas
20.4B	Oratorio	Una cruz	Unas manos unidas
20.5B	Baños	La figura plana de hombre y mujer	Un sanitario
21B	Edificio IV Aulario II	El numero cuatro debido a que es el cuarto edificio de la PUCE SD	Abstraccion alta del edificio
21.1B	Departamento de Idiomas	Un mundo	Un rompecabezas armado

Tabla N° II. Palabras clave y equivalencia icónica (continuación)
Fuente: Diseño Abraham Viñán

21.2B	Sala de Grados	Abstraccion de un graduado	Abstraccion de un traje de graduado
21.3B	Sala de Profesores	Abstraccion de tres personas sobre una mesa	Dos personas sentadas
21.4B	Aulas	Tres estudiantes de frente	Cinco estudiantes sentados
21.5B	Baños	La figura plana de hombre y mujer	Un sanitario
22B	Edificio V Aulario I	El numero cinco debido a que es el quinto edificio de la PUCE SD	Abstraccion alta del edificio
22.1B	Misiones Universitarias	Isotipo identificativo	Una paloma
22.2B	Aulas	Tres estudiantes de frente	Cinco estudiantes sentados
22.3B	Baños	La figura plana de hombre y mujer	Un sanitario
23B	Edificio VI Monseñor Emilio Stehle	El numero seis debido a que es el sexto edificio de la PUCE SD	Abstraccion alta del edificio
23.1B	Dirección CITIC (Capacitación, Redes, Sala de Computo II)	Un hombre con un mouse	Un mouse grande
23.2B	Sala de Audiovisuales II	Abstraccion de una persona con audifonas	Un proyector
24B	Bloque VII	El numero siete debido a que es el septimo edificio de la PUCE SD	Abstraccion alta del edificio
24.1B	Dirección de escuelas	Conector que identifica a la escuela, es un icono que se utiliza para señalar la oficina	Una persona sentada sobre un escritorio
24.2B	Secretarias	Una persona en un escritorio	Silueta de una mujer con papeles
25 B	Servicios	No tiene ícono	No tiene ícono
25.1B	Capilla Universitaria	Abstraccion de la capilla	Una cruz y paloma en fondo y figura
25.2B	Aula Magna	La silueta de la edificación	Conjunto de personas
25.3B	Estadio	Una cancha	Una pelota
25.4B	Copiadora	Una resma de hojas	Dos dibujos repetidos
25.5B	Bar	Conjunto de envases plasticos	Un gorro de cheff
25.6B	Seguridad	Abstraccion de un guardia de seguridad	Una mano indicando pare
25.7B	Estacionamiento	Un auto estacionado	Dos autos en perspectiva estacionados
26B	Entrada al Campus	Una fecha con la horientacion hacia el campus	Una mano indicando que siga adelante

Tabla N° II. Palabras clave y equivalencia icónica (continuación)
Fuente: Diseño Abraham Viñán

Selección de familia de íconos: para elegir la familia de íconos se realizó un diseño muestral para obtener el tamaño de la muestra, el método de muestreo y selección de la muestra, luego de tener todos estos datos se procedió a realizar una encuesta que nos ayuda a determinar las familia de íconos adecuadas para este sistema señalético. Todos los datos que necesitamos para poder realizar el diseño muestral nos facilito la secretaria general de la PUCE SD.

Datos:

Estrato 01= Administrativos 36 personas

Estrato 02= Alumnos 846 personas

Estrato 03= Docentes 123 personas

Total población(N): 1005 personas **(PUCE SD 2008/02)**

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N(PQ)}{(N-1)(E/K)^2 + PQ}$$

$$n = \frac{1005(0.25)}{(1004)(0.09/2)^2 + 0.25}$$

$$n = 110$$

$$n = 110$$

n= 110

Calculo de la fracción muestral: $F_n = (n/N)$

$$F_n = 110/1005 = \mathbf{0.109453}$$

Con esta cifra y aplicando la formula $(N.F_n)$ podremos encontrar el número de personas por estrato a las cuales debemos encuestar.

Estrato 01= Administrativos 36 personas 4 personas a encuestar

Estrato 02= Alumnos 846 personas 93 personas a encuestar

Estrato 03= Docentes 123 personas 13 personas a encuestar

Total: 110 personas

El tipo de muestreo es estratificado y para poder escoger a las personas a las cuales se debe encuestar se aplico un muestreo probabilístico aleatorio simple, que nos permitió realizar un sorteo con la base de datos de cada estrato y saber los nombres y apellidos de las personas a las cuales les debemos realizar las encuestas.

El resultado fue la elección de la familia de palabras claves número uno, por su nivel de entendimiento y la relación directa con la función específica a la que representa.

Tipos de señales: Pa este sistema señalético vamos a utilizar un orden lógico en el manejo de las señales que se verán impresas sobre los soportes señaléticos.

Pre- informativas, De identificación, Señales direccionales, Emergencia

3.4 Etapa IV: Diseño Grafico

3.4 .1 Fichas Señaléticas:

ZONA A

Código			1A
Soporte	mural		
Señal	identificativa		
Icono	conector señalador		
Texto	Dirección Comunicación Social		
Tipografía	Arial		
Color	FONDO DEL ICONO	celeste	
	ICONO	blanco	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
	FONDO DE TEXTO	degrade azul y celeste	
	TEXTO	blanco	
Número de soportes	1		
OBSERVACIONES			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de la oficina
adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código			5A
Soporte	mural		
Señal	identificativa		
Icono	dos libros superpuestos		
Texto	Biblioteca		
Tipografía	Arial		
Color	FONDO DEL ICONO	celeste	
	ICONO	blanco	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
	FONDO DE TEXTO	degrade azul y celeste	
	TEXTO	blanco	
Número de soportes	1		
OBSERVACIONES			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de la oficina
adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Gráfico N° 39. Fichas señaléticas
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Código				2A
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	conector señalador			
Texto	Dirección Diseño Grafico			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
FONDO DE TEXTO			degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION:
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			sobre la puerta de la oficina

Código				6A
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Aulas			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO		X	
	ICONO		X	
FONDO DE TEXTO			degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	10			DETALLE DE UBICACION:
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			sobre la puerta de las aulas

Código				3A
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Secretaría de escuelas			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO		X	
	ICONO		X	
FONDO DE TEXTO			degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION:
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			sobre la puerta de la oficina

Código				7A
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Talleres			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO		X	
	ICONO		X	
FONDO DE TEXTO			degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	2			DETALLE DE UBICACION:
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			sobre la puerta del taller

Código				4A
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Dicom			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO		X	
	ICONO		X	
FONDO DE TEXTO			degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION:
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			sobre la puerta de la oficina

Código				8A
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	Abstraccion de una persona con audifonos			
Texto	Centro de Audiovisuales			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
FONDO DE TEXTO			degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION:
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			sobre la puerta

Gráfico N° 40. Fichas señaléticas (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Código			9A	
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	Abstracción de un monitor			
Texto	Sala de Computo I			
Tipografía	Arial		Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm	
Color	FONDO DEL ICONO			celeste
	ICONO			blanco
	FONDO DE TEXTO			degrade azul y celeste
	TEXTO			blanco
Número de soportes	1		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta del laboratorio	
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código			13A	
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	bar			
Tipografía	Arial		Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm	
Color	FONDO DEL ICONO			X
	ICONO			X
	FONDO DE TEXTO			degrade azul y celeste
	TEXTO			blanco
Número de soportes	1		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta	
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código			10A	
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	figura plana de hombre y mujer			
Texto	baño			
Tipografía	Arial		Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm	
Color	FONDO DEL ICONO			celeste
	ICONO			blanco
	FONDO DE TEXTO			degrade azul y celeste
	TEXTO			blanco
Número de soportes	3		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta	
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código			14A	
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	Abstracción de un guardia de seguridad			
Texto	Seguridad			
Tipografía	Arial		Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm	
Color	FONDO DEL ICONO			celeste
	ICONO			blanco
	FONDO DE TEXTO			degrade azul y celeste
	TEXTO			blanco
Número de soportes	1		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta	
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código			11A	
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Salón Múltiple			
Tipografía	Arial		Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm	
Color	FONDO DEL ICONO			X
	ICONO			X
	FONDO DE TEXTO			degrade azul y celeste
	TEXTO			blanco
Número de soportes	1		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta del salón	
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código			15A	
Soporte	de piso			
Señal	identificativa			
Icono	auto estacionado			
Texto	X			
Tipografía	X		Dimensiones aproximadas 35 cm. x 140cm	
Color	FONDO DEL ICONO			celeste
	ICONO			blanco
	FONDO DE TEXTO			X
	TEXTO			X
Número de soportes	1		DETALLE DE UBICACION: sobre la esquina del estacionamiento	
OBSERVACIONES	al momento de colocarlo fijarlo al piso			

Gráfico N° 40. Fichas señaléticas (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Código		12A
Soporte	mural	
Señal	identificativa	
Icono	Abstracción de tres personas sobre una mesa	
Texto	Sala de Profesores	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO celeste	
	ICONO blanco	
	FONDO DE TEXTO degradé azul y celeste	
	TEXTO blanco	
Número de soportes	1	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
OBSERVACIONES		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de la oficina
adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad.		

Código		16A
Soporte	banderín	
Señal	direccional	
Icono	flecha con la orientación hacia el campus	
Texto	Entrada al Campus I	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO celeste	
	ICONO blanco	
	FONDO DE TEXTO degradé azul y celeste	
	TEXTO blanco	
Número de soportes	1	Dimensiones aproximadas 95 cm. x 240cm
OBSERVACIONES		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de la oficina
este soporte necesita luz		

ZONA B

Código		17B
Soporte	directorio interno	
Señal	identificativa	
Icono	numero uno	
Texto	Edificio I Miserior	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO celeste	
	ICONO blanco	
	FONDO DE TEXTO azul y verde	
	TEXTO blanco	
Número de soportes	1	Dimensiones aproximadas 80 cm. x 80cm
OBSERVACIONES		DETALLE DE UBICACION: a la izquierda de la puerta principal
servirá para saber los servicios con los que cuenta este edificio, los servicios se rotacionan textualmente		

Código		17.1B
Soporte	mural	
Señal	identificativa	
Icono	dos libros superpuestos	
Texto	Biblioteca	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO celeste	
	ICONO blanco	
	FONDO DE TEXTO degradé azul y celeste	
	TEXTO blanco	
Número de soportes	1	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
OBSERVACIONES		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de la oficina
adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad		

Código		17.2B
Soporte	mural	
Señal	identificativa	
Icono	Una persona con libro abierto	
Texto	sala de lectura	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO celeste	
	ICONO blanco	
	FONDO DE TEXTO degradé azul y celeste	
	TEXTO blanco	
Número de soportes	1	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
OBSERVACIONES		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta
adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad		

Código		17.3B
Soporte	mural	
Señal	identificativa	
Icono	graficacion de enfermera	
Texto	dispensario médico	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO celeste	
	ICONO blanco	
	FONDO DE TEXTO degradé azul y celeste	
	TEXTO blanco	
Número de soportes	1	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
OBSERVACIONES		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta
adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad		

Gráfico N° 40. Fichas señaléticas (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Código				17.4B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Laboratorio de Enfermería			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta

Código				17.5B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Laboratorio clínico			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de las aulas

Código				18B
Soporte	directorio interno			
Señal	identificativa			
Icono	numero dos			
Texto	Edificio II San Liborio			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		azul y verde	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			Dimensiones aproximadas 80 cm. x 80cm
OBSERVACIONES	servira para saber los servicios con los que cuenta este edificio. los servicios se redactaran textualmente			DETALLE DE UBICACION: a la izquierda de la puerta principal

Código				18.1B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Información			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de las aulas

Código				18.2B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	Una persona inclinada sobre un escritorio			
Texto	Prorectorado			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta

Código				18.3B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Dirección Académica			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de las aulas

Gráfico N° 40. Fichas señaléticas (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Código				18.4B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Dirección Financiera			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de las aulas	

Código				18.5B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Secretaría General			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de las aulas	

Código				18.6B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Recursos humanos			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de las aulas	

Código				18.7B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Recursos Físicos			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de las aulas	

Código				18.8B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Oficina Jardín Botánico			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de las aulas	

Código				18.9B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Tesorería			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad		DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de las aulas	

Gráfico N° 40. Fichas señaléticas (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Código		19B
Soporte	directorio interno	
Señal	identificativa	
Icono	numero tres en romanos	
Texto	Edificio III Daponte	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO  celeste	
	ICONO  blanco	
	FONDO DE TEXTO  azul y verde	
	TEXTO  blanco	
Número de soportes	1	Dimensiones aproximadas 80 cm. x 80cm
OBSERVACIONES	servira para saber los servicios con los que cuenta este edificio, los servicios se redactaran textualmente	DETALLE DE UBICACION: a la izquierda de la puerta principal

Código		19.1B
Soporte	mural	
Señal	identificativa	
Icono	Abstraccion de una persona con audifonos	
Texto	Sala de Audiovisuales I	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO  celeste	
	ICONO  blanco	
	FONDO DE TEXTO  degrade azul y celeste	
	TEXTO  blanco	
Número de soportes	1	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad	DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta

Código		19.2B
Soporte	mural	
Señal	identificativa	
Icono	Abstraccion de un monitor	
Texto	Sala de de Computo III	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO  celeste	
	ICONO  blanco	
	FONDO DE TEXTO  degrade azul y celeste	
	TEXTO  blanco	
Número de soportes	1	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad	DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta del laboratorio

Código		19.3B
Soporte	mural	
Señal	identificativa	
Icono	X	
Texto	Laboratorio de software I y II	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO  X	
	ICONO  X	
	FONDO DE TEXTO  degrade azul y celeste	
	TEXTO  blanco	
Número de soportes	1	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad	DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta del laboratorio

Código		19.4B
Soporte	mural	
Señal	identificativa	
Icono	figura plana de hombre y mujer	
Texto	baño	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO  celeste	
	ICONO  blanco	
	FONDO DE TEXTO  degrade azul y celeste	
	TEXTO  blanco	
Número de soportes	3	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad	DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta

Código		20B
Soporte	directorio interno	
Señal	identificativa	
Icono	numero tres en romanos	
Texto	valle de investigación	
Tipografía	Arial	
Color	FONDO DEL ICONO  celeste	
	ICONO  blanco	
	FONDO DE TEXTO  azul y verde	
	TEXTO  blanco	
Número de soportes	1	Dimensiones aproximadas 80 cm. x 80cm
OBSERVACIONES	servira para saber los servicios con los que cuenta el valle, los servicios se redactaran textualmente	DETALLE DE UBICACION: sobre la primera aula prefabricada a 70 cm. del piso, centrado

Gráfico N° 40. Fichas señaléticas (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Código				20.1B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Citic (Desarrollo y Soporte técnico)			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	3			DETALLE DE UBICACION: sobre las divisiones internas
OBSERVACIONES	como los tres servicios se realizan en la misma oficina se producirá uno para cada servicio.			

Código				20.2B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Cades			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de la oficina
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				20.3B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Dirección de estudiantes			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de la oficina
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				20.4B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Oratorio			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta del Oratorio
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				20.5B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	figura plana de hombre y mujer			
Texto	baño			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				21B
Soporte	directorio interno			
Señal	identificativa			
Icono	numero cuatro en romanos			
Texto	Edificio IV Aulario II			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 80 cm. x 80cm
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		azul y verde	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: a la izquierda de la entrada principal
OBSERVACIONES	servir para saber los servicios con los que cuenta este edificio, los servicios se redactaran textualmente			

Gráfico N° 40. Fichas señaléticas (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Código				21.1B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Departamento de Idiomas			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degradado azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de la oficina
OBSERVACIONES	acharir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				21.2B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	abstraccion de un graduado			
Texto	Sala de Grados			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		degradado azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta
OBSERVACIONES	acharir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				21.3B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	Abstraccion de tres personas sobre una mesa			
Texto	Sala de Profesoras			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		degradado azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de la oficina
OBSERVACIONES	acharir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				21.4B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Aula			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degradado azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	30			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de cada aula
OBSERVACIONES	acharir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				21.5B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	figura plana de hombre y mujer			
Texto	baño			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		degradado azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta
OBSERVACIONES	acharir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				22B
Soporte	direccion interno			
Señal	Identificativa			
Icono	numero cinco en romanos			
Texto	Edificio V Aulario I			
Tipografía	Arial			Dimensiones aproximadas 80 cm. x 80cm
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		azul y verde	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: a la izquierda de la entrada principal
OBSERVACIONES	servira para saber los servicios con los que cuenta este edificio, los servicios se redactaran textualmente			

Gráfico N° 40. Fichas señaléticas (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Código				22.1B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Aula			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO	X		Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	20			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de cada aula
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				22.2B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Misiones Universitarias			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO	X		Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de la oficina
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				22.3B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	figura plana de hombre y mujer			
Texto	baño			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				23B
Soporte	directorio interno			
Señal	identificativa			
Icono	numero seis en romanos			
Texto	Edificio VI Menseñor Emilio Stehle			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	Dimensiones aproximadas 80 cm. x 80cm
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		azul y verde	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: a la izquierda de la entrada principal
OBSERVACIONES	servirá para saber los servicios con los que cuenta este edificio, los servicios se redactaran textualmente			

Código				23.1B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Texto	Dirección CITIC			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO	X		Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta de la oficina
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Código				23.2B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	Abstracción de una persona con audifonos			
Texto	Sala de Audiovisuales II			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			DETALLE DE UBICACION: sobre la puerta
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad			

Gráfico N° 40. Fichas señaléticas (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Código			24B 24.1B
Soporte	directorio interno		
Señal	identificativa		
Icono	numero siete en romanos		
Texto	Bloque VII Dirección de escuelas		
Tipografía	Arial		
Dimensiones aproximadas	FONDO DEL ICONO	 celeste	
	ICONO	 blanco	
	FONDO DE TEXTO	 azul y verde	
	TEXTO	 blanco	
Número de soportes	1		
OBSERVACIONES	servira para saber los servicios con los que cuenta este edificio, los servicios se redactaran textualmente		
DETALLE DE UBICACION:			a la izquierda de la entrada principal

Código			24.2B
Soporte	mural		
Señal	identificativa		
	X		
	secretarías		
Tipografía	Arial		
Dimensiones aproximadas	FONDO DEL ICONO	 X	
	ICONO	 X	
	FONDO DE TEXTO	 degrade azul y celeste	
	TEXTO	 blanco	
Número de soportes	1		
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad		
DETALLE DE UBICACION:			sobre la puerta de la oficina

			25.1B
Soporte	mural		
Señal	identificativa		
	Abstracción de la capilla		
	Capilla Universitaria		
Tipografía	Arial		
Dimensiones aproximadas	FONDO DEL ICONO	 celeste	
	ICONO	 blanco	
	FONDO DE TEXTO	 degrade azul y celeste	
	TEXTO	 blanco	
Número de soportes	1		
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad		
DETALLE DE UBICACION:			sobre la puerta de ingreso

			25.2B
Soporte	mural		
Señal	identificativa		
	X		
	Aula Magna		
Tipografía	Arial		
Dimensiones aproximadas	FONDO DEL ICONO	 X	
	ICONO	 X	
	FONDO DE TEXTO	 degrade azul y celeste	
	TEXTO	 blanco	
Número de soportes	1		
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad		
DETALLE DE UBICACION:			sobre la puerta de ingreso

			25.3B
Soporte	mural		
Señal	identificativa		
	X		
	Estacio		
Tipografía	Arial		
Dimensiones aproximadas	FONDO DEL ICONO	 X	
	ICONO	 X	
	FONDO DE TEXTO	 degrade azul y celeste	
	TEXTO	 blanco	
Número de soportes	1		
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad		
DETALLE DE UBICACION:			sobre la puerta de ingreso

			25.4B
Soporte	mural		
Señal	identificativa		
	X		
	Copiadora		
Tipografía	Arial		
Dimensiones aproximadas	FONDO DEL ICONO	 X	
	ICONO	 X	
	FONDO DE TEXTO	 degrade azul y celeste	
	TEXTO	 blanco	
Número de soportes	1		
OBSERVACIONES	adherir el soporte con algun tipo de pega que sea resistente a la humedad		
DETALLE DE UBICACION:			sobre la puerta de ingreso

Gráfico N° 40. Fichas señaléticas (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Código				25.5B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	X			
Bar				
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO	X		
	ICONO	X		
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 7cm
DETALLE DE UBICACION:				
OBSERVACIONES		adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad		sobre la puerta de ingreso

Código				25.6B
Soporte	mural			
Señal	identificativa			
Icono	Abstracción de un guardia de seguridad			
Texto	Seguridad			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 10cm
DETALLE DE UBICACION:				
OBSERVACIONES		adherir el soporte con algún tipo de pega que sea resistente a la humedad		sobre la puerta

Código				25.7B
Soporte	de piso			
Señal	identificativa			
Icono	auto estacionado			
Texto	X			
Tipografía	X			
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO	X		
	TEXTO	X		
Número de soportes	1			Dimensiones aproximadas 35 cm. x 140cm
DETALLE DE UBICACION:				
OBSERVACIONES		al momento de colocarlo fijarlo al piso		sobre la esquina del estacionamiento

Código				25.8B
Soporte	banderín			
Señal	direccional			
Icono	fecha con la orientación hacia el campus			
Texto	Entrada al Campus I			
Tipografía	Arial			
Color	FONDO DEL ICONO		celeste	
	ICONO		blanco	
	FONDO DE TEXTO		degrade azul y celeste	
	TEXTO		blanco	
Número de soportes	1			Dimensiones aproximadas 95 cm. x 240cm
DETALLE DE UBICACION:				
OBSERVACIONES		este soporte necesita luz		sobre la puerta de la oficina

Gráfico N° 40. Fichas señaléticas (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

3.4.2 Diseño de Soportes Señaléticas: La característica de un soporte es su funcionalidad y respondiendo a esta gran pregunta se tomo como base para nuestro diseño este factor importante reflejado en su simplicidad y armonía con el ambiente y con sus rasgos de la identidad corporativa. Los soportes a utilizar son:

Murales, Banderines, De piso, Directorios,

Criterios Formales de Diseño:

Elementos de fusión para la construcción de soportes

Tabla N° III

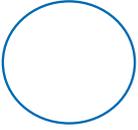
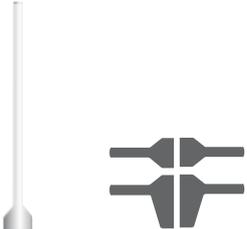
	la circunferencia establece una relación directa con la marca de la PUCE SD
	Es una segmentación de la cruz que se maneja en la marca y ayuda a generar equilibrio, simplicidad y armonía en el soporte.
	El conector es un elemento que internamente es parte de la cruz, y sirve para representar integración y crecimiento

Tabla N° III. Elementos de construcción de los soportes
Fuente: Diseño Abraham Viñán

FACTOR X: (dimensión de los soportes)

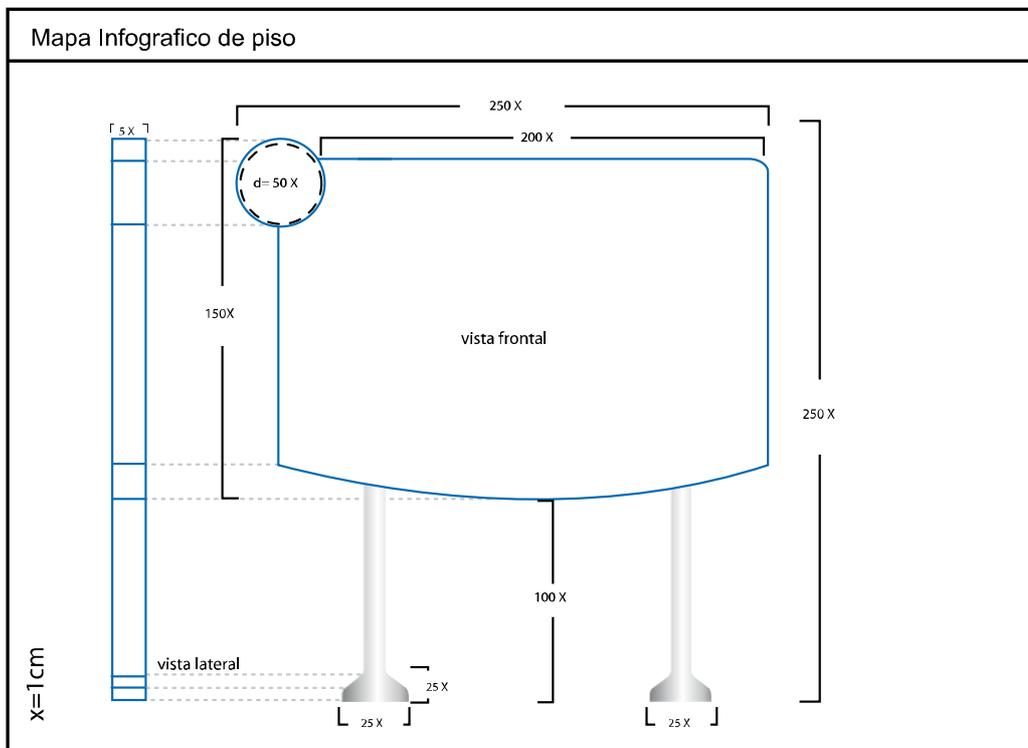


Gráfico N° 41. Factor X
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

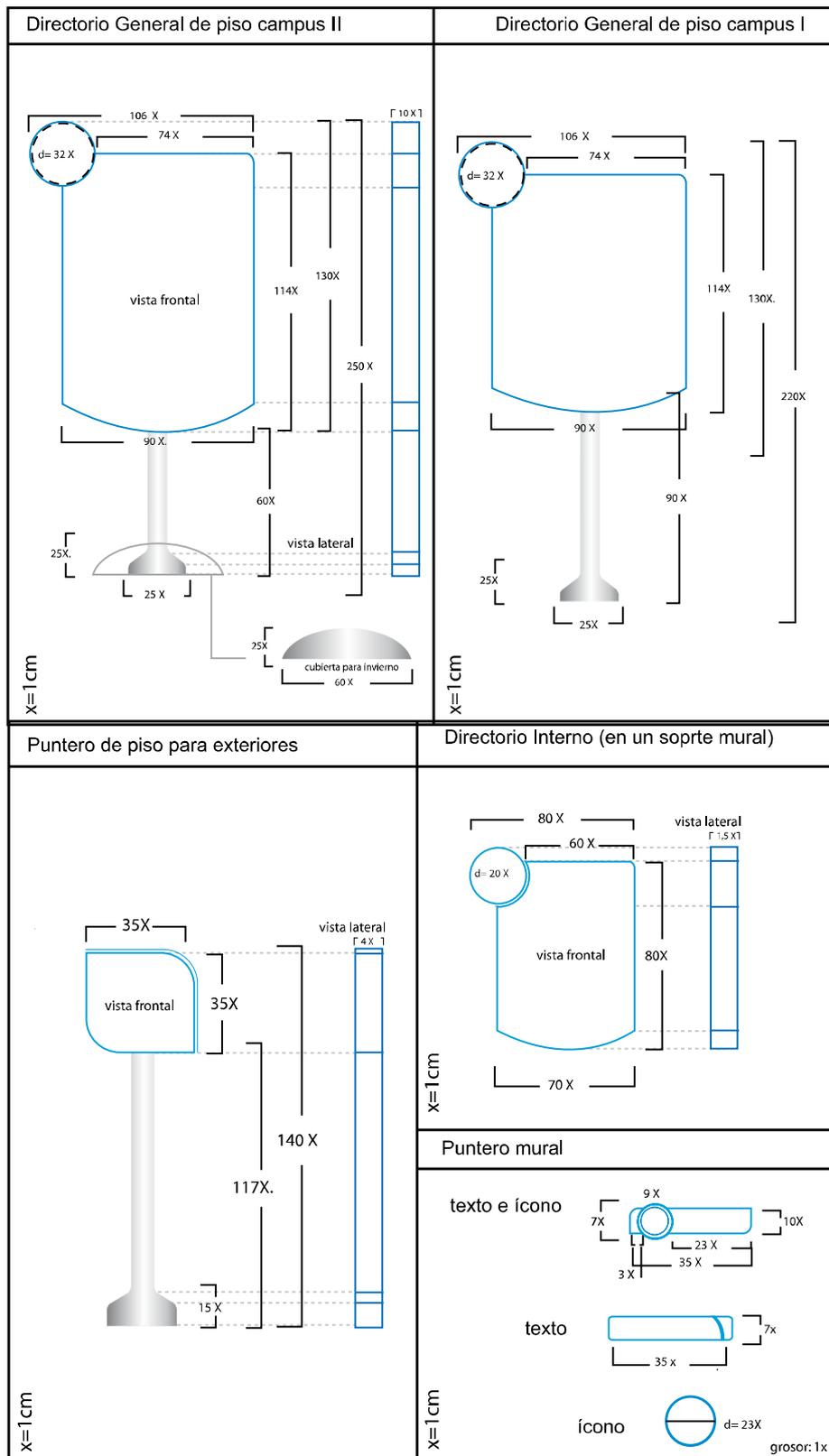


Gráfico N° 41. Factor X (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

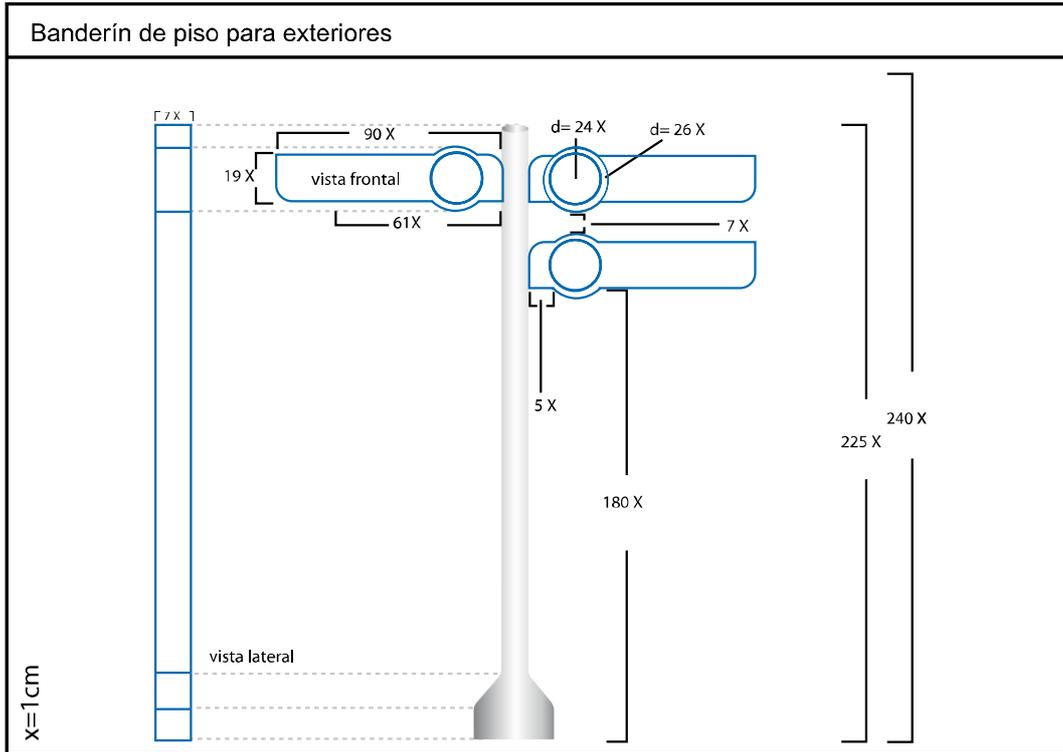


Gráfico N° 41. Factor X (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

DIAGRAMACIÓN:

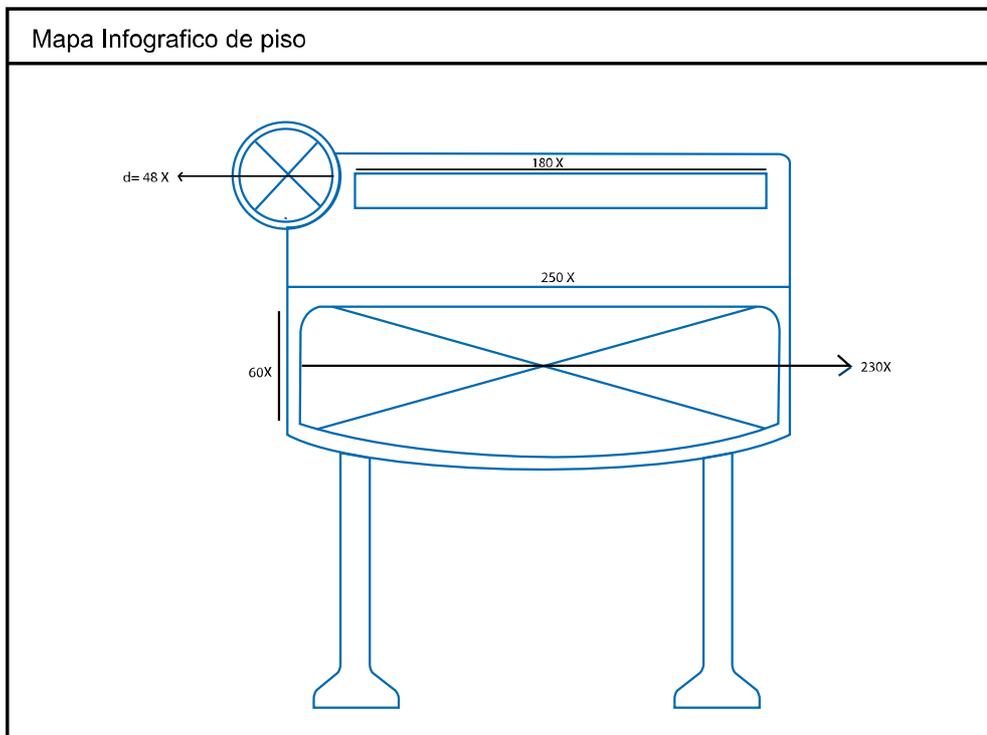


Gráfico N° 42. Diagramación
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

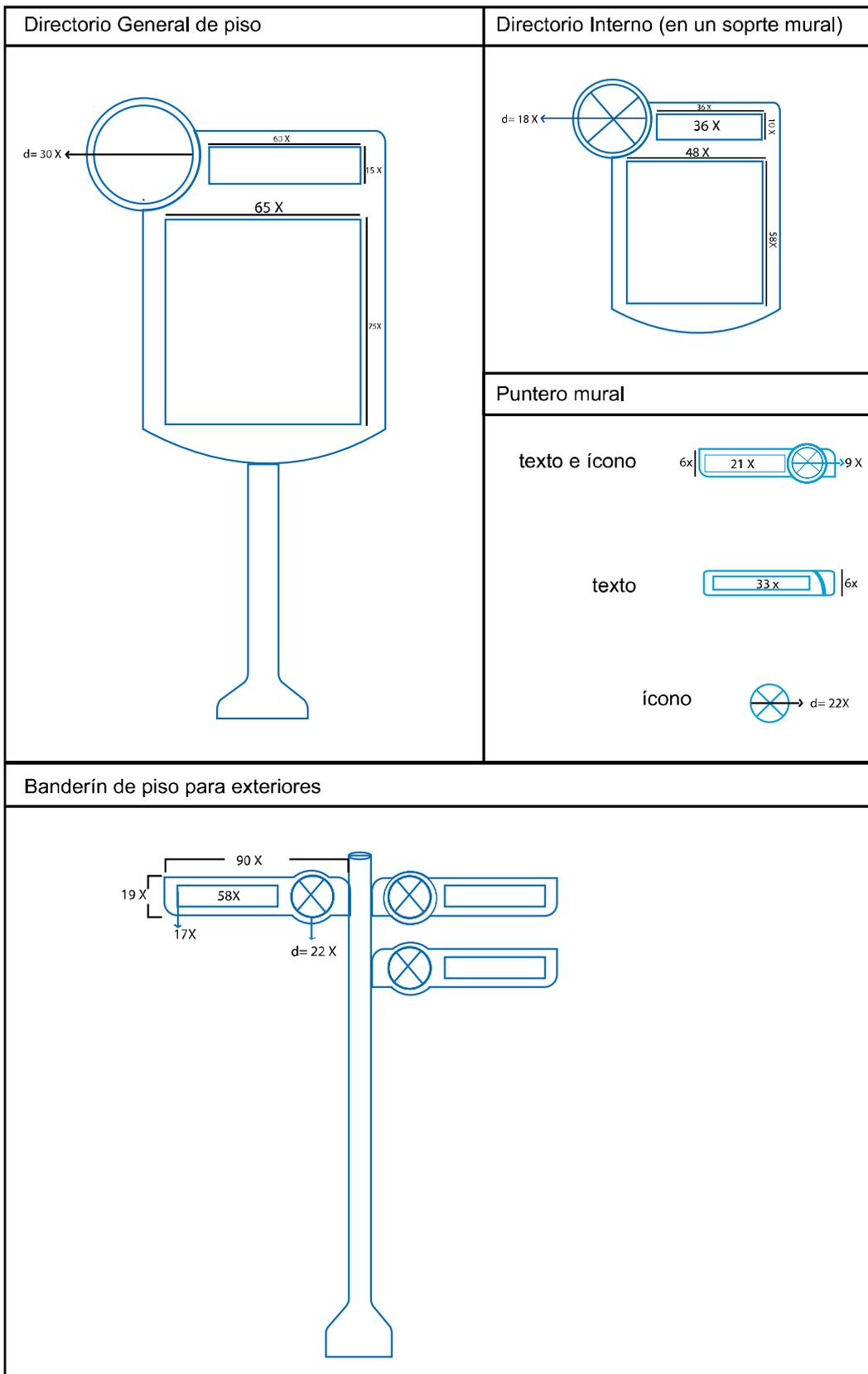


Gráfico N° 42. Diagramación (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

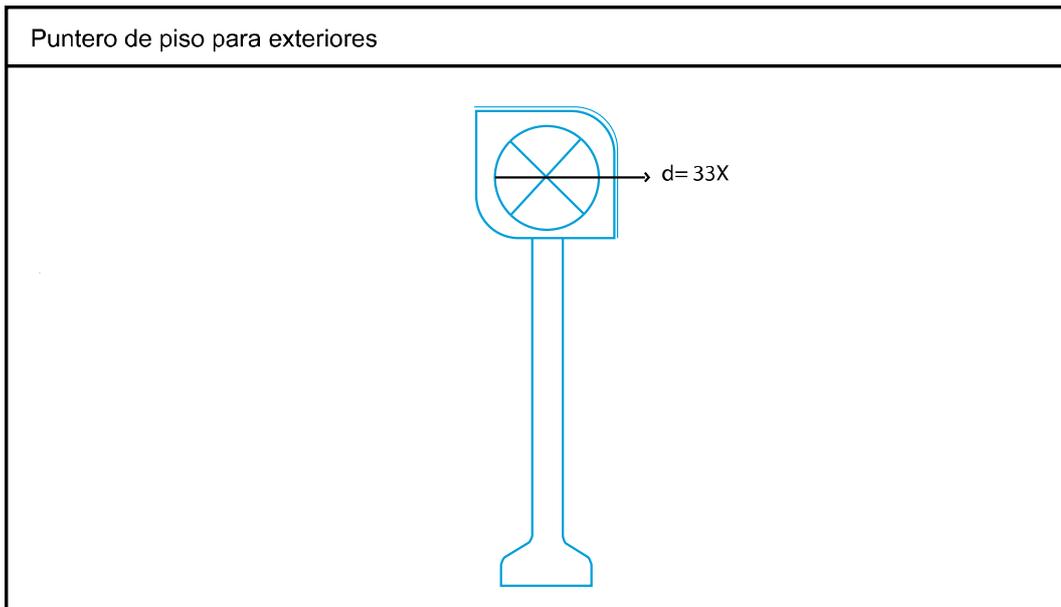


Gráfico N° 42. Diagramación (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Tabla N° IV

Cromática:

Colores CMYK	Colores RGB	PANTONE
100 %  C=1`00 M=60 Y0 =K40	100 %  R0 G 65 B120	100 %  Pantone DS 206 - 1C
 C= 35 M=0 Y= 35 K=0	 R189 G205 B27	 Pantone DS 302 - 1C
 C 35 M=0 Y=100 K=0	 R113 G23 B27	 Pantone 300 C

Tabla N° IV. Cromática
Fuente: Diseño Abraham Viñán

La cromática escogida nos ayuda como medio de expansión de la identidad, debido a que son colores corporativos que utiliza la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo, en todos sus elementos de imagen actual.

Materiales: Para la realización de los soportes señaléticos, se plantea materiales acorde al medio en el cual se implementara este proyecto.

Tabla N° V

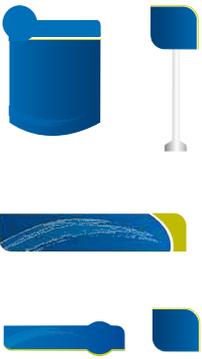
PIEZAS	MATERIAL	CARACTERÍSTICAS	FUNCIÓN
	<p>acrílico con impresión en ploter</p>	<p>material de textura liza, económico resistente al ambiente</p>	<p>informan sobre la ubicación de los servicios dentro de los edificios de la puce sd.</p>
	<p>acrílico con iluminación back light. impresión en ploter y tubo de acero galvanizado. protegido con pintura anticorrosiva.</p>	<p>tubos de textura liza, resistente al ambiente con previo recubrimiento externo. iluminación back light para visualización informativa nocturna y herméticamente cerrada para evitar corto circuito.</p>	<p>informan sobre la ubicación de los servicios de la Puce SD, de forma exterior.</p>

Tabla N° V. Materiales
Fuente: Diseño Abraham Viñán

Mix de Soportes

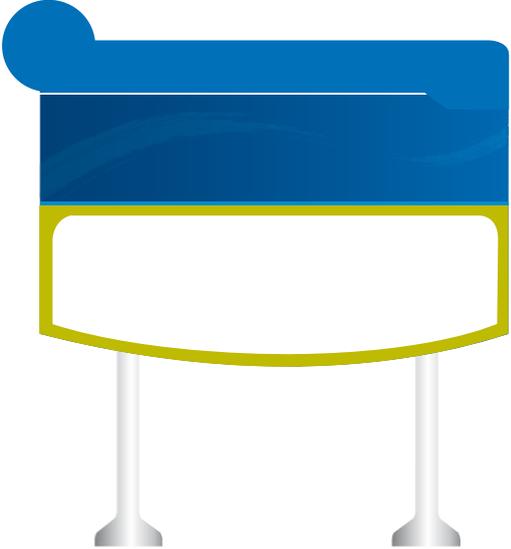
Mapa Infografico de piso	
 A stand with two silver legs, a blue top section with a white horizontal line, and a white bottom section with a yellow border.	
Directorio General de piso	Directorio Interno (en un soporte mural)
 A stand with one silver leg, a blue top section with a white horizontal line, and a blue bottom section.	 A stand with one silver leg, a blue top section with a white horizontal line, and a blue bottom section with a yellow border.
	Puntero mural
	texto e ícono 
	texto 
	ícono 

Gráfico N° 43. Mix de soportes
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

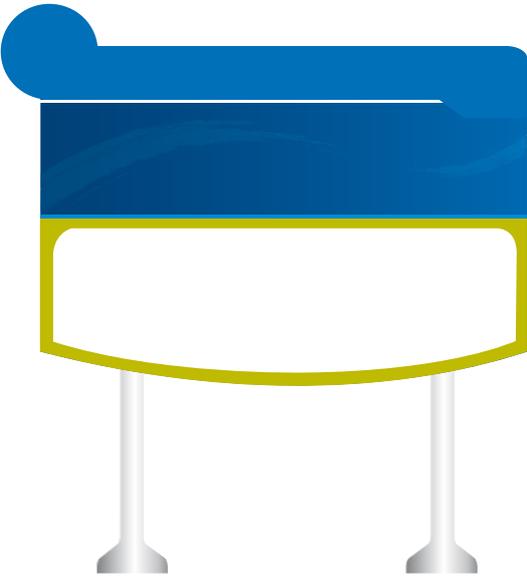
Mapa Infografico de piso	
	
Directorio General de piso	Directorio Interno (en un soporte mural)
	
	Puntero mural
	texto e ícono 
	texto 
	ícono 

Gráfico N° 43. Mix de soportes (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

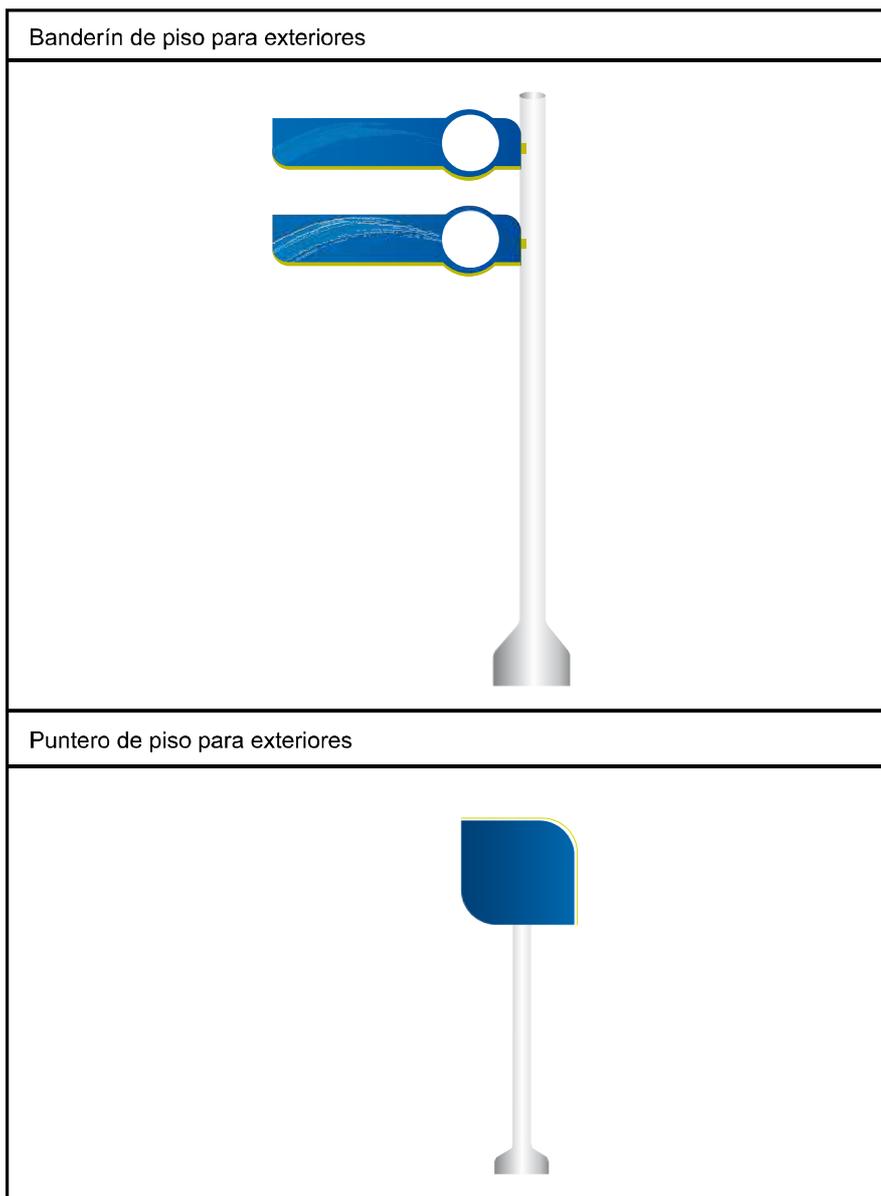


Gráfico N° 43. Mix de soportes (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

3.4.3 Modulo Compositivo

Para texto (esquema de construcción hacia el centro)

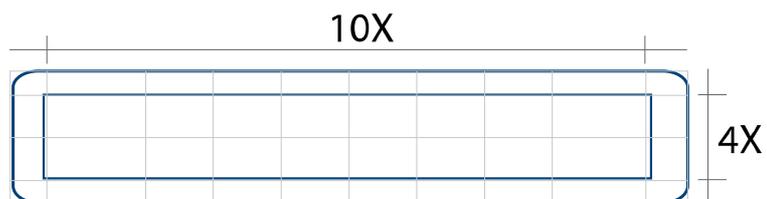


Gráfico N° 44. Modulo compositivo para texto
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

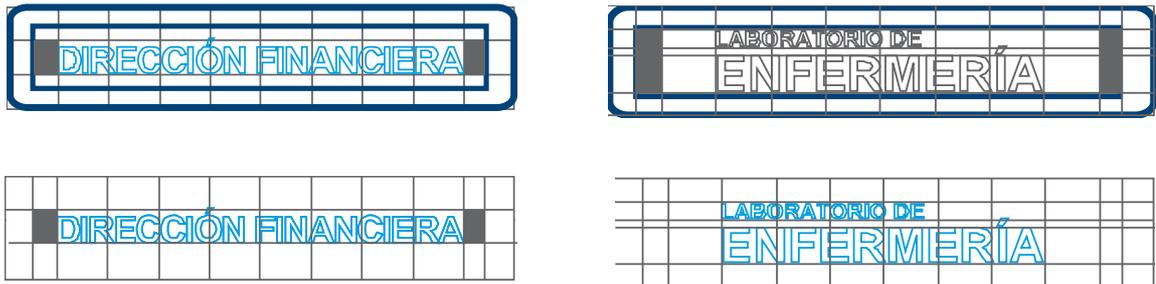


Gráfico N° 45. Aplicaciones del Modulo compositivo para texto
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Modulo Compositivo

Para icono (esquema de construcción hacia el centro)

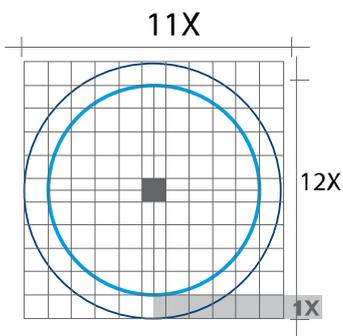


Gráfico N° 46. Modulo compositivo para icono

Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

3.4.4 Tipografía señalética:

Familia: **Arial**

abcdefghijklmnopqrstuvwxy 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ !"#%&/()?!;:

Esta familia tipográfica se utiliza para establecer una relación directa con la Identidad Corporativa de la PUCE SD ya que es utilizada en el logo de la universidad. Otra razón fundamental es las características con las que cuenta esta tipografía como simplicidad en su trazo y formalismo en sus terminaciones lo cual permite establecer una armonía y estabilidad al momento de realizar una lectura visual.

3.4.5 Familia de Pictogramas:

ESTRUCTURA ESPACIAL DE LA FAMILIA DE PICTOGRAMAS

Semántica: análisis del servicio y graficación de la actividad en un nivel medio

Sintáctica: circunferencia segmentada en un nivel bajo

Pragmática: visible sin complicación

Retícula: informal asimétrica con puntos de atención

Esquema de representación: Pictogramas incorporados a textos

Medidas: los pictogramas están delimitados por su circunferencia que tiene un diámetro de 9 centímetros.

Pictogramas para la zona **A** **Tabla N° VI**

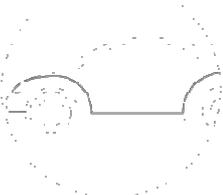
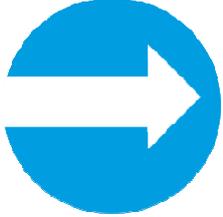
		función
		12A
		14A
		15A
		16A

Tabla N° VI. Iconos
Fuente: Diseño Abraham Viñán

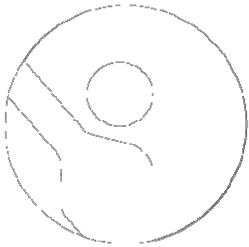
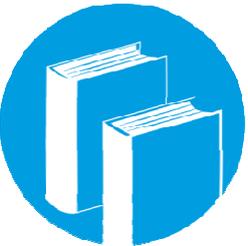
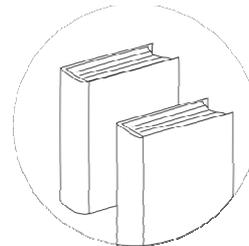
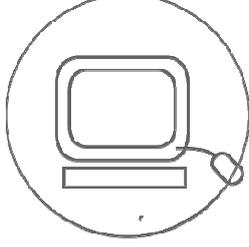
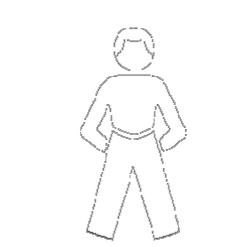
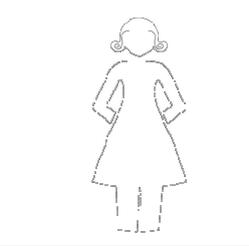
		función
		1A 2A
		5A
		8A
		9A
		10A
		10A

Tabla N° VI. Iconos (continuación)
Fuente: Diseño Abraham Viñán

Pictogramas para la zona **B**

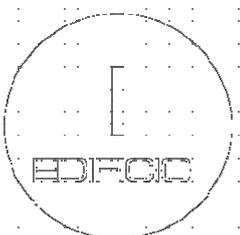
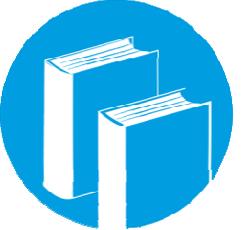
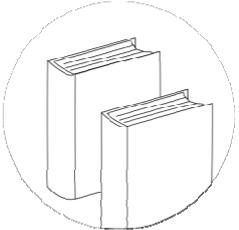
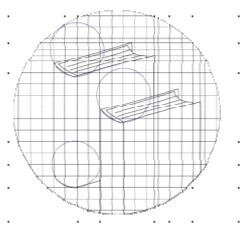
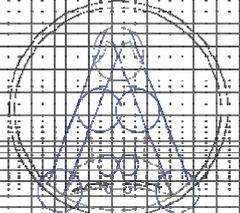
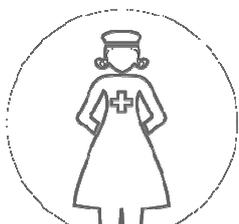
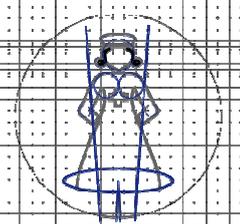
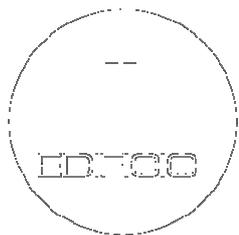
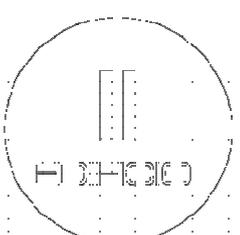
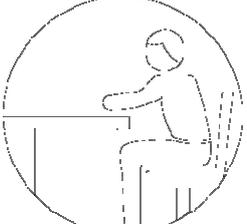
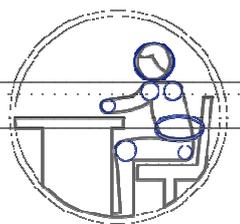
			<p>17B</p>
			<p>17.1B</p>
			<p>17.2B</p>
			<p>17.3B</p>
			<p>18B</p>
			<p>18.2B</p>

Tabla N° VI. Iconos (continuación)
Fuente: Diseño Abraham Viñán

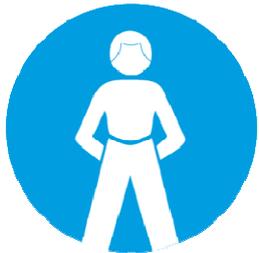
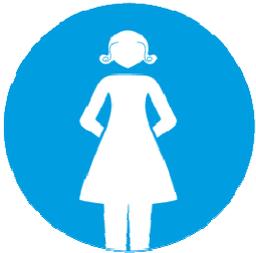
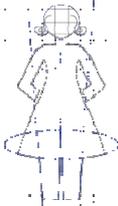
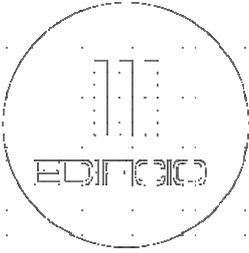
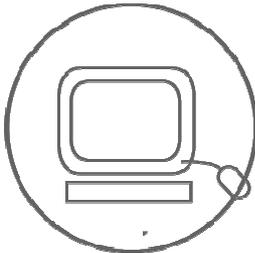
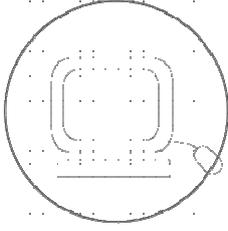
			19.4B 20.5B 21.5B 22.3B
			19.4B 20.5B 21.5B 22.3B
			19B
			19.1B 23.2B
			19.2B
			20 B

Tabla N° VI. Iconos (continuación)
Fuente: Diseño Abraham Viñán

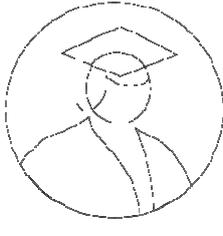
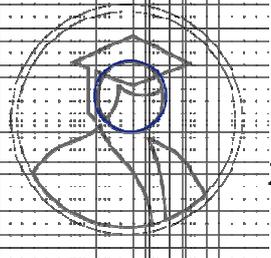
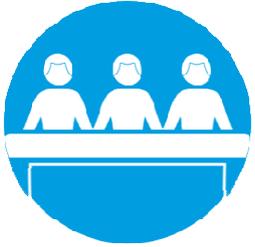
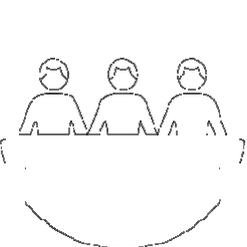
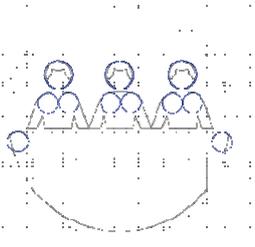
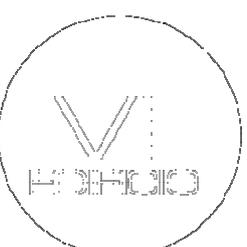
		 21B
		 21.2B
		 21.3B
		 22B
		 23B
		 24B

Tabla N° VI. Iconos (continuación)
Fuente: Diseño Abraham Viñán

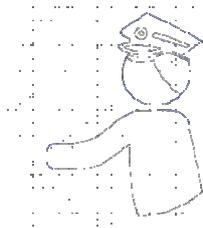
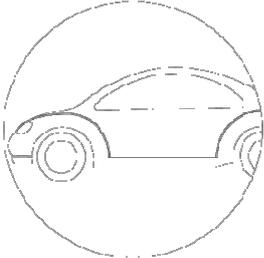
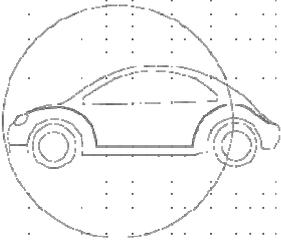
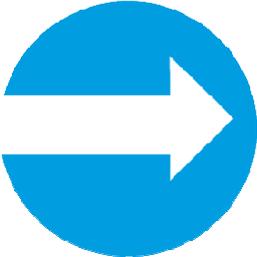
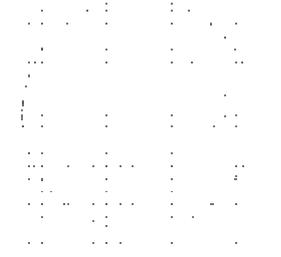
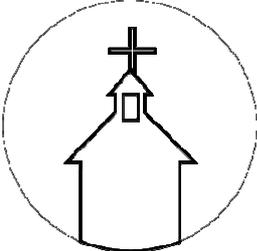
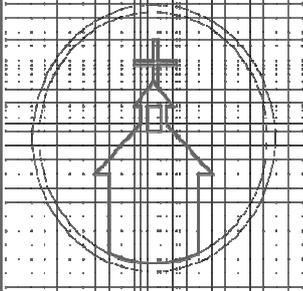
		 25.6B
		 25.7B
		 26B
		 25.1B

Tabla N° VI. Iconos (continuación)
Fuente: Diseño Abraham Viñán

Nota: para él identificador de cada edificio se eligió otro color para establecer jerarquización entre las edificaciones debido a que dentro de cada edificio se encuentran servicios internos.

3.4.6 Cromática de pictogramas:

Tabla N° VII

Para identificar edificaciones		C=100 M=70 Y=10 K=20	R=100 G=101 B=103	PANTONE DS 195 ¹ C
Para identificar iconos		C=100 M=0 Y=0 K=0	R=0 G=158 B=224	PANTONE PROCESS CYAN C

Tabla N° VII. Cromática señalética
Fuente: Diseño Abraham Viñán

3.4.7 Originales para Prototipos

Zona A

Soporte Mural de texto e icono



11A



3A



13A



4A

Gráfico N° 47. Originales para Prototipos
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



7A



6A



10A



10A



9 A



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

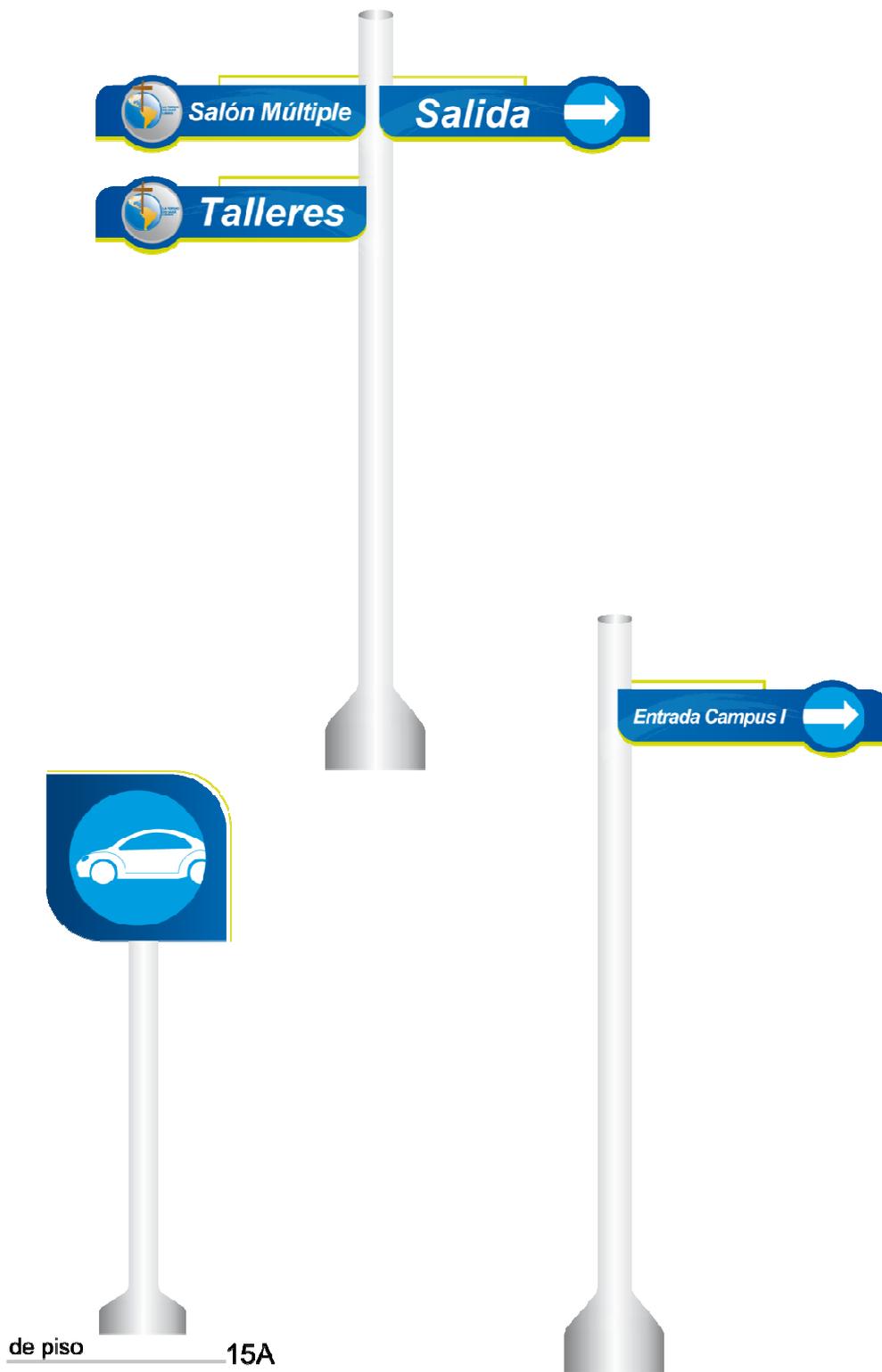


Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



directorio interno 1A, 2A, 3A, 4A,

Mapa Infográfico



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Zona B



17,4B



17,5B



18,1B



18,3B



18,4B



18,5B



18,6B



18,7B



18,9B



20,3B

Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



18,8B



20,2B



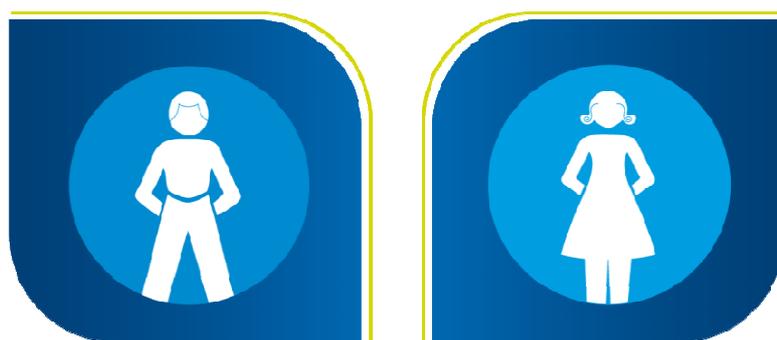
25,5B



20,4B



2,2,3B



mural de icono

22,3 B



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



17B, 18B, 19B, 20B, 21B, 22B, 23B, 24B

Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Mapa Infográfico



Gráfico N° 47. Originales para Prototipos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

3.4.8 Propuestas adicionales

Señal preventiva sobre soporte de piso



Gráfico N° 48. Propuestas adicionales
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Señal direccional sobre soporte de piso



Gráfico N° 48. Propuestas adicionales (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Señal Identificativa sobre soporte de piso



Gráfico N° 48. Propuestas adicionales (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Basurero con icono y mensaje integrado



Gráfico N° 48. Propuestas adicionales (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

3.4.9 Presupuesto para implementación del sistema señalético

Tipo de soporte	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Soporte mural de texto	32	\$ 10.00	\$ 320.00
Soporte mural de ícono	18	\$ 10.00	\$ 180.00
Mural de texto e ícono	22	\$ 12.00	\$ 264.00
Banderín con 18 brazos en total	8	\$ 125.00	\$ 1000.00
De piso	6	\$ 50.00	\$ 300.00
Directorios generales	2	\$ 250.00	\$ 500.00
Directorios internos	9	\$ 25.00	\$ 225.00
Mapas infográficos	2	\$ 180.00	\$ 360.00
TOTAL:			\$ 3149.00

Gráfico N° 49. Presupuesto sistema señalético
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

3.4.10 Implementación

Luego de los análisis pertinentes y de las soluciones propuestas presentadas, la empresa cliente (PUCE SD) han tomado la decisión de implementar el proyecto.



Foto N° 63. Ejemplo de Implementación de la señalética
Fuente: Fotografía Abraham Viñán

CAPITULO IV:

INFOGRAFÍA VIRTUAL PUCE SD

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo atiende con responsabilidad y esmero las expectativas de educación superior de muchos jóvenes a nivel superior, de esta forma ha seguido creciendo a grandes pasos; en estudiantes, a un promedio del doble cada año, lo que ha supuesto el incremento del personal docente, administrativo, nuevos servicios, y sobre todo ha existido la necesidad de crear un campus I y II, Además cuenta con departamentos como: Académico, Administrativo-Financiero, Misiones Universitarias, Cultura, Biblioteca, Laboratorios de Computación, Capilla, entre otros.

La infografía colaborara con la señalética como un punto de información para los lectores, un beneficio para que el usuario que ingresa al campus uno y dos se familiarice con la señalética y sepa dónde pueden encontrar información que les permita llegar al lugar que buscan.

La Universidad se encuentra en un proceso de cambio de su sitio web, la infografía contara con su espacio en dicho sitio web y ayudara a los usuarios que desean

adquirir información de su estructura arquitectónica y ubicación de sus servicios a través de la visita a la página web, además servirá de guía para saber cómo llegar a la PUCE SD.

4.1 La idea

¿Qué va a aprender el lector de la infografía de la PUCE SD?

El lector sabrá donde se encuentra ubicados los servicios principales del campus uno y dos, esto permitirá que los usuarios que visitan la PUCE SD puedan realizar sus actividades de una forma rápida y sin complicaciones.

¿Simplificará o complicará la comprensión de la estructura Infográfica de la PUCE SD?

Tendrá coherencia y unidad con la señalética ya que estos dos grandes temas se entrelazan y sirven de apoyo mutuo. Debido a esto el usuario podrá comprender rápidamente la ubicación de cada servicio.

La información con la que se realizó el sistema señalético, se utilizara en la elaboración de la infografía para que se puedan apreciar visualmente como una familia.

Los colores que se manejan en la señalética se los ratifica en la infografía esto ayuda a que sean percibidas como un conjunto funcional y totalizador.

¿Hará más relevante el contenido de la información?

La información que se presentara será estructurada en base a la tipología de la función específica del sistema señalético.

4.2 La investigación

Esta investigación se centra en encontrar todos los espacios físicos en los cuales se oferta todos los servicios de la PUCE SD, junto con sus mapas y su simbología.

Campus I (zona A)

A código	PALABRAS CLAVE I
1A	Dirección Comunicación Social
2A	Dirección Diseño
3A	Secretaría de escuelas
4A	Dicom
5A	Biblioteca
6A	Aulas
7A	Talleres
8A	Centro de Audiovisuales
9A	Sala de de Computo I
10A	Baños Hombres – Mujeres
11A	Salón Múltiple
12A	Sala de Profesores
13A	Bar
14A	Seguridad
15A	Estacionamiento
16A	Entrada al Campus I

Gráfico N° 50. Investigación de servicios Infográficos
Fuente: Diseñado por Abraham Viñan

Campus II (zona B)

B código	PALABRAS CLAVE I	B código	PALABRAS CLAVE I
17B	Edificio I Miserior	19B	Edificio III Daponte
17.1B	Biblioteca	19.1B	Sala de Audiovisuales I
17.2B	Sala de lectura	19.2B	Sala de computo III
17.3B	Dispensario Médico	19.3B	Laboratorio de software I y II
17.4B	Laboratorio de Enfermería	19.4B	Baños
17.5B	Laboratorio Clínico	20 B	Valle de Investigación
18B	Edificio II San Liborio	20.1B	Citic (Desarrollo y Soporte técnico)
18.1B	Información	20.2 B	Cades
18.2B	Prorectorado	20.3B	Dirección de estudiantes
18.3B	Dirección Académica	20.4B	Oratorio
18.4B	Dirección Financiera	20.5B	Baños
18.5B	Secretaría General	21B	Edificio IV Aulario II
18.6B	Recursos humanos	21.1B	Departamento de Idiomas
18.7B	Recursos Físicos	21.2B	Sala de Grados
18.8B	Oficina Jardín Botánico	21.3B	Sala de Profesores
18.9B	Tesorería	21.4B	Aulas
		21.5B	Baños

Gráfico N° 50. Investigación de servicios Infográficos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

B código	PALABRAS CLAVE I
22B	Edificio V Aulario I
22.1B	Misiones Universitarias
22.2B	Aulas
22.3B	Baños
23B	Edificio VI Monseñor Emilio Stehle
23.1B	Dirección CITIC
23.2B	Sala de Audiovisuales II
24B	Bloque VII
24.1B	Dirección de escuelas
24.2B	Secretarías
25 B	Servicios
25.1B	Capilla Universitaria
25.2B	Aula Magna
25.3B	Estadio
25.4B	Copiadora
25.5B	Bar
25.6B	Seguridad
25.7B	Estacionamiento
26B	Entrada al Campus

Gráfico N° 50. Investigación de servicios Infográficos (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Zona **B**

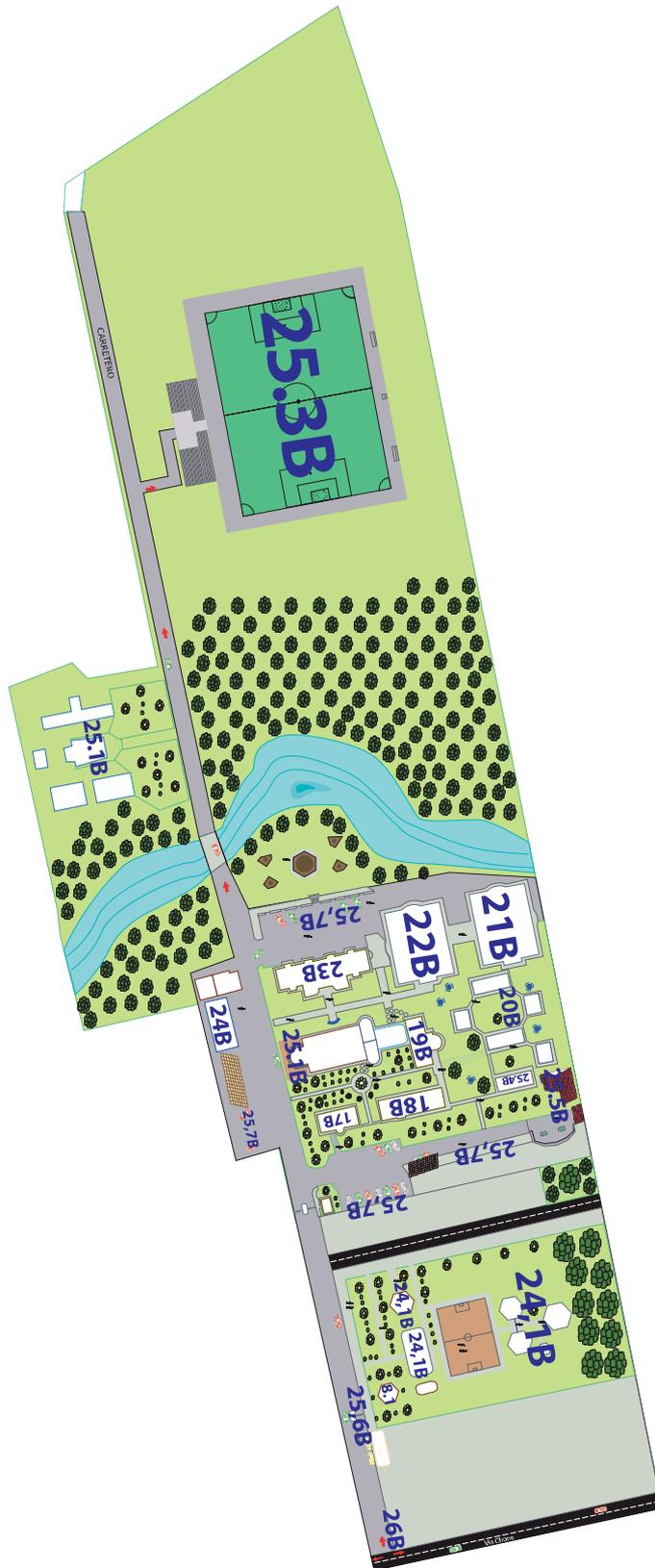


Gráfico N° 51. Estructura Infográfica PUCE SD (continuación)
Fuente: Diseñado por Abraham Viñan

Condiciones Arquitectónicas: La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo cuenta con una infraestructura de tipo gótico en secciones definidas, y en otras consta de ángulos rectos y con proyección de dos y hasta tres pisos, sus edificaciones tienen similitud en cuanto a forma y tipo elevación.

En el interior de la universidad las calles son asfaltadas, y existen lugares con aéreas verdes bien cuidados.

La iluminación por estar en medio de la naturaleza permanece la mayor parte del día claro, en la noche cuenta con iluminación artificial.

Condiciones Ambientales y Climáticas: La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo se encuentra en una zona climática lluviosa subtropical a una altura de 655msnm, teniendo una temperatura promedio de 22 grados centígrados y un volumen de precipitaciones de 3000 a 4000mm anuales.

TEMPERATURA MEDIA 22.90 OC

PRECIPITACION ANUAL 4.257,7mm

HUMEDAD MEDIA MENSUAL 90.90%

Durante los meses diciembre, enero, febrero, marzo y abril son lluviosos, y la temperatura promedio es de 25°C, para los meses de mayo a noviembre el sol tiene menor intensidad, pero la humedad es el factor que causa mayor desgaste en la infraestructura.

La universidad se encuentra en un ambiente muy colorido por la naturaleza que la rodea, las fachadas de las instalaciones de la PUCE SD tienen tonos medios y claros lo cual genera tranquilidad y armonía.

Su mobiliario en los dos campus varía en tonos café claros y de gris a negro.

4.2 La planificación

Discutir el contenido de la Infografía:

- Texto
- Imágenes Sintéticas Digitales
- Mapa
- Elementos visuales funcionales

Texto: La información que se presente en la infografía será la misma que la del sistema señalético, se pretende dar continuidad en la forma en cómo el usuario que visite la PUCE SD encuentre la información.

La familia tipográfica que se maneje es la Arial con trazo regular y Bold, su característica principal es la simpleza en el trazo, ayudara a establecer un equilibrio entre la caja alta y baja, para que denote relación directa con la señalética, armonía y orden ejemplo:

Aquí mostramos las característica graficas de la tipografía Arial



Gráfico N° 52. Estructura gráfica de la tipografía Arial
Fuente: Diseñado por Abraham Viñan

Las imágenes sintéticas digitales: Debido a que son de naturaleza y desarrollo gráfico completamente digital: Nos ayudara a realizar un modelado por polígonos semi realista de una utilidad iconográfica, la creación no necesitara de referentes plásticos externos a los propios que incorpora el medio infográfico con lo que se convierte en un proceso creativo con total autonomía estilística.

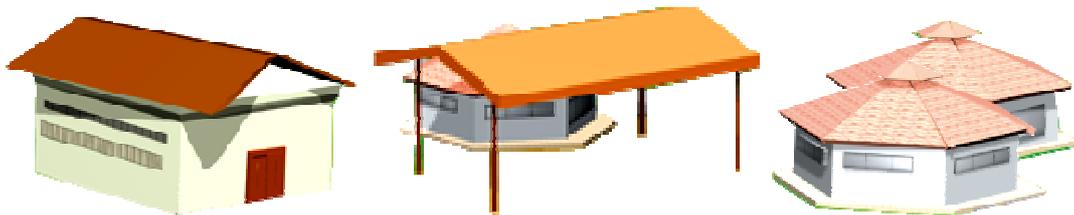


Gráfico N° 53. Modelado por polígonos
Fuente: Diseñado por Abraham Viñan

El mapa Es necesario para mostrar la ubicación geográfica de la infografía en el mapa de Santo Domingo. El público lector siempre necesita conocer dónde ocurre el hecho.

Cuando realicemos el mapa de la ciudad, sólo será necesario ubicar las calles más importantes que circundan la ciudad, debido a que si graficamos cada calle puede ser confuso.

Colocando zonas vecinales fáciles de identificar es suficiente, para establecer la vía de acceso a la PUCE SD

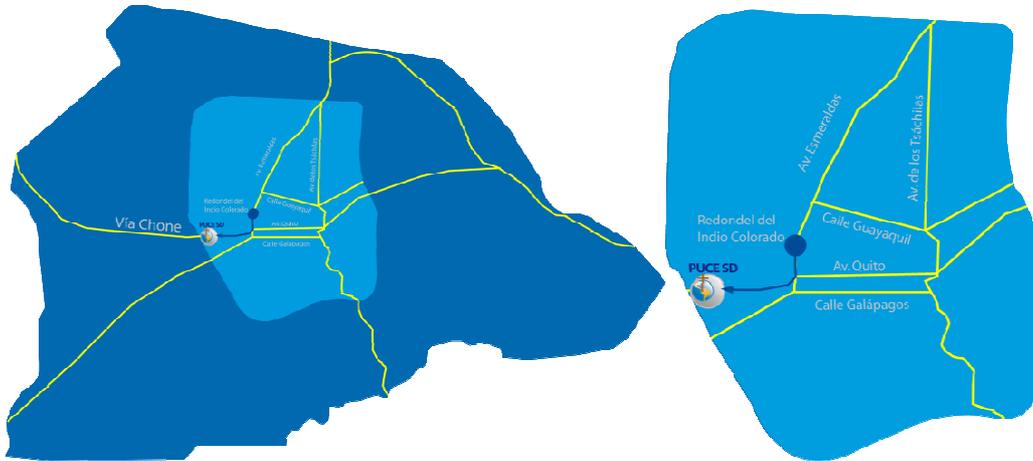


Gráfico N° 54. Mapa Santo Domingo
Fuente: Diseñado por Abraham Viñan

Elementos visuales funcionales: La proporción debe ser la correcta y no se debe agrandar un elemento tanto a lo largo como a lo ancho. Un elemento aumentado en las dos dimensiones no se habrá duplicado, y en ese ejemplo se estaría distorsionando la información. La perspectiva puede otorgar atractivo al cuadro, especialmente a los mapas. Se debe utilizar con mucho cuidado, respetando las medidas que en éste se coloquen. Las texturas en los cuadros, si no son bien utilizadas pueden causar confusiones e inclusive ilusiones ópticas. Las formas deben ser universales.

4.4 La información

Aquí determinaremos y normaremos el uso de la información a través de las siguientes preguntas:

¿Cuál es el objetivo de la infografía?

Ayudar a que el usuario que visita la PUCE SD pueda ubicarse y acceder con mayor eficacia a los servicios que presta la universidad.

¿Qué es lo que el lector necesita saber?

De una forma general y sintética se debe comunicar al lector todos los servicios principales y espacios físicos con los que cuenta la PUCE SD.

¿Cómo seleccionar la información necesaria?

A través del sistema señalético se organizara mejor la información, priorizando los directorios generales y directorios internos.

4.5 La edición

Para la edición utilizaremos los programas Adobe Ilustrador CS3, Adobe Photoshop CS3 y 3D MAX versión 2008, cada programa aportara en una fase determinada con herramientas precisas para lograr el objetivo propuesto.

Estructura Taxonómica de la Infografía

Propósito: Ubicación exacta de los servicios

Tipo de Infografía: Gráficos complejos, de línea, mapas, y diagramas

Aplicación Infográfica: Infografía Arquitectónica, Infografía Instructiva, Infografía Cartográfica e Infografía Online.

Elementos gráficos utilizados en la Infografía: Texto, Imágenes Sintéticas Digitales, Mapas, Elementos visuales funcionales

Reglas Sintácticas aplicadas: Imagen informativa en mayor proporción.

Impacto Visual: Semi realista con información completa sencilla de entender.

Didáctica de la Imagen: Proceso mental interpretativo

Referentes Infográficos

Ubicación física: Plano

Ubicación geográfica: Santo Domingo

Recorrido geográfico: del terminal a la PUCE SD

Estructura del objeto: Largo, ancho y profundidad

Procesos: Modelado por polígonos

Proporciones: Escala

Cromática: Semi real

Análisis: Entre un primero y un segundo plano

Aplicación de recursos: Habilidad, creatividad y pensamiento crítico trabajo en equipo, Diseñador, Editor y Computadora.

Proceso de Construcción:

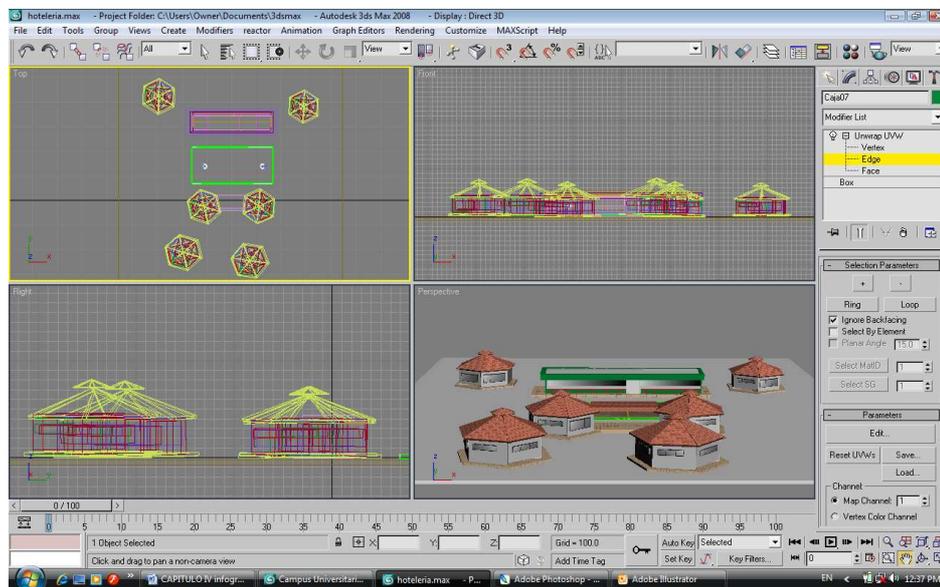


Gráfico N° 55. Proceso de construcción de la Infografía PUCE SD
Fuente: Diseñado por Abraham Viñan

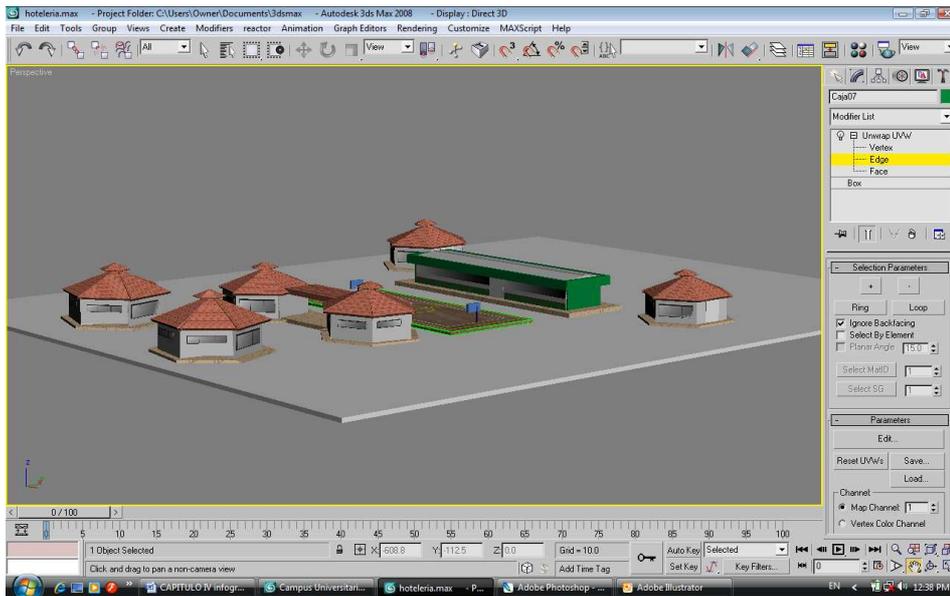


Gráfico N° 55. Proceso de construcción de la Infografía PUCE SD
Fuente: Diseñado por Abraham Viñan



Gráfico N° 56. Construcción completa campus II
Fuente: Diseñado por Abraham Viñan



Gráfico N° 56. Construcción completa campus II
Fuente: Diseñado por Abraham Viñan

4.6 La puesta en soporte

Se utilizó el 3D Max para la construcción de la infografía y para su funcionamiento se lo colocó en flash que nos permitió organizar los menús de navegación a través de la infografía.

Funcionamiento de la Infografía en Adobe Flash

La Marca



Gráfico N° 57. Marca Infografía PUCE SD
Fuente: Diseñado por Abraham Viñan

La marca recoge características graficas y esenciales que le permiten asociarlo directamente con la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE, SANTO DOMINGO y en su defecto a la infografía virtual de la misma.

Presenta una anomalía en la parte grafica del circulo que hace referencia al lugar en donde se encuentra la universidad, la tipografía es arial simple, la cromática es la misma que se maneja en la señalética para verlas como una familia.

Pantalla 01 Presentación



Gráfico N° 58. Presentación Infografía PUCE SD
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

La presentación está estructurada por una animación de la marca, tiene un botón en la parte inferior derecha que permite al usuario acceder al menú principal de la infografía.

A esta presentación le acompaña un sonido de fondo que le da realce, este sonido se proyecta durante toda el trabajo.

Pantalla 02 Menú Principal



Gráfico N° 59. Menú principal Infografía PUCE SD
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

El menú principal es la pantalla de control de toda la infografía, en el encabezado tenemos una animación de la marca, luego el nombre de la universidad acompañada de los referentes infográficos mas importantes que permitirán al usuario saber la ubicación exacta del lugar.

A continuación se establece un vínculo que permite el acceso al campus I o II respectivamente.

En la parte inferior derecha se establece tres botones:

Ubicación geográfica: Hace referencia a como esta ubicada la PUCE SD en el mapa de Santo Domingo y muestra el cómo llegar.

Video: Es el resumen de todo el trabajo muestra un paseo rápido por los dos campus y expresa algunos datos importantes que permitirán al usuario llegar con mayor rapidez a la PUCE SD.

Salir: Si la persona que esta navegando desea terminar esta acción puede presionar en este botón y podrá salir de este espacio virtual.

Pantalla 03 Campus I



Gráfico N° 60. Campus I Infografía PUCE SD
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Una vez que el usuario accedió a este vínculo le permitirá tener una vista panorámica del campus I y al lado derecho se visualizara un panel de información, esto funcionara con el cursor, cuando señalemos algún elemento arquitectónico, en el panel de información mostrara un acercamiento y textualmente enunciara su nombre.

En la esquina inferior derecha muestra tres botones:

Campus II: enlaza el campus I con el II.

Menú principal: regresa al menú de control principal.

Salir: Termina esta acción.

Flecha Gris: Señala el lugar en donde se puede obtener información importante del campus I. (control del campus)

Pantalla 04 Campus II



Gráfico N° 61. Campus II Infografía PUCE SD
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Una vez que el usuario accedió a este vínculo le permitirá tener una vista panorámica del campus II y al lado derecho se visualizara un panel de información, esto funcionara con el cursor, cuando señalemos algún elemento arquitectónico, en el panel de información mostrara un acercamiento y textualmente enunciara su nombre.

En la esquina inferior derecha muestra tres botones:

Campus I: enlaza el campus II con el I.

Menú principal: regresa al menú de control principal.

Salir: Termina esta acción.

Flecha Gris: Señala el lugar en donde se puede obtener información importante del campus II. (Control del campus)

Pantalla 05 Ubicación Geográfica



Gráfico N° 62. Ubicación Geográfica Infografía PUCESD
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Esta pantalla nos permite ver cómo está ubicada la universidad en el mapa de Santo Domingo y si nos colocamos en el panel de información que está en la parte derecha nos mostrara un zoom de las parte principales de la ciudad y sabremos como llegar a la PUCESD.

Menú principal: regresa al menú de control principal.

Salir: Termina esta acción.

Pantalla 06 Vista Panorámica



Gráfico N° 63. Vista Panorámica Infografía PUCE SD
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Esta pantalla nos permite ver los dos campus respectivamente en un render completo.

Menú principal: regresa al menú de control principal.

Ubicación Geográfica: regresa al mapa de Santo Domingo

Salir: Termina esta acción.

Pantalla 07 Video

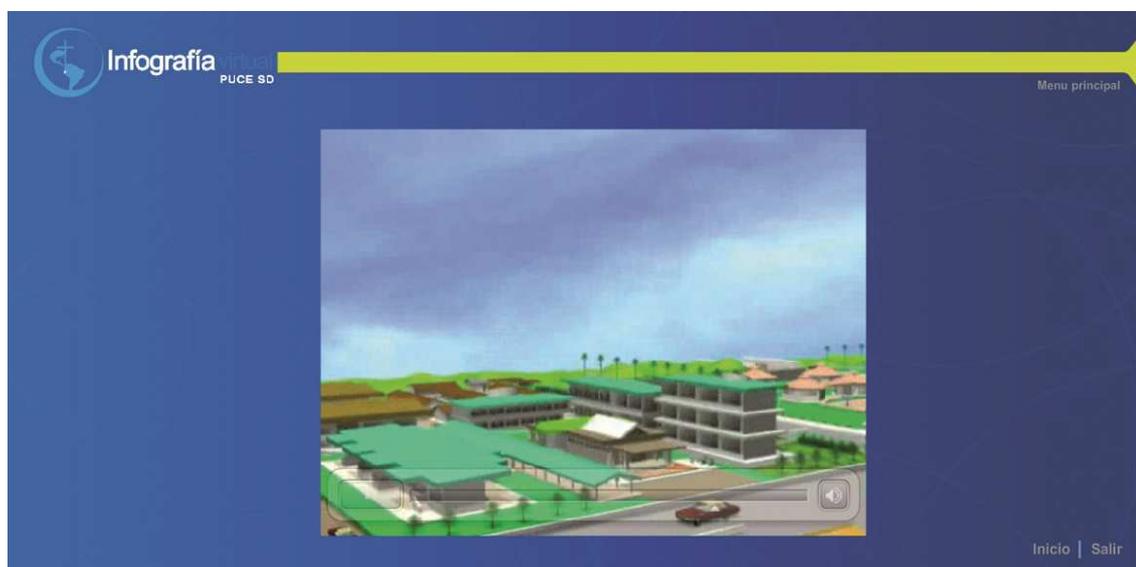


Gráfico N° 64. Video Infografía PUCE SD
Fuente: Diseñado por Abraham Viñán

Esta es la ultima pantalla de la infografía y muestra un video en el cual se realiza un paseo con cámara por los dos campus acompañado de una locutora que menciona el nombre de la universidad, su dirección, su teléfono.

Inicio: nos vincula con la pantalla de presentación.

Salir: Termina esta acción.

De esta forma concluye la Infografía PUCE SD.

CONCLUSIONES

1-Con la información planteada se pudo obtener un proceso lógico y organizado para el desarrollo de información funcional.

2-El sistema señalético recoge características técnicas, estéticas, ergonómicas, producto de la investigación aplicada y la disciplina en el cumplimiento de las actividades.

3-Mediante los principios del diseño básico se pudo establecer un concepto creativo para la construcción de los prototipos finales evitando así contribuir a la contaminación visual.

4-A través de los distintos análisis se determino que una buena infografía recoge gráficos en mayor porcentaje que texto siempre y cuando expliquen los hechos de una forma directa y clara.

5-Al unificar distintos tipos de infografías en un solo trabajo se pudo comprobar que si es factible mejorar la calidad de la comunicación visual en el público meta.

6-Por medio de las herramientas digitales como 3D MAX, FLASH, PHOTOSHOP, ILUSTRADOR, se obtuvo un trabajo con estándares de calidad dentro de su ámbito.

7-Como conclusión final puedo decir que es un trabajo que engloba dos ámbitos de acción de la comunicación funcional, y que el uno retroalimenta al otro.

RECOMENDACIONES

1-Se recomienda que el presente trabajo se lo implemente con un alto grado de seriedad para lograr concluir el trabajo, siempre considerando las especificaciones que menciona el autor de esta tesis.

2-Al momento de construir los prototipos de la señalética se debe cuidar que se lo haga con los materiales que se especifican en la etapa IV diseño grafico.

3-En la infografía se debe conservar la rapidez en la navegación al momento de subirla a la página web para que el usuario optimice su tiempo.

RESUMEN

Con la investigación planteada se diseñó un sistema señalético que permita satisfacer las necesidades de movilidad de los usuarios, ahorrando tiempo y esfuerzo en sus recorridos y se realizó una infografía que permitirá acceder de manera virtual al campus I y II, así como a la información principal de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo

Para generar todo el trabajo nos guiamos por el método deductivo e inductivo y la técnica de observación que nos ayudaron a conseguir un enlace entre los procesos y técnicas de trabajo. Los materiales que se utilizaron para la realización de prototipos en la señalética fueron estructuras metálicas con caja de luz interna y lona traslucida y para la infografía su soporte fue el CD multimedia.

Al culminar la investigación realizamos la señalética y la infografía virtual con los siguientes paquetes gráfico: Adobe Ilustrador CS4, Adobe Photoshop CS4, Adobe Flash CS4, Adobe Premiere Pro, Adobe Audition Pro, 3D Studio MAX 11.

Cuando se termino la producción de la señalética e infografía se presentó y se pudo observar un 100% de eficacia en calidad gráfica, técnica, creativa, dinámica, catalogándolo como un sistema de identidad visual de la PUCE SD.

Con la creación de la señalética e infografía virtual se concluyó el 100% de la investigación, evidenciando orden, funcionalidad, y facilidad de ejecución en cada fase de trabajo.

Se recomienda que el trabajo propuesto se implemente en un 100% ya que es de carácter autodidáctico, entendiéndose éste como modo de relación entre los individuos y su entorno.

SUMMARY

With the research given is designed a signage system which allows to satisfy the needs of the clients mobility, saving time and effort en their and it was done a computer graphics which allows to access by virtual way to the campus I and II as well as to the main information of the Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Santo Domingo Headquarter.

To generate the whole research guide us by the deductive and Inductive methods and the observation technique which help us to get a link between los processes and research techniques. The materials that were used to make the prototypes in the signage were metallic structures with internal light box and Translucent canvas and for the computer graphics are supported was the multimedia cd. To culminate the research we do the signage and the virtual computer graphics with the following graphic packages Adobe illustrator CSR, Adobe flash CS4, Adobe Premiere Pro, Adobe Audition Pro, 3D Studio MAX 11.

When It was finished the production of the signage and computer graphics was displayed and was able to see a 100% of efficacy in graphic quality technical, creative, dynamic cataloging this as identity visual system of the PUCE SD.

With the creation of the signage and virtual computer graphics is concluded the 100% of the research, showing order, functional and easily performance in each phase of word.

It is recommended that the given research is installed in a 100% since self-didactic character getting it as connection way between individuals and their environment.

GLOSARIO

PUCE SD: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo.

Abstracción: Es también conocido como un proceso de destilación, en el se produce a la reducción de factores visuales múltiples a aquellos rasgos esenciales y más específicos de lo representado.

Animación: Es el movimiento espacial de los objetos de una escena.

Bitmaps: Son todas las imágenes generadas por dispositivos de manejo externo.

Boceto: Pre-ilustración, proyecto o apunte general previo a la ejecución de una obra artística.

Cartográfico: Mapas y planos especializados.

Código Cromático: Simbología, psicología y estética de los colores.

Iconico: Isotipo en el cual la imagen tiene rasgos que la asemejan al objeto representado.

Código lingüístico: Al igual que la escritura, la tipografía representa gráficamente al lenguaje por medio de un sistema de signos que corresponden a diversos fonemas o sonidos. La suma coherente de estos signos o letras generan palabras, cuya constitución morfológica adquiere sentido en determinados contextos.

Color: Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color. El color se utiliza en su sentido amplio, comprendiendo no solo los de espectro solar sino así mismo los neutros blanco y negro, los grises intermedios.

Connotar: Forma parte importante como termino de la semántica y se considera como el conjunto de conceptos o ideas que se relacionan indirectamente con el significado de un grafico, y sus efectos motivacionales quedan implícitos en forma subjetiva.

Denotar: Termino semántico que implica la acción de mostrar la representación grafica de una persona, un animal, un objeto o de un concepto. La denotación debe ser objetivo, explícita y precisa.

Dirección: La dirección de una forma depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.

Ergonomía: Es una disciplina que pone las necesidades y capacidades humanas como el foco del diseño de sistemas tecnológicos, su propósito es asegurar que los humanos y la tecnología trabajen en completa armonía, cuidando que los equipos, productos, señales y tareas estén diseñados de acuerdo con las características humanas.

Espacio: Las formas de cualquier tamaño, por pequeñas que sean, ocupan un espacio. Así, el espacio puede estar ocupado o vacío. Puede así mismo ser liso puede ser ilusorio, para sugerir una profundidad.

Factor estético: El diseño no busca una expresión en general. Específicamente pretende que los objetos sean agradables a los sentidos e intelegibles a la mente.

Forma: Todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción.

Gravedad: La sensación de gravedad no es visual sino psicológica. Tal como somos atraídos por la gravedad de la tierra, tenemos tendencias a atribuir pesadez o liviandad, estabilidad o inestabilidad; a formas, o grupos de formas, individuales.

Función: La función se hace presente cuando un diseño debe servir un determinado propósito.

Iconografía: Ciencia que estudia el origen, desarrollo y formación de temas figurados y de los atributos con los que puede identificarse, así como de los que va acompañado.

Identidad Corporativa: Es la manifestación física de la marca de una entidad, que incluye elementos de soporte generalmente coordinados por un grupo de líneas maestras que se recogen en documento llamado *Manual de Identidad Corporativa*.

Identidad verbal. El nombre de la marca y otros elementos verbales (por ejemplo, el descriptor o lema) que la caracterizan.

Identidad visual. El símbolo, los colores, los formatos y otros elementos visuales de la identidad de la marca.

Ideogramas: Cuando representa una idea no visualizable, ejemplo " Punto de Encuentro". La función del signo consiste en comunicar ideas por medio de mensajes.

Jeroglíficos: (Figuras o símbolos) los cuales son los antecedentes de nuestro alfabeto, al mismo tiempo se utilizaban los pictogramas.

Ilustración: Grafico artístico ocupado en la creación de diversos tipos de comunicación.

Imagen Global: Un sistema de identidad (esto es, la organización de los componentes de la identidad de la marca como método codificado de aplicación a una amplia variedad de medios) que se implementa a escala mundial.

Infografía: La Infografía es una combinación de imágenes sintéticas y textos con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión.

Infogramas: Unidad inferior a la infografía, ejemplo: gráficos editoriales.

Legibilidad: Porcentaje de lectura de un objeto.

Línea: Cuando un punto se mueve, su recorrido se transforma en una línea. La línea tiene largo, pero no ancho. Tiene posición y dirección. Está limitada por puntos. Forma los bordes de un plano ancho, pero no grosor. Tiene posición y dirección. Está limitado por líneas. Define los límites extremos de un volumen.

Logotipos: Marca en la cual la palabra funciona como imagen. Un estilo tipográfico específico empleado conjuntamente con el símbolo en la identidad de la marca. El estilo tipográfico específico puede ser una fuente existente, una fuente modificada o una diseñada exclusivamente para el propósito.

Luz: Energía radiante mediante la cual podemos ver el color.

Marca Corporativa: La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: logotipo, símbolo/anagrama y color.

Medida: Todas las formas tienen un tamaño. El tamaño es relativo si lo descubrimos en términos de magnitud y de pequeñez, pero asimismo es físicamente mensurable.

Metodología: Modelo ordenado por etapas para llegar a un resultado.

Modelado: proceso en el que se crean puntos para formar una malla o un objeto 3D.

Módulos: Cuando un diseño ha sido compuesto por una cantidad de formas, las idénticas o similares entre sí son «formas unitarias» o «módulos» que aparecen más de una vez en el diseño.

Morfología: Es el esquema interno de una figura.

Movilidad Social: Grupo de personas que se dirigen a un objetivo específico dentro de un espacio público o privado.

Multimedia: Herramientas interactivas que permiten la participación usuario ordenador

Pictogramas: escritura ideográfica. Cuando se representa una imagen de una manera figurativa. Se puede dividir en dos:

- a) El icono. Se forma a imagen del objeto que representa, al menos en alguna de sus cualidades, ejemplo la silueta del peatón en una señal de tránsito.
- b) El índice. Cuando el signo sólo tiene alguna relación con el objeto.

El píxel: Picture Element (Elemento de imagen), una unidad de medida de resolución es píxel por pulgada, es decir la cantidad de fracciones que tenemos en una pulgada de una imagen. A mayor cantidad de píxeles mejor resolución de imagen.

Posición: La posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro o la estructura.

Proporción: Mantener una igualdad de medidas sobre un objeto determinado.

Pragmática: Estudia la relación entre el signo y los usuarios.

Punto: Un punto indica posición. No tiene largo ni ancho. No ocupa una zona del espacio. Es el principio y el fin de una línea, y es donde dos líneas se encuentran o se cruzan.

Representación: Cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza o del mundo hecho por el ser humano, es representativa. La representación puede ser realista, estilizada o semiabstracta.

Semántica: Es la relación de un objeto con un significado, ejemplo: la abstracción de una figura masculina y femenina puede representar sanitarios.

Semiótica: Es el estudio de todos los sistemas de signos que en forma espontánea o intencional nos envían mensajes visuales.

Señal: Son aquellos signos artificiales con significado arbitrario cuya finalidad es originar, modificar o determinar cierta acción.

Señalética: Es la parte de la comunicación visual que se ocupa de los sistemas de información para guía y orientación del público en espacios interiores.

Significado: El significado se hace presente cuando el diseño transporta un mensaje.

Símbolos: Representación sensorial, perceptible de una realidad, en virtud de rasgos que se asocian con esta por una convención socialmente aceptada.

Teoría aditiva: Teoría del color que afirma que la suma de todos los colores da blanco.

Teoría subtractiva: Teoría del color que consiste en restarle al papel blanco su capacidad de reflexión, mediante la aplicación controlada de pigmentos.

Textura: Se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista.

Tipología: Rasgos

Tridimensional: Es el espacio representado por la altura, el ancho y la profundidad.

Volumen: El recorrido de un plano en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un volumen. Tiene una posición en el espacio y está limitado por planos. En un diseño bi-dimensional, el volumen es ilusorio.

Anexos

Formulario de preguntas para la entrevista al público objetivo Nro. I

Elección de la Palabra Clave

Ficha de entrevista:

Sexo:

Edad:

Ocupación:

Cuestionario de preguntas:

1. Conoce que es la señalética?

SI ()

NO ()

2. Cree que las palabras que se utilizan en los soportes de información deben ser fáciles de comprender?

SI ()

NO ()

3. Subraye la palabra que cree Ud. Representa mejor a la tipología funcional específica.

Tipología Funcional Específica

Opción 1

Opción 2

4. Por cuál de estas características selecciono las palabras en la pregunta anterior. Subraye:

Fácil de comprender

Relación directa con la tipología funcional específica

Mejor uso del castellano

GRACIAS POR SU COOPERACION.

Anexos

Formulario de preguntas para la entrevista al público objetivo Nro. II

Elección del icono para la palabra clave

Ficha de entrevista:

Sexo:

Edad:

Ocupación:

Cuestionario de preguntas:

1. Conoce que es la señalética?

SI ()

NO ()

2. Cree que lo iconos que se utilizan en los soportes de información deben ser fáciles de comprender?

SI ()

NO ()

3. Subraye el icono que cree Ud. Representa mejor a la palabra clave.

Palabra Clave

Opción 1

Opción 2

4. Por cuál de estas características selecciono los iconos en la pregunta anterior.

Subraye:

Fácil de comprender

Relación directa con la tipología funcional específica

Mejor uso del castellano

GRACIAS POR SU COOPERACION.

Anexos

CD con infografía lista para visualizarla como proyector de Flash.

BIBLIOGRAFÍA

BERRY, S. y MARTIN, J. Diseño y Color Rojo. Barcelona: Blume, 2004

FRUTIGER, A. Diseño Visual. México: Trillas, 2003

VALLEJO, R. Manual de Escritura Académica. Quito: Corporación, 2006

DONG, W. Técnicas de Color. México: Interamericana, 2000

FUENTES, O. José Luis, Diseño y Luz. España: Didascalía, 2004

GARCIA, J. Lenguaje Audiovisual. México: Alambra, 2002

PAZMAY, R. Iniciación a la Investigación Pedagógica. Ecuador: Freire, 2006

GILL, G. Para un Diseño Creativo. Barcelona: Mc. Graw Hill, 2003

ACHA, J. Introducción a la Teoría del Diseños. México: Trillas, 2001

GENESIS, A. Señalética. España: Génesis, 2005

GILMORE, S. Psicología del Color. México: Mc. Graw Hill, 2004

ORTIZ, G. El Significado de los Colores. México: Trillas, 2004

BIBLIOGRAFÍA DE INTERNET

Apuntes sobre conceptos claves de diseño.

<http://www.diseñográficoenpc – Monografías.com>

20080602

De ilustraciones a iconos

<http://www.ilustración digital.htm>

20080616

El sector comercial del diseño

<http://www.isopixel.com>

20080625

Como lograr una buen trabajo grafico

<http://www.metodologíadediseñoconceptual.com>

20080705

Como lograr una señalética funcional

<http://www.publispain.com>

20090720

El buen sistema señalético

<http://www.señalética –monografías.com>

20080803

La infografía

<http://www.3dsiespana.com>

20080812

Tipos de infografía

<http://www.arcor\infograf.htm>

20080820

Efectos funcionales en la infografía

<http://www.efectosespeciales.com>

20080825

Partes fundamentales de diseño

<http://www.eldiseñoentresetapas.com>

20080828

Pasos para desarrollar una manual señalético

<http://www.elaboracionmanual.com>

20080907

Como logra una infografía virtual

<http://www.infografia.unsectorvirtual.mht>

20080915

Producción 3D

<http://www.metodología deproducción3d.com>

20080908

Animación 3D

<http://www.monografias.com/espaciosvirtuales.com>

20080929

Glosario sobre producción audiovisual

<http://www.wikipedia.com/laenciclopedia/libre/mht>

20081010