



**Trabajo Final de Graduación**

**Programa señalético para Facultad de Ciencias  
de la Administración del Instituto Universitario  
Aeronáutico**

**LEONARDO MATÍAS GARCÍA CUERVA**

**Licenciatura en Diseño Gráfico  
2013**

## Resumen

**E**n el presente trabajo, el lector encontrará uno de los procesos utilizados en Diseño Gráfico conocido como Programa Señalético. Éste programa incluye al sistema señalético, el cual es un sistema de señales unificados entre sí, es decir, con características propias que permiten identificar a cada señal individual dentro de un sistema más amplio y abarcativo. El caso que se presenta aquí es el Programa Señalético para implementar en una Facultad de una Universidad argentina. La Facultad se encuentra situada dentro de un campus, lo que determina que el alcance del programa excede en parte a la Facultad. Se comienza planteando los objetivos de investigación, que permiten conocer la facultad de manera detallada. Se continúa con la metodología que se usará en el proceso de diseño, se proponen los objetivos de aplicación, que son los que facilitará el involucramiento directa del diseñador gráfico, plasmando su conocimiento y formación en pos de solucionar los problemas encontrados. Se realiza el diseño gráfico de las señales previamente establecidas. El Diseño de cada una de las señales que el lector también encontrará, muestra de manera funcional el porqué de los materiales elegidos, fuentes tipográficas, colores, dimensiones, ubicaciones y los distintos tipos de señales del programa. Se finaliza mostrando las fichas señaléticas, detalles de cada tipo de señal para su construcción e implementación. Los resultados obtenidos reflejan la importancia que tiene el proceso de diseño de un Programa Señalético en una institución universitaria, dado el constante flujo de personas que transitan sus instalaciones. Finalmente el lector comprenderá que el Programa, debido a su naturaleza expansiva, no se acaba con el sistema propuesto, y de ser requerido, podrá extenderse a las demás dependencias dentro del campus ■

## Abstract

**I**n this book, the reader will find one of the processes used in graphic design known as Signage Program. This program includes the signage system, a unified system which allows identifying every individual sign inside a broader system. Such program is herein presented ready to be applied to a faculty of an Argentinean university. The faculty is located inside a campus which restricts the signage program shown inside this book. It begins stating the investigative objectives permitting to know the school in detail. It continues with the methodology used in the design process, the application objectives are proposed, which permits the direct involvement of the graphic designer to apply his knowledge and formation to solve the problems found. The graphic design of the signs previously established is accomplished. The reader also will find the reasons for the materials, fonts, colors, dimensions, locations and the various types of signals used in the program. It ends showing cards with the details of the different signals for its manufacture and realization. The results obtained reflect the importance of the design process of a signage program in a university, given the constant flow of people in-and-out its premises. Finally the reader will understand, given the expansive nature of the program, it doesn't end with the proposed system, and, if needed, can be applied to others buildings inside the campus ■

*A la memoria de mi Padre, que me acompaña desde el Cielo.*

*Agrezco a Dios, por iluminarme el camino.  
A mi familia, por brindarme su apoyo constante.  
A mis profesores, por sus valiosas enseñanzas.*

# Índice

<b>Introducción</b> .....	<b>6</b>
<b>Tema. Problema. Objetivos</b> .....	<b>7</b>
Tema. Problema. Fundamentación. Objetivo General. Objetivos de investigación específicos.	
<b>Marco Contextual</b> .....	<b>9</b>
Antecedentes históricos de la Universidad en Argentina. El Sistema Universitario Argentino. En Córdoba. Instituto Universitario Aeronáutico. Misión. Visión. Sedes del IUA.	
<b>Marco Teórico</b> .....	<b>13</b>
Comunicación. Comunicación Visual. Diseño. Diseño Gráfico. Señalética: campo de acción y elementos constitutivos. Comunicación señalética. Programa señalético. Las premisas señaléticas. Imagen institucional. Públicos.	
<b>Marco Metodológico</b> .....	<b>24</b>
Contacto con el comitente y con el espacio sujeto de tratamiento señalético. Recopilación de información. Gestión estratégica. Diseño gráfico.	
<b>Etapas # 1 - Contacto con el comitente y con el espacio sujeto de tratamiento señalético</b> .....	<b>27</b>
La Facultad de Ciencias de la Administración. Productos y servicios Facultad de Ciencias de la Administración. Tipología funcional. Personalidad del entorno. Imagen de marca. Tipos de públicos que integran la institución. Síntesis de información provista por comitente.	
<b>Etapas # 2 - Recopilación de información</b> .....	<b>31</b>
Plano y territorio. Zonificación. Circulación. Condicionantes. Listado de palabras. Señales preexistentes. Sistemas señaléticos de instituciones del rubro. Diagnóstico. Objetivos de intervención específicos.	
<b>Etapas # 3 - Gestión estratégica</b> .....	<b>37</b>
Identificación de los puntos dilemáticos en recorridos que realizan los usuarios. Ubicación espacial de las señales a implementar. Tipo de señales. Tipografía. Elementos icónicos. Material de construcción y soporte de las señales. Uso del color. Conclusiones de etapa.	
<b>Etapas # 4 - Diseño Gráfico</b> .....	<b>43</b>
Pauta modular de las señales. Formato y tamaño de cada señal. Modo de implantación de cada señal. Fotomontajes. Dimensiones totales. Infografía.	
<b>Fichas señaléticas</b> .....	<b>62</b>
<b>Conclusión</b> .....	<b>68</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>69</b>
Noticia periodística. Entrevista con comitente.	
<b>Bibliografía</b> .....	<b>73</b>

# Introducción

Las personas cuando salen de sus hogares transitan por calles, avenidas, plazas, aeropuertos, terminales, negocios, edificios, instituciones, y demás.

Todos esos espacios en las sociedades modernas presentan en mayor o menor grado señales de algún tipo, según el objetivo particular de cada situación. Esas señales son identificativas, direccionales, regulatorias, entre las principales.

Se presentan nombres, números, flechas, colores, formas con información que la mente las procesa y descifra en cuestión de segundos, se agradece mentalmente y se continúa el viaje.

La costumbre que genera la rutina, hace que dichas señales sean obviadas después de un tiempo. La repetición está del lado del usuario, en este caso.

Si son interpretadas sin dificultad, si las señales cumplen con su función autodidáctica, es decir, ayudar a orientar por propia cuenta del usuario, es porque están correctamente diseñadas y construidas.

Los Campus universitarios no son ajenos a lo planteado anteriormente. Son espacios físicos que las personas usan. Así como un turista ve todo por primera vez en un lugar que no conoce, quien ingresa por primera vez al IUA va a estar en la misma situación, necesitará ayuda para orientarse.

Yendo más allá en el tiempo, esa misma persona posiblemente ya estará habituada a los espacios que utiliza habitualmente, pero en ocasiones se verá en la necesidad de acudir a espacios dentro del Campus que le son desconocidos.

Los periodos de ingreso a la Facultad de Ciencias de la Administración se repiten varias veces al año. Multitudes de personas trasladándose en un espacio de 37 hectáreas.

Habría que sumar también al público externo.

Los diseñadores gráficos cumplen con un servicio, que tiene como resultado final una pieza gráfica o un contenido visual digital. Parten de un plan mental visual. Generan una estrategia con sus respectivos pasos hasta llegar al objetivo, plasmado físicamente o virtualmente.

La señalética se vale justamente de eso, un sistema con estrategias y etapas para lograr las señales instaladas para determinado tiempo, lugar y público.

Lograr crear un programa señalético para la FCA será la misión del presente trabajo.

Tema. Problema. Objetivos.

## Tema

Diseño de un programa señalético para el Nuevo Edificio de la Facultad de Ciencias de la Administración, del Instituto Universitario Aeronáutico. Córdoba. Año 2013.

## Problema

En el Instituto Universitario Aeronáutico se construyó el nuevo edificio para la Facultad de Ciencias de la Administración, el cual se ubica aprox. a 300 metros de su ubicación actual. Este nuevo edificio obligará a los usuarios a desplazarse por recorridos diferentes de los que utiliza habitualmente.

A su vez se cambian los recorridos, tanto en automóvil como a pie, en todo el Campus. Por lo que el sistema señalético va a exceder la Facultad de Ciencias de la Administración y se extenderá al Campus IUA.

Al tratarse de un diseño de Programa permitirá la adaptación del mismo a necesidades futuras.

## Fundamentación

La Facultad de Ciencias de la Administración (FCA) tiene su principal sede física en el Campus del Instituto Universitario Aeronáutico (IUA). Entre los años 2012 y 2013 se construyó un nuevo edificio para la Facultad y se modificaron los recorridos internos para acceder a las distintas dependencias.

A raíz de lo precedente se hace necesario e imprescindible dotar a los espacios, tanto internos como externos, de un sistema señalético.

Se pretende que dicho sistema contribuya orientando e identificando los espacios, tanto interna como externamente a la FCA.

De la misma manera se pretende implementar al sistema en que aquellos espacios que no son necesariamente de la órbita de la FCA, pero próximos a ella.

Se prevé que la señalética a implementar será de utilidad práctica y beneficiará tanto a los usuarios internos como a los externos de la Facultad y favorecerá la orientación.

## Objetivo General

Generar una estrategia que devenga en un sistema, cuya misión sea la de orientar a los usuarios de los espacios de la Facultad de Ciencias de la Administración en sus traslados y recorridos, y que permita identificar los distintos espacios tanto internos como externos.

## Objetivos de Investigación

Analizar la cultura organizacional presente en la institución.

Comprender los recorridos intuitivos que realizan los distintos tipos de públicos.

Identificar la importancia que la institución le asigna a la imagen institucional.

**Los objetivos de intervención son expuestos al finalizar el Diagnóstico.**

Marco Contextual

## Antecedentes históricos de la Universidad en Argentina

Para hablar de los antecedentes históricos de la universidad en Argentina, debemos tomar conocimiento de cuando surgió la educación superior en la cultura occidental, de la cual forma parte la sociedad argentina en particular.

Los estudios superiores tienen su origen en la Edad Media europea, con el “Studium Generale”, regulado por la Iglesia Católica. Se otorgaban títulos de grado que solo “daban licencia para enseñar” (Pérez Lindo, 1993, p. 29).

También es importante conocer el origen del término universidad, tal como lo usamos en época presente (año 2012):

La palabra “univeristas” se utilizó primero para designar cualquier comunidad o corporación en la Edad Media. Luego se la aplicó a las asociaciones de profesores y estudiantes: “universitas magistrorum et scholarium”. Alrededor del siglo XIV se comenzó a utilizar el término con referencia a comunidades de profesores y alumnos, reconocidas por la Iglesia o el poder civil. Las primeras universidades medievales fueron la Escuela de Salerno (Medicina) en el siglo X, y la Escuela de Bologna (Derecho Civil), en el siglo XII. (Pérez Lindo, 1993, p. 29).

El autor cita a Joaquín Brunner gracias a quien accedemos a una breve reseña histórica de la universidad en América Latina. Encontramos que entre el año 1538 y 1827 fueron creadas 33 universidades en la región, todas estas universidades tenían como modelo a la Universidad española de Salamanca. Luego, a mediados del siglo XIX las universidades americanas se ven influidas por el modelo francés napoleónico.

## El Sistema Universitario Argentino

La educación superior es uno de los niveles del sistema educativo argentino junto con la educación inicial, la educación primaria y la educación secundaria.

La Ley N° 24521 es la Ley de Educación Superior de la República Argentina, Sancionada el 20 de julio de 1995 y publicada el 10 de agosto de 1995, la cual regula a la Educación Superior Universitaria y a la Educación Superior No Universitaria, conformada por Institutos de Educación Superior de jurisdicción nacional, provincial o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, de gestión estatal o privada.

El sistema universitario argentino está conformado por 115 universidades e instituciones:

- 47 Universidades nacionales
- 46 Universidades privadas
- 7 Institutos Universitarios Estatales
- 12 Institutos Universitarios Privados
- 1 Universidad Provincial
- 1 Universidad Extranjera
- 1 Universidad Internacional (Ministerio de Educación de la República Argentina)

### El Instituto Universitario Aeronáutico es uno de los 7 Institutos Universitarios Estatales citados.

- A nivel nacional encontramos los siguientes números:
- Alumnos universitarios de pregrado y grado: **1 567 519**
- Alumnos universitarios de posgrado: **68 273** (Ministerio de Educación de la República Argentina)

## En Córdoba

La ciudad de Córdoba es actualmente y desde hace muchos años uno de los centros principales de enseñanza universitaria a nivel nacional.

Es cuna de la primera universidad fundada en Argentina, la Universidad Nacional de Córdoba, en 1613. Es la cuarta más antigua del continente americano.

“El apodo La Docta que tiene Córdoba, se debe a que durante más de dos siglos fue la única Universidad del país”. (Wikipedia)

El Instituto Universitario Aeronáutico es una de las seis instituciones de Nivel Superior Universitario de la Ciudad de Córdoba junto a:

- **Universidad Católica de Córdoba:** privada, confesional. Goza de prestigio académico por haber sido fundada por la Orden de los Jesuitas, cuyos miembros son reconocidos por su dedicación al estudio y a la investigación. Se distingue también por la calidad de sus egresados y por sus aportes a la sociedad.

- **Universidad Empresarial Siglo 21:** privada, de orientación empresarial. Se caracteriza por estar a la vanguardia en tecnología educativa y educación a distancia. Posee amplia cobertura territorial.
- **Universidad Blas Pascal:** privada. Se caracteriza por su gran oferta educativa tanto en modalidad presencial como a distancia.
- **Universidad Nacional de Córdoba:** pública y gratuita. Primera en prestigio académico por su larga trayectoria, la calidad de sus egresados, cantidad y calidad de sus investigaciones y su estrecha relación con la sociedad.
- **Universidad Tecnológica Nacional:** pública y gratuita. Está a la vanguardia de las carreras de tipo técnico y tecnológico.

El IUA es una universidad pública de gestión privada (esta condición está dada por el hecho de que es arancelada). Los aranceles los administra la Asociación de Investigaciones Tecnológicas (AIT), que es una asociación civil sin fines de lucro.

“El Personal que trabaja en el IUA alcanza el número de 827 personas, de las cuales 374 son docentes, 76 de Investigación, y 377 no docentes” (CONEAU, 2012, p. 18).

Con respecto a la infraestructura: “El IUA dispone de unas 37 hectáreas, distribuidas en tres predios de la Guarnición Aérea Córdoba, en el margen oeste de la Ciudad de Córdoba, sobre la avenida de Circunvalación. La superficie edificada asciende a un total de 35.832 m<sup>2</sup>” (CONEAU, 2012, p. 19).

Vemos planos del IUA en la Ciudad de Córdoba. (Google Maps editados)

## Instituto Universitario Aeronáutico. Generalidades.

El IUA, organismo dependiente de la Fuerza Aérea Argentina, fue creado con el nombre de Escuela de Ingeniería Aeronáutica el 13 de diciembre de 1947, integrándose al Sistema Universitario Nacional en el año 1971 (Decreto Nro. 3179/71)

Su denominación actual fue aprobada mediante Resolución Nro. 3/93 del Ministerio de Cultura y Educación, donde se lo categoriza como Instituto Universitario, y por la Ley 24.521 integra el conjunto de Instituciones Universitarias Nacionales.

La finalidad del IUA es impartir enseñanza universitaria, realizar investigación científica y tecnológica y acciones de extensión cultural y de transferencia tecnológica, a fin de contribuir al cumplimiento de la misión de la FAA, en un todo de acuerdo con los intereses aeroespaciales de la Nación.

La incorporación de la modalidad de Educación a Distancia en 1987, le confiere un nuevo perfil al acercar la universidad a los más recónditos lugares de la geografía argentina.

En 1996, pone en órbita el microsatélite  $\mu$ sat I “**Víctor**”, fruto de largos años de investigación aeronáutica y espacial, con lo cual integra el privilegiado grupo de universidades en el mundo que ha obtenido este logro científico. (Instituto Universitario Aeronáutico) Ver Anexo A.

La CONEAU acredita las carreras que en el instituto se dictan, y su organización y gestionamiento está de acuerdo a lo establecido por la Ley de Educación Superior.



## Misión

Impartir enseñanza universitaria, realizar investigación científica y tecnológica, establecer relaciones de cooperación interinstitucional y realizar acciones de extensión cultural y de transferencia tecnológica en un todo de acuerdo con los intereses aeroespaciales de la Nación. (iua.edu.ar)

## Visión

Promover una concepción de la educación permanente, fundada en valores y responsabilidad social. Orientar la investigación y desarrollo tecnológico a las necesidades de la defensa nacional y al sector aeronáutico en general y procurar establecer alianzas estratégicas de cooperación académica. (iua.edu.ar)

## Sedes del IUA

Las siguientes sedes dictan y/o evalúan las carreras de la Facultad de Ciencias de la Administración.

- Campus Córdoba
- Centro de gestión Buenos Aires.
- Centro de Apoyo Bell Ville.
- Centro de Apoyo Morteros.
- Centro de Apoyo Rosario.
- Centro de Apoyo Villa Dolores.
- Centro de Apoyo Neuquén.
- Centro Examinador Comodoro Rivadavia.

Se aclara que el presente trabajo solo tomará a la sede Campus Córdoba como objetivo de aplicación pertinente.

## Cierre de Etapa

Se ha establecido que la Facultad de Ciencias de la Administración pertenece a una Institución insertada en un distrito educativo muy importante en el ámbito nacional.

Y también se ha especificado el perfil de la institución, sus características generales en relación a las instituciones del rubro con las que convive.

Dichas características generales permitirán enfocar la atención en sus características particulares, en determinar su identidad. Requisito que todo programa señalético requiere para adaptar las señales al entorno.

**Marco Teórico**

## Comunicación

En el presente Marco Teórico se transitará en distintos niveles de abstracción, partiendo de un nivel general, pasando por una teoría general, para así llegar a una teoría sustantiva del tema en cuestión del presente trabajo.

Dicho eso se comienza por entender a la Comunicación en su aspecto más general. Entonces podemos decir que “comunicar equivale a formalizar (poner en forma transferible a otros) un contenido por medio de un lenguaje expresivo que lo vehicula”. (Costa, 1989, p. 18).

González Ruiz (1994) propone pensar a la Comunicación Social no como un aspecto de la Psicología sino pensar a la Psicología como una parte de la Comunicación.

Se habla del aspecto psicológico porque es allí donde el autor sitúa a la comunicación visual, en el plano psicológico que es “donde se centra la supremacía de los aspectos visuales en el comportamiento individual y social, y la influencia de la imagen en la actividad sensible y mental del hombre”. (González Ruiz, 1994, p. 82).

También el autor ubica a la comunicación dentro de otro plano -el biológico-, en el cual “cada entidad orgánica es a la vez un elemento emisor y receptor”.

Y destaca que analizando a la comunicación desde su aspecto estrictamente visual, podemos analizar sus dos características básicas, las cuales son: “En primer lugar la capacidad potencial de las comunicaciones visuales como formas de transferencia de mensajes y comunicados, y en segundo término la importancia de la comunicación visual en cuanto objeto de orientación, conocimiento y desarrollo humano”. (González Ruiz, 1994, p. 81).

## Comunicación visual

González Ruiz le da un lugar predominante a las percepciones visuales, el lenguaje visual y las comunicaciones visuales. Dice que en esos tres planos, “todo lo que sucede se manifiesta con imágenes visuales, bien con estímulos de orden visual” (p. 82).

El mismo autor dice por lo tanto que “la visión es un acto fundamentalmente cognoscitivo”. (p. 82).

Cuando alguien se expone ante una señal visual lo que en realidad hace es percibir de manera mental a esa señal física, conformando así la imagen.

Para destacar la importancia de lo visual en relación con la comunicación vale resaltar lo que González Ruiz tiene para decir sobre eso: “En ese aspecto nuestro entorno físico es un constante generador y movilizador de imágenes visuales. Las ciudades, las casas, los lugares, las cosas, todo está regido por señales y por las imágenes que ellas nos motivan. Aun en los momentos de plenitud consciente, la memoria visual permanece activa en la mente” (p. 122).

La comunicación visual al igual que la comunicación de algún otro orden “enmarca las experiencias que establecen un diálogo entre el emisor y el receptor del mensaje”. (González Ruiz, 1994, p.121).

Dichas experiencias no están reducidas únicamente al mundo de lo impreso físicamente, ya que también pertenecen al universo de lo visual manifestaciones del tipo audiovisual, por ejemplo, los contenidos proyectados por el cine, de televisión, dvd, proyectores, como así también contenidos web, para celulares, hologramas, en soportes varios: PC, Mac, laptops, tablets, portarretratos digitales.

Es así como “dentro de este contexto de la comunicación visual se inserta el Diseño Gráfico. Abarca a los objetos físicos y a los signos estéticos, participa en ambos sentidos y en ciertos sentidos los une”. (González Ruiz, 1994, p.122).

## Diseño

El Diseño no es meramente un resultado final visible, sino que hay que considerar al Diseño como un proceso de creación y elaboración “por medio del cual el diseñador traduce un propósito en una forma”. (González Ruiz, 1994, p. 30).

Para hablar del Diseño en términos de proceso, hay que destacar conceptualmente de donde lo tomamos. La acepción más acertada es la que propone González Ruiz (1994), al hablar de que el término en idioma inglés *design* significa “plan mental, proyecto, programa”. Este término se acopla perfectamente a la conceptualización del autor en el párrafo anterior.

Los conceptos de diseño en idiomas latinos (italiano, francés y portugués) remiten a considerarlo en términos de dibujo o bosquejo.

González Ruiz ubica al concepto de diseño en idioma castellano, en un lugar intermedio (y ambiguo) entre los conceptos inglés y latinos.

Con gran claridad podemos definir cuál es el propósito de diseñar en general, en cualquiera de sus subdisciplinas, acudimos a González Ruiz (1994, p. 37): “El propósito del diseño es el de crear objetos útiles a las necesidades del hombre en su hábitat, en su entorno social y físico”.

Es un momento oportuno para clasificar las subdisciplinas de las que estamos hablando, a cada una de ellas las enmarcamos en un campo de acción, los cuales son tres: campo arquitectónico, campo objetual y campo comunicacional.

## Campos de acción del Diseño

El autor precedente ofrece una clasificación para determinar los campos de acción del Diseño.

Se considera campo de acción al área de extensión de una ciencia o disciplina. Al territorio dentro del cual cada esfera del saber se desplaza.

El primero es el arquitectónico, y en él se desplazan:

- El Diseño Arquitectónico,
- El Diseño Urbano,
- El Diseño del Paisaje y
- El Diseño de Interiores.

El segundo campo de acción – el objetual- está compuesto por:

- El Diseño Industrial,
- El Diseño textil y
- El Diseño de Indumentaria

El tercer campo de acción –el comunicacional- está integrado por

- El Diseño Gráfico y por
- El Diseño de Imagen y Sonido.

## Diseño Gráfico

El Diseño Gráfico hace más de ciento cincuenta años que surgió en la sociedad, “resultado de la evolución social, cultural y tecnológica de la sociedad industrial de fines del siglo 19 y principios

del 20” (González Ruiz, 1994, p.47), y desde entonces ha evolucionado como profesión.

Actualmente la profesión contiene una gran cantidad de opciones para el desempeño profesional, podemos citar a: diseño de identidad, diseño interactivo, diseño web, diseño de packaging, diseño señalético, diseño editorial.

Se hace ahora una definición formal del Diseño Gráfico:

*Disciplina que posibilita comunicar visualmente, ideas, hechos y valores útiles para la vida y el bienestar del hombre mediante una actividad proyectual en la cual se procesan y sintetizan en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos, tecnológicos y ambientales. (González Ruiz, 1994, p.122)*

De la definición precedente se destaca que es comunicación en su vertiente visual, que es útil para las personas y que es una actividad proyectual.

El Diseño Gráfico en cualquiera de sus subdisciplinas debe utilizar un código para facilitar la comunicación mediante signos en común entre emisor y receptor.

Dichos signos son tomados de “el grafismo aplicado, el fotografismo, la tipografía, la computación, la ilustración y la impresión”, entonces el código del Diseño Gráfico es “un sistema de signos que sirve a la comunicación visual y que pertenece al lenguaje visual y al código del Diseño” (González Ruiz, p.89)

El autor nos dice que en el código del Diseño Gráfico los signos gráficos son de dos tipos:

- a. Las palabras escritas del lenguaje verbal que componen habitualmente cualquier mensaje escrito.
- b. Los signos estrictamente visuales.

Como ya se dijo anteriormente el propósito del diseño es el de crear objetos útiles a las necesidades del hombre, por lo cual deducimos que el diseño está al servicio de las personas.

En este sentido siendo el hombre quien se expone ante una pieza de diseño gráfico, y percibiendo con el sentido de la visión, es él mismo quien decide la duración de dicha exposición, la cual puede resultar breve (ante un sistema de señales) o más prolongado (ante la lectura de un libro).

Habiendo definido el Diseño Gráfico, se procede

ahora a definir conceptualmente y al campo de acción de la señalética, que, como ya se dijo, es una de las subdisciplinas de la profesión.

## Señalética: campo de acción y elementos constitutivos

Se comienza por definir brevemente los orígenes de la señalética, que “nace de la ciencia de la comunicación social o de la información, y la semiótica.” (Costa, 1989, p. 9).

Pero la señalética no actúa en solitario sino que colabora con otras disciplinas: ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio (environment) y la ergonomía.

Se puede dar ahora una definición formal de la señalética: “es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones.” (Costa, 1989, p. 9).

Aclarando la definición un poco más, se puede decir, siguiendo al mismo autor que “la señalética se aplica,

- 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 señalética responde a necesidades de conocimiento superficiales (aunque utilitario), provisional y efímero.

Pero se requiere que ese conocimiento sea unívoco (preciso y seguro para todos los usuarios), e inmediato (aquí y ahora)

La exigencia rigurosa de sus funciones deben ser: la instantaneidad informativa y la universalidad.

El objeto de la comunicación señalética es: sistema de señales visuales o mensajes espaciales de comportamiento.

Se define brevemente cada término de la definición:

- **Sistema:** como un todo orgánico
- **Señales:** estímulos breves, que inciden en la sensación inmediata.
- **Visuales:** porque la visión es el órgano receptor gestáltico por naturaleza.
- **Mensajes:** contenidos informativos
- **Espaciales:** porque los sistemas de “señales mensaje” no solo implican la superficie material que los soporta sino que incorporan al entorno.
- **Comportamentales:** porque en la misma medida que la señalética orienta, también propicia, propone, determina comportamientos de los individuos: acciones, actos, actuaciones.

Es sistema de mensajes señaléticos no se impone, no pretende persuadir, convencer, inducir o influir en la decisiones de acción de los individuos.

Sirve a éstos para orientar-se, para que cada uno se oriente a sí mismo. (Costa, 1989, p. 11)

El campo de acción de la señalética es un *didacticismo 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 didacticismo en una autodidaxia, que es la forma más creativa de la didáctica por lo que comporta de participación activa del propio individuo.

Las situaciones dilemáticas plantean una interrogación, una duda, un momento de incertidumbre. Cuando la solución a una situación dilemática ha sido perfectamente señalizada y propone varias opciones, aparece más claramente la función autodidáctica. Uno elige y decide el próximo paso que va a dar, lo cual supone un auto-dirigir sus actos. El individuo va encadenando sus actos sucesivos a partir de su propio hilo conductor. (Costa, 1989, p. 14)

## El Lenguaje señalético

El lenguaje señalético es un lenguaje gráfico bi-media (Costa, 2007, p.93), es una combinación de imágenes y texto. Las imágenes son los signos icónicos y el texto es el signo lingüístico. A esta dupla informática le agregamos el color, que es el signo cromático.

Costa nos dice que lo que define a la especificidad

de la señalética son dos aspectos:

- **la tridimensionalidad:** del trabajo gráfico sobre soportes arquitectónicos, y

- **la función:** que puede ser de tipo orientativa e identificadora.

Agrega el autor que el lenguaje señalético está caracterizado por un "riguroso campo de libertad". Esto va de la mano con la función del lenguaje señalético, orientar e informar, sin dejar lugar a dudas, no hay espacio para lo ajeno a esa función. No hay espacio para adornar o trascender los límites de su función, de manera creativa o que permita varias interpretaciones, como si ocurre con otros campos gráficos del diseño (packaging, imagen, portadas, sitios web).

La ornamentación, fantasía o decoración son contrarias a la naturaleza clara, directa y utilitaria de la información señalética.

Las variables del vocabulario señalético pueden agruparse en tres conjuntos (Costa, 1989, p. 139, 140):

- **Lingüístico:** corresponde a las familias tipográficas y sus combinaciones semánticas en forma de enunciados. El signo lingüístico es toda palabra o conjunto de palabras que transmiten una información precisa a través de la lectura.
- **Iconico:** abarca los grafismos pictográficos, ideográficos y emblemáticos. En el grafismo señalético la máxima iconicidad correspondería a los pictogramas figurativos, los que representan objetos y personas. La iconicidad mínima correspondería a los ideogramas y emblemas no figurativos, y el signo lingüístico, ya que las palabras no se parecen a lo que designan.

Se precisan algunos términos involucrados:

**Pictograma:** imagen analógica (la clásica figura señalética del peatón)

**Ideograma:** esquema de una idea, un concepto o un fenómeno no visualizable.

**Emblema:** figura institucional fuertemente institucionalizada (la cruz roja o los aros olímpicos).

- **Cromático:** incluye la gama de colores. El signo cromático (...) no tiene la capacidad de representar cosas ni objetos, sino (...) de evocar y provocar sensaciones. En señalética el color

se utiliza exactamente como "señal", es decir en estado puro. Es el color, y no la forma, lo que *significa*, (por ejemplo el semáforo).

Asimismo en (Costa, 2007, p.94) se habla de un cuarto signo presente en el lenguaje señalético, la flecha:

- **Flecha:** es un signo de la cultura universal. Es la expresión abstracta de la mano que señala con el índice alguna cosa que hay que ver o una dirección que hay que seguir. Es una orden. Pero también posee el simbolismo de la flecha que se lanza, que se dirige desde aquí certeramente a otro lugar: su destino. Lo cual implica rapidez, certidumbre y seguridad.

Esta doble significación (información y eficacia) se funde en la flecha señalética. Ella señala lo que hay que ver o hacer y la dirección a seguir para llegar directamente y sin error a donde nos hemos propuesto.

## Categorías de rótulos (señales)

Ahora se define qué tipos de señales tiene la disciplina señalética, Mitzi Sims (1991) se refiere a los mismos con el término "rótulos", lo que es finalmente otra forma de denominar las señales.

Los rótulos se pueden dividir en seis categorías o tipos principales; orientadores, informativos, direccionales, identificativos, reguladores y ornamentales.

- **Orientadores:** sirven para situar a los usuarios en un entorno. Incluyen mapas, vistas esquemáticas, planos en los puntos de entrada y en puntos cruciales, e hitos.
- **Informativos:** gran parte de los rótulos pueden describirse legítimamente como informativos.

Los rótulos informativos están en cualquier lugar de nuestro entorno.

Tal información puede referirse a las horas de apertura, mercancía, acontecimientos previstos. La forma del rotulo varía enormemente según sea la información a transmitir.

Los rótulos instructivos muestran a la gente lo que debe y lo que no debe hacer; estos suelen situarse aparte de todos los demás rótulos.

- **Direccionales:** son instrumentos explícitos de circulación. Generalmente forman parte de un sistema de señalización.

Los sistemas de señalización en ambientes de circulación muy intensa (...), son esenciales para la utilización eficaz y segura de las instalaciones.

- **Identificativos:** son instrumentos de designación que confirman destinos o establecen reconocimiento de una ubicación concreta.

En general esta forma tradicional de identificación denota algún tipo de propiedad y suelen ser de carácter exclusivo o individual.

- **Reguladores:** exhiben normas de orden (...). Su existencia tiene como misión principal la salvaguardia y protección de las personas contra el peligro.

Los rótulos de esta categoría incluyen anuncios legales, normas de seguridad, instrumentos de control de tráfico y señales, y rótulos de salidas.

También sirven para informar a la gente sobre procedimientos en casos de emergencia.

- **Ornamentales:** adornan, realzan o embellecen el aspecto o efecto general de un ambiente o de sus elementos particulares.

Pueden incluir banderas, vallados, tabloneros, placas conmemorativas, etc.

Hemos dicho que la disciplina colabora con otras disciplinas entre ellas la arquitectura, por ejemplo aportando el soporte tridimensional sobre el que se posicionan las señales. Otro aporte de la arquitectura es la **Arquigrafía**.

Joan Costa nos da características de la arquigrafía, que tuvo varias etapas estéticas a lo largo del tiempo, y especialmente a partir del comienzo del Siglo XX. Estas características se han mantenido y podemos citarlas:

- El orden, la estética y el canon.
- Respeto por la arquitectura y el entorno.
- El gusto por la perfecta proporción, la caligrafía, y la tipografía a gran escala.
- Uso de fuentes tipográficas clásicas.
- Soportes distintos al papel: piedra, mármol, metal, cristal.

- Estructura material sólida, estática y permanente.
- Percepción de volumen y de distintos puntos de vista.
- Importancia del entorno y la luz ambiente cambiante a lo largo del día y la noche.

## Los dominios de la señalética

Joan Costa (1989, p. 107) expresa que los dominios de la señalética pueden clasificarse en cuatro grandes áreas:

- **Circulación de superficie:**

a) terrestre, que está constituido por los desplazamientos horizontales de peatones, vehículos motorizados (...), vías férreas;

b) naval, representada por el transporte marítimo.

- **Circulación aérea**, que incluye las redes del transporte por avión.
- **Circulación subterránea**, que está constituida por el transporte en metro.
- **Circulación vertical**, ejemplificada por las escaleras, ascensores y escaleras mecánicas.

Todo este conjunto de redes, itinerarios y medios materiales comporta dos clases de circulación: en *exteriores* e *interiores*. También abarca, en su organización, dos tipos de "medios": *móviles*, como los autobuses, el avión, el tren, el transatlántico, y *fijos*, como las estaciones de ferrocarril y marítimas, los aeropuertos, las estaciones de metro.

## Comunicación señalética

Joan Costa sitúa a la señalética como un medio de comunicación más. El autor nos orienta en este sentido: "la especificidad señalética es absolutamente el efecto de la necesidad que la ha creado. He aquí su esencia en tanto que sistema de comunicación." (Costa, 1989, p. 18)

Seguimos con el mismo autor cuando decimos que la comunicación señalética constituye un medio absolutamente diferente a los demás medios de comunicación. Podemos aclarar esta afirmación a través del enunciado de las particularidades de la disciplina señalética en materia de comunicación:

- La señalética es incapaz de resolver otros problemas de comunicación para los cuales no fue creado en principio. No admite reemplazo para comunicar lo que quiere comunicar.
- La señalética es discreta y posee una falta de espectacularidad.
- Su carácter es estrictamente funcional, rehúye de justificaciones emocionales o estéticas.
- No es un medio brillante ni ostentoso.
- Se rige por el principio de *pequeñas causas, grandes efectos*.
- Se dirige a la parte cognoscitiva del cerebro, no a la parte emocional.
- No pretende la retención de la mirada ni la persistencia en la memoria, desaparece de ella inmediatamente.

Se concluye diciendo que: “Esta renuncia a incidir sobre la atención visual, sobre la inversión temporal, la percepción estética y el recuerdo, define explícitamente el carácter funcional y autodidáctico, específico del sistema señalético, que lo hace substancialmente diferente de los demás sistemas y medios de comunicación.” (Costa, 1989, p. 25)

Se puede categorizar de manera sencilla las características de la comunicación señalética (Costa, 1989, p. 15):

- **Finalidad:** funcional – organizativa
- **Orientación:** informativo-didáctica
- **Procedimiento:** Visual
- **Código:** signos simbólicos
- **Lenguaje icónico:** universal
- **Estrategia del contacto:** mensajes fijos in situ
- **Presencia:** discreta, puntual.
- **Percepción:** selectiva
- **Funcionamiento:** Automático-instantáneo
- **Especialidad:** secuencial, discontinua
- **Persistencia memorial:** extinción instantánea.

Ahora se procede a definir de manera teórica de que se entiende por un programa, en este caso un “programa señalético”, de interés para el presente trabajo.

## Programa señalético

Joan Costa (p. 124) habla de lo que significa diseñar programas: “Diseñar programas implica (...), la fórmula capaz de solucionar no ya un problema definido, sino toda una problemática o un conjunto de problemas diversos pero relacionados entre sí”

Una problemática de diseño abarca una serie de cuestiones internas en el proceso creativo, que si bien pueden ser percibidas separadamente por los receptores (...), están articuladas unas con otras en su planteamiento conceptual y ejecución técnica.

Es la noción de “*continuidad*” de un todo completo, del que se toma conciencia por medio de alguna de sus partes. Diseñar programas es, pues, diseñar una matriz general, un modelo orgánico, vivo.

Desde el momento en que emergió la noción de *programas*, el diseño gráfico (...), ha experimentado una mutación conceptual, técnica y productiva de gran envergadura. La noción de programa supone superar el marco estricto del diseño de objetos o de mensajes unitarios por naturaleza (cuyo fin son ellos mismos en tanto que “original” que será reproducido industrialmente en un número indefinido de “copias” siempre iguales). Y pasar definitivamente a convertirse en una matriz o un modelo de múltiples posibilidades para ulteriores realizaciones que se caracterizaran por el número de sus variaciones, es decir, por la capacidad de obtener múltiples soluciones con los razonamientos del mismo programa.

Todo programa comporta, en su aspecto gráfico:

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

El siguiente cuadro (Costa, 1989, p. 123) se usa para explicar el sentido de la expresión diseñar programas señaléticos. Se muestran las acepciones del primer vocablo (diseño), las características del segundo (programa), y las definiciones básicas del sujeto señalético.

Diseño	Programa	Señalética
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan Mental</li> <li>• Proyecto, ideación</li> <li>• Supeditación creativa a un fin comunicacional</li> <li>• Panificación</li> <li>• Formulación gráfica: esbozo, dibujo, esquema, composición</li> <li>• Traducción de conceptos y actos a formas icónicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conjunto de soluciones de diseño formando un plan operacional de aplicaciones</li> <li>• Formula combinatoria</li> <li>• Normalización de los elementos</li> <li>• Código o articulación de los elementos simples que lo componen</li> <li>• Serialidad</li> <li>• Adaptabilidad a necesidades futuras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema de señales visuales de comportamiento</li> <li>• Funcionamiento instantáneo y automático percepción – – comprensión – actuación</li> <li>• Normalización de los elementos</li> <li>• Lenguaje sígnico - simbólico: escrito, icónico, cromático</li> </ul>

## Las premisas señaléticas

Joan Costa, (pp.112-118) habla de que la señalética impone al diseñador de programas una serie de condiciones, las seis más importantes son:

- **El individuo como centro:** Un plan señalético determina la organización del espacio en función de los actos individuales. Es importante destacar que la función del diseñador es neutra en este sentido, ya que su tarea es la de informar, hacer identificables y localizables los servicios requeridos, y hacer comprensibles las acciones a realizar. Todo esto con la máxima eficacia.
- **Hacer inteligible el 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 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 entre en escena en la tercera fase.

(...). Se trata (...) del uso social de los espacios de acción, lo cual no está en general implícito en la misma morfología arquitectónica.

En cualquier prestación de servicios (...), la *información señalética es el primer servicio* que se presta al público.

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

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, la *estructura arquitectónica* constituye otra dimensión del problema, u otro nivel de adaptación señalética. (...) en la medidas de esta simplicidad o complejidad relativas, la información señalética es afectada en principio, y no es en absoluto lo mismo resolver un tipo u otro de problemas (...).

En tercer lugar se presenta es *estilo ambiental*, (...) si un banco puede ser grande o pequeño, urbano o rural, de construcción clásica o moderna, complicado morfológicamente, o simple, también puede ser al mismo tiempo cálido o frío, suntuoso o funcional, con mármoles y espejos o de obra vista y madera. (...) es indispensable definir un “estilo de conjunto”

- **Imagen de marca:** [la señalética] no solo se adapta a ellos [los entornos] sino que tiene que contribuir a destacar o potenciar la imagen pública (en el sentido institucional) o la imagen de marca (en el sentido del marketing) que se quiere transmitir a través de los espacios de operaciones y de acciones. Este es un factor importante y muy específico de la señalética, que lo vincula directamente con otra disciplina gráfica (...): *la identidad corporativa*.

Podemos hablar (...), de una *señalética de la marca*, que es, una de sus extensiones por la cual el “marcaje” sobrepasa los espacios físicos que son frecuentados por los públicos y se extiende coherentemente a todos los demás soportes y medios de comunicación de la entidad en cuestión, como son la señalética externa, los impresos de escritorio y administrativos, los vehículos de transporte, los uniformes e indumentaria profesional, la publicidad, los regalos de empresa. Es una aplicación sistemática del marcaje –y de la *marca- como el sistema entero de la identidad*.

- **Información lingüística:** (...) la pictografía señalética necesita a menudo la incorporación de textos, no para repetir lo mismo que la imagen ya muestra, como en el código vial americano y japonés, sino para comunicar con palabras lo que es incomunicable con pictogramas.
- **Una economía generalizada:** las condiciones de base para el diseño de programas señaléticos coinciden, pero en sentido contrario con la noción de “costo generalizado”.

(...) Cualquiera sea el objeto o la “cosa” que se vaya a utilizar, esta posee tal grado de complejidad en si misma o en el modo de acceder a ella, que requiere una cierta educación, un mínimo aprendizaje. Este aprendizaje supone un (...) conjunto de esfuerzos que le son reclamados al usuario.

En señalética, el costo generalizado está integrado por cinco de sus variantes:

Costo energético. Costo perceptivo. Costo psicológico. Costo intelectual. Costo temporal

La respuesta señalética a la problemática del costo generalizado perceptivo es, naturalmente, la actitud “al contrario” de la economía generalizada –que es consecuente con la famosa ley de Zipf o ley del mínimo esfuerzo-, cuya respuesta depende del diseñador de programas señaléticos, el cual procederá por la máxima economía de medio informacionales.

Joan Costa (p.119) habla de la economía generalizada como la principal de las premisas propias del sistema señalético, en el sentido de la máxima simplicidad, tanto en el lenguaje señalético como en el número de paneles y los sistemas técnicos de construcción y montaje.

## Imagen institucional

Como ya fue expuesto en el subtítulo de las Premisas señaléticas, el sistema señalético debe adaptarse no solo al entorno, sino que debe destacar la imagen pública de la empresa, especialmente a través de la identidad corporativa.

Aportamos algunos conceptos que intentan aportar luz sobre el tema.

Hablando de la Imagen institucional, Joan Costa (2007) nos aclara dos conceptos: el de imagen de marca y el de identidad corporativa.

“Imagen de marca,” es una imagen pero referida a una actividad de un sector determinado, ya sea bancario, de distribución, hospitalario, etc. Esa imagen será una imagen genérica, la cual no se puede distinguir del universo de imágenes, y tampoco tiene valor competitivo.

Superando el concepto anterior, pasamos a definir a la “identidad corporativa,” aquí ya entra en juego la personalidad de la empresa, ya no hablamos en términos genéricos sino particulares. Las empresas poseen identidad corporativa, a través de los logotipos, símbolos, tipografías, colores, y otros elementos.

Estos conceptos los expresamos en relación a un programa señalético determinado, es decir la identidad corporativa en relación a la señalética, y aquí Joan Costa nos advierte que la incorporación o no de dicha identidad en el programa, puede tener dos consecuencias, o destinos:

La no incorporación de la identidad en el programa tornará a ese programa útil para ser utilizado en otra empresa, debido a que es neutro.

La incorporación de la identidad en el programa situará a la empresa en una posición de clara identificación con respecto a empresas de la competencia, ya que se aporta la personalidad particular en los sistemas de señales institucionales.

Los sistemas señaléticos tienen como centro a las personas, por lo que se hace necesario poder categorizar el perfil de cada una de esas personas, que se verán expuestas a las señales. Para definir ese perfil específico se habla a continuación de públicos.

## Públicos

En una organización, institución o empresa, no son uno sino varios los grupos que lo integran, en grados más o menos cercanos.

Primero es necesario definir que entendemos por público “agrupamiento humano que posee un interés común respecto a la organización, de características transitorias, cuya categorización se dará respecto de su proximidad con la misión institucional.” (Avilia Lammertyn, p. 129)

El autor hace una segmentación en función de las características cambiantes de la sociedad.

Esos segmentos son internos, mixtos (semiinternos o semiexternos) y externos, que pasamos a

describir a continuación.

La siguiente clasificación pertenece a Avilia Lamertyn (p. 129).

- **Internos:** grupos de interés que están estrechamente vinculados a los designios de la organización, que se encuentran compenetrados fuertemente con su misión específica y que integran su plantilla de colaboradores permanentes (es decir, cobran sueldo y poseen relación de dependencia)

En general se los subdivide según su jerarquía de gestión en:

- Gerencia (directores, gerentes y subgerentes),
- Mandos medios (jefaturas, subjefaturas y supervisión) y
- Operación (empleados y operarios)

**Mixtos:** grupos de interés que si bien no están estrechamente vinculados a los designios de la organización, tienen cercana relación con su misión específica, aunque no integran su plantilla de colaboradores permanentes (es decir, se relacionan más estrechamente que los externos).

Se los subdivide en semiinternos o semiexternos:

- **Semiinternos:** aquellos que sin pertenecer a la organización tienen estrecha relación con ella y coadyuvan fuertemente a la consecución de los objetivos.
  - Familiares del personal.
  - Accionistas de empresas pequeñas que cumplen algunas funciones organizativas.
  - Los contratados que cumplen horario y perciben honorario.
  - Los asesores con funciones de línea.
  - El personal de agencias de contratación eventual que cumple funciones dentro.
  - Un distribuidor o proveedor exclusivo.
  - Los delegados sindicales.
  - El personal interno de empresas colegas del mismo holding.
  - Los aprendices y trainees.

- **Semiexternos:** aquellos que sin pertenecer a la organización tienen una relación cercana, pero no tan estrecha como los semiinternos, aunque mayor que la que poseen los públicos externos.

- Proveedores y distribuidores no exclusivos
- Los revendedores
- Asesores externos
- Bancos con los que se opera
- Accionistas de empresas que cotizan en bolsa
- El sindicato correspondiente al ramo de la organización
- Las instituciones intermedias que poseen convenios con la institución (cámaras empresarias pequeñas, educativas, laborales, benéficas y otras).

- **Externos:** aquellos que influyen en la vida organizacional desde una posición de interés relativo. Entre estos grupos se encuentran:

- Consumidores, afiliados o target actuales o potenciales, o las personas físicas sobre las cuales se centran los objetivos organizacionales, ya sean particulares u organizados.
- Instituciones intermedias sin estrecha relación (como sociedades vecinales, policía, bomberos, educación, benéficas, y otras).
- Periodismo especializado y periodismo general (grafico, radial, televisivo).
- Otros líderes de opinión (de acuerdo al ámbito empresario, educadores, escritores, artistas, científicos)
- Cámaras y asociaciones empresarias.
- Áreas gubernamentales de incumbencia en el ramo institucional
- Empresas competencia en el mismo nicho de mercado
- Empresas del rubro pero no competidores en el nicho
- Organizaciones de consumidores
- Partidos políticos.

- Bancos con los que se podría tener relación.
- Otros grupos de presión (Iglesia, Fuerzas Armadas)
- Poderes del gobierno nacional, provincial y municipal (cámaras legislativas, poder judicial y poder ejecutivo)

## **Cierre de etapa**

Se ha transitado en el Marco precedente de lo general a lo particular. Se hizo especial énfasis en los elementos pertinentes al presente trabajo, éstos son los involucrados en el diseño de un programa señalético.

Se han definido de manera teórica los conceptos que serán necesarios conocer y como fuente de consulta en la etapa de intervención.

Autores como Costa y Sims brindan de manera clara y precisa las herramientas que el diseñador gráfico debe poseer para desempeñarse de manera profesional y acertada.

La Señalética es un medio de comunicación, y como tal, tiene particularidades que no encontramos en otros medios. Definir sus signos, premisas, clases y dominios propios, permitirán abocarse al diseño de señales disminuyendo la incertidumbre en el camino.

De la misma manera la definición teórica de los tipos de públicos, ayudarán a conocer e identificar los usuarios que se expondrán ante las señales.

## **Marco Metodológico**

El presente proceso está basado en el Proceso de Programas Señaléticos de Joan Costa y por fines utilitarios se lo ha adaptado funcionalmente al Proyecto de Trabajo Final propio.

## ETAPA # 1 - CONTACTO CON EL COMITENTE Y CON EL ESPACIO SUJETO DE TRATAMIENTO SENALETICO

Se tendrá en cuenta lo siguiente:

- **La Facultad de Ciencias de la Administración.**
- **Productos y servicios de FCA**
- **Tipología funcional:** función de la institución.
- **Personalidad del entorno:** características propias de la institución.
- **Imagen de marca:** identidad institucional.
- **Tipos de públicos que integran la institución.**
- **Síntesis de información provista por comitente.**

## ETAPA # 2 - RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN

Descripción de la estructura del espacio, condicionantes, nomenclatura.

- **Plano y territorio:** lectura de los planos.
- **Zonificación:** partición del espacio en zonas.
- **Circulación:** recorridos del público.
- **Condicionantes:** arquitectónicos y ambientales
- **Listado de palabras:** para ser mostradas posteriormente como unidades de información.
- **Señales preexistentes.**
- **Sistemas señaléticos de instituciones del rubro.**
- **Diagnóstico.**
- **Objetivos de intervención específicos.**

## ETAPA # 3 - GESTIÓN ESTRATÉGICA

Definición de:

- **Identificación de los puntos dilemáticos en recorridos que realizan los usuarios.**
- **Ubicación espacial de las señales a implementar.**

Determinación de:

- **Tipo de señales:** clasificación por grupos.
- **Tipografía.**
- **Elementos icónicos.**
- **Material de construcción y soporte de las señales.**
- **Uso del color.**

## ETAPA # 4 - DISEÑO GRÁFICO

Diseño gráfico de las distintas señales:

- **Pauta modular de las señales:** integración de los elementos finales e integrados (color, texto, pictograma).
- **Formato y tamaño de cada señal.**
- **Modo de implantación de cada señal.**
- **Prototipos digitales de las señales.**
- **Fichas señaléticas.**

Se divide el trabajo en dos partes: en la primera se toma contacto con el espacio a señalizar, lo que incluye revisión documental, de campo y a través de entrevistas. Se recopila toda la información necesaria que finalizará en un diagnóstico.

La segunda parte tratará de la organización de la información obtenida para transformarla en un proceso de diseño definitivo, el mismo incluye ubicación de las señales según recorridos, construcción de las señales, elementos compositivos de las señales, formatos, tipos de señales y materiales de construcción.

## Cuadro explicativo correspondiente a Etapa # 1 y Etapa # 2

En el siguiente cuadro se mostrará a modo de preguntas que es lo que se quiso relevar, indagar o investigar, con que instrumento de investigación se hizo, y en base a que muestra.

Acciones para relevar/indagar/investigar	Instrumento	Muestra
<b>Contacto con el comitente y con el espacio sujeto de tratamiento señalético</b>		
¿Cual es la función de la institución?		Documentación pública
¿Cual es la personalidad del entorno?		Edificios, espacios, colores
¿Cómo es la imagen de marca?		Escudo institucional
¿Cuales son los públicos que integran la institución?		Documentación pública
¿Cuales son las necesidades de Diseño Gráfico de la Institución?		Autoridades
<b>Recopilación de información</b>		
Plano y territorio		Documentación pública
¿Cuales son las zonas del espacio?		Edificios, espacios, colores
¿Como es la circulación de los usuarios?		Públicos
¿Cuales son los condicionantes?		Edificaciones y espacios
¿Cual es el listado de palabras a usarse en las señales?		Documentación pública
¿Cuales son las señales preexistentes?		Señales actuales
¿Como son los sistemas señaléticos de instituciones del rubro?		Señalética en universidades

### Referencias

Observación documental 

Observación situacional 

Relevamiento fotográfico 

Entrevista abierta 

**Etapas #1 - Contacto con el comitente y con el espacio sujeto de tratamiento señalético.**

## La Facultad de Ciencias de la Administración

La Facultad de Ciencias de la Administración es una de las dos Facultades integrantes del IUA, junto a la Facultad de Ingeniería, las cuales se asientan en el campus.

Está localizada en las afueras de la Ciudad de Córdoba, sobre la ruta de acceso al Valle de Punilla (Ruta Córdoba-Villa Carlos Paz), colindante con el Barrio Aeronáutico y otros. En la actualidad hay una sola línea de transporte público que llega al lugar.

Se encuentra en un enclave aeronáutico en la Ciudad de Córdoba, ya que coexiste junto a unidades educativas de la Fuerza Aérea Argentina: Escuela de Aviación Militar (nivel superior), Escuela de Suboficiales de la Fuerza Aérea (nivel terciario), IPEM 251 (nivel medio).

La Facultad de Ciencias de la Administración dicta sus carreras en dos modalidades: a distancia y semipresencial.

Sus alumnos y profesores son en su mayoría civiles, y en una minoría militares.

**La Facultad tiene 5600 alumnos, de los cuales el 90% son de la Sede Córdoba.** (Extracto de Entrevista con Secretario Académico de la FCA, día 4 de septiembre de 2012).

Dentro de esos 5600 alumnos se cuenta a los alumnos que estudian con tutoría a distancia y tutoría semipresencial, quienes en algún momento del cursado de su carrera asisten al Campus, ya sea por tutorías, exámenes, egresos o trámites administrativos.

## Productos y Servicios de Facultad de Ciencias de la Administración

La Facultad de Ciencias de la Administración ofrece al público carreras de grado universitarias con la posibilidad de obtener un título intermedio.

### Carreras de Grado

- Licenciatura en Administración
- Licenciatura en Logística
- Licenciatura en Recursos Humanos
- Contador Público

- Ingeniería de Sistemas

### Carreras de Pregrado

- Tecnicatura Universitaria en Administración
- Tecnicatura Universitaria en Logística
- Tecnicatura Universitaria en Recursos Humanos
- Analista de Sistemas

### Posgrados

#### Maestrías

- Maestría en Ciencias de la Ingeniería

#### Especializaciones

- Especialización en Análisis de Inteligencia Estratégica
- Especialización en Sistemas Embebidos
- Especialización en Seguridad Informática
- Especialización en Sistemas de Radar e Instrumentación

#### Programas de Perfeccionamiento para Graduados

- Derecho Aeronáutico y Espacial
- Administración y Gestión Integral en Organizaciones del Sector Salud
- Auditoría en Salud
- Gestión Integral de Medianas y Pequeñas Empresas
- Identificación, Formulación y Evaluación de Proyectos
- Organización Lean
- Red Posting

### Tipología funcional

En el Marco Contextual se define de manera más detallada la ubicación del Instituto Universitario Aeronáutico en el universo de las instituciones

educativas.

Podemos recordar que el Instituto Universitario Aeronáutico es uno de los 7 Institutos Universitarios Estatales del país.

El Campus Córdoba es la sede de las autoridades de la institución. Con relación a la Facultad de Ciencias de la Administración, éste posee edificio propio para personal, y posee aulas para impartir enseñanza a los alumnos.

## Personalidad del entorno

La Sede Campus donde se aloja la Facultad de Ciencias de la Administración tiene características que le son propias. Se citan a continuación.

- Al ser una institución de la órbita de la Fuerza Aérea Argentina, las edificaciones poseen rasgos sobrios, tanto en las edificaciones del Instituto como las aledañas (Centro Cívico).
- La Asociación de Investigaciones Tecnológicas (AIT) es una organización sin fines de lucro, y es la encargada de administrar financieramente al IUA. Ella también tuvo que adaptarse estéticamente en sus edificaciones al estilo de las construcciones del Campus.
- Son edificaciones en su gran mayoría de una sola planta, de material sólido, pintadas en blanco y con tejas (la Fac. de Ingeniería y el Nuevo Edificio de la Fac. de Cs. de la Administración no tienen tejas). Las excepciones las constituyen el edificio del Rectorado que en un primer piso aloja aulas, y el edificio en donde se alojan los boxes de tutoría de la Facultad, que también están en un primer piso, en la planta baja se alojan la biblioteca y el Aula Magna.
- Visualmente el entorno es muy limpio, edificaciones, espacios verdes y señales propias y viales, esto último está dado por el hecho de que el Campus está inserto en la jurisdicción de la Ciudad de Córdoba.

## Imagen de marca

El escudo del IUA tuvo sus orígenes en la década de 1990 y su uso y aplicación sobre los distintos soportes a lo largo del tiempo la ha constituido en una verdadera imagen de marca dentro de la sociedad en general, y de la comunidad educativa en

particular.

A continuación se describen los elementos lingüísticos, icónicos y cromáticos que lo componen:



El escudo de bordura circular, limita un campo azul y oro en cuyo centro se encuentra un escusón partido formando dos cuarteles que contienen las distintas figuras.

Ha sido realizado en los colores azul y oro que asocian a la Fuerza Aérea Argentina. A partir de la lectura heráldica los diferentes tramados y fondos, los colores se identifican con los del escudo nacional, mostrando el fuerte compromiso de la institución con el país.

Las figuras ubicadas en ambos cuarteles, así como sus colores, nos dicen del origen, de la razón de ser y del destino asignado a la ex Escuela Superior de Aerotécnica.

Los valores cromáticos son: amarillo Pantone 137 cv ; azul Pantone 533 cv.



En el cuartel derecho, un ala de la máquina de volar de Leonardo Da Vinci sobre fondos diagonales.

El ala de la máquina voladora de Da Vinci, primer elemento diseñado por el hombre para el vuelo. Simboliza la misión del Instituto de formar ingenieros aeronáuticos, manifestando el motivo de su existencia, hoy enriquecido con otros campos del saber.



En el cuartel izquierdo, una lámpara sobre una columna dórica.



La columna de orden dórico que ostenta un carácter especial de la sencillez en el arte, y de severa grandiosidad, soporta en su capitel a la lámpara de la sabiduría, representación de la ciencia moderna.

Completa el escudo una cinta con la divisa del instituto: "MENS AGITAT MOLEM", es decir: "la mente mueve al mundo".



El escudo en sí está encerrado en un sello redondo con el nombre del Instituto y el año de su creación.

Se sintetiza diciendo los elementos que componen el escudo del IUA, connotan tanto el ámbito específico en que se ubica la institución, a través del ala (aeronáutico), y elementos propios del saber y la educación por tratarse de una institución educativa, en el símbolo de la lámpara sobre una columna griega, símbolo clásico del conocimiento y la erudición occidental.

### Tipos de públicos que integran la institución

Tomando la clasificación que hace Avilia Lammerlyn acerca de los públicos en una organización, se descubre que son variados los públicos de la institución, ellos son:

- **Grupo interno:** autoridades, personal civil, personal civil docente, personal militar superior y subalterno.
- **Grupo semi-interno:** profesores, personal contratado para desempeñar tareas docentes o administrativas, familiares de empleados.
- **Grupo semi-externo:** estudiantes, Banco Santander Río (donde opera el personal contratado), Banco Patagonia (donde opera el personal de Fuerza Aérea), cantina del campus, fotocopiadora, proveedores de insumos (Librería Los Troncos, Neyra Hnos.), proveedores de agua, empresa de limpieza.
- **Grupo externo:** Ministerio de Defensa, Ministerio de Educación, gremio ATE, medios de comunicación masiva: canales de aire y cable en ciudad de Córdoba (canales 2, 8, 10 y 12), medios radiales en donde es frecuente la emisión de anuncios del IUA (Cadena 3, radio Mitre, radio Shopping, periódicos locales (La Voz del Interior, La Mañana de Córdoba), sitios web (lavozone, cadena3, sitios universitarios).

### Información provista por comitente

Es necesario, a fines del presente trabajo, conocer las necesidades de la Facultad de Ciencias de la Administración desde el punto de vista de las autoridades institucionales.

A continuación se hace una síntesis de las respuestas dadas por el Secretario Académico de la FCA, mediante entrevista abierta.

- Necesidad de proveer a los espacios de un sistema señalético, teniendo en cuenta que los cambios son muchos y la gente está acostumbrada a lo anterior.
- Necesidad por parte de los usuarios de indicaciones para ubicar distintas dependencias.
- Existencia de antecedentes de desorientación por parte de la gente por proceso de cambios internos. Se reconoce que la falta de señalética contribuyó a esa desorientación.
- Necesidad de renovar casi totalmente la señalética actual, tanto interna como externa.
- Se prevé que el nuevo edificio de la FCA comience a funcionar en los primeros meses del año 2013.
- Necesidad de que quien esté a cargo del diseño del sistema señalético de la FCA sea un Diseñador Gráfico, dados sus conocimientos en las distintas formas de la comunicación visual.
- Manifestación de la importancia de reforzar la identidad institucional en el sistema señalético.
- Hay coincidencia en los tiempos del Diseñador Gráfico y la necesidad de las señales.
- Se destaca que el 90% de los 5600 alumnos que tiene la Facultad de Ciencias de la Administración, son de la Sede Córdoba, por lo que existe la probabilidad alta de que transiten por el predio de la nueva Facultad, independientemente del hecho de que esos alumnos sean de modalidad distancia o semipresencial.

## **Etapa # 2 - Recopilación de Información**

## Plano y territorio

La siguiente imagen satelital exhibe el territorio en el cual está alojado el Campus Córdoba, se han añadido las referencias necesarias.



## Circulación

Se muestra la circulación de los usuarios.

Primero la circulación que realizan para llegar a la Facultad de Ciencias de la Administración desde los puntos de acceso (paradas de ómnibus, cocheras).



## Condicionantes

Se muestran los condicionantes tanto ambientales como arquitectónicos.

En las siguientes imágenes se puede observar que la Facultad se encuentra, a nivel externo, en un ambiente dominado por parques verdes, espacios abiertos y construcciones bajas.

A nivel interno se puede apreciar que los espacios poseen buena iluminación natural en horas diurnas, pero es preciso recurrir a iluminación artificial en horarios nocturnos.



## Listado de palabras

Las siguientes serán las palabras clave en el diseño de las señales internas de la Facultad. Se aclara que los términos *División*, *Departamento*, *Dirección* o *Secretaría* responden a la clasificación oficial de las distintas dependencias que componen la Facultad, y son de naturaleza jerárquica:

- Decanato
- Ayudantía
- Secretaría Decanato
- Secretaría Académica
- Dirección de Carreras de Contador Público y Lic. en Administración
- Dirección de Carrera de Ingeniería de Sistemas
- Dirección de Carrera de Licenciatura en Logística
- Dirección de Carrera de Licenciatura en Recursos Humanos
- Departamento Académico Ciencias Exactas e Informática
- Departamento Académico Contabilidad, Economía y Finanzas
- Departamento Académico Derecho, Ética y Psico-Social
- Departamento Académico Comercialización, Logística, Operaciones y Recursos Humanos
- Departamento Académico Desarrollo Profesional

- Departamento Educación a Distancia
- División Diseño Gráfico y Soporte de Plataforma
- División Curso de Inducción
- Secretaría Administrativa
- Departamento Coordinación Ejecutiva
- Jefatura Departamento Alumnos
- Departamento Alumnos
- División Actas Finales
- División Legajos de Alumnos
- División Equivalencias
- División Pedagogía, Comunicación y Discurso
- Centro de Apoyo Tutorial
- Sala de Reunión de Consejo Académico
- Sala de Reunión I
- Sala de Reunión 2
- Usted está aquí
- Entrada
- Salida

Para las señales externas será necesario ubicar a la Facultad en el contexto del Campus por lo cual se usarán las siguientes palabras:

- Facultad de Ciencias de la Administración
- Facultad de Ingeniería
- FCA
- FI
- AIT
- Rectorado
- Biblioteca
- Usted está aquí

## Señales preexistentes

Señales externas de la Facultad de Ciencias de la Administración.



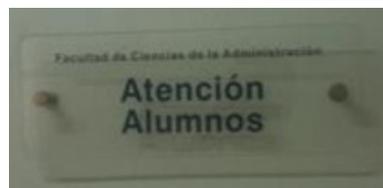
Señal sobre Av. Fuerza Aérea



Señal por fuera del edificio anterior de la Facultad de Ciencias de la Administración



Señal externa retirada, solo queda el marco del soporte. Motivo: traslado de sede de la Fac. de Cs. de la Administración. Se muestra en círculo como era la señal colocada.



Señales internas de la Facultad de Ciencias de la Administración.

Las precedentes son señales identificadoras en soporte acrílico sobre pared.

## Sistemas señaléticos de instituciones del rubro

Es de cierta relevancia conocer como otras universidades de la Ciudad de Córdoba han diseñado su sistema señalético. Vemos los casos de UNC y UE Siglo 21.



Señal que integra signos lingüísticos, icónicos (flechas), cromáticos y el escudo de la Universidad.



Señal externa, layout, uso de color verde institucional de fondo. Uso de colores para contrastar las zonas.



Señal identificadora de una facultad, signos lingüísticos alineados a la izquierda, uso de color verde y del escudo y siglas de la universidad.



Señal externa. Signos lingüísticos alineados a la derecha. Se integra el escudo de la universidad.



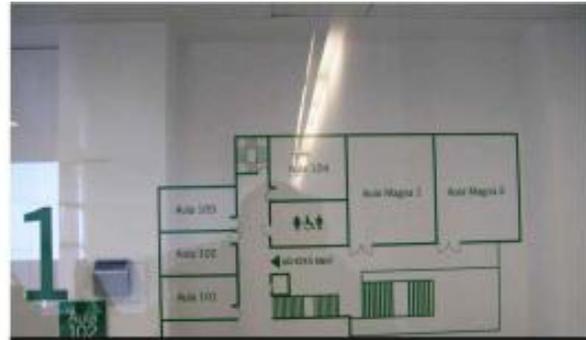
Señal similar a la anterior, signos lingüísticos centrados, hay mejor lecturabilidad en la señal anterior.



Señal interna. Se usa el color verde de fondo (no el institucional). Plano en soporte sobre pared.



Anverso de señal, con escudo de la universidad.



Señal similar a la anterior. Soporte vidrio de la puerta de acceso. Colores invertidos.



Señal combinada en soporte tipo transparente.



Señal de gran tamaño, sobre pared de ascensor.

Estos ejemplos muestran unidad en el sistema señalético, en formato, colores, y contraste figura fondo. Los distintos tonos de verde posiblemente se deban a la falta de mantenimiento de las señales por estar a la intemperie y por haberse confeccionado en distintas épocas. También se nota falta de unidad en el uso del texto, distintos tamaños y familias tipográficas.

Señales descuidadas y víctimas de vandalismo.

No hay sistema de señales internas.

Las señales vistas respetan, en su mayoría los colores institucionales. El uso de fuente tipográfica es homogéneo.

Las señales se perciben limpias y claras. Presencia de señales internas y externas en el campus.

## Análisis de la información

Con respecto al **Plano y territorio** se observa que las distancias entre los distintos lugares son considerables en el ámbito externo, a nivel interno se detecta que debido a la configuración del nuevo edificio hay presencia de espacios lineales y transversales.

En relación a la **Zonificación** se determina que se pueden identificar claramente las distintas zonas dentro del Campus: Fac. Cs. Administración, Fac. Ingeniería, Biblioteca, Rectorado, playas de estacionamiento, cantina. Son bloques separados unos de otros.

La **Circulación** está bien definida. Debido a los nuevos recorridos, la circulación del público parte desde un punto único de ingreso. A nivel externo se cree conveniente distribuir espaciadamente las señales considerando que las distancias son grandes.

A nivel interno del edificio de la FCA, la configuración rectangular de los espacios hace que el público deba trasladarse obligatoriamente por sendas preestablecidas. Eso facilita la ubicación de las señales en el interior.

**Condicionantes arquitectónicos y ambientales.** Se observan espacios propicios para implementar señales externas, hay espacio suficiente lo que permite que las señales sean funcionales y cómodas con respecto al usuario. No hay desniveles de suelo. La iluminación durante las horas diurnas permite visualizar correctamente los espacios.

A nivel interno, el material de construcción edilicia es propicio para empotrar señales. El hall de entrada es espacioso.

**Listado de palabras:** se observa repetición de términos, por ejemplo Departamento, Dirección, División, lo que facilitará el diseño de señales modularmente.

Con respecto a las **Señales preexistentes** se cree conveniente descartar algunas (viejas señales identificativas de la FCA), reutilizar otras pero con diferente diseño de la información (externas con pie metálicas) y modificar las restantes haciendo ajustes en su morfología (internas de cada oficina, de acrílico).

**Sistemas señaléticos de instituciones del rubro.** En mayor o menor medida se observa que las universidades citas en la Ciudad de Córdoba poseen su propio sistema de señales.

En el caso de UNC, se observa deterioro y falta de mantenimiento lo que conllevará irremediablemente a la pérdida de status de medio de comunicación de las señales. Perderán su función primigenia.

Con respecto a las señales de la UE siglo 21 se puede concluir que por la distribución espacial del Campus hay una correcta implementación del sistema ajustándose al entorno sin alterarlo. Puede interpretarse una correlación con el Campus del IUA.

## Diagnóstico

Se cuenta con la información suficiente para determinar que:

Es adecuado el espacio espacial para señalar.

Actualmente no hay saturación visual de señales, al retirar las que ya no serán necesarias, se podrá dotar al ambiente de información visual en un ambiente limpio estéticamente.

El nuevo edificio posee zonas libres en su exterior que favorecen la implementación de señales.

La imagen institucional es importante para la institución.

Un único punto de ingreso al Campus, y una única puerta de acceso al nuevo edificio facilitarán la implementación del sistema, debido a los recorridos obligados de los usuarios.

Por todo lo descripto están dadas las condiciones para enunciar los Objetivos de intervención, a resolver en la segunda parte del presente trabajo.

## Objetivos de intervención específicos

Identificar los puntos dilemáticos en los recorridos que realizan los usuarios de los espacios de la Facultad de Ciencias de la Administración.

Establecer las ubicaciones más adecuadas de las señales, tanto externas como internas.

Determinar los tipos de señales que se construirán según previsión de necesidades de los usuarios de la FCA.

Diseñar un programa señalético para el nuevo edificio de la Facultad de Ciencias de la Administración y entorno próximo a él dentro del Campus.

## **Etapa # 3 - Gestión Estratégica**

## Identificación de los puntos dilemáticos en recorridos que realizan los usuarios

A nivel externo el Campus Córdoba tendrá un único punto de ingreso, ya sea que la persona se traslade en vehículo o a pie.

Teniendo en cuenta dicho punto único, se muestra en plano mediante círculos naranjas las zonas que plantearán un dilema para el usuario de los espacios.



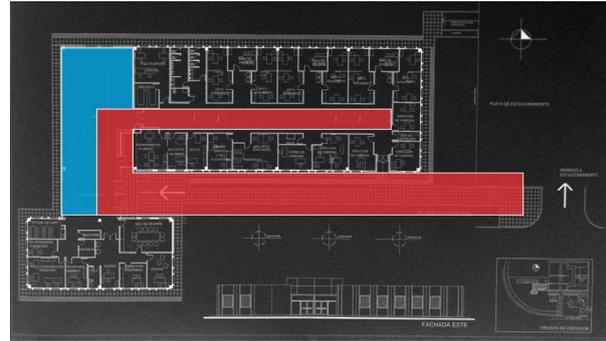
● Áreas dilemáticas externas

A nivel interno, el edificio de la Facultad tendrá una sola puerta de acceso. Se muestra mediante círculo naranja las zonas dilemáticas en base al recorrido.



● Áreas dilemáticas internas

Y las siguientes son las zonas de circulación, clasificadas en calientes y frías.



■ Zona caliente  
■ Zona fría

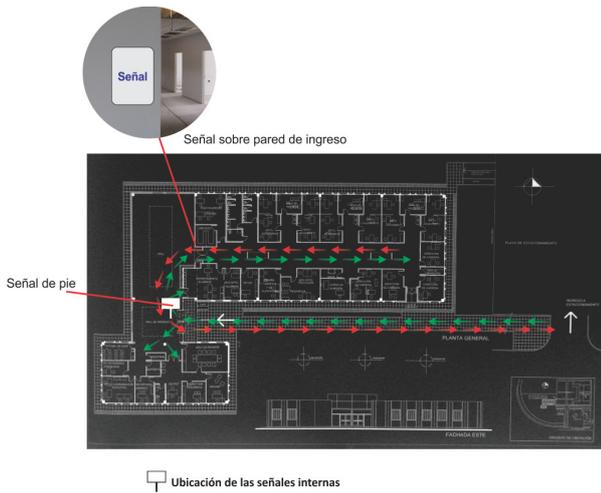
## Ubicación espacial de las señales a implementar

Teniendo en consideración los puntos dilemáticos se muestran a continuación donde deberán instalarse las señales externas.



□ Ubicación de las señales externas

A nivel interno se implementarán en las siguientes ubicaciones señales tipo layout orientativas.



Las señales identificativas de las oficinas se colocarán al costado de la puerta de cada dependencia. Se decide aplicarlas allí y no sobre la puerta misma, porque en el caso de que la puerta esté abierta, no será identificable para el usuario.

A continuación se muestra a modo de presentación la ubicación de las señales con respecto a las oficinas.



## Tipos de señales: clasificación por grupos

Las señales serán de distinto tipo según su utilidad:

- **Orientadores:** en señales externas, contienen plano, elementos lingüísticos (nombres de espacios generales), icónicos (emblema del Instituto), cromáticos (sectorización por colores) y el signo flecha.

En señales internas de la FCA, contienen plano, elementos lingüísticos (nombres de espacios en detalle), icónicos (emblema del Instituto, pictogramas para sanitarios), cromáticos (sectorización por colores), y el signo flecha.

- **Identificativos:** para identificar las dependencias del edificio de la FCA.
- **Direccionales:** para orientar sobre ubicación de dependencias.

No se diseñarán señales direccionales de tránsito y regulatorias individuales.

## Tipografía

Se decide utilizar para realizar la fuente tipográfica **Helvética** debido a su alta legibilidad, y por sobre todo por ser una fuente que tiene por intención mostrar exclusivamente lo que está escrito, sin adornos innecesarios.

Se usará para mostrar de manera escrita las dependencias jerárquicas, los nombres de los edificios, los espacios externos.

**En el caso de las señales orientadoras internas, los nombres se usarán en relación directa con referencias numéricas, en detalle aparecerá la totalidad de las oficinas. Por ejemplo: División Alumnos, Secretaría Académica, Dirección de Carrera Recursos Humanos.**

**En el caso de las señales orientadoras externas, los nombres de los edificios y espacio solo se nombrarán de manera general, sin detalles. Por ejemplo: Facultad de Ciencias de la Información, Rectorado, Biblioteca.**

Otro texto que se usará: Usted está aquí, Entrada, Salida.

En los siguientes ejemplos se muestra la fuente Helvética en sus variantes de estilo:

Letra redonda: Helvética HELVÉTICA

Letra itálica: *Helvética HELVÉTICA*

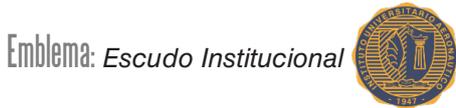
Letra en negrita: **Helvética HELVÉTICA**

Números: 1234567890 **1234567890**

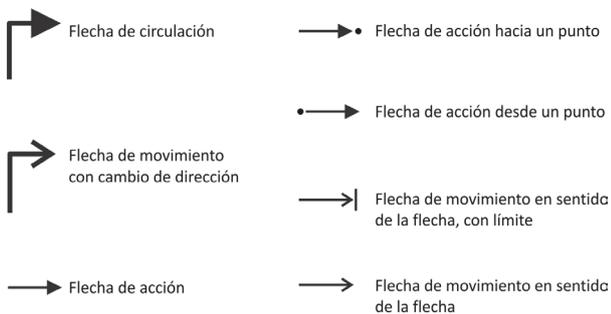
### Elementos icónicos

Se usarán los siguientes elementos icónicos:

- **Emblema:** el escudo del IUA estará presente en la totalidad de las señales externas y en las señales con plano dentro del edificio de la FCA.
- **Pictogramas:** para planos y para identificar sanitarios.
- **Flechas:** en distintas señales.



**Flechas** (Aicher & Kramper, 2002, págs. 29,32,33): *estilos de flechas a ser usadas en las señales.*



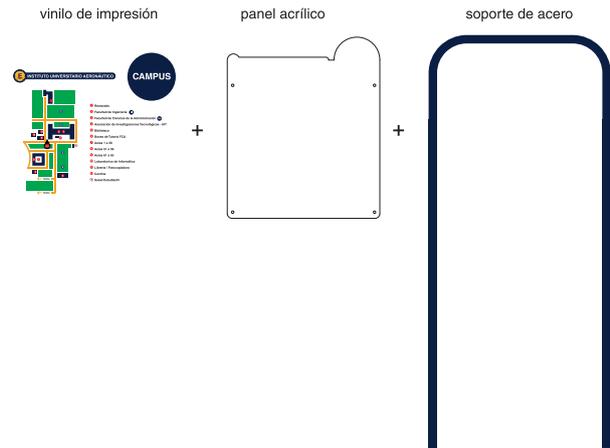
### Material de construcción y soporte de las señales

En seguida se muestran los materiales de construcción y su ubicación física.

### Señal externa

*De tipo orientadora*

**Cantidad: 2**



Señal a ubicarse en:



Señal en plano

## Señal externa

En camino de entrada a la FCA, de tipo direccional

Cantidad: 1



Señal a ubicarse en:

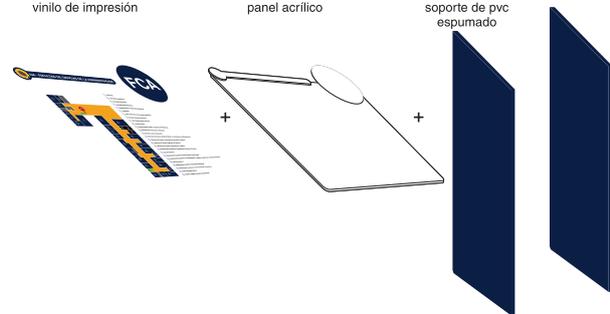


Señal en plano

## Señal interna móvil

En hall de entrada de Facultad (FCA), de tipo orientadora

Cantidad: 1



Señal a ubicarse en:

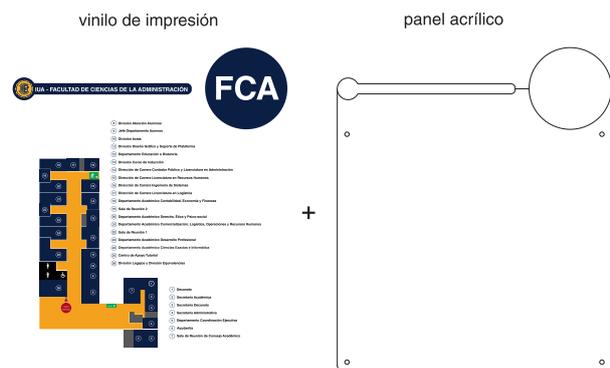


Señal en plano

## Señal interna

Antes de pasillo de FCA, de tipo orientadora

Cantidad: 1



Señal a ubicarse en:



Señal en plano

### Señal interna

Al lado de cada puerta de las oficinas de la FCA, de tipo identificativa

Cantidad: 26



Señal a ubicarse en:



Señal en plano

### Uso del color

Como ya se nombró anteriormente se utilizará vinilo de impresión para la construcción de la información de las señales.

El vinilo de impresión permite que se pueda respetar la gama de colores propuesta por el diseñador gráfico.

A continuación se muestra la paleta total de colores a utilizar en las señales. **Se aclara que no todos los colores serán aplicados a cada una de las señales, sino que se utilizarán de acuerdo a la mayor o menor cantidad de información a transmitir.**

C100	C0	C2	C100	C100	C0	C0
M88	M100	M42	M100	M0	M100	M0
Y37	Y100	Y100	Y100	Y100	Y100	Y0
K49	K0	K0	K100	K0	K30	K80

El color unificador del sistema señalético y que aparecerá en la totalidad de las señales es:

	Pantone 533c	C100
		M88
		Y37
		K49

### Cierre de etapa

- Cantidad de señales a diseñar: **6 (3 externas y 3 internas)**
- Señales totales: **31 (28 internas y 3 externas)**
- Información a transmitir: **ubicación espacial desde punto de vista del usuario, planos en vista aérea del campus, detalles de dependencias de la FCA, referencias numéricas, referencias lingüísticas.**
- Elementos icónicos de las señales: **emblema institucional, iconos para sanitarios, ícono de salida de emergencia, flechas.**
- Familia tipográfica en las señales: **Helvética**
- Colores en las señales:

C100	C0	C2	C100	C100	C0	C0
M88	M100	M42	M100	M0	M100	M0
Y37	Y100	Y100	Y100	Y100	Y100	Y0
K49	K0	K0	K100	K0	K30	K80

- Materiales de las señales: **vinilo de impresión sobre acrílico transparente/blanco, sobre pared/estructura metálica.**

## **Etapa # 4 - Diseño Gráfico**

Habiendo definido la gestión estratégica para la implementación del programa, y teniendo en cuenta la ubicación espacial y los elementos constitutivos de las señales, se procede ahora a mostrar el diseño gráfico de las mismas.

La totalidad de las señales se diseñan gráficamente utilizando la fuente tipográfica **Helvética**.

### Señal Externa #1 y #2

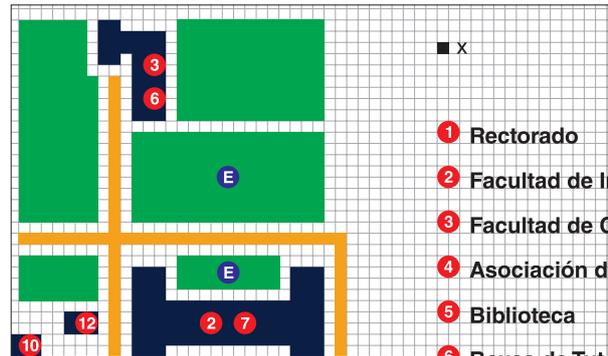
Señal de tipo orientadora a ubicarse en primer lugar desde el punto de ingreso al Campus. Debido a que éstas señales son idénticas, y solo se diferencian entre sí por la ubicación en el plano del signo *Usted está aquí*, se muestra el diseño gráfico de manera conjunta.

### Pauta modular

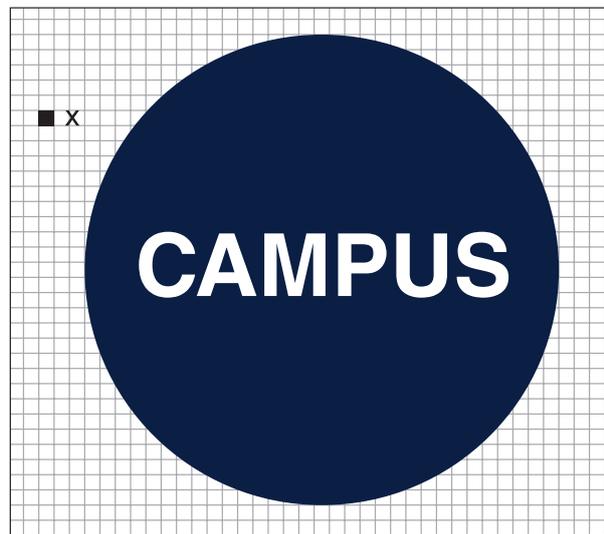
Se ubican en plano rectangular los distintos elementos: emblema institucional, signos icónicos, lingüísticos y cromáticos, dentro de la cuadrícula modular.



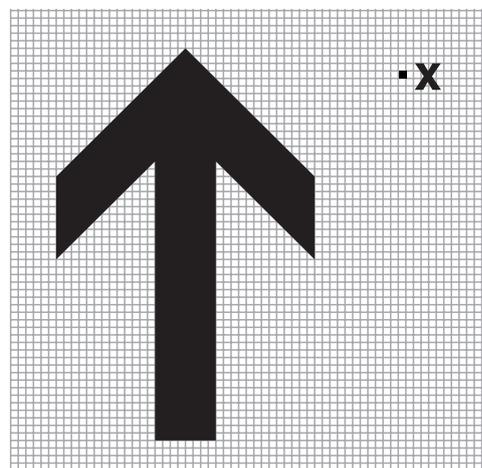
En detalle se muestra el tamaño de módulo x en relación con elementos del plano.



En detalle también se muestra el módulo x, y el diseño de signo cromático + signo lingüístico que designa *Campus*.



El siguiente es el signo flecha presente en la señal.



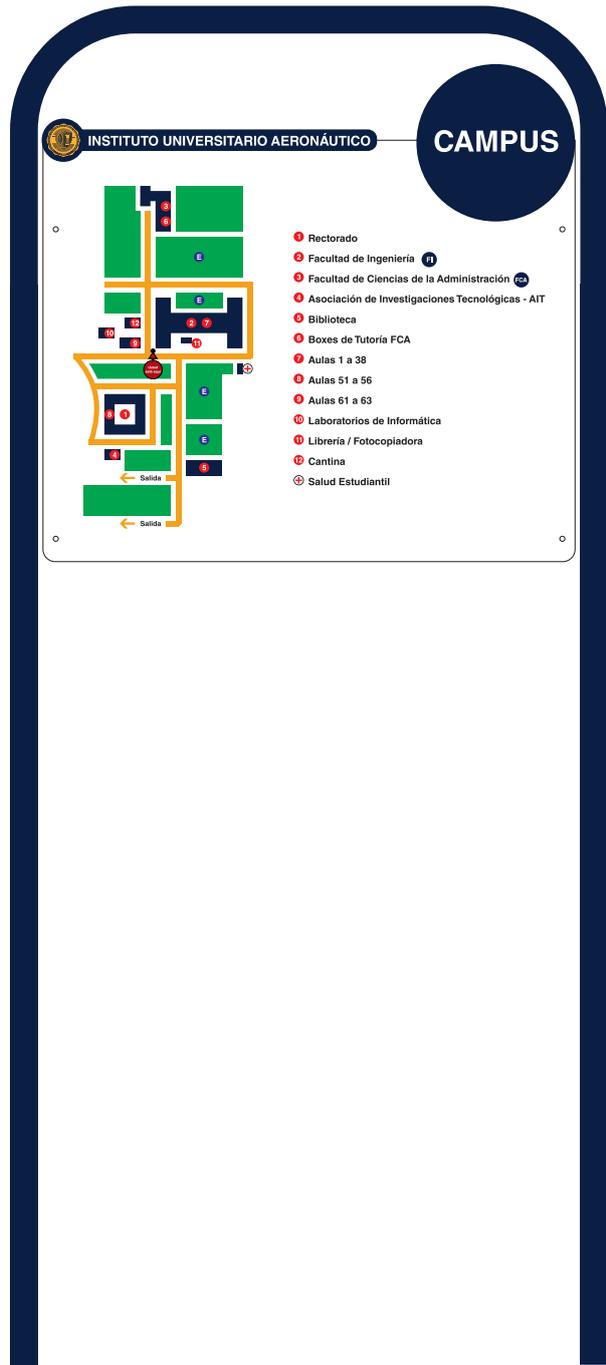
Los signos cromáticos presentan los siguientes valores:

C100	C0	C2	C100	C100	C0
M88	M100	M42	M100	M0	M100
Y37	Y100	Y100	Y100	Y100	Y100
K49	K0	K0	K100	K0	K30

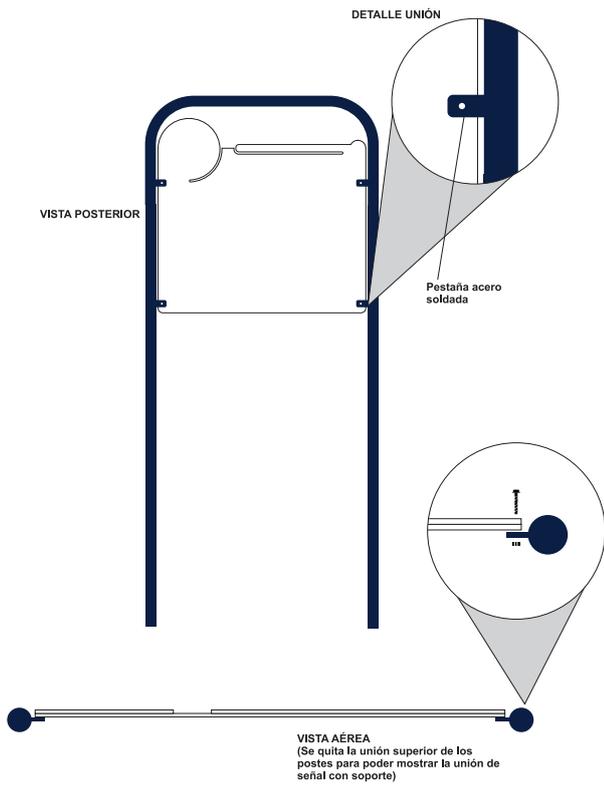
### Señal Externa # 1 y # 2 - Diseño Final



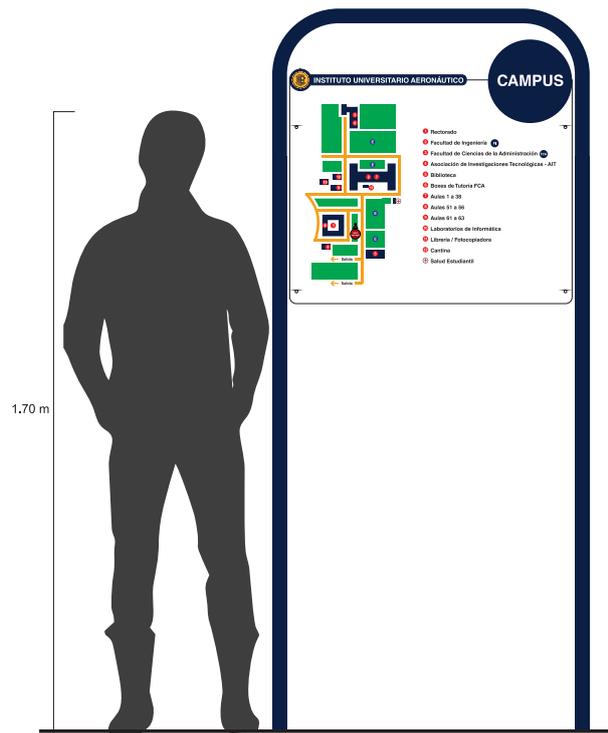
### Señal con soporte



# Vistas



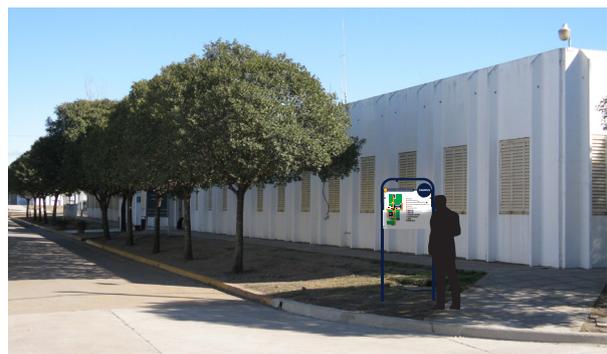
# Escala



## Fotomontaje Señal Externa # 1



## Fotomontaje Señal Externa # 2



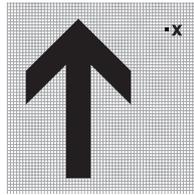
### Señal Externa # 3

Señal de tipo identificativa a ubicarse en proximidad a nuevo edificio de la Facultad de Ciencias de la Administración (FCA).

#### Pauta modular

Se ubican en el plano los distintos signos que componen la señal: signos lingüísticos, signo flecha y signos cromáticos. Y se muestra la unidad de módulo x.

Signo flecha presente en la señal



Señal Externa # 3 - Diseño Final



En detalle se muestra el módulo x en relación a los elementos del plano.



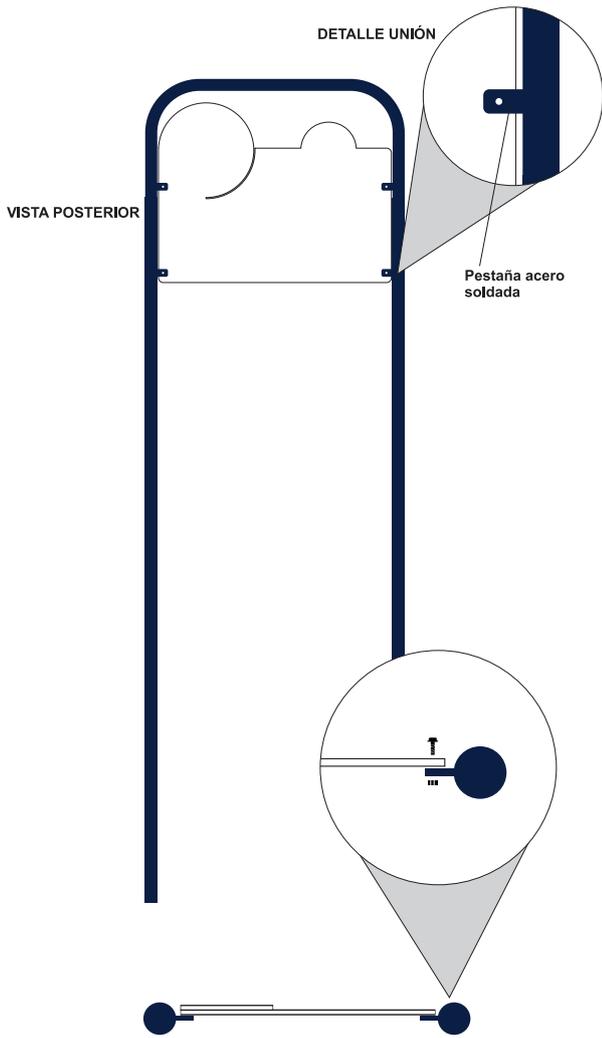
Señal con soporte



Los signos cromáticos presentes en la señal son los siguientes:

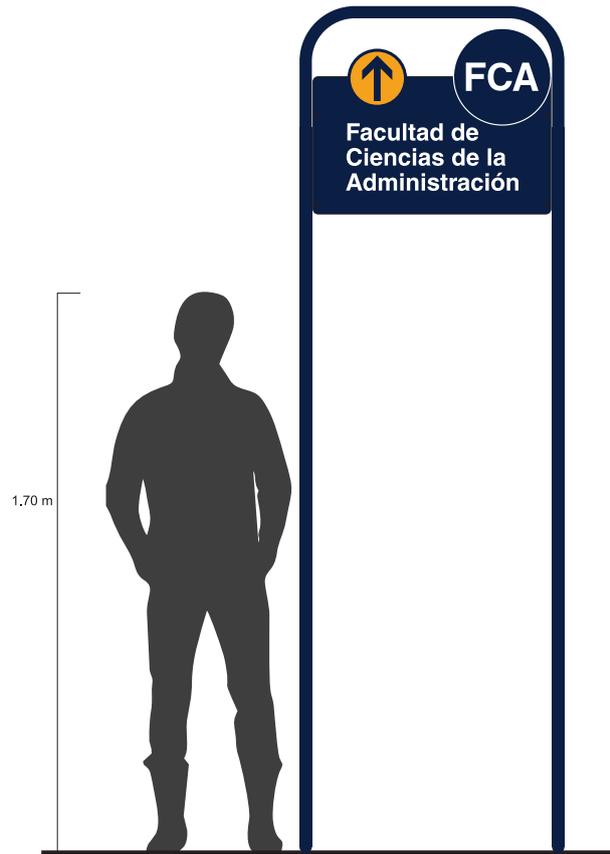
	
C100	C2
M88	M42
Y37	Y100
K49	K0

# Vistas



VISTA AÉREA  
(Se quita la unión superior de los postes para poder mostrar la unión de señal con soporte)

# Escala



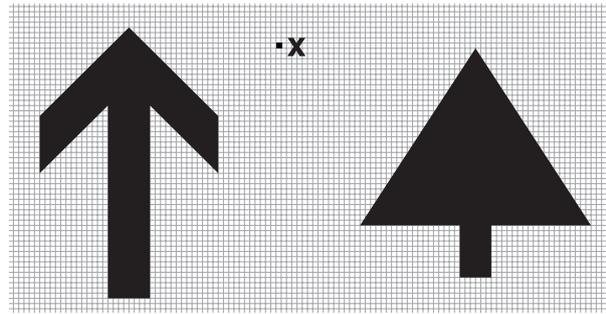
# Fotomontaje Señal Externa # 3



## Señal Interna Móvil

Señal de tipo orientadora a ubicarse en hall de ingreso del nuevo edificio de la Facultad de Ciencias de la Administración (FCA).

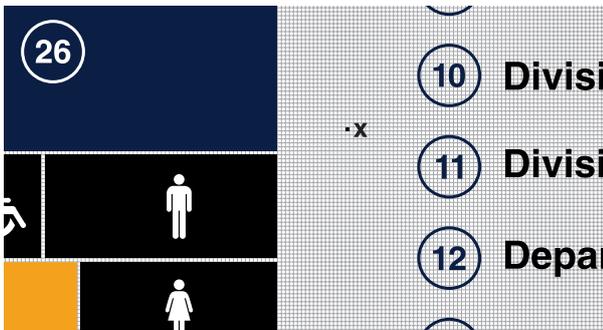
Es la única señal móvil del programa, se decide hacerlo de ésta forma porque el hall de ingreso puede requerir ser usado en su totalidad para eventos propios de la Facultad.



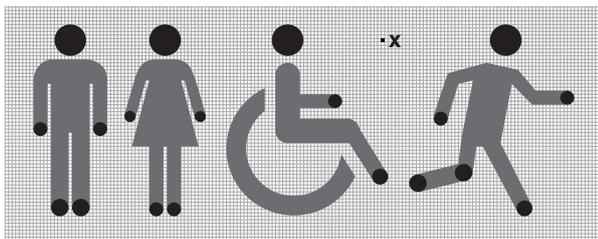
## Pauta modular

Se ubican en plano rectangular los distintos elementos: emblema institucional, signos icónicos, lingüísticos y cromáticos, dentro de la cuadrícula modular.

Se muestra haciendo un acercamiento del detalle de los elementos con relación al módulo x.



Se visualizan los signos icónicos para sanitarios y salida de emergencia.

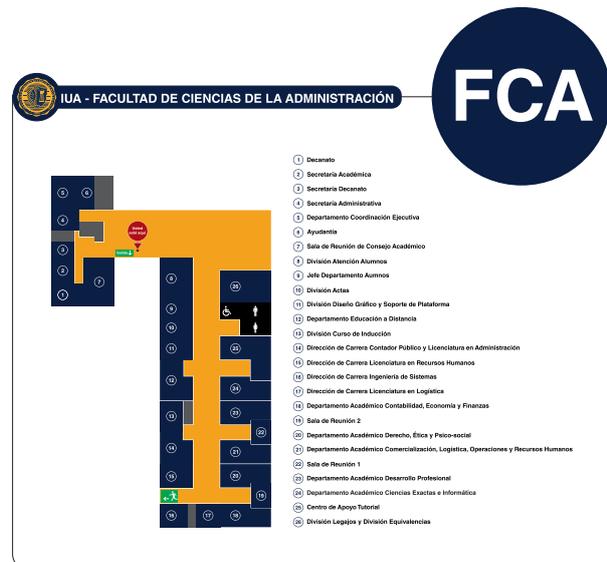


Las siguientes son los signos flecha presentes en la señal.

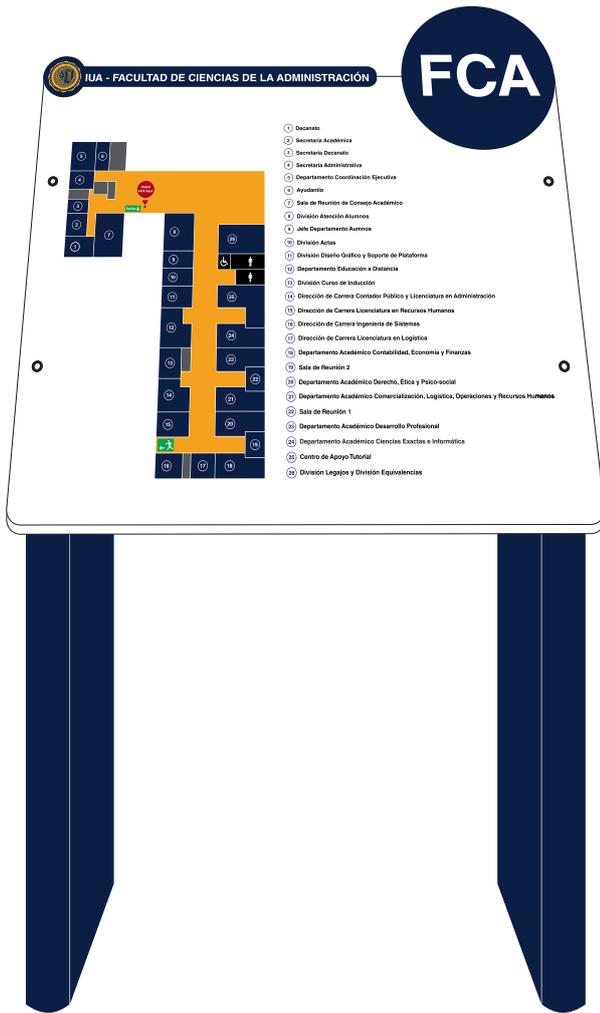
Los signos cromáticos presentan los siguientes valores:

C100	C2	C100	C100	C0	C0
M88	M42	M100	M0	M100	M0
Y37	Y100	Y100	Y100	Y100	Y0
K49	K0	K100	K0	K30	K80

## Señal Interna Móvil - Diseño Final



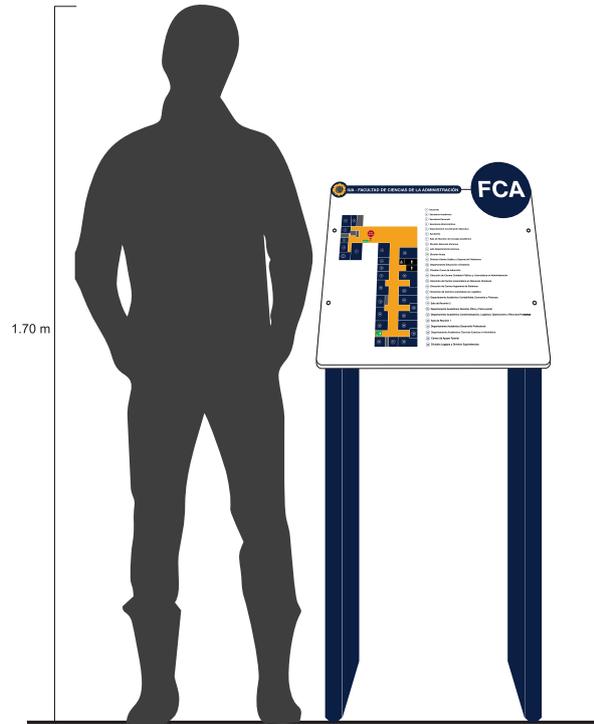
# Señal con soporte



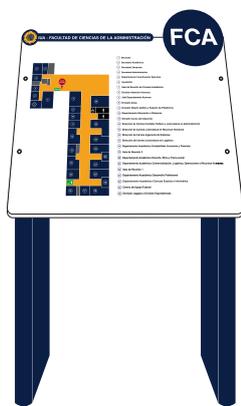
VISTA LATERAL

VISTA EN PERSPECTIVA

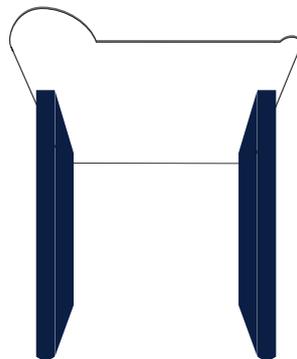
## Escala



## Vistas



VISTA FRONTAL

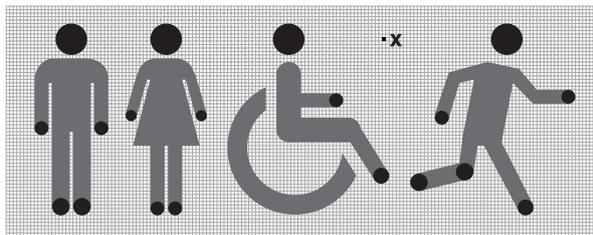


VISTA POSTERIOR

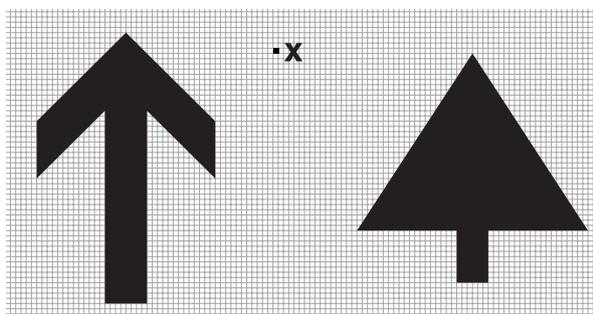
## Fotomontaje Señal Interna Móvil



Se visualizan los signos icónicos para sanitarios y salida de emergencia.



Las siguientes son los signos flecha presentes en la señal.



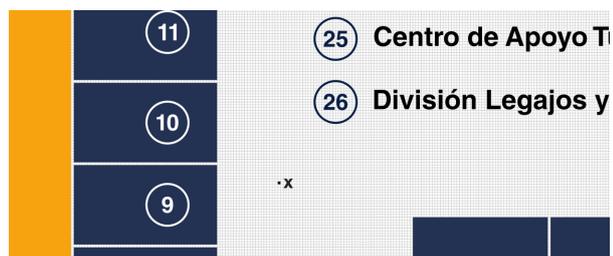
## Señal Interna # 2

Señal de tipo orientadora a ubicarse sobre pared en el ingreso a oficinas del nuevo edificio de la Facultad de Ciencias de la Administración (FCA).

## Pauta modular

Se ubican en plano rectangular los distintos elementos: emblema institucional, signos icónicos, lingüísticos y cromáticos, dentro de la cuadrícula modular.

En detalle se muestra el tamaño de modulo x en relación con elementos del plano.

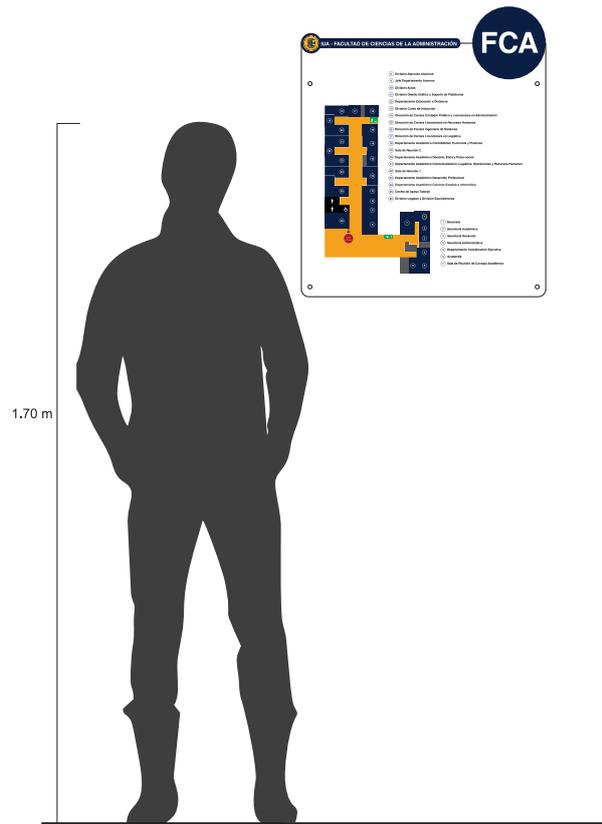


Los signos cromáticos presentan los siguientes valores:

C100	C2	C100	C100	C0	C0
M88	M42	M100	M0	M100	M0
Y37	Y100	Y100	Y100	Y100	Y0
K49	K0	K100	K0	K30	K80

# Señal Interna # 2 - Diseño Final

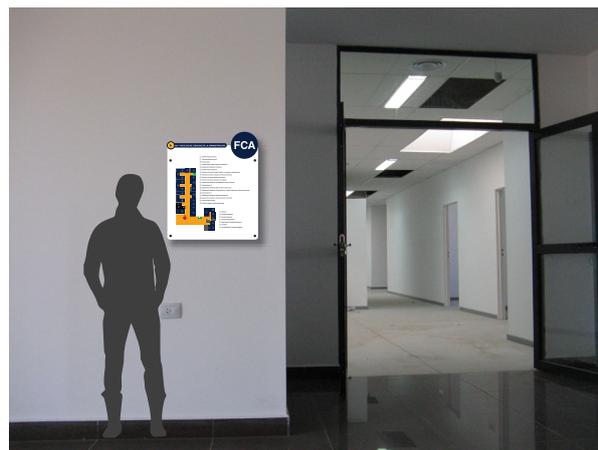
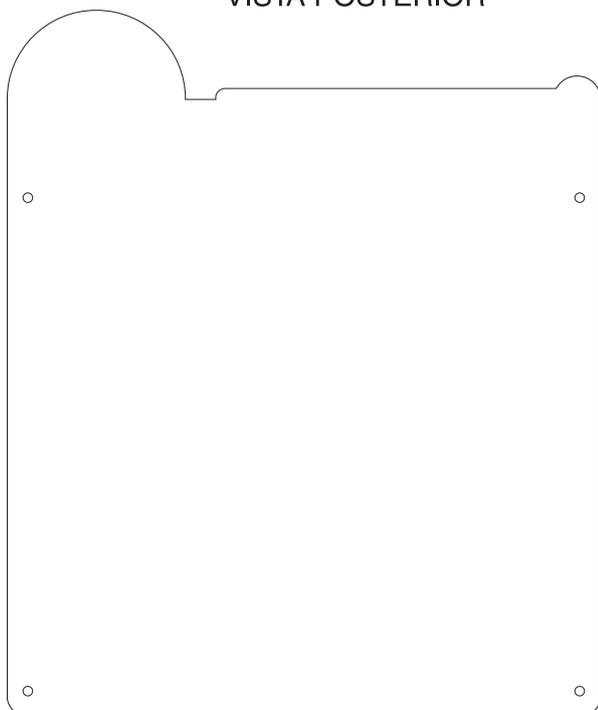
# Escala



# Vistas

# Fotomontaje Señal Interna # 2

VISTA POSTERIOR



## Señal Interna # 3

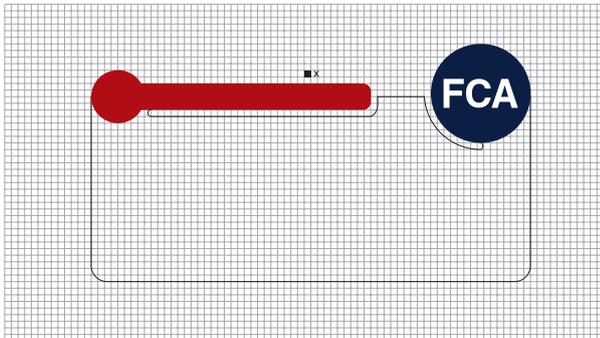
Señal de tipo identificativa a ubicarse sobre pared al lado de puerta de entrada de cada oficina del nuevo edificio de la Facultad de Ciencias de la Administración (FCA).

### Pauta modular

Se ubican en plano rectangular los distintos elementos: signos lingüísticos y cromáticos, dentro de la cuadrícula modular.

En seguida se muestra el diseño teniendo en cuenta el texto lingüístico de más extensión.

Se muestra el tamaño de modulo x en relación con elementos del plano.



Los signos cromáticos presentan los siguientes valores:

		
C100	C100	C0
M88	M100	M100
Y37	Y100	Y100
K49	K100	K30

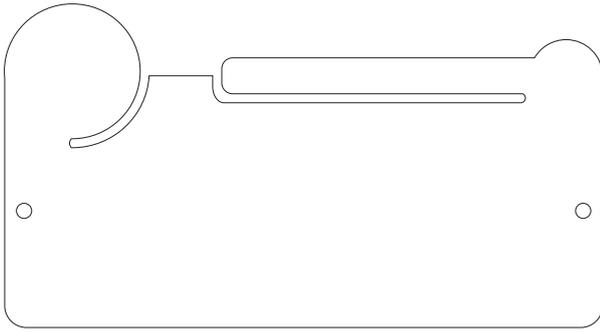
La caja del texto marca los límites totales de todas las señales, y se muestra la ubicación de texto a una línea teniendo en cuenta esos límites:



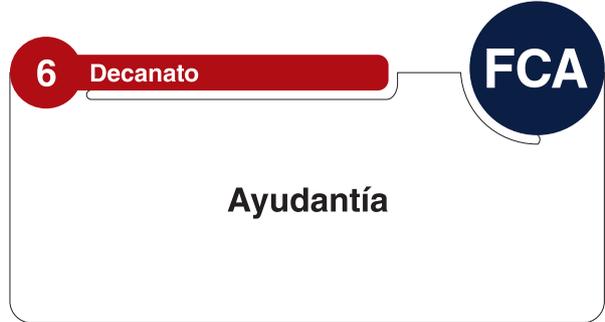
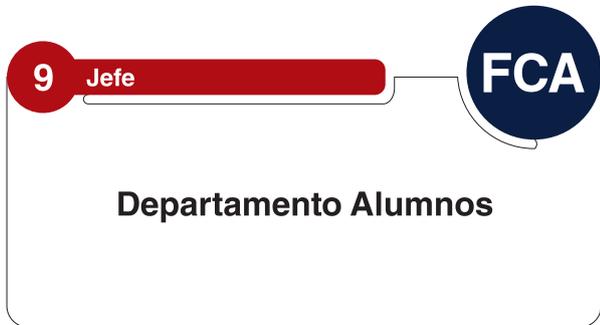
### Señal Interna # 3 - Diseño Final



VISTA POSTERIOR



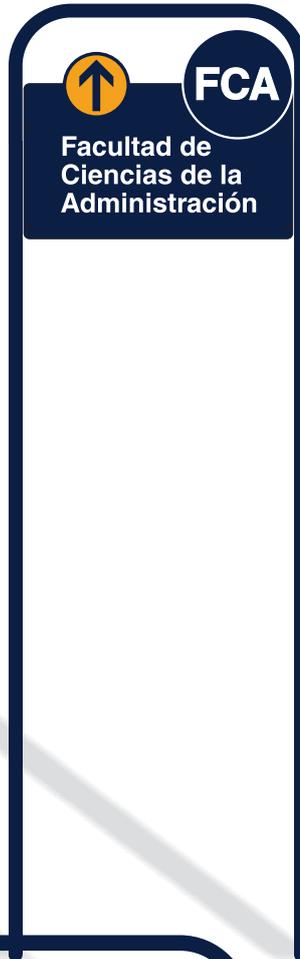
A continuación se muestran diferentes señales, que combinan texto a una o dos líneas, y con texto en soporte rojo según las circunstancias:



Fotomontaje Señal Interna # 3



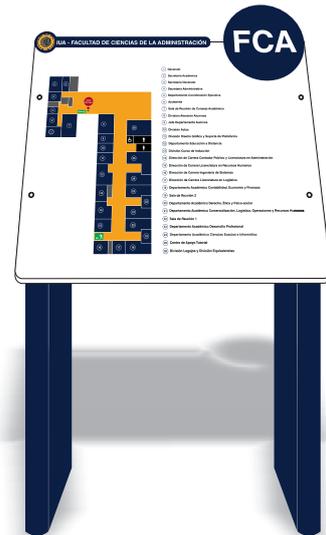
Señal Externa (1 pieza)



Señal Interna (26 piezas)



Señal Interna Móvil (1 pieza)



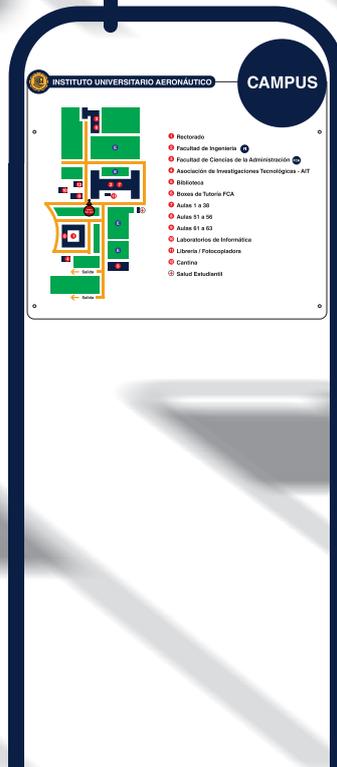
Señal Interna (1 pieza)



Señal Externa (1 pieza)

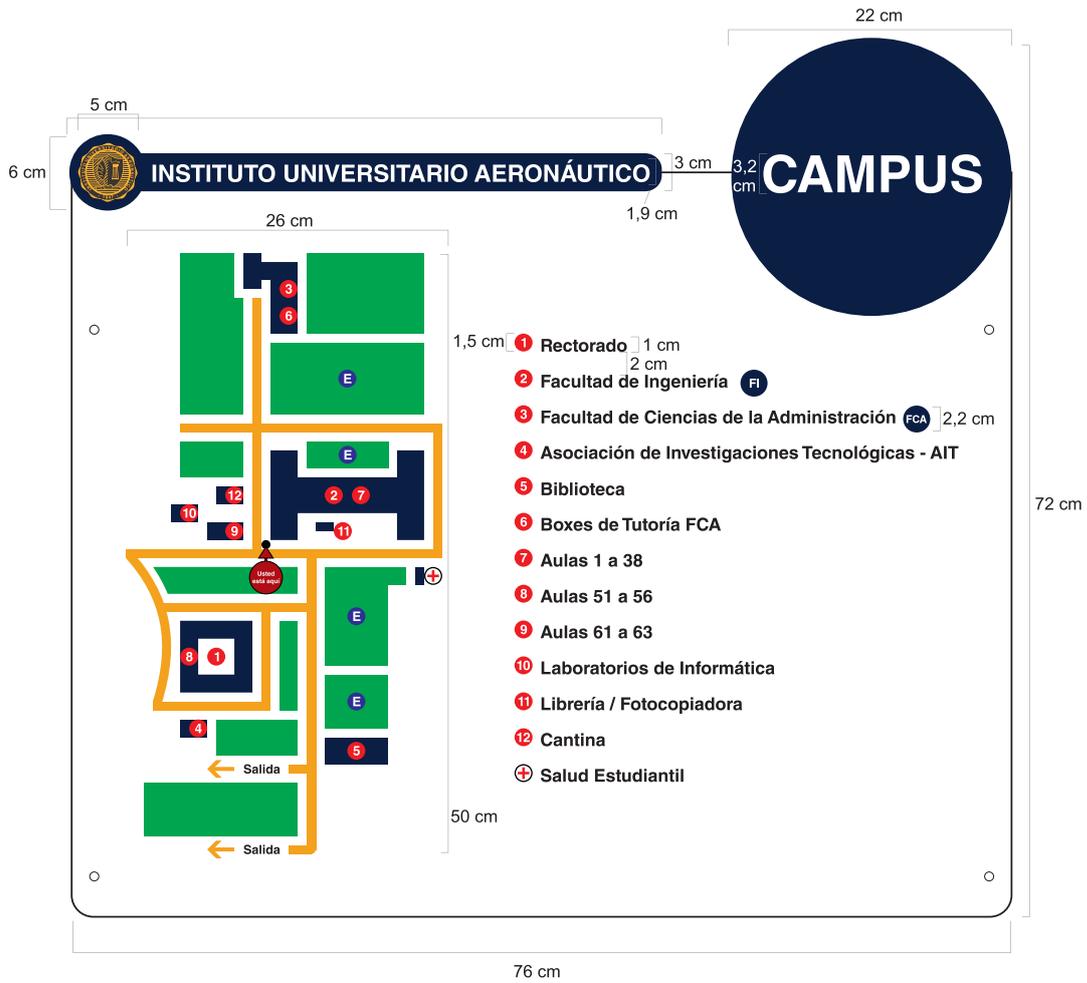


Señal Externa (1 pieza)



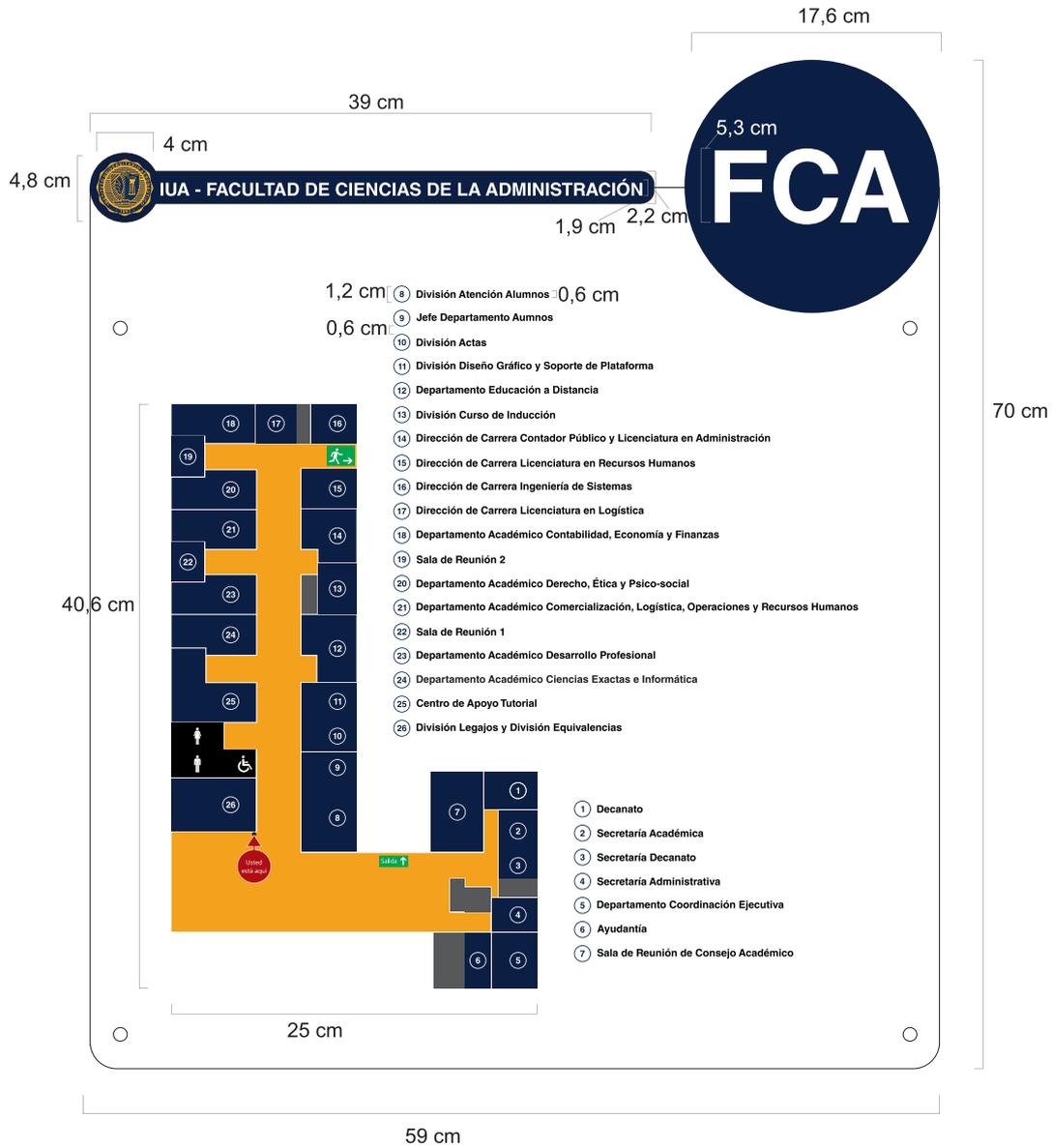
# Dimensiones totales de cada señal, sin soporte

## Señal Externa # 1 y # 2









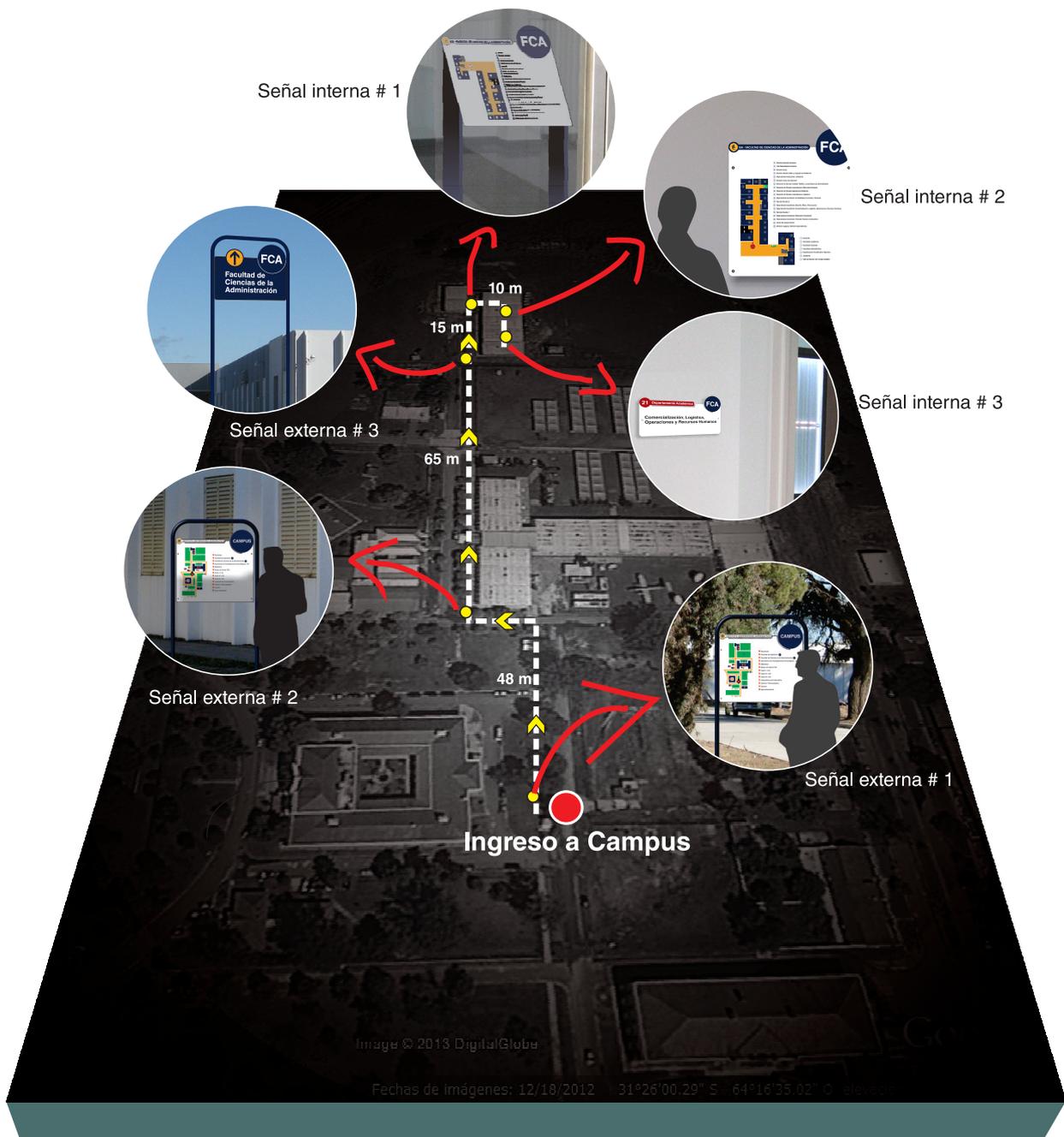


## Infografía

La siguiente imagen muestra sobre imagen de Campus, el recorrido desde puerta de ingreso al Campus hasta el interior del edificio de la Facultad de Ciencias de la Administración, la ubicación de las distintas señales, las señales finales montadas y la distancia entre ellas.

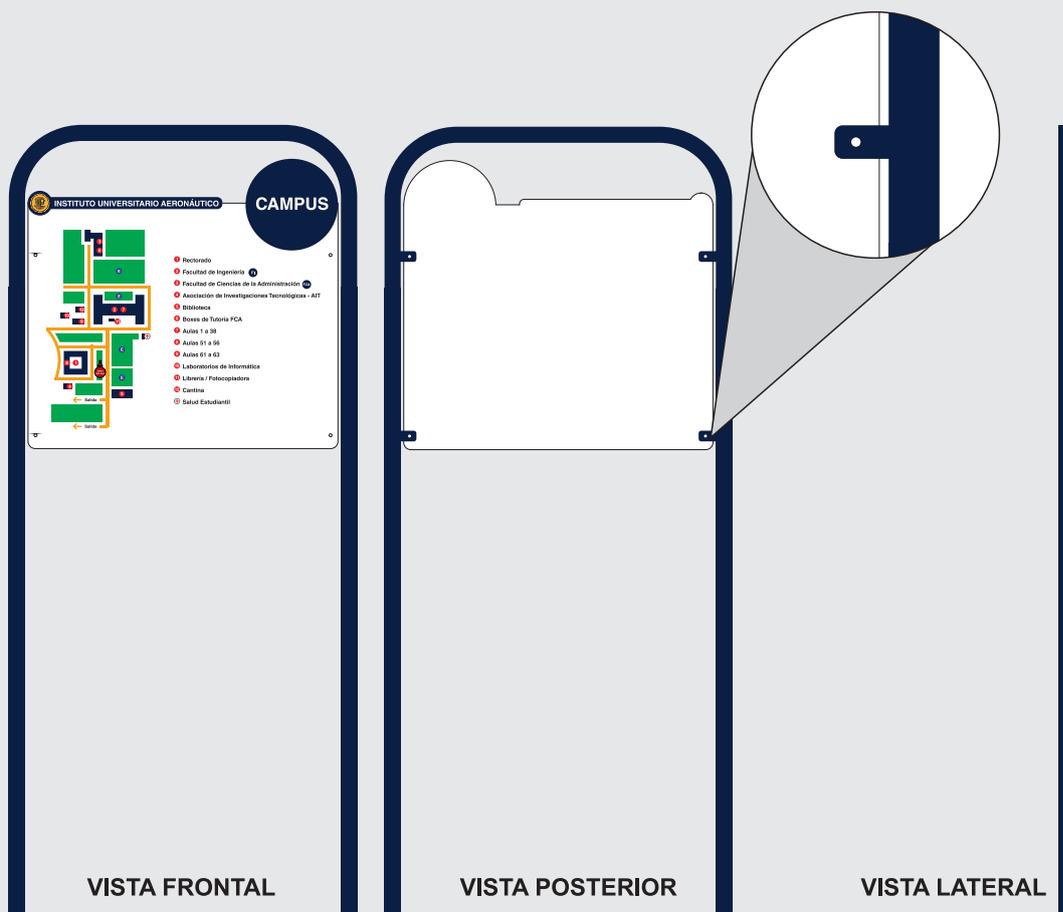
En el programa señalético tiene fuerte presencia la imagen institucional, a través de su escudo y del uso de los valores cromáticos institucionales presentes en todas las señales.

Se destaca como elemento unificador del sistema la figura geométrica del círculo, también utilizando los valores cromáticos institucionales, en este caso el azul. Asimismo el círculo está presente en todas las señales del programa señalético.



Fichas señaléticas

## Señal Externa Orientadora



### Señal

**Material:** Acrílico blanco

**Alto:** 72 cm

**Ancho:** 76 cm

**Espesor:** 4 mm

### Impresión

**Material:** Vinilo de impresión para exteriores

**Colores:** ● C100 M88 Y37 K49 ● C0 M100 Y100 K0 ● C2 M42 Y100 K0

● C100 M100 Y100 K100 ● C100 M0 Y100 K0 ● C0 M100 Y100 K30

### Soporte

**Material:** Postes con pestañas soldadas de acero inoxidable. Base circular. Cementada a suelo en 10 cm

**Alto:** 1.98 m

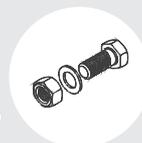
**Ancho:** 90 cm

**Diámetro poste:** 40 mm

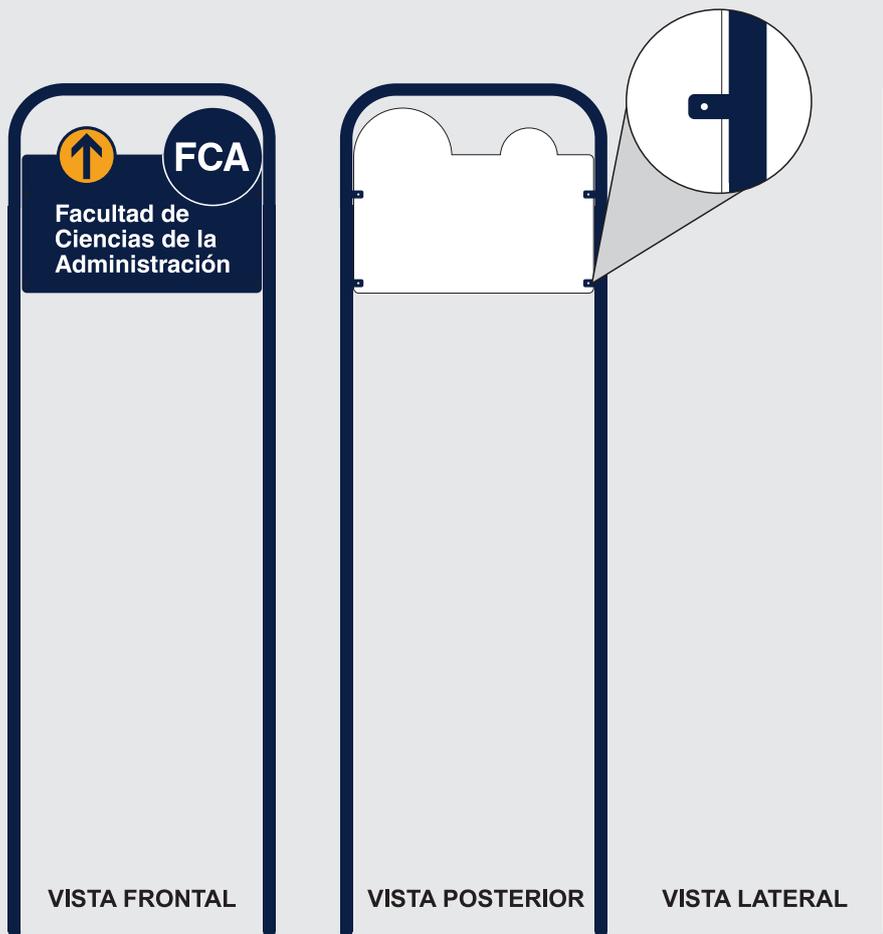
**Color:** Pintura acrílica para exteriores. Paleta Pantone 533c

### Sujeción

**Material:** Cuatro tornillos que atraviesan:  
pestaña de acero soldada a poste + acrílico



## Señal Externa Direccional



### Señal

**Material:** Acrílico blanco  
**Alto:** 54 cm  
**Ancho:** 70 cm  
**Espesor:** 4 mm

### Impresión

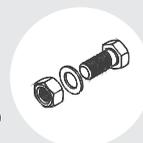
**Material:** Vinilo de impresión para exteriores  
**Colores:** ● C100 M88 Y37 K49 ● C2 M42 Y100 K0

### Soporte

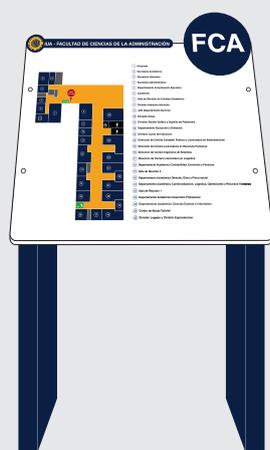
**Material:** Postes con pestañas soldadas de acero inoxidable. Base circular. Cementada a suelo en 10 cm  
**Alto:** 2.50 m  
**Ancho:** 80 cm  
**Diámetro poste:** 40 mm  
**Color:** Pintura acrílica para exteriores. Paleta Pantone 533c

### Sujeción

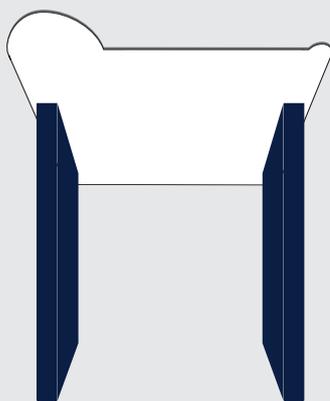
**Material:** Cuatro tornillos que atraviesan:  
pestaña de acero soldada a poste + acrílico



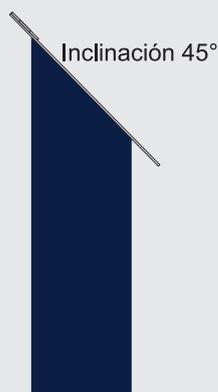
## Señal Interna Móvil



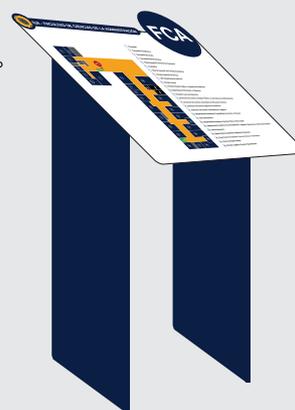
VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



VISTA EN PERSPECTIVA

### Señal

**Material:** Acrílico blanco

**Alto:** 54 cm

**Ancho:** 57 cm

**Espesor:** 4 mm

### Impresión

**Material:** Vinilo de impresión para exteriores

**Colores:** ● C100 M88 Y37 K49 ● C0 M0 Y0 K80 ● C2 M42 Y100 K0

● C100 M100 Y100 K100 ● C100 M0 Y100 K0 ● C0 M100 Y100 K30

### Soporte

**Material:** PVC espumado de 10 mm

**Alto:** 131 cm

**Ancho:** 36 cm

**Espesor:** 6 cm

**Color:** Pintura acrílica. Paleta Pantone 533c

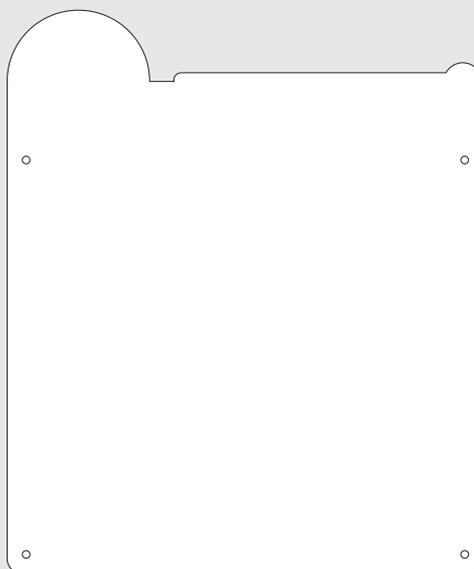
### Sujeción

**Material:** Adhesivo polimerizable. Opción: uso de cuatro tornillos de 45 mm

# Señal Interna Orientadora Sobre Pared



VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL

## Señal

**Material:** Acrílico blanco, distanciador en 20 mm de pared. Altura 2 m., límite superior

**Alto:** 70 cm

**Ancho:** 59 cm

**Espesor:** 4 mm

## Impresión

**Material:** Vinilo de impresión para exteriores

**Colores:** ● C100 M88 Y37 K49 ● C0 M0 Y0 K80 ● C2 M42 Y100 K0  
● C100 M100 Y100 K100 ● C100 M0 Y100 K0 ● C0 M100 Y100 K30

## Sujeción

**Material:** Cuatro tornillos que atraviesa acrílico y se amuran a la pared mediante *Taco Fisher*. Uso de embellecedores y espaciadores plateados.



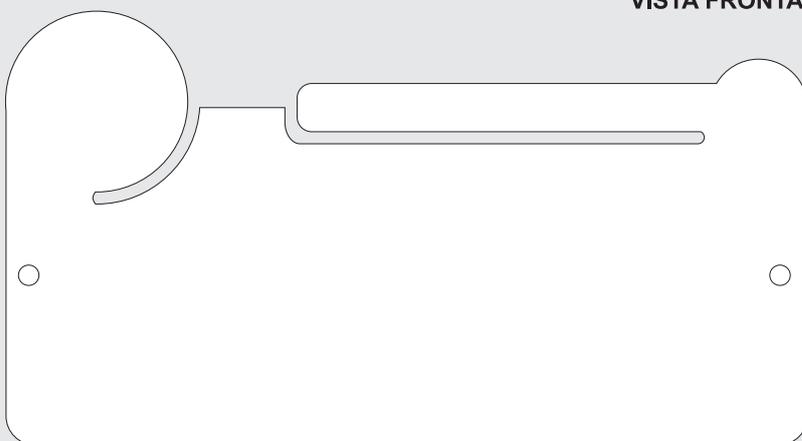
## Señal Identificativa de Oficinas

21 Departamento Académico

FCA

Comercialización, Logística,  
Operaciones y Recursos Humanos

VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL

### Señal

**Material:** Acrílico blanco, distanciador en 20 mm de pared. Altura punto medio 1.70 m

**Alto:** 20 cm

**Ancho:** 38 cm

**Espesor:** 4 mm

### Impresión

**Material:** Vinilo de impresión para exteriores

**Colores:** ● C100 M88 Y37 K49 ● C0 M100 Y100 K30 ● C100 M100 Y100 K100

### Sujeción

**Material:** Cuatro tornillos que atraviesa acrílico y se amuran a la pared mediante *Taco Fisher*. Uso de embellecedores y espaciadores plateados.



# Conclusión

Se finaliza el presente trabajo y de ésta manera se completa la propuesta de Programa Señalético para la Facultad de Ciencias de la Administración.

Los individuos se trasladan desde hace más de seis décadas por un predio de casi cuarenta hectáreas. Es lógico que haya habido cambios espaciales durante todo ese tiempo.

El cambio más reciente fue la construcción de un nuevo edificio para la FCA y un reordenamiento administrativo, como se explicó detalladamente en el cuerpo del trabajo.

Y es en éste último período de tiempo que la profesión de Diseño Gráfico puede hacer su aporte al servicio de los individuos, a su orientación en un tiempo determinado y para dotar de mayor seguridad a sus desplazamientos y acciones. Todo a través de un Programa Señalético.

El diseño del programa que se presenta aquí, está basado en la naturaleza de la información señalética según Joan Costa: clara, directa y utilitaria.

El Programa propuesto plantea una solución gráfica de las situaciones dilemáticas que plantean momentos de incertidumbre en los individuos. Momentos que sin lugar a dudas van a presentarse en quienes transiten el Campus en general y la FCA en particular.

El programa presenta en sus señales una presencia destacable de la imagen institucional, que en el transcurso de la etapa de investigación se descubrió que era importante resaltar. Esa presencia se reduce básicamente a mostrar el escudo institucional con su gama cromática, el nombre de la institución y los colores institucionales en la totalidad de las señales a implementar.

Las señales y sus soportes fueron pensadas para que se integren de manera armónica al espacio del Campus y la Facultad, destacándose pero sin caer en saturación visual.

El uso de una misma familia tipográfica otorga unidad al programa.

Y como es de notar hay una figura geométrica circular, presente en todo el programa, que usa un color institucional, y al igual que la familia tipográfica otorga unidad a las señales. Se cree que el sentimiento de pertenencia de quienes forman parte de la comunidad educativa se verá reflejado en la identificación de los espacios.

El programa propuesto tiene su destino original en uno de los estamentos del Instituto, pero podrá expandirse a los demás, ya que su diseño así lo permite.

Por todo lo expuesto se cree que la aplicación práctica del programa resultará beneficiosa para el público que fue pensado.

**Leonardo M. García Cuerva**  
Invierno 2013

Anexos

## ANEXO A

Noticia publicada en sitio web lanacion.com.ar.

INICIO

ÚLTIMAS

SECCIONES

OPINIÓN

EDICIÓN IMPRESA

BLOGS

Viernes 30 de agosto de 1996 | Publicado en edición impresa

# Ya orbita la Tierra el satélite fabricado en Córdoba

Victor: así fue bautizado en el espacio; la experiencia incorpora a la Argentina al selecto grupo de países que construyen satélites .

Tweet

Me gusta 5



ORDOBA.- "Hi, Hi, uSAT", es la identificación que desde hace un día transmite a la Tierra el primer satélite totalmente desarrollado y construido en la Argentina, que fue exitosamente puesto en órbita por un cohete lanzado desde Rusia. Las señales en código Morse, recibidas en el Centro de Control del Instituto

Universitario Aeronáutico de la ciudad de Córdoba, son la comprobación eficiente de que el artefacto está rotando en torno del planeta.

La Argentina se incorpora así a un exclusivo grupo de no más de 15 países en el mundo que construyen y colocan en el espacio sus satélites.

Para los 25 técnicos que estuvieron empeñados en el proyecto, la entrada en órbita del pequeño "paralelepípedo" de 43 centímetros de alto y 34 de ancho, "es la concreción de un sueño", como le dijo a La Nación el ingeniero Marcelo Zapico.

El grupo de la base cordobesa comandado por ese profesional estuvo sumamente atareado durante la tarde porque debieron aprovechar las tres pasadas sobre territorio argentino, a las 14,2, las 16 y a las 17,40.

Tras haber establecido contacto, viene ahora una serie de ajustes y pruebas para que el satélite comience a ser utilizado.

### LOS USOS DEL SATÉLITE

Estos tienen que ver con el monitoreo de distintos rubros o situaciones. Por caso, determinación de superficies sembradas y plagas, chequeo catastral de áreas urbanas, detección de catástrofes -inundaciones, incendios forestales-, relevamiento de recursos geológicos y comunicaciones punto a punto para sistemas educativos o empresariales. El "uSAT 1" entró en órbita a las 2,31 de ayer, 9 minutos después del lanzamiento en Plesetsk. Pero la noticia más esperada se produjo a las 3,30 de la madrugada cordobesa, cuando la antena receptora captó los "bip-bip" clásicos del código Morse que transmitieron la identificación del satélite. Los primeros en escucharla en la caseta de seguimiento fueron Hugo Passini, Axel Sauer, y Carlos Fenosi. Todo el grupo estalló en un sonoro festejo, al comprobar que el satélite "estaba vivo".

Para entonces, el artefacto había sido bautizado con el nombre de Víctor en homenaje al ingeniero Víctor Aruani, integrante del equipo, fallecido hace un año y medio.

El lanzamiento en el cosmódromo ruso fue presenciado por el gobernador de Córdoba, Ramón Mestre, quién unas horas después, ya en Moscú, mantuvo una conversación telefónica con el Presidente Carlos Menem, quién le solicitó que felicitara a los técnicos que participaron en la experiencia, anticipando también que el gobierno nacional apoyará la continuidad de la iniciativa. ■

Juan Carlos Vaca

## ANEXO B

### Desgrabación de Entrevista con Comitente.

Pregunta: Entrevista con el Secretario Académico de la Facultad de Ciencias de la Administración Licenciado Adrián Moneta Pizarro, 4 de septiembre de 2012, hora 8,40.

Pregunta: Te hago una introducción y luego viene la pregunta.

**Respuesta: Bien.**

P: La profesión de Diseño Grafico tiene muchos campos de aplicación en relación a lo grafico y lo visual, entre ellos la identidad visual, diseño editorial, packaging, uno de esos campos es la señalética, disciplina que provee de carteles que permiten orientar al usuario. ¿Más o menos conoces lo que es señalética?

**R: Si, si.**

P: Teniendo en cuenta que el Instituto ha emprendido un proceso de reformas espaciales en el Campus, como así también ha comenzado con la construcción de nuevos edificios ampliando distancias de traslado, reubicaciones de oficinas y oficinas nuevas ¿consideras oportuno proveer a los espacios de un sistema que permita orientar al usuario, por ejemplo usando señalética?

**R: Claro que lo considero necesario, sobre todo porque son muchos cambios y la gente suele estar acostumbrada a lo presente o a lo anterior, y va a necesitar indicaciones para poder ubicar a las personas y hacer una gestión más eficiente**

P: A colación viene: con estas reformas, ¿existe la posibilidad de que haya problemas de orientación por parte de los usuarios?

**R: Si, mucho problemas, porque..., pensemos que la gente está acostumbrada a ubicar a las personas de la Facultad en determinados lugares. Entonces si ahora esas personas cambian, los lugares de las personas cambian, evidentemente que van a necesitar ubicación.**

P: ¿Notas actualmente o en el pasado problemas de ubicación espacial en la gente, de los usuarios de los espacios?

**R: Si noto. También porque nosotros hicimos cambios internos, ¿no es cierto?, digamos, lo del nuevo edificio va a ser un cambio muy**

**grande, y yo creo que va a necesitar mucha orientación. Pero durante este año y el año pasado hemos hecho cambios de oficinas que desorientaron también un poco a la gente. La falta de señalética contribuyo a esa desorientación.**

P: Con relación a la señalética, ¿estás satisfecho con la actual, o consideras necesario renovarla total o parcialmente?

**R: Y, hay que renovarla parcialmente, pero en un grado importante...casi total.**

P: Además si se van a hacer modificaciones en la parte externa, para los recorridos externos, habría que hacer nuevas ahí, nuevos carteles.

**R: Si, si, si, nuevos. Si porque también cambian...hay edificios nuevos, por ejemplo, ¿no es cierto?, y estos carteles de afuera en general hacen referencia al Campus y a los edificios del Campus, o sea hay edificios nuevos, o edificios que estaban pero se van a usar para otra cosa, para otro fin, entonces me parece que sí, que a esa cartelería de afuera también hay que cambiarla toda.**

P: Entonces, ¿crees que es necesario dotar de señales tanto a los espacios exteriores como a los interiores?

**R: Si, totalmente de acuerdo.**

P: ¿Cuál es el tiempo previsto para que entren en uso las nuevas oficinas?

**R: Ehmm, se supone que el edificio va a estar terminado entre febrero y marzo del año que viene.**

P: Febrero o marzo del año que viene.

**R: Si, el nuevo edificio. Sí, pero hasta el año que viene estamos en este edificio que ya sufrió cambios internos de oficinas. Y eso ya demandaría una señalética transitoria digamos hasta que tengamos el nuevo edificio. Es como que hay dos demandas, ¿no? Una de acá hasta febrero/marzo para que la gente se ubique dentro del edificio en el que seguimos estando pero con cambios internos de oficinas; y a partir de febrero/marzo vamos a necesitar la señalética para indicar dónde vamos a estar en el nuevo edificio, tanto interno como externo.**

P: ¿Consideras oportuno la intervención de un Diseñador Gráfico para hacerse cargo del diseño

de las señales? O sea, comparando un diseñador con un arquitecto, ¿ves útil la intervención de un diseñador gráfico?

**R: Si, porque una de las cosas que el diseñador grafico tiene y el arquitecto no, es conocimiento sobre comunicación también, ¿no es cierto? Y como generar mayor impacto visual para las personas, para que guardes en memoria lo que uno quiere señalar, en cambio los arquitectos tienen más idea de los espacios. No creo que sea conveniente que la señalética esté a cargo de los arquitectos, sino de los diseñadores gráficos.**

P: Claro, distinto podría ser que en ausencia del diseñador...

**R: Claro, como segunda opción, pero primera opción un diseñador gráfico. Claro que si, conoce bien como...este....diseñar las fuentes, los colores de una manera que sea más efectiva que un arquitecto, ¿no es cierto?, que no tiene -entiendo yo- que no tiene estudios de comunicación, por ejemplo, que no tiene estudios de semiótica por ejemplo, y creo que el diseñador gráfico si no me equivoco sí.**

P: Si si, es así.

P: ¿Es importante para la institución conservar el estilo de la identidad institucional en dichas señales?

**R: Si, es muy importante. Definido por la política institucional digamos, es como parte de una estrategia del IUA mantener en todo un diseño homogéneo de imagen institucional. Es como que el objetivo es un poco que refuerce la identidad de las personas que integran la Facultad, tanto alumnos, docentes, como directivos hacia la Facultad. Creemos que mantener un diseño homogéneo de imagen institucional contribuye a fortalecer la identidad que tiene la gente hacia la Institución.**

P: Los próximos 6 meses, ¿los consideras un espacio de tiempo oportuno para comenzar con el diagnóstico y para avanzar con el proyecto de diseño señalético?, o sea sería la etapa que demandaría la materia Seminario Final, primero el diagnóstico y avance con el proyecto.

**R: Para los cambios que van a venir en el nuevo edificio me parece indicado, porque justo es más o menos el tiempo.**

P: Coinciden los tiempos de la institución.

**R: Si, seguro.**

P: Mas allá del público interno, o sea los empleados y proveedores que vienen diariamente, ¿conocés el número de personas que transitan por el Campus diariamente?, es decir ¿alumnos o interesados?

**R: No, no conozco. Te puedo dar números que pueden llegar algunos a servir como relación o como aproximación, ¿no? La Facultad tiene 5600 alumnos, de los cuales más o menos el 90% son de la Sede Córdoba, o sea que es muy probable que pasen por acá. Dentro de ese 90%, los 5600, hay que discriminar de todas maneras, cuales son los alumnos activos, de los pasivos. Y dentro de los activos cuales son de tutoría a distancia que en general no vienen de los de semipresencial que si pasan por acá.**

P: Bueno, finalmente, ¿conocés con que presupuesto se cuenta para cubrir las necesidades de señalización del espacio, aproximadamente?

**R: No, no conozco, eso tendríamos que averiguar. Es cierto. Porque no sé si está incluido... A ver, el nuevo edificio se hace en tres etapas, cada una implica una licitación. La primera creo que eran los cimientos, que ya pasó. La segunda es toda la estructura externa, lo más importante: las paredes, las columnas, los techos, el piso...y no sé si incluye las paredes internas por ejemplo. La tercera creo que es... los detalles, por ejemplo aberturas: puertas, ventanas, ehmm... que más: todo lo interno, no sé si el mobiliario, tengo dudas ahí, entonces también tengo eso con la señalética. Creo que no está incluida. De todas maneras el presupuesto general para el edificio es de 5 millones de pesos, es un dato a tener en cuenta. No sé si incluye o no a la señalética, creo que no. Que va a ir aparte, que en su momento se armaron presupuestos aparte. O capaz que está incluido, yo desconozco, en la tercera etapa del edificio junto con el mobiliario, los detalles últimos.**

P: Bueno, ¿algo más que quieras agregar?

**R: No, no, simplemente que me parece importante destacar que es importante que haya señalética y lo que hablábamos antes, que tenga un diseño homogéneo y de acuerdo a la imagen institucional, nada más.**

P: Gracias Adrián.

**R: De nada, Leonardo.**

-----Fin de la Entrevista-----

# Bibliografía

- Ley de Educación Superior N° 24521. (1996). Córdoba: Editorial La Cañada S.R.L.
- Aicher, O., & Kramper, M. (2002). **Sistemas de signos en la comunicación visual**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Avilia Lammertyn, R. (1999). **Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas de comunicación integradora**. Buenos Aires: Ed. Revista Imagen.
- Chaves, N. (2008). **La imagen corporativa**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL.
- CONEAU. (2012). **Instituto Universitario Aeronáutico**. Buenos Aires: Arte Gráfica NesDan S.R.L.
- Costa, J. (1989). **Señalética**. Barcelona: CIAC.
- Costa, J. (2007). **Señalética Corporativa**. Barcelona: Costa Punto Com Editor.
- González Ruiz, G. (1994). **Estudio de Diseño**. Sao Paulo: Emecé Editores S.A.
- Instituto Universitario Aeronáutico. (s.f.). Obtenido de <http://www.iua.edu.ar>
- Ministerio de Educación de la República Argentina. (s.f.). Obtenido de [http://www.me.gov.ar/spu/documentos/nomina\\_de\\_autoridades.pdf](http://www.me.gov.ar/spu/documentos/nomina_de_autoridades.pdf)
- Pérez Lindo, A. (1993). **Teoría y Evaluación de la Educación Superior**. Buenos Aires: Aique Grupo Editor S.A.
- Sanmartino, S. (2006). **Trabajo Final de Graduación. Diseño de Programa señalético integral, para el edificio de aulas del Campus de la UE Siglo 21, para personas videntes y no videntes**. Córdoba.
- Scarello, M. (2009). **Trabajo Final de Graduación. Identidad Visual y Señalética del Parque Sarmiento, Ciudad de Córdoba**. Córdoba.
- Sims, M. (1991). **Gráfica del Entorno**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Tenti Fanfani, E. (1993). **Universidad y Empresa**. Buenos Aires: Miño y Dávila S.R.L.
- Toledo, A. M. (s.f.). **Trabajo Final de Graduación. Proyecto de señalética Ciudad Universitaria - Universidad Nacional de Córdoba**. Córdoba.
- Vieytes, R. (2004). **Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad**. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias.
- Wikipedia. (s.f.). Obtenido de <http://es.wikipedia.org>

## Formulario descriptivo del Trabajo Final de Graduación

### Identificación del Autor

Apellido y nombre del autor:	<b>GARCÍA CUERVA, LEONARDO MATÍAS</b>
E-mail:	<b>Imgarciacuerva@gmail.com</b>
Título de grado que obtiene:	<b>LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO</b>

### Identificación del Trabajo Final de Graduación

Título del TFG en español	<b>PROGRAMA SEÑALÉTICO PARA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA</b>
Título del TFG en inglés	<b>SIGNAGE PROGRAM FOR UNIVERSITY INSTITUTION</b>
Tipo de TFG (PAP, PIA, IDC)	<b>PAP</b>
Integrantes de la CAE	<b>MARIANA VIGO MONTERO / ANA CARDOSO</b>
Fecha de último coloquio con la CAE	<b>21 DE AGOSTO DE 2013</b>
Versión digital del TFG: contenido y tipo de archivo en el que fue guardado	<b>PDF</b>

### Autorización de publicación en formato electrónico

Autorizo por la presente, a la Biblioteca de la Universidad Empresarial Siglo 21 a publicar la versión electrónica de mi tesis. (marcar con una cruz lo que corresponda)

#### Autorización de Publicación electrónica:

- Si, inmediatamente**
- Si, después de ..... mes(es)**
- No autorizo**

\_\_\_\_\_  
Firma del alumno