



Señalética para la ciudad de Colonia Caroya

Signage for the city of Colonia Caroya

Trabajo Final de Grado. Proyecto de Diseño

Carrera: Licenciatura en Diseño Gráfico

Línea de Investigación: Diseño Adaptado al usuario

Autora: Macarena Jaremczuk

Legajo: DGR01657 **D.N.I.:** 39447275

Tutora: Rosa Esther Palamary

Lugar y Fecha: Córdoba, Domingo 14 de Noviembre del 2021

INDICE GENERAL

Agradecimientos	9
Resumen y Palabras Claves	10
Abstract and Keywords	11
Problema de Diseño	12
<i>Objetivo General</i>	16
<i>Objetivos Específicos</i>	17
<i>Justificación</i>	17
Marco Teórico	19
<i>Imagen Corporativa</i>	19
<i>Señalética</i>	20
<i>Señalética e Identidad Corporativa</i>	21
<i>Identidad Visual Corporativa</i>	22
<i>Color</i>	23
<i>Diferencia entre señalización y señalética</i>	24
<i>Señales</i>	26
<i>Tipografía</i>	28
<i>Sistema Señalético</i>	29
<i>Tipografías en Señalética</i>	29
<i>Materiales</i>	30
<i>Pictogramas</i>	31

<i>Icono</i>	32
<i>Símbolo</i>	32
Método de Diseño	34
Antecedentes	38
<i>Casos de estudio, recolección de datos y síntesis</i>	38
<i>Conclusiones del análisis</i>	41
Programa de diseño: Condicionantes, Requerimientos y Premisas	42
Concepto Gráfico	45
Cronograma de Trabajo	46
Generación de la propuesta de Diseño	47
<i>Moodboard</i>	47
<i>Pruebas Tipográficas</i>	48
<i>Pruebas Cromáticas</i>	49
<i>Primeras Ideas de Bocetos Manuales</i>	52
<i>Primeras Ideas de Bocetos Digitalizados</i>	55
<i>Primeros Diseños de Pictogramas</i>	59
Propuesta final de Diseño: Definición técnica	60
• <i>Módulo constructivo (pautas)</i>	60
• <i>Tipografía</i>	65
• <i>Pictogramas</i>	66

• <i>Color</i>	67
• <i>Materiales</i>	68
• <i>Fichas Señaléticas</i>	71
• <i>Plano General</i>	81
Prototipo	82
Análisis de Costos	88
Conclusiones	90
Referencias	92

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 (Metodología de Diseño)	35
Figura 2 (Antecedentes – CASO 1)	38
Figura 3 (Antecedentes – CASO 2)	39
Figura 4 (Antecedentes – CASO 3)	40
Figura 5 (Condicionantes, Requerimientos y Premisas)	42
Figura 6 (Condicionantes, Requerimientos y Premisas)	43
Figura 7 (Condicionantes, Requerimientos y Premisas)	44
Figura 8 (Plan de trabajo/Cronograma)	45
Figura 9 (Primeras Propuestas - Moodboard)	47
Figura 10 (Primeras Propuestas - Tipografía)	48
Figura 11 (Primeras Propuestas - Cromática)	49
Figura 12 (Primeras Propuestas – Pruebas de Color)	50
Figura 13 (Primeras Propuestas – Pruebas de Color)	51
Figura 14 (Primeras Propuestas – Bocetos a Mano)	52
Figura 15 (Primeras Propuestas – Bocetos a Mano)	53
Figura 16 (Primeras Propuestas – Bocetos a Mano)	54

Figura 17 (Primeras Propuestas – Digitalización – Morfología de Señales Direccionales)	55
Figura 18 (Primeras Propuestas – Digitalización – Morfología de Señales Espacios Verdes)	56
Figura 19 (Primeras Propuestas – Digitalización – Morfología de Señales Información)	57
Figura 20 (Primeras Propuestas – Digitalización – Morfología de Señales Servicios Públicos y Atractivos Turísticos)	58
Figura 21 (Primeras Pruebas – Pictogramas)	59
Figura 22 (Propuesta final de diseño– Módulo Compositivo)	60
Figura 23 (Propuesta final de diseño– Pauta 1)	61
Figura 24 (Propuesta final de diseño– Pauta 2)	62
Figura 25 (Propuesta final de diseño– Pauta 3)	63
Figura 26 (Propuesta final de diseño– Pauta 4)	64
Figura 27 (Propuesta final de diseño– Tipografía)	65
Figura 28 (Propuesta final de diseño– Pictogramas)	66
Figura 29 (Propuesta final de diseño– Color)	67
Figura 30 (Propuesta final de diseño– Materiales)	69

Figura 31 (Propuesta final de diseño– Materiales)	70
Figura 32 (Propuesta final de diseño– Palnero y Zelnik)	71
Figura 33 (Propuesta final de diseño– Fichas Señaléticas)	72
Figura 34 (Propuesta final de diseño– Fichas Señaléticas)	73
Figura 35 (Propuesta final de diseño– Fichas Señaléticas)	74
Figura 36 (Propuesta final de diseño– Fichas Señaléticas)	75
Figura 37 (Propuesta final de diseño– Fichas Señaléticas)	76
Figura 38 (Propuesta final de diseño– Fichas Señaléticas)	77
Figura 39 (Propuesta final de diseño– Fichas Señaléticas)	78
Figura 40 (Propuesta final de diseño– Fichas Señaléticas)	79
Figura 41 (Propuesta final de diseño– Fichas Señaléticas)	80
Figura 42 (Propuesta final de diseño– Plano General)	81
Figura 43 (Propuesta final de diseño– Prototipo)	82
Figura 44 (Propuesta final de diseño– Prototipo)	83
Figura 45 (Propuesta final de diseño– Prototipo)	84
Figura 46 (Propuesta final de diseño– Prototipo)	85
Figura 47 (Propuesta final de diseño– Prototipo)	86

Figura 48 (Propuesta final de diseño– Prototipo)	87
Figura 49 (Análisis de Costos)	88
Figura 50 (Análisis de Costos)	89

Agradezco a todos mis profesores, que me formaron a lo largo de este camino y fueron mis guías, y en especial a Rosa que con su experiencia y esfuerzo me ayudó en la realización de este trabajo.

A mis padres, Nelson y Silvina, por su apoyo incondicional, por haber sido el pilar de mi formación ya que gracias a su comprensión y sacrificio han hecho posible la culminación de esta etapa de mi vida.

A mis hermanos y mis amigas, por el apoyo constante y la eterna paciencia.

RESUMEN

El presente Trabajo Final de Grado tuvo como objetivo facilitar la circulación y orientación de las zonas más importantes de la ciudad de Colonia Caroya, contribuyendo con la comunicación para lugareños y turistas. También se observó una falta de señalización relacionada con identidad de la ciudad ya que los turistas se pierden al circular. En consecuencia, se propuso establecer las bases de una estrategia de diseño para el desarrollo de un nuevo Sistema Señalético, lo cual se logró a través de un método propio basado en Joan Costa y Norberto Chaves, unificar conceptos, atributos y señales del sistema de Identidad Corporativa de la ciudad, que representan a su propia cultura. De este modo, se resolverán las necesidades de circulación de turistas, obteniendo una visita confortable y provechosa.

Palabras Claves: Diseño Gráfico, Diseño centrado al usuario, Señalética para turistas, Identidad.

ABSTRACT

The purpose of this Final Degree Project was to facilitate both the circulation and orientation in the most important areas of the city of Colonia Caroya and contribute to making overall communication easier for locals and tourists. It was also noticed a lack of signage pertaining to the identity of the city since tourists get lost when circulating. As a consequence, it was put forward establishing the basis of a design strategy for the development of a new Signage System, which was achieved through a tailored method following Joan Costa and Norberto Chaves, as well as unifying attributes and signals of the Corporate Identity of the city, which denotes its very own culture. In this way, the main circulation needs of tourists will be eventually solved and they will be rewarded with a comfortable and worthwhile visit to the city.

Keywords: Graphic Design, User-centered design, Signage for tourists, Identity.

PROBLEMA DE DISEÑO

Es sabido por la mayoría, que el turismo está asociado al ocio, el descanso y el descubrimiento de nuevos lugares, entre otras cuestiones. Pero, ¿qué es exactamente el turismo?

Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año. (Mathieson y Wall 2008)

(...) el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo: con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente ocio. En el sector económico podrían definir el turismo a partir del consumo, mientras que un psicólogo realizaría un análisis partiendo de los comportamientos turísticos. Por su parte, un geógrafo ofrecería una definición cuyo principal elemento sería el territorio, sus propiedades y demás cuestiones que toquen su área de trabajo. (Porto y Gardey, 2008, parr. 4)

Dentro de este marco, ``ofrecen una descripción sobre el concepto que lo ve como aquellos desplazamientos cortos y temporales que realizan las personas fuera del lugar donde residen o trabajan y realizando actividades diversas que las que acostumbran.`` (Burkart y Medlik, 2012 parr. 3)

La ciudad de Colonia Caroya, está situada al norte de la provincia de Córdoba, Argentina, en el departamento Colón aproximadamente a unos 50 km de la capital. Es considerada una ciudad lineal, que es atravesada por la Avenida San Martín, arteria de 9 kilómetros de extensión cubierta de plátanos españoles.

(...) Tradición y alma pueblo, son dos de las características de la localidad, que conjuga bodegas, circuitos religiosos y sabores regionales. Es la tierra de los mejores salames, a los que se suman otros chacinados, vinos artesanales, conservas y pastas caseras. Durante la presidencia de Don Nicolás Avellaneda se promulgó una ley que propuso la creación en estas tierras de una colonia agrícola que ocuparía todas las tierras, de la otrora estancia, con inmigrantes europeos. En el año 1878 llegaron a estas tierras unas 60 familias provenientes de Italia, de la zona del Friuli (noroeste de Italia) que en un principio se afincaron en la Estancia hasta que les fueron adjudicadas sus tierras que eran aledañas a Caroya. (Ministerio de Córdoba Turismo, 2020)

``Con respecto a su población, cuenta con 16,168 habitantes (2010), lo que representa un incremento del 17% frente a los 13,806 habitantes (2001)

del censo anterior. Forma un aglomerado urbano con la ciudad de Jesús María, denominado Jesús María - Colonia Caroya, el cual cuenta con 47,770 habitantes.” (Indec, 2010, parr. 3)

Sin embargo, se puede analizar que dicha ciudad, no explota al máximo su potencial para el desarrollo del turismo. No cuenta con información necesaria para llegar al destino, ya que no hay cartelera exterior/vial en la ruta nacional 9 (N9) que indique los posibles caminos para llegar a la localidad. Gracias al proyecto de caminos de las sierras, se construyó recientemente una calzada que redirecciona al vehículo móvil por Tronco Pozo (pueblo que se encuentra entre la ruta nacional N9 y ciudad de Colonia Caroya) para llegar al destino. Se hace evidente entonces, que no existe ninguna comunicación formal que ayude al destinatario a tener conocimiento del rumbo. Es decir, al no tener una estrategia de comunicación como base, la falta de señalética y promoción turística, dificulta el entendimiento para atraer mayor cantidad de personas que desean visitarla y, a su vez, que sea más conocida a nivel nacional e internacional.

Colonia Caroya es una ciudad bastante concurrida ya que se encuentra limitada por la localidad de Jesús María (donde se realiza el Festival Nacional e Internacional de Doma y Folklore) por lo tanto, muchos de los turistas tienen acceso obligatorio al cruce de dicha población y eso genera una oportunidad importante para el desarrollo económico y cultural que se ve afectada en su totalidad para quienes tienen acercamiento.

Una posible solución a la problemática que se plantea pudiese estar en la aplicación de un sistema señalético que además de orientar a los visitantes, refuerce la identidad del territorio.

“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, 1998, pág. 9)

Es decir que, si se hace hincapié en estudiar la diversidad lingüística y cultural, se podría enfocar en las necesidades de informativas y orientativas de los individuos itinerantes en situación, colocando a la ciudad como herramienta de posicionamiento y diferenciación dentro de la provincia.

“Su campo de acción es un didactismo inmediato en el flujo de los actos de la vida corriente. Por lo tanto, es indispensable la aplicación de señales en el espacio, que constituyen un lenguaje instantáneo, automático y universal.” (Costa, 1998, pág. 14)

Principalmente, es necesario saber los códigos que se utilizan en la localidad, la espacialidad y los atributos que contienen (tangibles e intangibles). Esto ayudará a comunicar la cultura local con la mayor precisión y fidelidad posibles para evitar que se sigan generando posibles desmotivaciones de quienes se dedican al turismo.

A partir de todo lo anteriormente analizado, se origina el siguiente interrogante como pregunta-problema:

- ¿Cómo desde la disciplina del diseño gráfico se puede dar a conocer zonas de Colonia Caroya para una mejor circulación por parte de los turistas y lugareños?

Subproblemas:

- ¿Qué zonas o sitios más importantes carecen hoy en día de una buena indicación de su ubicación en la ciudad de Colonia Caroya?
- ¿Qué particularidades identifican a la ciudad de Colonia Caroya y la distinguen de otras regiones?
- ¿Cómo orientar adecuadamente a los habitantes y visitantes de Colonia Caroya para que localicen las zonas más relevantes del lugar?

Objetivos

Objetivo general

- Desarrollar un sistema señalético que contribuya a la comunicación de las zonas más importantes de Colonia Caroya para facilitar la circulación de lugareños y turistas.

Objetivos específicos

- Describir las necesidades actuales de orientación espacial que posee actualmente Colonia Caroya.
- Investigar las comunicaciones visuales previas y la identidad visual predeterminada de la ciudad de Colonia Caroya para generar un concepto gráfico e identitario del sistema señalético.
- Determinar los diferentes tipos de señales que se aplicarán para indicar a los visitantes y lugareños de Colonia Caroya las principales zonas del lugar.

Justificación

Este proyecto será de gran aporte a la ciudad de Colonia Caroya, el sistema de señalización turística en cualquier localidad en la que se ejerce dicha actividad, es prácticamente indispensable; no solo para el que visita sino también para el que vive de ese recurso o habita en la ciudad. Si se habla de los ciudadanos que viven allí, se requiere enfocarse en las actividades que desempeñan como son los servicios de hotelería, gastronomía, etc. Por lo tanto, es de suma importancia e indispensable, que los visitantes puedan localizarlos rápidamente al desplazarse por las calzadas de la ciudad.

Por lo tanto, decir que también significaría un gran beneficio para localidad debido a que fomenta el turismo regional gracias a la aplicación de un nuevo sistema señalético. Así, se podrá presenciar el crecimiento del turismo,

como en el compartimiento equitativo de servicios prestados a los visitantes. La presencia de turistas satisfechos con la visita a diferentes lugares de manera segura y encontrando fácilmente los destinos recreacionales buscados, se convertirán en excelentes referencias para futuros turistas.

Finalmente, la impresión que será generada en la ciudad de Colonia Caroya y sus habitantes, va a ser positivo en todas sus áreas, ya que no sólo será beneficiado el turista ya sea desde nacional o internacional, sino también, la localidad.

Visto de esta forma, este trabajo sirve como aporte importante a la orientación del turismo, brindar beneficios a las personas que visiten y que puedan disfrutar de las bondades que tiene dicha localidad ya que hoy en día no es suficiente para satisfacer las necesidades de los lugareños ya sea de encontrar un atractivo turístico al que se dirige, así como también, informarse de otras alternativas de sitios que pueden visitar.

En otras palabras, gracias a la correcta ubicación de la señalética se dará a conocer todos los servicios y atractivos disponibles logrando que sus negocios sean visitados con mayor frecuencia y a su vez, la ciudad siga progresando, brindando un extraordinario servicio y mejorando la forma de vida de sus habitantes. Esta investigación resultará también en un aporte al Diseño Gráfico ya que a través de la señalética se aplicará una solución en un sitio con características particulares, donde no se había implementado con anterioridad.

MARCO TEÓRICO

A continuación, se desarrollarán los siguientes conceptos que darán forma al marco teórico de la investigación: Imagen Corporativa, Señalética, Identidad Visual Corporativa, Color, Materiales, Tipografía, Pictogramas, Tipo y Clasificación de señales, Diferencia entre señal y señalética.

Imagen Corporativa

“Una imagen Corporativa y una Reputación Corporativa, positivas, se convierten en muestras de una gestión empresarial eficaz que además tiende a reflejarse en unos satisfactorios resultados económicos.” (Villafañe, 1999, pág. 11)

“La imagen Corporativa es la representación mental, en el imaginario colectivo, de un conjunto de atributos y valores que funcionan como estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esa colectividad.” (Costa, 2001, pág. 58)

Según lo expuesto, la imagen corporativa busca captar y expresar las singularidades que constituyen a la ciudad de Colonia Caroya y a su vez, tiene como objetivo reflexionar acerca de la importancia de integrar la triada:

identidad, cultura e imagen y así lograr una mejor comunicación de la marca ciudad.

Señalética

De acuerdo con las investigaciones de Pineda, concluye que:

(...) Uno de los más grandes conflictos es que el turista no sabe direccionarse al momento de querer encontrar un atractivo en el que pretenden realizar alguna actividad turística, por eso es importante la implementación de señalética orientativa para facilitar la ubicación del atractivo. (Pineda, pág. 72)

(...) La señalética turística es un medio de facilitación para el desarrollo de esta actividad, por lo que es importante tanto para el turista como para los habitantes de una localidad en especial si poseen un atractivo natural de gran riqueza como es el caso de la Comunidad Teligote, la cual se asienta en el Cerro del mismo nombre y que cuenta con una riqueza natural impresionante, que se den las facilidades necesarias para que en la actividad turística conlleve consigo el desarrollo socio-económico de una localidad. Por lo tanto, la implementación de señalética turística orientativa contribuye favorablemente al logro de este fin. (Pineda, 2013, pág. 73).

Implementar señalética turística orientativa de la ciudad de Colonia Caroya permite el desarrollo turístico de la población, debido a que a través de esta demanda aumentará, posicionará niveles de vida de los habitantes y facilitará la circulación de lugareños/turistas.

Señalética e Identidad Corporativa

(...) Todos los programas de diseño cumplirán por el hecho de serlo, las siguientes funciones: especificidad y unicidad del concepto-núcleo, coherencia entre los diferentes mensajes, consistencia a pesar de la diversificación y variaciones de los soportes, integridad a pesar de la discontinuidad temporal y perceptiva, congruencia a lo largo del tiempo, y, normalización y flexibilidad. (Costa 1987, Pág. 242)

Según Costa (1987), la identidad en señalética afecta a la atención difusa, y también a la atención interesada cuando los individuos requieren la función más específica de la señalética: la señalación *in situ* del lugar buscado.

``Cuando la identidad corporativa se difunde por el medio señalético, los efectos del programa se enriquecen, ya que reúnen: la función de

identificación/diferenciación, el comportamiento señalético (información), la función de imagen marca y el procedimiento estético (persuasión).'' (Costa, 1987, Pàg. 243)

Identidad Visual Corporativa

''Joan Costa, define este concepto corporativo, así: La imagen Corporativa es la representación mental, en el imaginario colectivo, de un conjunto de atributos y valores que funcionan como estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esa colectividad.''' (Costa, 2001, pág. 58)

''El enfoque del diseño define a la identidad corporativa como la representación icónica de una organización, que manifiesta sus características y particularidades.''' (Olins, 1990, párr. 5)

Esta noción vincula la identidad corporativa con "lo que se ve" de una organización. En el campo de la comunicación esta noción se ha redefinido claramente hacia la idea de identidad visual, que es la plasmación o expresión visual de la identidad o personalidad de una organización.

El estudio de la identidad visual corporativa se vincula al análisis de todo lo relacionado con sus elementos constitutivos: el símbolo, el logotipo, tipografía y los colores corporativos. También en la aplicación de la Identidad Visual a través del diseño gráfico, audiovisual, industrial, ambiental o arquitectónico.

Color

(...) El contraste de tonos entre figura, fondo y mancha (grosor y cantidad de tinta entre los caracteres) se relacionan con la visibilidad de las señales y de esta manera es importante analizar adecuadamente los colores que se van a emplear, por ejemplo, el contraste negro sobre blanco permite una fácil visibilidad de un texto más que a la inversa. (Sanchez, 2005, pág. 93)

(...) Es uno de los recursos con mayor impacto en la estética y atractivo de una interfaz, ya que destaca y organiza los elementos para decodificar la información. Pero si se utiliza de manera incorrecta, ya sea por el número de colores utilizados o el mal uso de contrastes puede ocasionar graves problemas de usabilidad (Montero, 2015)

(...) El sistema señalético, usa toda la fuerza del color esquemático, para convertirse en la base de un amplísimo repertorio de signos gráficos de fuerte impacto visual que conocemos como código señalético. Son colores de alta saturación, empleados en su condición de "colores planos", en su grado de mayor esquematización y visibilidad. Se aplican para señalar y centrar la atención en puntos estratégicos expresando un significado concreto según el color. (Amarrante, 2011, Pág. 55)

Dentro de este marco, se puede decir que el color no tiene solo una función estética sino que, también requiere de significados y representaciones que dependen de su saturación, su tonalidad, su parte connotativa y denotativa, configurando una conceptualización.

Diferencia entre señalización y señalética

(...) La Señalización prevé distintas situaciones en las zonas viarias, ya sea un cruce, advertir peligro, etc. Una vez que encuentra este sector de conflicto presenta la o las señales necesarias para informar, orientar, prohibir y advertir de posibles accidentes. Estas señales a su vez se incluyen en un campo más general, es decir en un plano o mapa, para la aplicación del elemento señalizador que le corresponda. Por otra parte estas señales ya están predefinidas bajo condiciones precisas y específicas, ya que

existen normativas que regulan su peso, tamaño, escala, materiales, iluminación, posición, montaje, etc. (Costa, 1989, Pág. 103)

(...) La utilización de señales reside en el propósito del destinatador de producir un estímulo para que lo perciba como un concepto. Una particularidad especial de las señales consiste en que cada una sólo admite determinados conceptos, mientras que simultáneamente descarta otros. Sólo así será posible que el destinatario pueda identificar el mensaje enviado por la fuente mediante una señal. (Aicher y Krampen, 1991)

(...) Es importante comenzar a distinguir entre Señalización y Señalética, para ello se establecen los rasgos que corresponden a la Señalización que son: el empirismo, los códigos preexistentes, normalización de los casos y por último la uniformización del entorno. Siguiendo con esta distinción se encuentra que hay una constante confusión entre estos dos conceptos, una característica que los separan es: la especificidad, esto se refiere a que la Señalética es diseñada específicamente para el espacio en el que se va a implementar. (Anónimo, 2016, Buenos Aires, Argentina)

(...) El diseñador gráfico diseña las señales más aptas para comunicar con la mayor eficacia y eficiencia, en los distintos espacios

arquitectónicos, que muchas veces son lugares laberínticos, para poder llegar a obtener algún tipo de servicio. Sin duda una característica fundamental en la señalética es la adaptación a problemáticas concisas y relativamente diferentes. (Anónimo, 2016, Buenos Aires, Argentina)

Según lo expuesto, la diferencia reside en que la señalización es una primera etapa para abordar a la señalética ya que es una representación que permite indicarnos algo y tiene un significado. Los sistemas señaléticos son creados y adaptados en cada caso particular, es decir, que en Colonia Caroya va a servir para identificar y facilitar los servicios requeridos por los turistas.

Señales

(...) Una Señal es por lo general, una representación gráfica que indica o tiene un propósito como guía en cualquier camino o función. Una señal corresponde a las funciones de un indicador, puesto que una señal refleja cual es el *status* de la operación que se realiza. La presencia de señales en cualquier acción implica la puesta en escena de iconos, imágenes y ejercicios en para informar cual es la situación que se vive. La convención de imágenes con la costumbre de la mente del ser humano permite que las señales sean parte de un estímulo sensorial, es decir, la manera de percibir una señal no tiene que ser enteramente visual. (Yirda, 2021, Pág. 33)

(...) Las señales, carteles o vallas pueden estar situados en vías de comunicación (caminos, rutas, etc.) dentro de los pueblos y ciudades o en edificios, tanto en el exterior como en el interior de los locales. Tomando como base estas características de ubicación, se establecen tres clases principales: Interurbanas (en rutas), Urbanas (en pueblos y ciudades) y en edificios. (Santarsiero, 2012, Pág. 33)

Clasificación según su objetivo o función: (Santarsiero, 2012)

- Orientadoras: Tienen por objeto situar a los individuos en un entorno, como por ejemplo lo son los mapas o planos de ubicación.
- Direccionales: Marcan una dirección o ruta. En general se trata de sistemas de flechas y se ubican en los puntos donde el visitante debe elegir un camino.
- Indicativos: Se utilizan para señalar espacios, lugares u objetos. Se encuentran por lo general al inicio o final de un trayecto. Suelen utilizarse pictogramas o textos.
- Informativos: Brindan información específica y detallada sobre asuntos, horarios, recorridos, instrucciones, etc. Se trata en general de textos.
- Reguladoras: Indican zonas de peligro o prohibición. Reflejan una dosis de coerción, y se acompañan por lo general de pictogramas y textos de advertencia. A su vez se subclasifican en: Preventivas, Restrictivas y Prohibitivas.

- Ornamentales: Son como de adorno, pero están identificando de algún modo por ejemplo: las banderas monumentales que se encuentran en diferentes puntos de la ciudad, obras de arte como esculturas.

Tipografía

De acuerdo con Cuello y Vittone (2013), la finalidad de la tipografía es la de conseguir que el texto se lea con claridad, lo que se logra con una buena elección de la fuente, como así también, con un buen tamaño, separación entre líneas, ancho de columnas y contraste visual con el fondo. Afirman también que, si el tamaño de la tipografía es pequeño, es mejor utilizar fuentes limpias, abiertas y sans-serif (sin serifa). En cuanto a las serif, pueden ser consideradas para títulos principales, siempre y cuando cuenten con un tamaño en el que las mismas no perjudiquen la lectura.

Por su parte, Serna y Pardo (2016), agrega que la tipografía es la encargada de reforzar la identidad y la personalidad de la marca. Añade que, por defecto, los sistemas operativos móviles utilizan tipografía sans-serif, ya que son limpias en su aspecto y no poseen remates que dificulten la lectura.

En consecuencia, se podría decir que las tipografías sans-serif son más adecuadas para la lectura y la legibilidad en una pantalla móvil.

Sistema señalético

“La señalética es un sistema específico de signos que debe diferenciarse de otros sistemas de signos polisémicos (decorativos, artísticos), mientras que los signos señaléticos -y sus mensajes- son necesariamente monosémicos: tienen un único y claro significado, son unívocos.” (Costa, 1987, Pág. 31)

Según Costa (1987), la señalética es una disciplina técnica que se aplica a la morfología espacial, arquitectónica, urbana, y a la organización de los servicios y del trabajo. Su finalidad es la información, la cual se quiere inequívoca e instantánea. Su funcionamiento implica la interacción automática de mensajes visuales que afectan a individuos, y actos de comportamiento en reacción a estos mensajes.

Dicho de este modo, se puede decir que es un sistema que logra unificar conceptos y/o atributos de una marca, con elementos gráficos que siguen un estilo definido.

Tipografías en señalética

(...) Las tipografías utilizadas en señalética corresponden, pues, a las premisas de visibilidad e

inteligibilidad inmediatas. Si existiera, por tanto, una tipografía señalética, ésta sería la más apta para cumplir con la mayor eficacia tales premisas de funcionalidad. Es decir, sería la que ofreciera una mayor legibilidad a distancia, sin ambigüedad y con el mismo tiempo. (Costa, 1987, Pág. 176)

Por su parte, Costa (1987), dice que toda tipografía utilizada en señalética connota funcionalidad y, por su puesto, evoca más fácilmente modernidad que clasicismo. La claridad y ausencia de adornos se asocia al cometido utilitario.

En consecuencia, se puede decir que la tipografía señalética requiere de simpleza para tener una mayor legibilidad y captar instantáneamente al público.

Materiales

“Disponiendo de la información necesaria acerca de los materiales existentes y de un directorio de fabricantes, tanto de productos como de señales, el diseñador procederá a la selección de materiales de acuerdo con los fabricantes de máxima garantía.” (Costa, 1987, Pág. 135)

“Se decidirán los tamaños de las señales, los materiales; el uso de la iluminación, si ello es requerido por las condiciones del espacio a tratar señaléticamente; los sistemas de fijación de paneles.” (Costa, 1987, Pág. 135)

Visto de esta forma, existe una gran variedad de materiales y la utilización de cada uno va a depender de varios factores externos como, por ejemplo, del clima, la ubicación, etc.

Pictogramas

Por su parte, Espinosa (2021), un pictograma es un signo claro y esquemático que representa un objeto real, figura o concepto. Sintetiza un mensaje que puede señalar o informar sobrepasando la barrera de las lenguas.

Según Espinosa (2021), los pictogramas son Perceptibles, Simples y Permanentes. Estas cualidades son de gran ayuda para cualquiera, pues todos necesitamos claves que nos ayuden a entender el mundo y “ordenarlo” en nuestra mente, pero lo son especialmente para los alumnos con dificultades de atención, memoria, lenguaje y trastornos generalizados del desarrollo.

En consecuencia, se puede decir que los pictogramas ayudan a entender de manera más fácil, a la comunicación.

Icono

Según Pierce (1962), el ícono es un signo que por virtud de su naturaleza refiere o denota su objeto, posee una o algunas de las propiedades del objeto que representa. (es monosémico). Son signos que tienen semejanza puede consistir en un parecido en la forma o afectar a cualquier cualidad o propiedad del objeto.

``Son signos icónicos: Los cuadros, las esculturas figurativas, las fotografías, los dibujos animados, las caricaturas, las onomatopeyas o imitaciones del sonido, mapas, planos, gráficos que visualizan proporciones.`` (Pierce, 1962, Pág. 66)

Debido a esto, se puede decir que es de suma importancia la manera en la que se presenta un ícono ya que deriva a un objeto, y debe ser interpretado por el usuario de manera correcta.

Símbolo

Según Pierce (1962), el Símbolo es un signo consciente, arbitrario y convencional que tiene carácter de colectivo y social (es polisémico). Es un

representamen cuyo carácter representativo consiste precisamente en que él, es una regla que determina a su interpretante.

(...) Es un signo que se refiere al objeto que denota en virtud de una ley, usualmente una asociación de ideas generales que operan de modo tal; que son la causa de que el símbolo se interprete como referido a dicho objeto. (Pierce, 1962, Parr. 178)

Visto de esta forma, el diseño propio de los símbolos debe ser claro y conciso ya que se relaciona directamente al usuario.

MÉTODO DE DISEÑO

“Diseñar programas implica la fórmula capaz de solucionar toda una problemática o un conjunto de problemas diversos pero relacionados entre sí.”
(Costa, 1989, Pág. 124)

Lo que quiere explicar Costa (1989) es que en el diseño de programas señaléticos hay que tener en cuenta una diversidad de elementos para poder así trabajar de manera sistematizada y jerarquizada con el fin de poder solucionar los problemas planteados. Y que el conjunto de estas etapas, así como el orden secuencial con que serán enumeradas, apenas es modificable en la práctica, aunque el proceso se simplifique e determinados casos.

En contraparte, Chaves (2010) plantea que cada proceso es la identificación de un caso particular, aplicando medidas específicas en función y por lo tanto aceptando sugerencias de pensamientos, para seguir reglas básicas que ayuden a la eficacia del proceso.

En síntesis, la combinación de ambas metodologías podría ayudar a la resolución de este proyecto de diseño. Por un lado, brindando conocimiento profundo y consciente del problema en sí mismo y de lo que lo compone; y por el otro, generando un producto adaptado a las necesidades del usuario, mediante la incorporación participativa del mismo, al proyecto.

Joan Costa	Norberto Chaves	Método de Diseño Propio
Toma de contacto <ul style="list-style-type: none"> - Contexto Histórico - Personalidad - Imagen de marca 	Etapa Analítica: La institución Fase 1: Investigación <ul style="list-style-type: none"> - Inserción del equipo y su programa - Producción del input informativo Fase 2: Identificación <ul style="list-style-type: none"> - Constitución del discurso de identidad base 	Investigación <ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento de la necesidad - Entender el problema - Definición del problema
Diagnóstico <ul style="list-style-type: none"> - Plano y territorio - Palabras claves - Documentos fotográficos - Condicionantes ambientales - Piezas gráficas existentes - Conclusiones 	<ul style="list-style-type: none"> - Personalización del discurso de identidad - Funcionalización del discurso de identidad Fase 3: Sistematización <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración del repertorio de recursos de emisión - Formulación de los parámetros clasificatorios - Producción de matriz Fase 4: Diagnóstico <ul style="list-style-type: none"> - General - Particular - Final 	Diagnóstico <ul style="list-style-type: none"> - Identificar la información - Definir hipótesis y decisiones - Analizar el problema - Optimización de diferentes diagnósticos (de lo general a lo particular)
Estrategia <ul style="list-style-type: none"> - Palabras claves y equivalencia icónica - Verificación de la información - Tipos de señales - Decisiones a tomar 	Etapa normativa: La intervención Fase 5: Política de imagen y comunicación <ul style="list-style-type: none"> - Ideología comunicacional - Criterios de gestión Fase 6: Estrategia general de intervención <ul style="list-style-type: none"> - Comunicacional - Infraestructural - Mixta Fase 7: Intervención sobre imagen y comunicación <ul style="list-style-type: none"> - El campo pragmático de la intervención 	Estrategia <ul style="list-style-type: none"> - Brainstorming - Síntesis, análisis y optimización - Selección de materiales - Evaluar posibles soluciones - Bocetado y determinación de variables gráficas
Diseño Gráfico <ul style="list-style-type: none"> - Módulo compositivo - Tipografía/Pictogramas - Código cromático - Originales para prototipos - Selección de materiales - Fichas señaléticas 	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de las variables técnicas de cada programa - Las líneas de gestión general Fase 8: Elaboración de programas particulares <ul style="list-style-type: none"> - Contenidos técnicos de los programas - Gestión ulterior 	Intervención <ul style="list-style-type: none"> - Presentar solución - Determinar paleta cromática, tipografía, variables de diseño, etc. - Muestra de finales de prototipo - Aplicaciones de diseño

Figura 1: Elaboración propia (2021) basada en Costa (1978) y Chaves (2010).

El proceso comienza con la investigación, donde se va a definir la información que tenemos, es decir, se hace una lista con las cosas que sabemos seguro. Se reconoce la necesidad que, normalmente, constituye una actividad muy creativa. La misma puede ser una disconformidad o la percepción de que alguna cosa no está bien. Para definir el problema, debemos estudiarlo detalladamente hasta estar seguros de entenderlo y, se incluyen todas las especificaciones para el objeto que va a ser diseñado (incluyendo limitaciones).

Por consiguiente, se encuentra la etapa de diagnóstico, donde se identifica la información obtenida con anterioridad y se formulan estrategias para resolverlas, es decir, además de saber que se busca, se debe determinar en que orden se irán resolviendo estos problemas para obtener la solución. Una vez realizado este paso, se exponen todas las hipótesis y decisiones tomadas. Los diseños reales normalmente no tienen una única solución posible, sino que, las elecciones de cosas como materiales o componentes a utilizar requieren la toma de decisiones. Analizar el problema requiere crear un modelo de la parte real que estamos estudiando. Todas estas hipótesis y decisiones deben ser identificadas y guardadas para después utilizar una estrategia y resolver el problema que seleccionamos antes. Debemos referenciar toda la información utilizada y checkear la credibilidad de los resultados para mantener un orden en dicho proceso.

Dentro de este orden de ideas, se procede a la lluvia de ideas (brainstorming) que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado, al ser una herramienta grupal, se genera un ambiente relajado de ideas originales para derivar al proceso de síntesis donde se propone investigar y cuantificar

diferentes escenarios como posibles soluciones. A medida que esto avanza, se comprueba si el sistema es viable y cómo funcionará. Estos escenarios que no pasan el análisis deben ser revisados, mejorados o descartados. Y los que tienen potencial se optimizan para determinar el rendimiento máximo que se puede obtener. Se seleccionan los materiales y se comienza con la propuesta del bocetado para determinar posibles variables.

Finalmente, se presenta la solución donde resulta importante la comunicación. En el diseño final, se fijan elementos como pueden ser: paleta cromática, tipografía, materiales, etc. y se plasma en un prototipo. Es decir, se muestra el trabajo final dependiendo el soporte que se haya elegido y el resultado final.

ANTECEDENTES



ELEMENTOS VISUALES	CASO	Reserva ecológica BUENA AVENTURA - Fundación Jocotoco en Ecuador		
	COLOR DE IDENTIDAD VISUAL	 Pantone 654 (Logotipo)		
		 Pantone 377 (Isotipo)		
	ISOLOGOTIPO	 <p>Es simple, reconocible y limpio. Posee alto contraste cromático y muy buena legibilidad. El Ave funciona como icono de la reserva y logra enlazar las políticas medioambientales con la imagen institucional de la fundación.</p>		
	TIPOGRAFIA	<p>La tipografía base del sistema es Helvetica Bold y fue seleccionada por sus factores de legibilidad y visualización. El creador fue Max Miedinger en 1957. Posee variables tipográficas como: Optima (fuente auxiliar) creada por Casa fundidora Stempel en 1952 y 1955, fuente legible para textos informativos; y por otro lado, Book antigua y Gill Sans MT (fuentes secundarias) utilizadas para cuestiones informativas, explicativas ya sea en titulares, subtítulos o cartográfico.</p>		
ELEMENTOS INTERACTIVOS	COLOR DE ISEÑALÉTICA	 Pantone 654 (fondos de señales, paletas y uso de marcas y pictogramas)  Pantone 377 (barras laterales y superiores y uso de marcas y pictogramas)  Pantone 1797 (usos para señales de prohibición)  Blanco (textos, flechas y fondos)  Negro (cartografías y textos)		
	PICTOGRAMAS	 Identificativos  Descriptivos	 Nominativos  Vicariales	También se clasifican en: - Instalaciones - Servicios - Actividades - Recursos de Interés - Recomendaciones de usos.
	TIPOS DE SEÑALES	De itinerario: - Señal de entrada - Señal perimetral - Señal de Inicio - Baliza de sendero - Señal fin de itinerario.	De posición: - Señal direccional - Señal de localización - Señal orientativa - Baliza de identificación - Señal fin de recomendaciones.	Interpretativas: - Señal informativas (mapa de uso de la reserva) - Señal de del patrimonio (temática, complementaria, de hito) - Señal del paisaje (panorámica)
APORTE	<p>Todo funciona dentro de un sistema gráfico común. Utiliza contraste para el fácil reconocimiento de los elementos y mantiene aspecto limpio y simple. La estética elegida esta muy acertada y la orientación es muy correcta ya que la el sistema señalético se encuentra jerarquizado y genera buena experiencia al usuario.</p>			

Figura 2: Elaboración propia (2021) basada en antecedentes - CASO 1.

ELEMENTOS VISUALES																			
CASO	Señalética para los cementerios Parque del recuerdo en Santiago de Chile																		
COLOR DE IDENTIDAD VISUAL	 #006848 C: 89% M: 33% Y: 78% K: 25% R: 0 G: 104 B: 72  Blanco (funciona para crear la ley gestal de figura fondo en el isotipo)																		
ISOLOGOTIPO	 <p>Es simple, geométrico y entendible. No posee contraste cromático pero tiene muy buena legibilidad. Forma parte de un sistema gráfico ya que genera persuasión de naturaleza con la simplicidad y representación del medioambiente.</p>																		
TIPOGRAFIA	<p>La tipografía que utiliza en el isologotipo es de palo seco, se reconoce a simple vista una serif y varía su grosor con un estilo bold, funcionando como autoridad en la palabra RECUERDO.</p> <p>En el sistema señalético se puede observar una fuente básica, con una altura de caja baja y utiliza el recurso de variables tipográficas como Italic, Bold y Regular. También se observa una San Serif para nombrar los tipos de árboles del parque.</p>																		
COLOR DE ISEÑALÉTICA	 C: 77% M: 24% Y: 0% K: 0% R: 0 - G: 154 - B: 218 #009ADA (zona poniente)  C: 5% M: 10% Y: 93% K: 0% R: 249 - G: 218 - B: 0 #F9DA00 (zona norte)  C: 0% M: 98% Y: 100% K: 0% R: 273 - G: 0 - B: 0 #ED0000 (zona oriente)  C: 67% M: 0% Y: 77% K: 0% R: 80 - G: 189 - B: 96 #50BD60 (zona sur)																		
PICTOGRAMAS	 <p>Se observan pictogramas simples de tal modo que transmiten información correcta y adecuada con solo un color.</p>																		
TIPOS DE SEÑALES	<table border="0"> <tr> <td>De itinerario:</td> <td>De posición:</td> <td>Interpretativas:</td> </tr> <tr> <td>- Señal de entrada</td> <td>- Señal direccional</td> <td>- Señal informativas</td> </tr> <tr> <td>- Señal peaton</td> <td>- Señal de localización</td> <td>(mapa de uso de la reserva)</td> </tr> <tr> <td>- Señal de Inicio</td> <td>- Señal orientativa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Baliza de sendero</td> <td>- Baliza de identificación</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Señal fin de itinerario.</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	De itinerario:	De posición:	Interpretativas:	- Señal de entrada	- Señal direccional	- Señal informativas	- Señal peaton	- Señal de localización	(mapa de uso de la reserva)	- Señal de Inicio	- Señal orientativa		- Baliza de sendero	- Baliza de identificación		- Señal fin de itinerario.		
De itinerario:	De posición:	Interpretativas:																	
- Señal de entrada	- Señal direccional	- Señal informativas																	
- Señal peaton	- Señal de localización	(mapa de uso de la reserva)																	
- Señal de Inicio	- Señal orientativa																		
- Baliza de sendero	- Baliza de identificación																		
- Señal fin de itinerario.																			
APORTE	<p>Todo funciona dentro de un sistema gráfico común. Utiliza contraste en las zonas para diferenciar los elementos y mantiene aspecto limpio y simple.</p> <p>A pesar de esta estética, y la orientación es confusa, ya que no se encuentra bien jerarquizado esto general una mala experiencia.</p>																		
ELEMENTOS INTERACTIVOS																			

Figura 3: Elaboración propia (2021) basada en antecedentes - CASO 2.

ELEMENTOS VISUALES																
CASO	Señalización Parque Estatal Pedra Azul en Brasil															
COLOR DE IDENTIDAD VISUAL	 #00B4DE C: 72% M: 4% Y: 8% K: 0% R: 0 G: 180 B: 222  #0050A9 C: 96% M: 69% Y: 0% K: 0% R: 0 G: 80 B: 169															
ISOLOGOTIPO	 <p>Es simple, geométrico y entendible. No posee contraste cromático ya que está basado en una paleta de colores fríos pero tiene muy buena legibilidad. Forma parte de un sistema gráfico debido a la tipografía que utiliza de palo seco y genera persuasión de frescura con la simplicidad y representación de montañas.</p>															
TIPOGRAFIA	<p>La tipografía que utiliza en el isologotipo es de palo seco, se reconoce a simple vista una serif y otra geométrica en bold.</p> <p>En el sistema señalético se puede observar una fuente básica llamada Neris de clasificación San Serif, diseñada por Eimantas Paskonis y tiene variables como: Thin, Thin Italic, Light, Light Italic, SemiBold, SemiBold Italic, Bold Italic, Black, Black Italic, y es una fuente simple y legible.</p>															
COLOR DE SEÑALÉTICA	<table border="0"> <tr> <td> C: 0% M: 31% Y: 93% K: 0% R: 255 - G: 186 - B: 0 #FFBA00 (advertencia)</td> <td> C: 0% M: 81% Y: 94% K: 0% R: 255 - G: 73 - B: 0 #FF4900 (interactiva)</td> </tr> <tr> <td> C: 0% M: 47% Y: 93% K: 0% R: 255 - G: 156 - B: 0 #FF9C00 (didáctico)</td> <td> C: 0% M: 95% Y: 91% K: 0% R: 255 - G: 0 - B: 0 #FF0000 (orientativa)</td> </tr> <tr> <td> C: 0% M: 65% Y: 94% K: 0% R: 255 - G: 115 - B: 0 #FF7300 (direccional)</td> <td> C: 8% M: 100% Y: 100% K: 2% R: 213 - G: 0 - B: 0 #D50000 (sendero)</td> </tr> </table>	 C: 0% M: 31% Y: 93% K: 0% R: 255 - G: 186 - B: 0 #FFBA00 (advertencia)	 C: 0% M: 81% Y: 94% K: 0% R: 255 - G: 73 - B: 0 #FF4900 (interactiva)	 C: 0% M: 47% Y: 93% K: 0% R: 255 - G: 156 - B: 0 #FF9C00 (didáctico)	 C: 0% M: 95% Y: 91% K: 0% R: 255 - G: 0 - B: 0 #FF0000 (orientativa)	 C: 0% M: 65% Y: 94% K: 0% R: 255 - G: 115 - B: 0 #FF7300 (direccional)	 C: 8% M: 100% Y: 100% K: 2% R: 213 - G: 0 - B: 0 #D50000 (sendero)									
 C: 0% M: 31% Y: 93% K: 0% R: 255 - G: 186 - B: 0 #FFBA00 (advertencia)	 C: 0% M: 81% Y: 94% K: 0% R: 255 - G: 73 - B: 0 #FF4900 (interactiva)															
 C: 0% M: 47% Y: 93% K: 0% R: 255 - G: 156 - B: 0 #FF9C00 (didáctico)	 C: 0% M: 95% Y: 91% K: 0% R: 255 - G: 0 - B: 0 #FF0000 (orientativa)															
 C: 0% M: 65% Y: 94% K: 0% R: 255 - G: 115 - B: 0 #FF7300 (direccional)	 C: 8% M: 100% Y: 100% K: 2% R: 213 - G: 0 - B: 0 #D50000 (sendero)															
PICTOGRAMAS	 <ul style="list-style-type: none"> - Identificativos - Informativos - Vicariales - Nominativos - Descriptivos - Actividades - Servicios 															
TIPOS DE SEÑALES	<table border="0"> <tr> <td>De itinerario:</td> <td>De posición:</td> <td>Interpretativas:</td> </tr> <tr> <td>- Señal de entrada</td> <td>- Señal direccional</td> <td>- Señal informativas</td> </tr> <tr> <td>- Señal peaton</td> <td>- Señal de localización</td> <td>(mapa de uso de la reserva)</td> </tr> <tr> <td>- Señal de Inicio</td> <td>- Señal orientativa</td> <td>- Señal del paisaje (panorámica)</td> </tr> <tr> <td>- Baliza de sendero</td> <td>- Baliza de identificación</td> <td></td> </tr> </table>	De itinerario:	De posición:	Interpretativas:	- Señal de entrada	- Señal direccional	- Señal informativas	- Señal peaton	- Señal de localización	(mapa de uso de la reserva)	- Señal de Inicio	- Señal orientativa	- Señal del paisaje (panorámica)	- Baliza de sendero	- Baliza de identificación	
De itinerario:	De posición:	Interpretativas:														
- Señal de entrada	- Señal direccional	- Señal informativas														
- Señal peaton	- Señal de localización	(mapa de uso de la reserva)														
- Señal de Inicio	- Señal orientativa	- Señal del paisaje (panorámica)														
- Baliza de sendero	- Baliza de identificación															
APORTE	<p>Todo funciona dentro de un sistema gráfico común. Utiliza analogía en su paleta cromática en las zonas para diferenciar los elementos y mantiene aspecto simple. Su estética es armoniosa y cálida, y la orientación es correcta, por lo tanto genera una excelente experiencia al usuario.</p>															

Figura 4: Elaboración propia (2021) basada en antecedentes - CASO 3.

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS

Al comparar los tres casos, se observa que los elementos que los componen son congruentes en cuanto al diseño y la orientación. Todos comparten elementos principales: Identidad Visual Corporativa, paleta cromática detallada, clasificación de señales para aplicar y pictogramas.

En cuanto al diseño, se encuentran dos opciones que comparten un criterio estético definido, por un lado, mediante el contraste se logra captar la atención del usuario utilizando colores llamativos como el azul, el verde y el rojo, que pueden ser análogos o complementarios (el caso del verde con el azul en diferentes tonos o el caso de los colores cálidos para crear un estilo no tan ruidoso, pero sí que cumpla la función de legibilidad).

No obstante, mediante la utilización de tipografías de palo seco *sans-serif* tanto en sus isologotipo como en el sistema señalético de cada caso, resultan factibles ya que son simples y producen una lectura inmediata.

Todos estos elementos dentro de un sistema tienen como objetivo la orientación y la contribución de una buena comunicación, para facilitar el acceso del lugar.

PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO

Condicionantes	Requerimientos	Premisas
Sistema señalético	<p>Sistema señalético</p> <p>Según Costa (1987), la señalética es una disciplina técnica que se aplica a la morfología espacial, arquitectónica, urbana, y a la organización de los servicios y del trabajo. Su finalidad es la información, la cual se quiere inequívoca e instantánea. Su funcionamiento implica la interacción automática de mensajes visuales que afectan a individuos, y actos de comportamiento en reacción a estos mensajes.</p>	<p>Sistema señalético</p> <p>Para que el sistema señalético funcione, se hará uso de la marca ciudad Colonia Caroya logrando uniformar visualmente la región. Por esto, el diseño elegido y los elementos gráficos seleccionados, siguen un estilo definido que representan los rasgos característicos más reconocidos por el turista como la cultura y la arquitectura del lugar, logrando un único y claro significado.</p>
	<p>Tipos de señales</p> <p>Según Santansiero (2012) consultada en el marco teórico, se deben aplicar diferentes señales que varían según la necesidad del usuario (turista).</p>	<p>Tipos de señales</p> <p>En cuanto a las señales que se aplicarán según su objetivo y función son: orientadoras (situar a los individuos en un entorno como por ejemplo, mapas o planos de la ciudad), direccionales (sistemas de flechas y ubican en los puntos donde el visitante debe elegir un camino), informativos (brindan información específica en forma de textos como por ejemplo, horarios, recorridos, instrucciones, etc.), de espacios verdes (como plazas) e indicadoras (donde se encuentran los atractivos turísticos y servicios públicos).</p>
	<p>Pictogramas</p> <p>Por su parte, Espinosa (2021), un pictograma es un signo claro y esquemático que representa un objeto real, figura o concepto. Sintetiza un mensaje que puede señalar o informar sobrepasando la barrera de las lenguas.</p>	<p>Pictogramas</p> <p>Los pictogramas varían según su ubicación, es decir, se encuentran los identificativos, normativos, descriptivos, vicariales, de servicios, de actividades, instalaciones y, recomendaciones de uso.</p> <p>En cuanto a esto, se van a diseñar variables propias que se ajusten a la determinada estética planteada con la identidad visual de la marca ciudad Colonia Caroya, para lograr la identificación del lugar.</p>
	<p>Tipografía</p> <p>Según Costa (1987), agrega que las tipografías utilizadas en señalética corresponden, pues, a las premisas de visibilidad e inteligibilidad inmediatas. Si existiera, por tanto, una tipografía señalética, ésta sería la más apta para cumplir con la mayor eficacia tales premisas de funcionalidad. Es decir, sería la que ofreciera una mayor legibilidad a distancia, sin ambigüedad y con el mismo tiempo.</p>	<p>Tipografía</p> <p>En cuanto a la tipografía se decidió utilizar una sans-serif que sea de fácil lectura. Por esto se eligió como fuente principal Univers con sus diferentes variables para títulos, números (distancias en metros) y textos cortos. Dicha fuente, está enfocada en estética, funcionalidad, legibilidad y ajuste para la marca, que muestren calidad, fáciles de usar y simplemente buena para la visualización del texto a distancia. Fue creada por Adrian Frutiger en 1957 y diseñada especialmente para ser utilizada en fotocomposición y composición en soportes señaléticos.</p>

Figura 5: Elaboración propia (2021) basada en programa de Diseño Gráfico.

Condicionantes	Requerimientos	Premisas
Sistema señalético	<p>Color</p> <p>Según Amarrante (2011) el sistema señalético, usa toda la fuerza del color esquemático, para convertirse en la base de un amplísimo repertorio de signos gráficos de fuerte impacto visual que conocemos como código señalético. Son colores de alta saturación, empleados en su condición de "colores planos", en su grado de mayor esquematización y visibilidad. Se aplican para señalar y centrar la atención en puntos estratégicos expresando un significado concreto según el color.</p>	<p>Color</p> <p>Para el diseño de la paleta cromática, se utilizaron los colores bases del isologotipo de la ciudad de Colonia Caroya. Los mismos, son primarios, es decir, rojo, azul, amarillo y se le suma el verde. Como dice Amarrante, se eligen colores de alta saturación para tener mayor visibilidad y así mismo, lograr facilidad de captar la atención del usuario. Pero, al tratarse de información complementaria para orientar al turista, se van a emplear diferentes tonalidades de los elegidos como base y evitar contrastar con la señalización vial obligatoria de la localidad generando una armonía. Dicho esto, se va a dividir la información con diferentes gamas.</p>
	<p>Materiales</p> <p>De acuerdo con Costa (1987), se decidirán los tamaños de las señales, los materiales; el uso de la iluminación, si ello es requerido por las condiciones del espacio a tratar señaléticamente; los sistemas de fijación de paneles.</p>	<p>Materiales</p> <p>En cuanto a los materiales, se hará uso de la chapa galvanizada, el vinilo de corte y laca negra, ya que estos materiales lo convierten en los más solicitados para la fabricación de todo tipo de señaléticas, debido a su excelente duración y estética que ofrece al trabajar con él y para su uso exterior.</p>
Identidad Visual	<p>Importancia</p> <p>De acuerdo con Costa (1987), cuando la identidad corporativa se difunde por el medio señalético, los efectos del programa se enriquecen, ya que reúnen: la función de identificación/ diferenciación, el comportamiento señalético (información), la función de imagen marca y el procedimiento estético (persuasión)."</p>	<p>Importancia</p> <p>La importancia de relacionar la identidad visual de la marca con la señalética se basa en plasmar el conjunto de atributos y valores que determinarán la conducta del turista cuando adquiera del uso de la señalética en la ciudad Colonia Caroya. En consecuencia, se manifestarán las características y particularidades que se resalten de la misma.</p>
	<p>Tipografía</p> <p>Por su parte, Serna y Pardo (2016), agrega que la tipografía es la encargada de reforzar la identidad y la personalidad de la marca. Añade que, por defecto, los sistemas operativos móviles utilizan tipografía sans-serif, ya que son limpias en su aspecto y no poseen remates que dificulten la lectura.</p>	<p>Tipografía</p> <p>En cuanto a la tipografía de la Identidad Corporativa de la ciudad de Colonia Caroya, se observa una gran variedad de estilos de fuentes (comics sans, tipografía con serif, etc.) y con diferentes variables tipográficas (light, regular/-medium, bold y semi bold). Es por eso, que al tratarse de señalética, se opta por elegir una fuente de palo seco, sans-serif y que además cumpla con la función de una buena legibilidad y facilidad para visualizar a larga distancia o en movimiento.</p>

Figura 6: Elaboración propia (2021) basada en programa de Diseño Gráfico.

Condicionantes	Requerimientos	Premisas
Identidad Visual	<p>Color</p> <p>Según Montero (2015), es uno de los recursos con mayor impacto en la estética y atractivo de una interfaz, ya que destaca y organiza los elementos para decodificar la información. Pero si se utiliza de manera incorrecta, ya sea por el número de colores utilizados o el mal uso de contrastes puede ocasionar graves problemas de usabilidad</p>	<p>Color</p> <p>En cuanto a la paleta cromática de la marca, se observa una utilización incorrecta de los colores primarios ya que generan mucho contraste en un isologotipo y es difícil al momento de plasmar una estética correcta y poder diferenciar ciertos elementos del sistema gráfico. Es decir, no muestra un concepto claro de los atributos relacionados a la ciudad de Colonia Caroya. Lo que se hará, será diseñar una paleta propia, empleando diferentes tonalidades de los colores bases para lograr una excelente experiencia al usuario, evitando ruido visual y una orientación correcta.</p>
	<p>Icono/Símbolo</p> <p>Según Pierce (1962), el icono es un signo que por virtud de su naturaleza refiere o denota su objeto, posee una o algunas de las propiedades del objeto que representa. (es monosémico). Son signos que tienen semejanza puede consistir en un parecido en la forma o afectar a cualquier cualidad o propiedad del objeto.</p> <p>De acuerdo a Pierce (1962), el símbolo es un signo que se refiere al objeto que denota en virtud de una ley, usualmente una asociación de ideas generales que operan de modo tal; que son la causa de que el símbolo se interprete como referido a dicho objeto.</p>	<p>Icono/Símbolo</p> <p>Para el diseño de los iconos y símbolos se requiere una atenta comprensión de lo que denota al objeto. Es decir, que se van a utilizar los más conocidos culturalmente por los ciudadanos de la ciudad de Colonia Caroya, fusionado con lo que se entiende a nivel extranjero de un icono/símbolo. Para que funcione de manera correcta, se va a hacer uso de formas únicas, fácil de comprender, sencillo, con colores vibrantes y sin texto.</p>

Figura 7: Elaboración propia (2021) basada en programa de Diseño Gráfico.

CONCEPTO GRÁFICO

La conceptualización gráfica de la señalética en la ciudad de Colonia Caroya, se presentará de una manera visualmente sencilla y atractiva, con el objetivo de contribuir a la comunicación de las zonas más importantes de dicha localidad para facilitar la circulación de lugareños y turistas.

Para la creación de este sistema señalético, se hará hincapié en lograr una experiencia visual agradable para el turista. En cuanto a la composición de los mensajes informativos, se hace uso de la morfología obtenida de los atributos captados con anterioridad de la ciudad de Colonia Caroya. Es decir, es importante plasmar a través de la historia, las tradiciones, gastronomía típica, la avenida San Martín y las conservas, las señales de manera que se logre unificar visualmente la región cumpliendo la función de orientar a las personas.

Se propondrá un diseño simple y concreto, en búsqueda de que la identidad corporativa se destaque en todas sus posibles formas de aplicación y contextos. Si bien el diseño deberá ser sencillo, ya que se utilizan colores planos con diferentes tonalidades, y formas geométricas como líneas curvas y rectas, obtendremos una comunicación con el usuario atractiva, con un lineamiento coherente.

El uso de tipografías *sans serif*, para textos cortos e indicaciones sobre la calzada, servirá para la comprensión de manera rápida y sin confusiones. De esta manera, se buscará desarrollar un sistema, en el que todos los elementos mencionados, se conjuguen en un todo uniforme y logren que los usuarios visiten a la ciudad sin dificultades a la hora de recorrer el lugar, con entendimiento claro respecto a la orientación de diversos espacios, y aprovechar lo que ofrece dicha localidad.

CRONOGRAMA DE TRABAJO

FASES	SEMANAS DE TRABAJO														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Investigación															
Reconocimiento de la necesidad															
Entender el problema															
Definición del problema															
Diagnóstico															
Identificar la información															
Definir hipótesis y decisiones															
Analizar el problema															
Optimización de diagnósticos															
Estrategia															
Síntesis, análisis y optimización															
Selección de materiales															
Evaluar posibles soluciones															
Bocetado y variables gráficas															
Intervención															
Presentar solución															
Paleta cromática, tipografía, etc															
Muestra final de prototipo															
Aplicaciones de diseño															

Figura 8: Elaboración propia (2021) basada en cronograma de trabajo.

PRIMERAS PROPUESTAS DE DISEÑO

MOODBOARD



Figura 9: Elaboración propia (2021) basada en moodboard.

CROMÁTICA

A partir de lo determinado en el marco teórico acerca de la elección más adecuada de la paleta cromática según Amarrante (2011) el sistema señalético, usa toda la fuerza del color esquemático, para convertirse en la base de un amplísimo repertorio de signos gráficos de fuerte impacto visual que conocemos como código señalético.



Colores bases extraídos de la Identidad Visual de la marca



Logotipo de Colonia Caroya

Debido a que son cinco tipos de señales, se optó por clasificarlas de acuerdo a su funcionalidad y trabajar así de manera más ordenada.

1. **Direccionales:** Estarán realizados en tonos grises ya que estarán ubicados en puntos claves establecidos y generarían un contraste óptimo.
2. **Informativos:** Estarán realizados en tonos amarillos como referencia. La tonalidad se escogerá acorde a los matrices con los que se trabajó anteriormente en las piezas direccionales, para no contrastar y formar un estilo único. Es decir, no serán diseñados en tonos muy saturados, sino más bien, más pasteles.
3. **Indicadores de servicios públicos:** Estarán realizados en tonos azules, logrando de esta manera mantener el color que se usa en la señalización argentina que establece Vialidad Nacional. Sin embargo, van a ser de estilo propio ya no van a ser demasiado saturados y con cierta tonalidad acorde al resto.
4. **Indicadores de atractivos turísticos:** Estarán en tonos rojizos.
5. **Orientadoras:** Estarán realizados en tonos blancos, ya que están cargados de información; como por ejemplo: mapas de la ciudad.
6. **Espacios verdes:** Estarán realizados en tonos verdes, combinando con el entorno. De esta manera se estaría cumpliendo con el principio que Joan Costa establece y se ha optado para trabajar, constituido por, el rojo, verde, gris, azul y amarillo como los colores de menor tiempo de visualización.

Figura 11: Elaboración propia (2021) basada en primeras propuestas.

TIPO DE SEÑAL	PRIMERAS PRUEBAS DE COLOR			COLOR ELEGIDO	COLOR DE TIPOGRAFIA
DIRECCIONAL	 C:0% M:0% Y:0% K:70% R:112 G:111 B:111 #706F6F	 C:0% M:0% Y:0% K:50% R:157 G:157 B:156 #9C9D9C	 C:0% M:0% Y:0% K:30% R:198 G:198 B:198 #C6C6C6	 C:0% M:0% Y:0% K:70% R:112 G:111 B:111 #706F6F	 #FFFFFF
INFORMATIVOS	 C:20% M:23% Y:98% K:5% R:209 G:176 B:0 #D18300	 C:7% M:0% Y:87% K:0% R:247 G:232 B:38 #F7E826	 C:5% M:1% Y:53% K:0% R:249 G:239 B:149 #F9EF95	 C:20% M:23% Y:98% K:5% R:209 G:176 B:0 #D18300	 C:0% M:0% Y:0% K:80% R:87 G:87 B:86 #575756
INDICADORES DE SERVICIOS PUBLICOS	 C:98% M:73% Y:4% K:0% R:13 G:76 B:153 #0D4C99	 C:86% M:52% Y:0% K:0% R:50 G:96 B:170 #3260AA	 C:71% M:44% Y:0% K:0% R:84 G:130 B:198 #5482C6	 C:98% M:73% Y:4% K:0% R:13 G:76 B:153 #0D4C99	 #FFFFFF
INDICADORES DE ATRACTIVOS TURISTICOS	 C:22% M:100% Y:91% K:18% R:169 G:25 B:32 #A91920	 C:1% M:100% Y:98% K:0% R:226 G:11 B:22 #E20B16	 C:6% M:75% Y:46% K:0% R:226 G:94 B:106 #E25E6A	 C:22% M:100% Y:91% K:18% R:169 G:25 B:32 #A91920	 #FFFFFF
ESPACIOS VERDES	 C:82% M:25% Y:100% K:11% R:48 G:128 B:52 #308034	 C:74% M:2% Y:98% K:0% R:65 G:169 B:58 #41A93A	 C:57% M:1% Y:67% K:0% R:122 G:189 B:117 #7ABD75	 C:82% M:25% Y:100% K:11% R:48 G:128 B:52 #308034	 #FFFFFF

Figura 12: Elaboración propia (2021) basada en primeras propuestas.

Pruebas de color tipográfico con aplicación de tipografía seleccionada final

Direccionales	Prueba de color tipográfico Prueba de color tipográfico Prueba de color tipográfico
Informativos	Prueba de color tipográfico Prueba de color tipográfico Prueba de color tipográfico
Indicadores de servicios públicos	Prueba de color tipográfico Prueba de color tipográfico Prueba de color tipográfico
Indicadores de atractivos turísticos	Prueba de color tipográfico Prueba de color tipográfico Prueba de color tipográfico
Espacios verdes	Prueba de color tipográfico Prueba de color tipográfico Prueba de color tipográfico

Figura 13: Elaboración propia (2021) basada en primeras propuestas

PRIMEROS BOCETOS A MANO



Se realizó una observación profunda de cuales son los atributos primarios de la ciudad de Colonia Caroya. Se identifican: la gastronomía, la agricultura, las atracciones turísticas más importantes y se hizo hincapié en las formas curvas, lineales y geométricas.

Figura 14: Elaboración propia (2021) basada en bocetos de búsqueda.

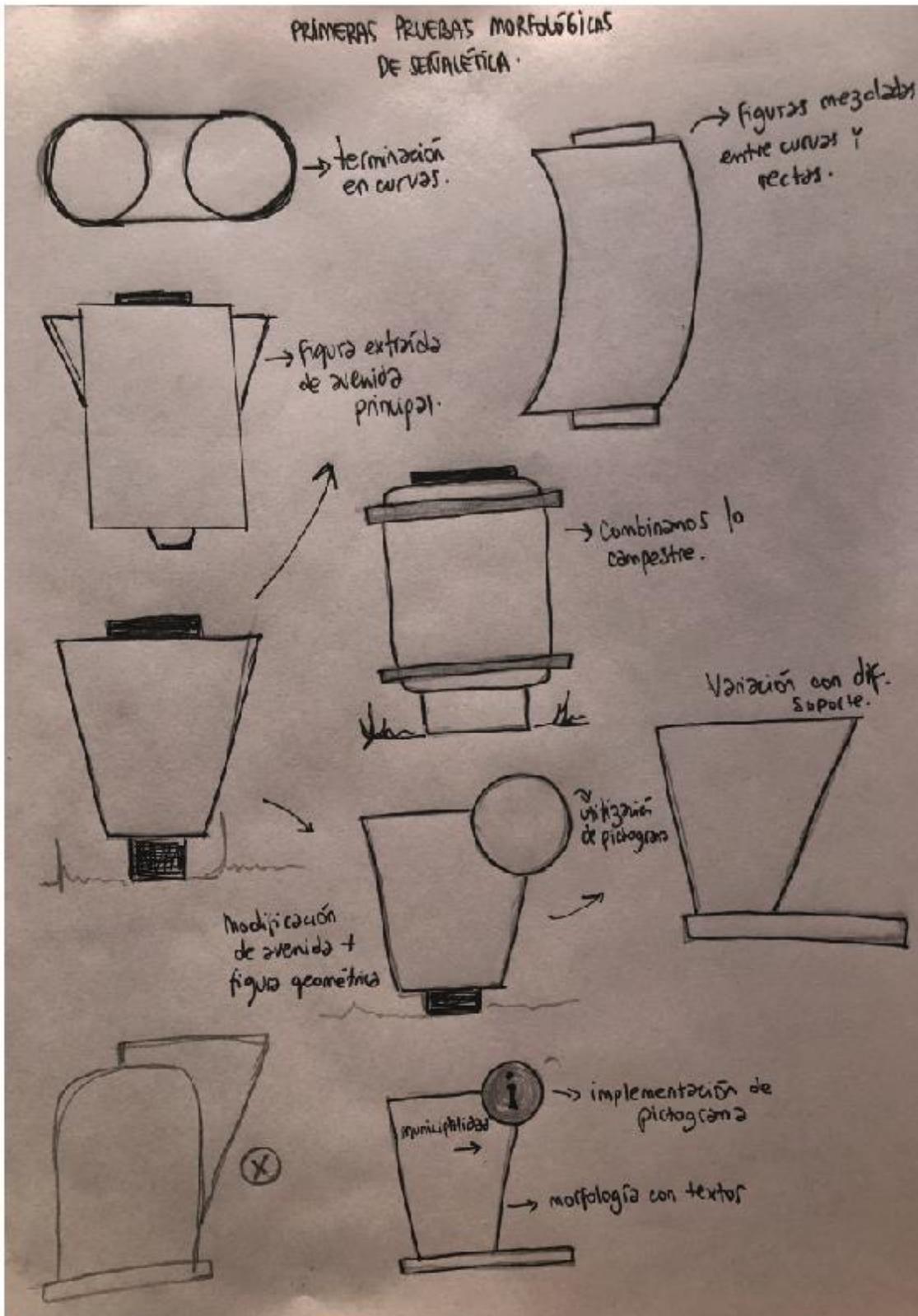
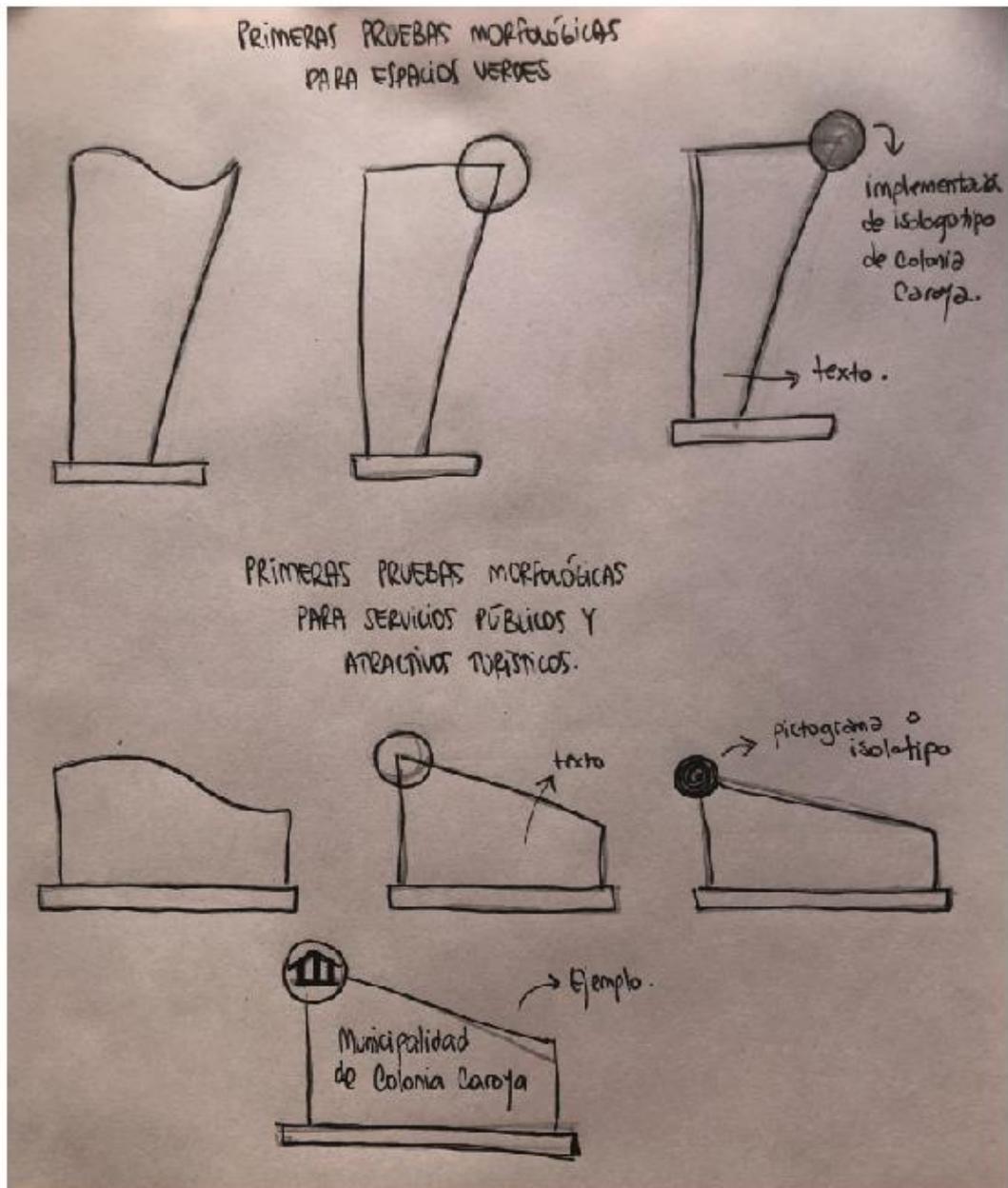


Figura 15: Elaboración propia (2021) basada en bocetos de búsqueda.



Se encontró un mismo estilo con los diferentes tipos de rótulos y se aplicó a diferentes tipos de señales clasificadas de acuerdo a su funcionalidad.

La figura principal está compuesta por un círculo que conceptualiza una misma cultura y líneas rectas que fueron obtenidas por la visualización de la avenida San Martín (calle principal de la localidad).

Figura 16: Elaboración propia (2021) basada en bocetos de búsqueda.

DIGITALIZACIÓN

Primeras pruebas morfológica para direccionales

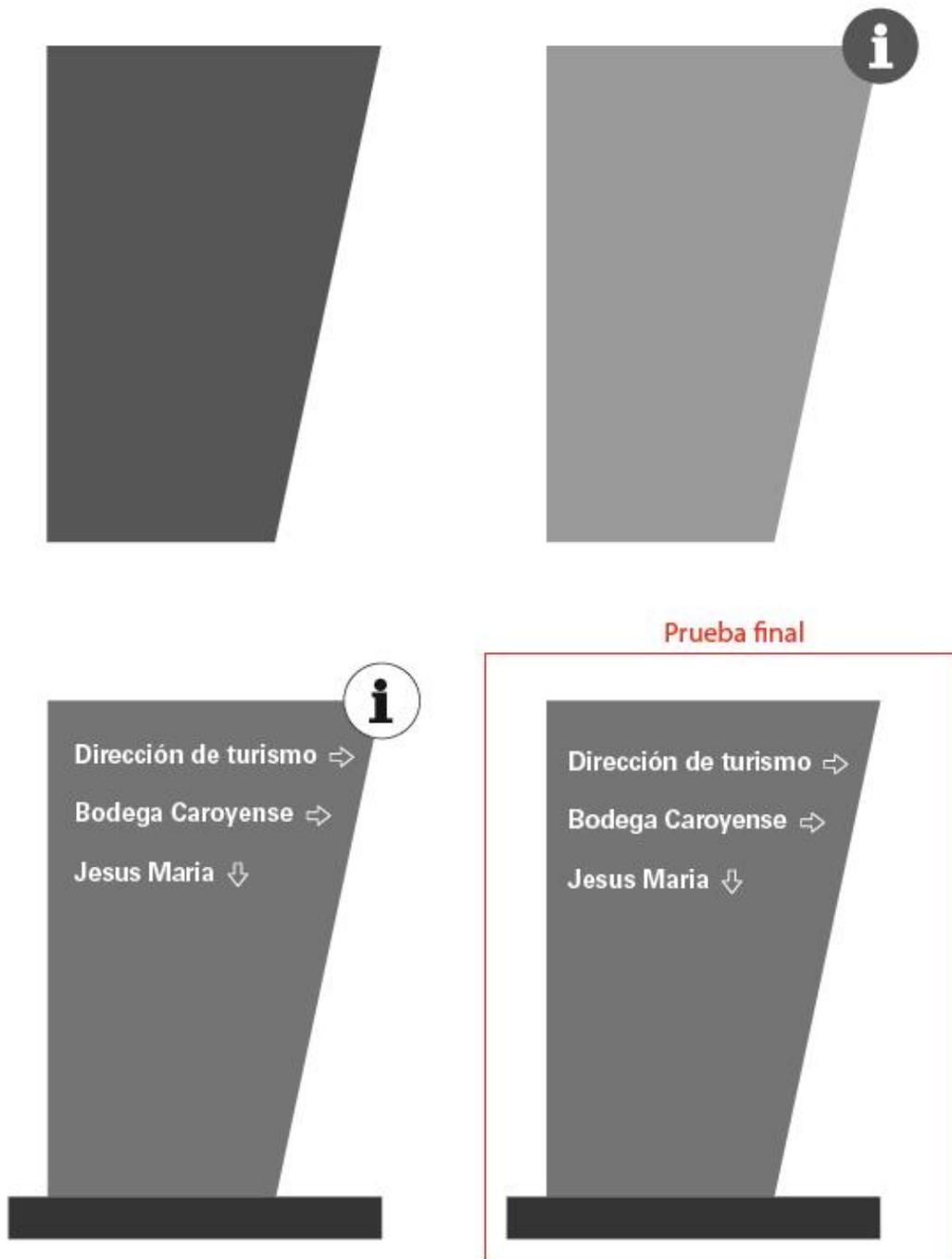


Figura 17: Elaboración propia (2021) basada en digitalización de bocetos.

Primeras pruebas morfológica para espacios verdes

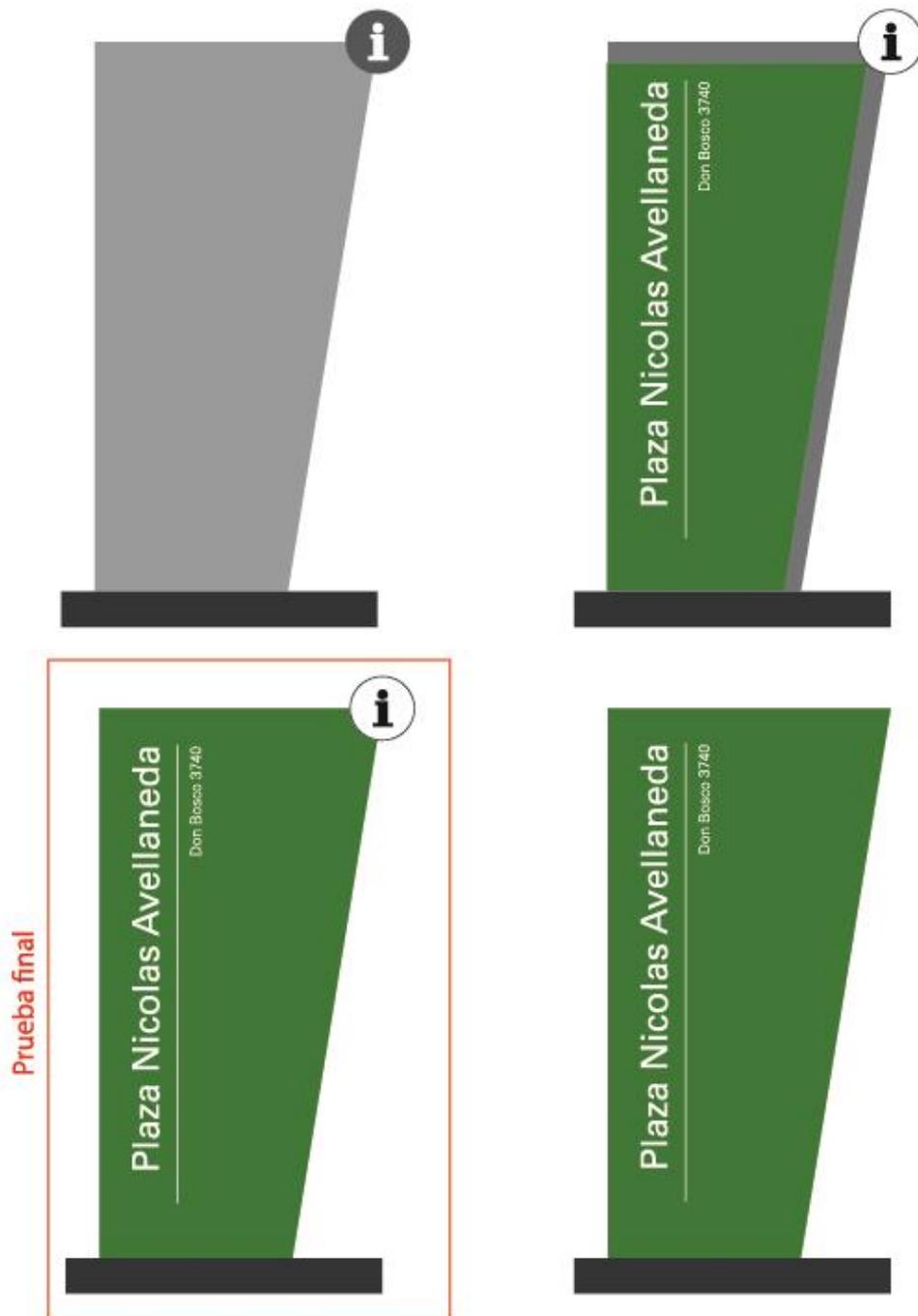


Figura 18: Elaboración propia (2021) basada en digitalización de bocetos.

Primeras pruebas morfológica para información

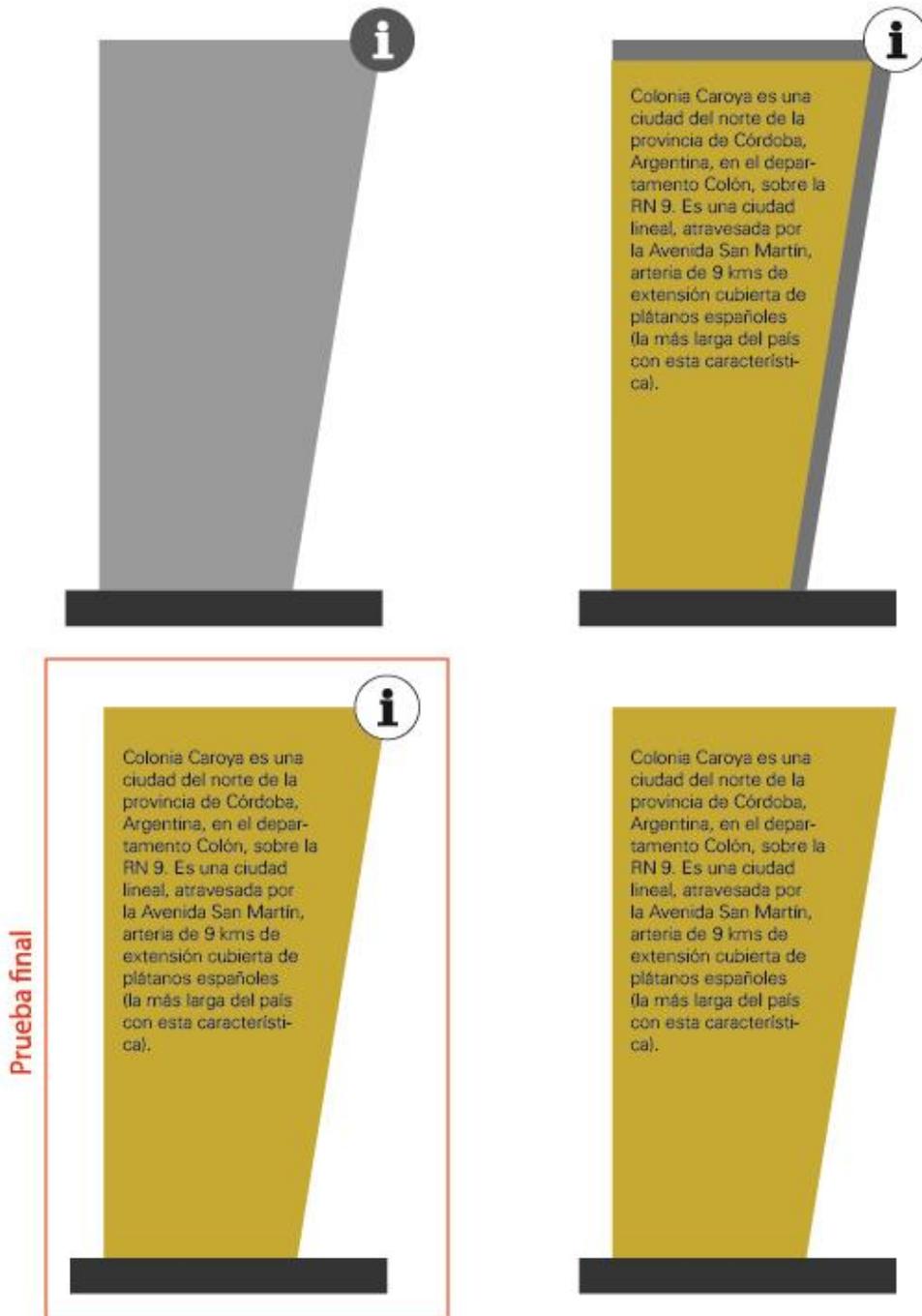


Figura 19: Elaboración propia (2021) basada en digitalización de bocetos.

Primeras pruebas morfológica para servicios públicos
y atractivos turísticos

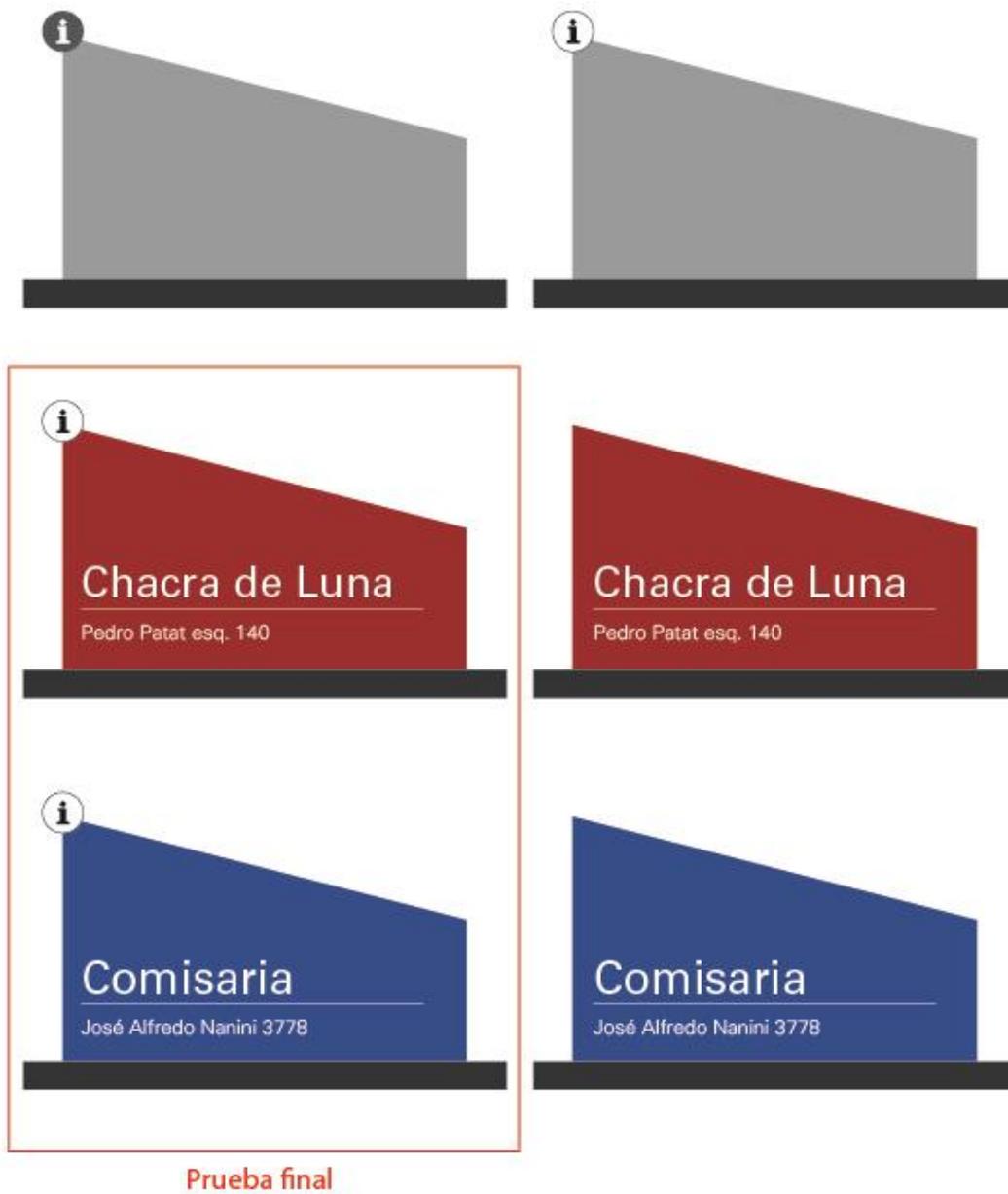


Figura 20: Elaboración propia (2021) basada en digitalización de bocetos.

Primeras prueba de pictogramas



Figura 21: Elaboración propia (2021) basada en pruebas de pictogramas.

PROPUESTA FINAL DE DISEÑO

Módulo Constructivo

Se crearon 4 matrices para la confección de las señales, todas ellas compuestas por el mismo módulo X. Sus diferencias dependen tanto de las dimensiones de la señal, como la información en ellas depositadas.

Como se puede observar a continuación, el módulo X está compuesto a partir de $\frac{1}{4}$ de la altura de X de la tipografía Univers.

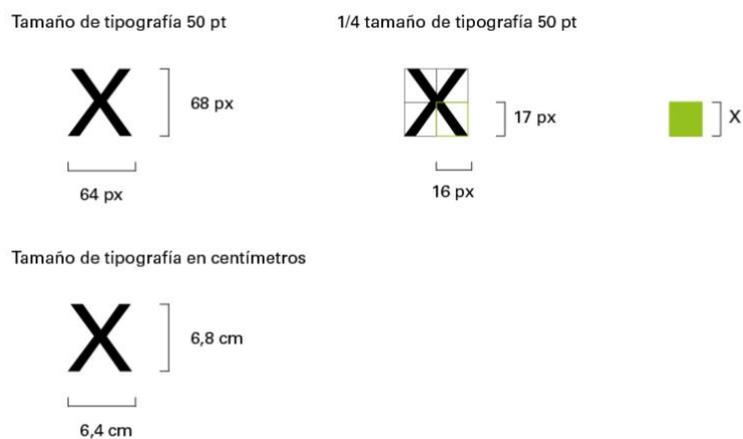


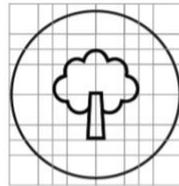
Figura 22: Elaboración propia (2021) basada en módulo compositivo.

- Pauta 1: desarrollada para señales de espacio verde.
- Pauta 2: desarrollada para señales de información.
- Pauta 3: desarrollada para señales de servicios públicos y atractivos turísticos.
- Pauta 4: desarrollada para señales direccionales.

Pauta 1: Señales de espacio verde

 Campo mínimo de acción

Este campo, compuesto por el espacio de una X, representa el área que protegerá la imagen de cualquier distracción visual. Por lo tanto, en ningún caso se deben colocar elementos que invadan el área mínima arriba definida.



Pauta para pictogramas



Campo mínimo de acción para pictogramas

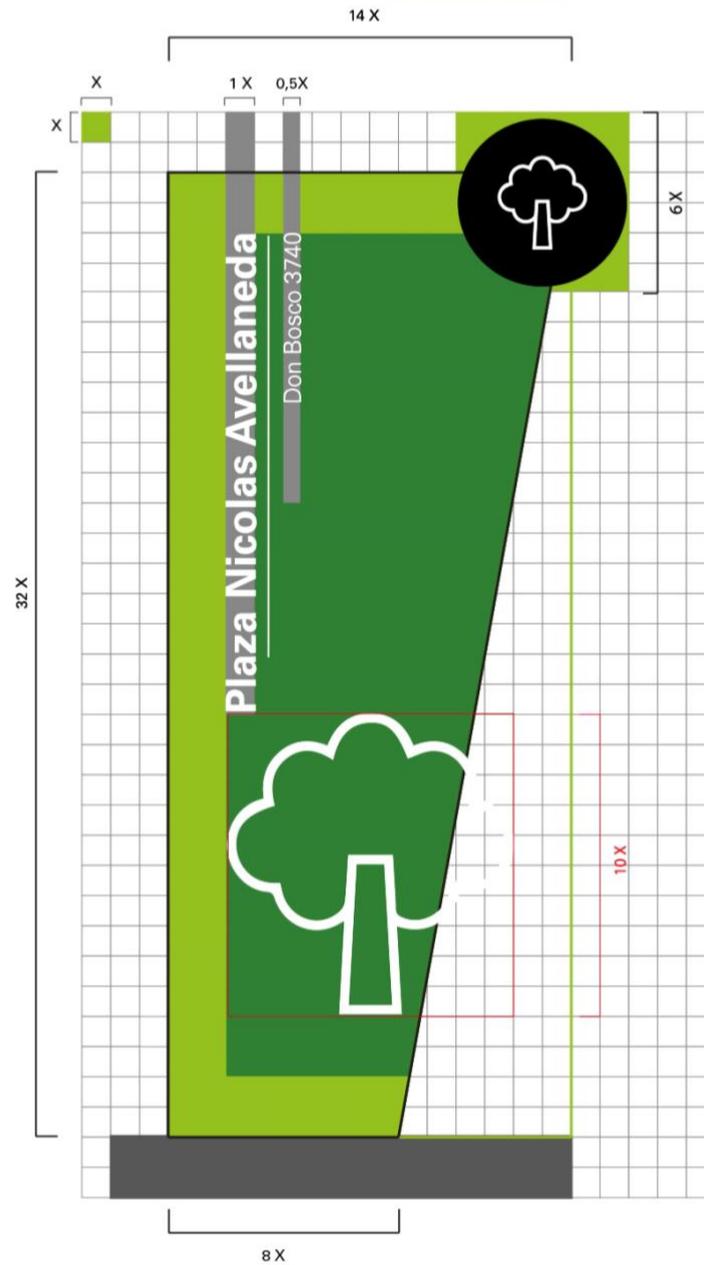
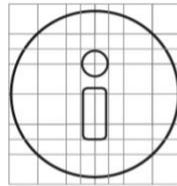


Figura 23: Elaboración propia (2021) basada en pauta 1.

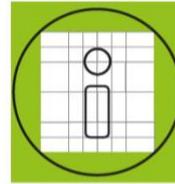
Pauta 2: Señales de información

 Campo mínimo de acción

Este campo, compuesto por el espacio de una X, representa el área que protegerá la imagen de cualquier distracción visual. Por lo tanto, en ningún caso se deben colocar elementos que invadan el área mínima arriba definida.



Pauta para pictogramas



Campo mínimo de acción para pictogramas

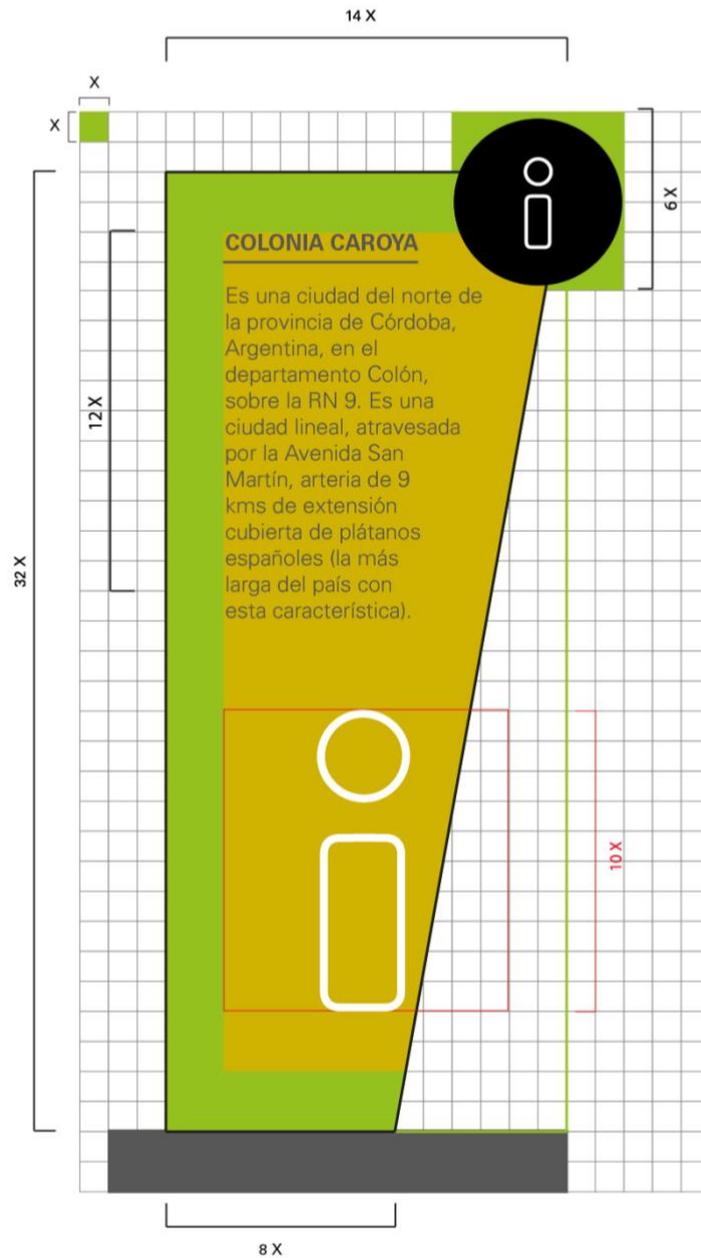


Figura 24: Elaboración propia (2021) basada en pauta 2.

Pauta 3: Señales de servicios públicos y atractivos turísticos

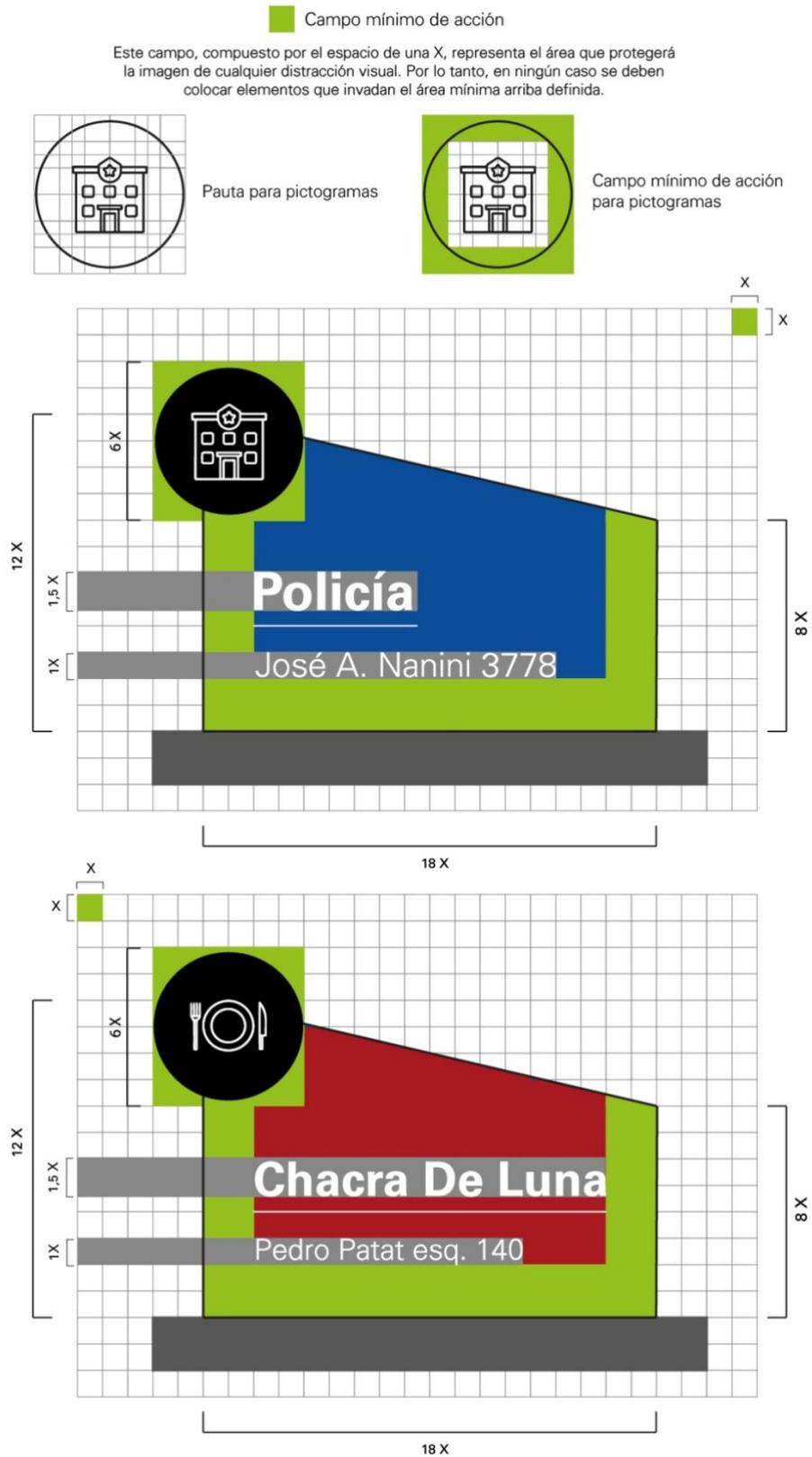
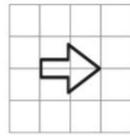


Figura 25: Elaboración propia (2021) basada en pauta 3.

Pauta 4: Señales direccionales

 Campo mínimo de acción

Este campo, compuesto por el espacio de una X, representa el área que protegerá la imagen de cualquier distracción visual. Por lo tanto, en ningún caso se deben colocar elementos que invadan el área mínima arriba definida.



Pauta para flechas



Campo mínimo de acción para flechas

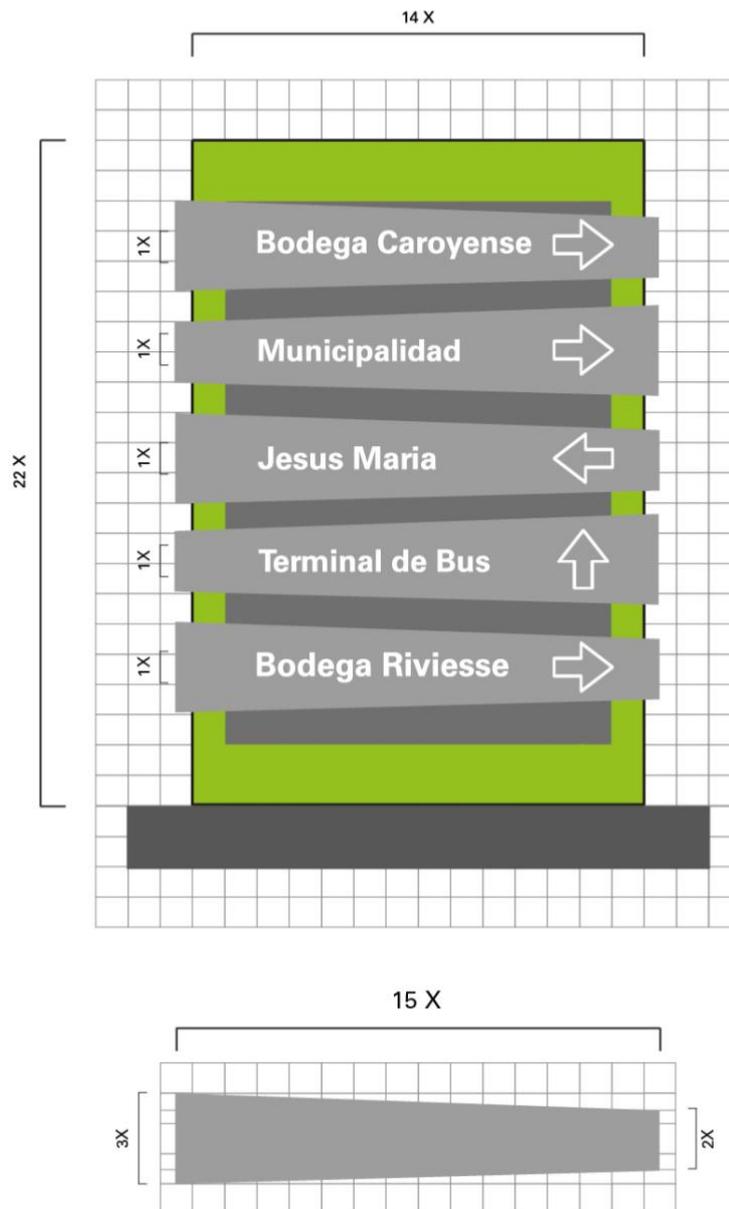


Figura 26: Elaboración propia (2021) basada en pauta 4.

Tipografía

La tipografía utilizada para las señales es Univers. De esta familia se usarán la variable light, regular y bold.

Se trata de una tipografía con buen equilibrio en las relaciones entre grosor del trazo, de diseño limpio, y posee clara abertura del ojo tipográfico. Estas características la convierten en una de las más usadas para la confección señalética.

Tipografía **Univers**

Light	Regular	Bold
ABCDEFGHIJKLMN abcdefghijklmn	ABCDEFGHIJKLMN abcdefghijklmn	ABCDEFGHIJKLMN abcdefghijklmn
ÑOPQRSTUVWXYZ ñopqrstuvwxyz	ÑOPQRSTUVWXYZ ñopqrstuvwxyz	ÑOPQRSTUVWXYZ ñopqrstuvwxyz
1234567890	1234567890	1234567890
¡! ""#~\$%&/ ()=¿?+/\[]	¡! ""#~\$%&/ ()=¿?+/\[]	¡! ""#~\$%&/ ()=¿?+/\[]

Figura 27: Elaboración propia (2021) basada en tipografía final.

Pictogramas

Se confeccionaron los siguientes pictogramas, ajustados a retículas constituidas por el mismo módulo ``x'' utilizado para la confección de las pautas anteriormente expuestas. Si bien esta serie de pictogramas fue diseñada para el uso exclusivo de las señales de la ciudad de Colonia Caroya, algunos de los mismos guardan una relación con los utilizados en la mayoría de las señales viales. Esto es así por una serie de ventajas que le proporcionará al turista vehiculizado.

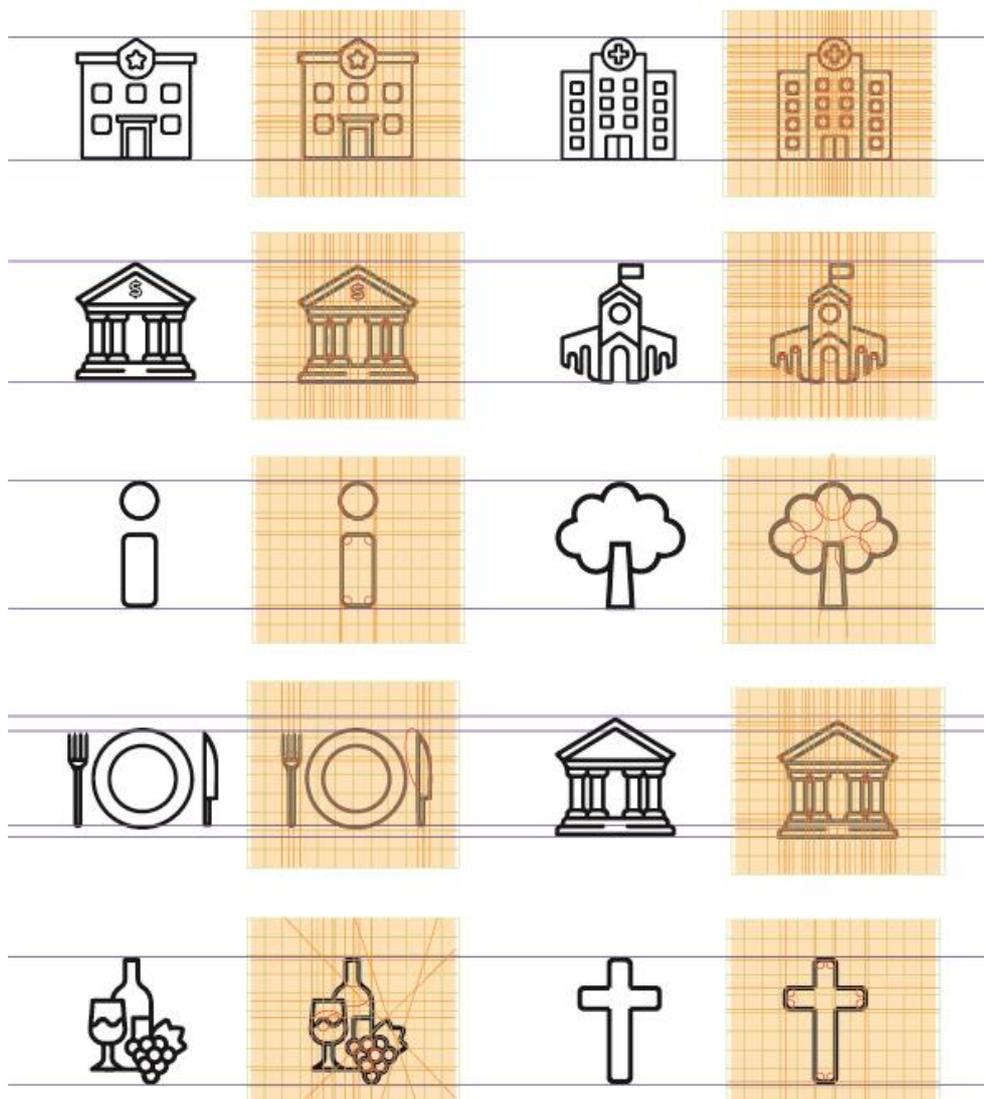


Figura 28: Elaboración propia (2021) basada en color.

Color

La paleta cromática seleccionada para la confección de la señalética está dada por la utilización de los colores de la identidad visual que logran un buen contraste y favorecen a la legibilidad.

TIPO DE SEÑAL	COLOR ELEGIDO	COLOR DE TIPOGRAFIA
DIRECCIONAL	 C:0% M:0% Y:0% K:50% R:157 G:157 B:157 #909090 C:20% M:0% Y:100% K:0% R:222 G:220 B:0 #DED000	 #FFFFFF
INFORMATIVOS	 C:20% M:23% Y:98% K:5% R:209 G:176 B:0 #D1B300	 C:0% M:0% Y:0% K:90% R:87 G:87 B:86 #575756
INDICADORES DE SERVICIOS PUBLICOS	 C:98% M:73% Y:4% K:0% R:13 G:76 B:153 #0D4C99	 #FFFFFF
INDICADORES DE ATRACTIVOS TURISTICOS	 C:22% M:100% Y:91% K:18% R:169 G:25 B:32	 #FFFFFF
ESPACIOS VERDES	 C:82% M:25% Y:100% K:11% R:48 G:128 B:52	 #FFFFFF

Figura 29: Elaboración propia (2021) basada en color.

Materiales

En la decisión sobre cuáles serán los materiales más convenientes para el desarrollo de la señalética, influyen diferentes factores. Entre estos, los principales: durabilidad, resistencia a los factores ambientales, resistencia al vandalismo, coste y estética.

A continuación, se puede observar un croquis de la señalética, en el cuál se irá analizando sus partes constitutivas.

- a) La tipografía y pictogramas en la señalética estará conformada por vinilo de corte, respetando los cromatismos especificados para cada aplicación. La imagen que compone el panel señalético podrá ser realizada de dos maneras: en vinilo de corte, respetando los cromatismos, o en vinilo impreso, aplicado en las piezas que lo requieran, por ej: mapa de la ciudad de Colonia Caroya.
- b) El panel de soporte de la señalética (frente y lateral) estará conformado en chapa galvanizada de 2 mm de espesor. Este material posee la particularidad de resistir la oxidación sin la necesidad de la aplicación de antioxidantes.
- c) El panel de pictogramas estará provisto de laca negra, la cuál aumentará la resistencia a los factores ambientales.
- d) Estas piezas se encontrarán sujetas al soporte de base y a los costados por soldadura.

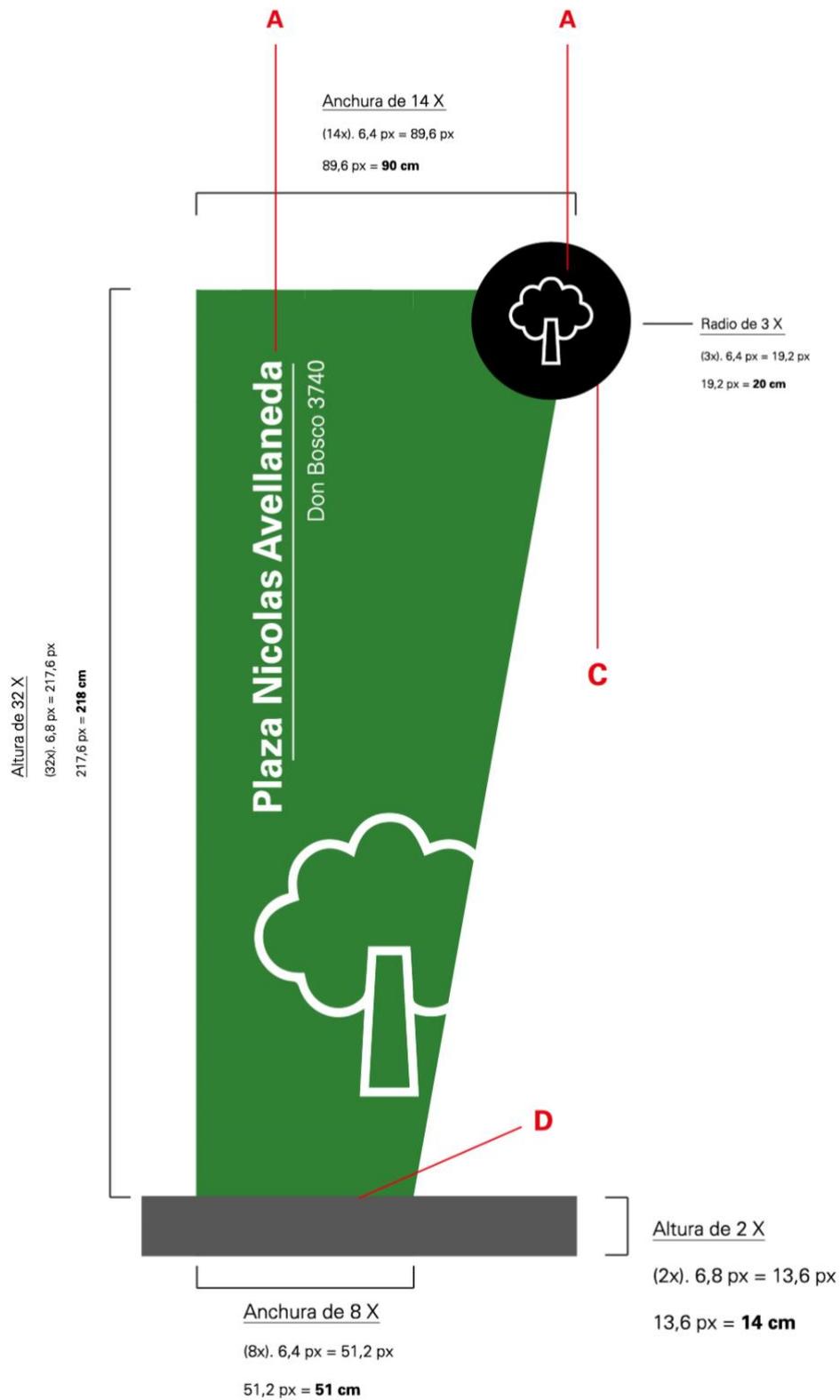


Figura 30: Elaboración propia (2021) basada en materiales.

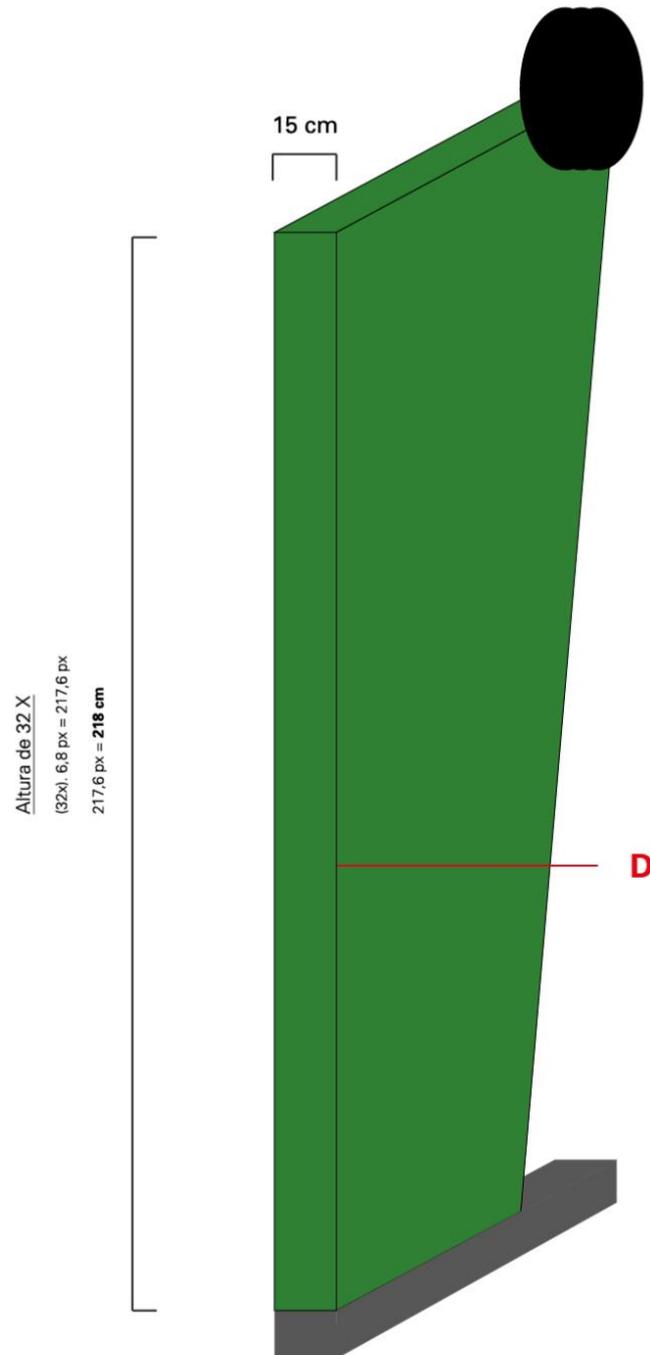


Figura 31: Elaboración propia (2021) basada en materiales.

Fichas señaléticas

Para determinar el tamaño de la señal y sus componentes se tomaron en cuenta algunos aspectos. Que la señal debe ser leída sin problema a grandes distancias; el turista/lugareño debe ser capaz de no interrumpir o modificar su desplazamiento para acceder a la información.

Según Panero y Zelnik (1983), a través de su investigación, con respecto a la amplitud del movimiento de la cabeza hacia arriba y hacia abajo, dedujeron que 30° es un ángulo cómodo hacia arriba y hacia abajo para la visualización. Con estos datos se realizaron pruebas de legibilidad donde se determinó que 3m aproximadamente es una distancia óptima de lectura.

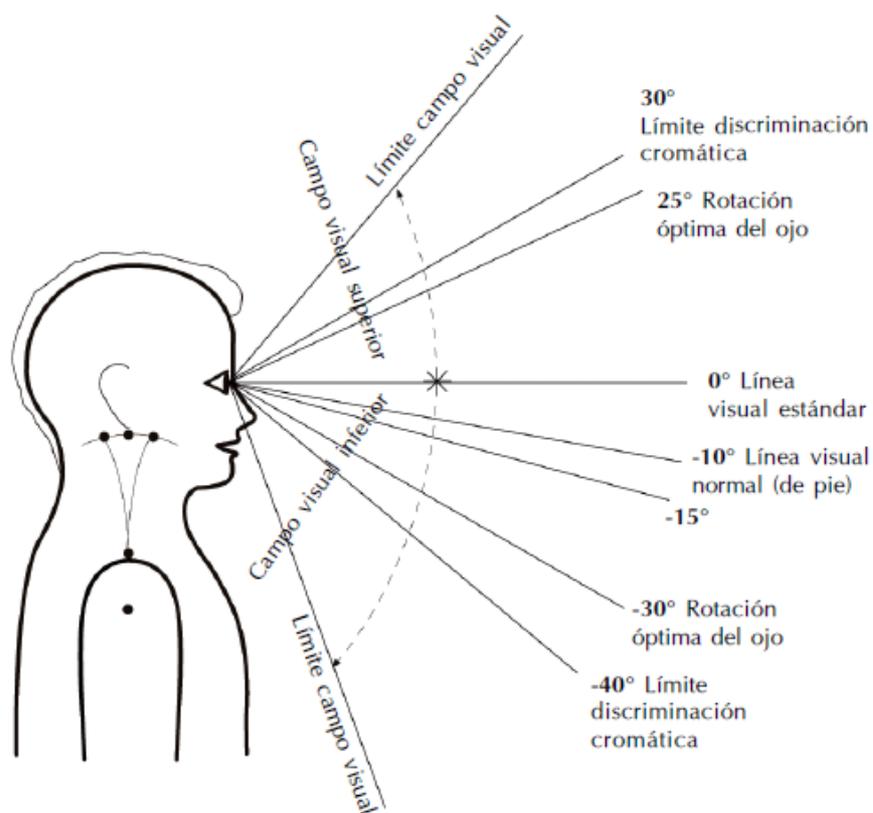
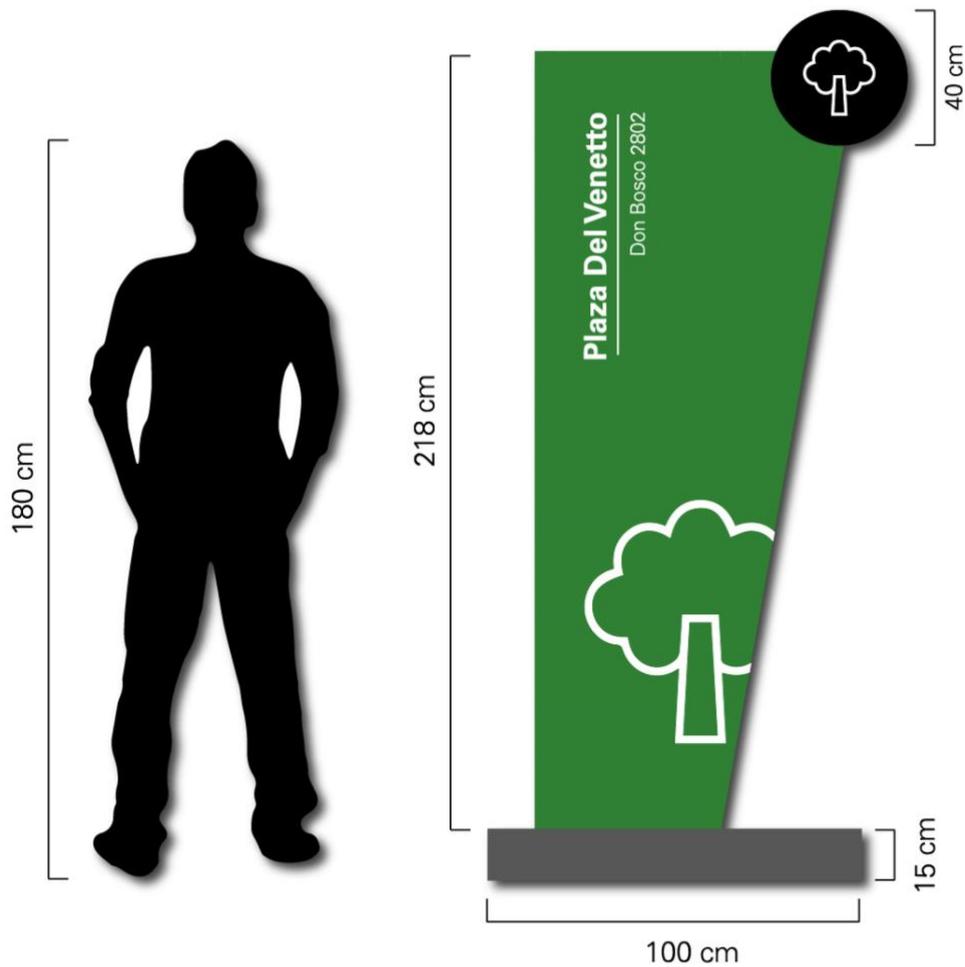


Figura 32: Elaboración propia (2021) basada en Panero y Zelnik.

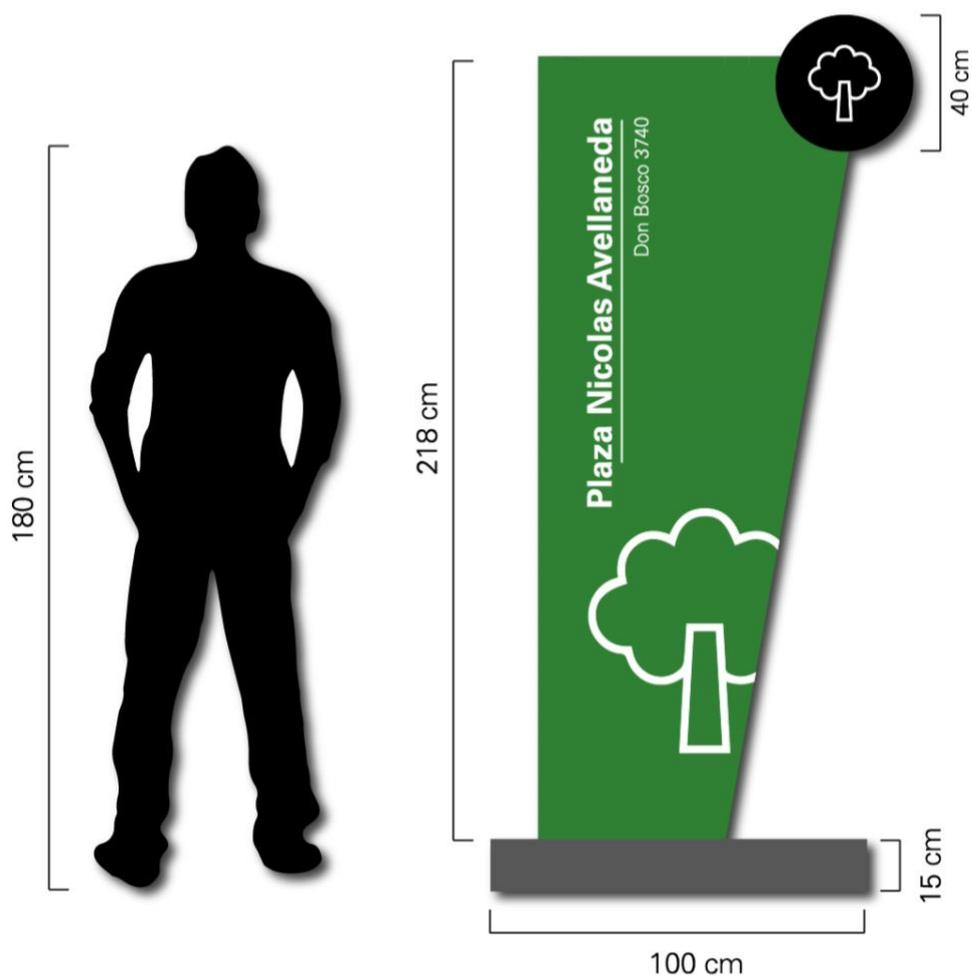
Ficha Señalética: Espacios verdes



Tipo de señal: Espacios Verdes
Tamaño de fuente: 50 pt y 25 pt
Color de tipografía: Blanco #FFFFFF
Color de Señalética: Verde #308034
Tamaño de Señal: 245 cm x 100 cm
Tamaño de Señal (módulos): 36 X / 16 X
Material: Chapa Galvánica de 2 mm de espesor, vinilo de recorte y laca
Sujeción: Base de hormigón

Figura 33: Elaboración propia (2021) basada en ficha señalética.

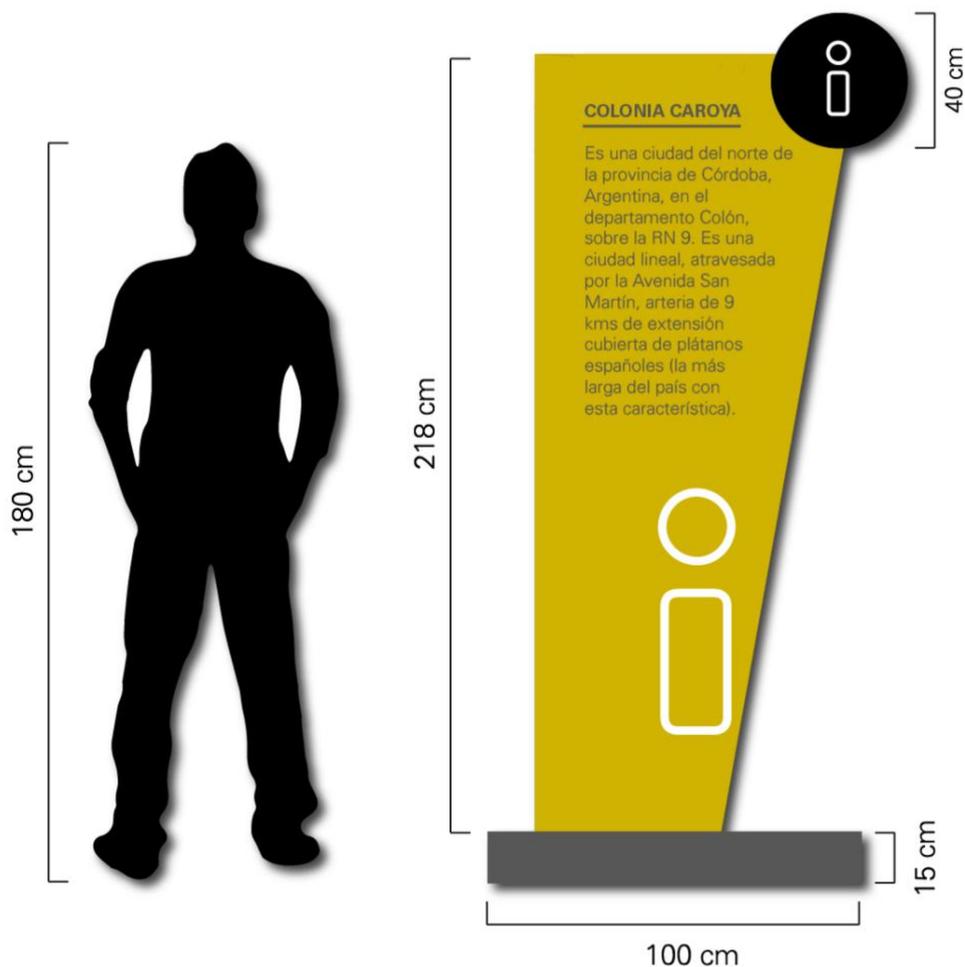
Ficha Señalética: Espacios verdes



Tipo de señal: Espacios Verdes
Tamaño de fuente: 50 pt y 25 pt
Color de tipografía: Blanco #FFFFFF
Color de Señalética: Verde #308034
Tamaño de Señal: 245 cm x 100 cm
Tamaño de Señal (módulos): 36 X / 16 X
Material: Chapa Galvánica de 2 mm de espesor, vinilo de recorte y laca
Sujeción: Base de hormigón

Figura 34: Elaboración propia (2021) basada en ficha señalética.

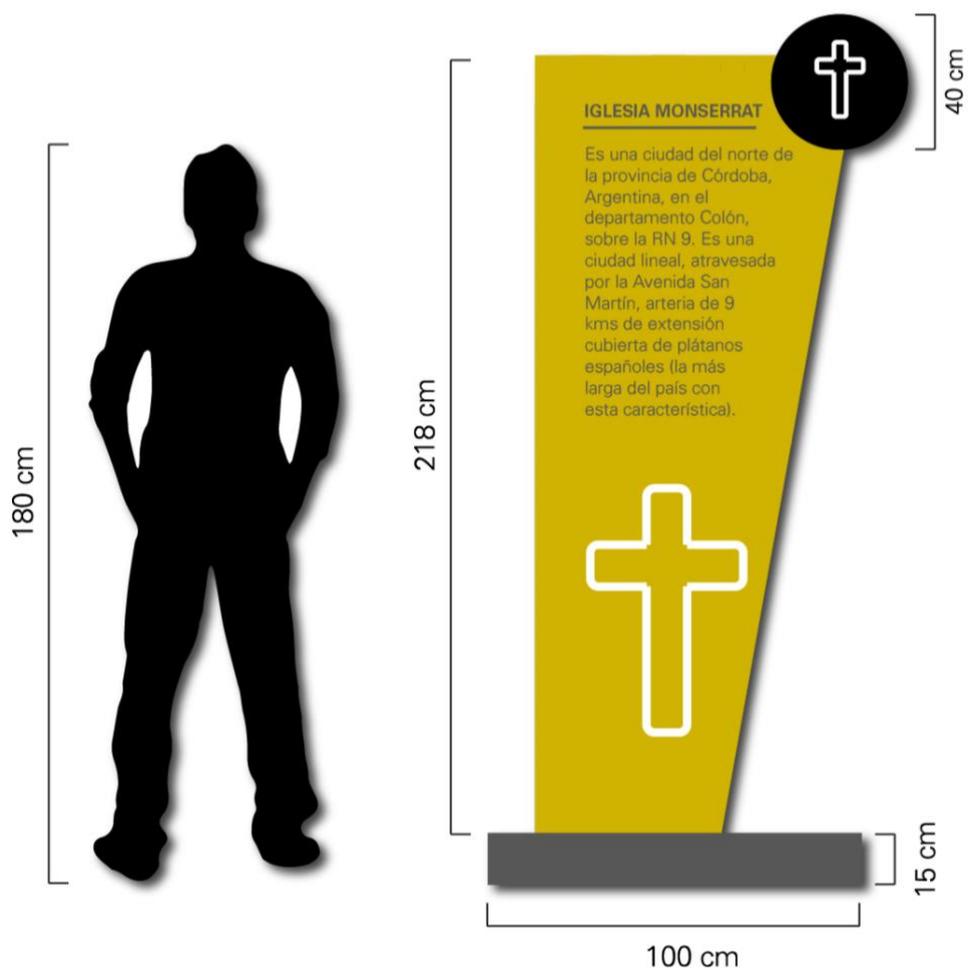
Ficha Señalética: Información



Tipo de señal: Información
Tamaño de fuente: 19 pt y 20 pt
Color de tipografía: Blanco #FFFFFF
Color de Señalética: Amarilla #D1B300
Tamaño de Señal: 245 cm x 100 cm
Tamaño de Señal (módulos): 36 X / 16 X
Material: Chapa Galvánica de 2 mm de espesor, vinilo de recorte y laca
Sujeción: Base de hormigón

Figura 35: Elaboración propia (2021) basada en ficha señalética.

Ficha Señalética: Información



Tipo de señal: Información

Tamaño de fuente: 19 pt y 20 pt

Color de tipografía: Blanco #FFFFFF

Color de Señalética: Amarilla #D1B300

Tamaño de Señal: 245 cm x 100 cm

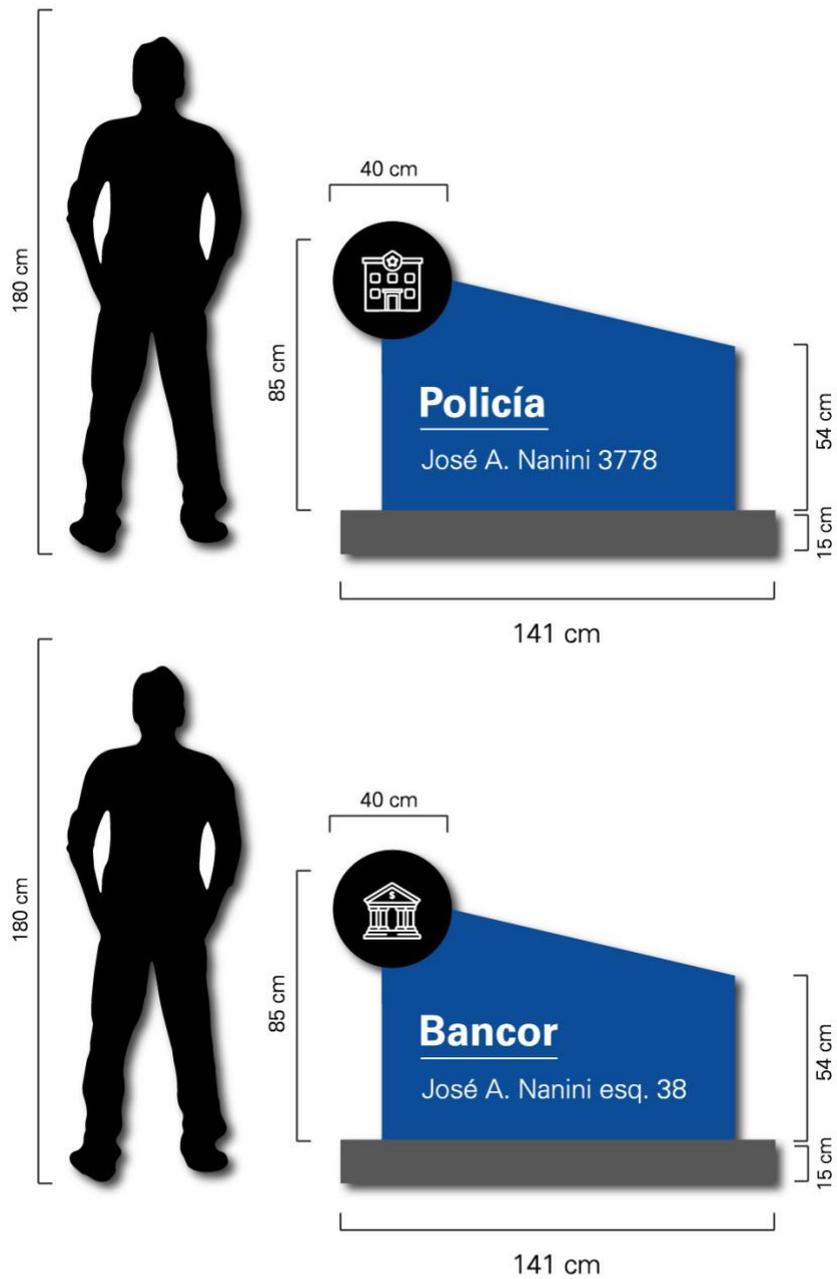
Tamaño de Señal (módulos): 36 X / 16 X

Material: Chapa Galvánica de 2 mm de espesor, vinilo de recorte y laca

Sujeción: Base de hormigón

Figura 36: Elaboración propia (2021) basada en ficha señalética.

Señal: Servicios Públicos



Tipo de señal: Servicios Públicos

Tamaño de fuente: 25 pt y 35 pt

Color de tipografía: Blanco #FFFFFFF

Color de Señalética: Azul #OD4C99

Tamaño de Señal: 96 cm X 141 cm

Tamaño de Señal (módulos):

22 X / 14 X

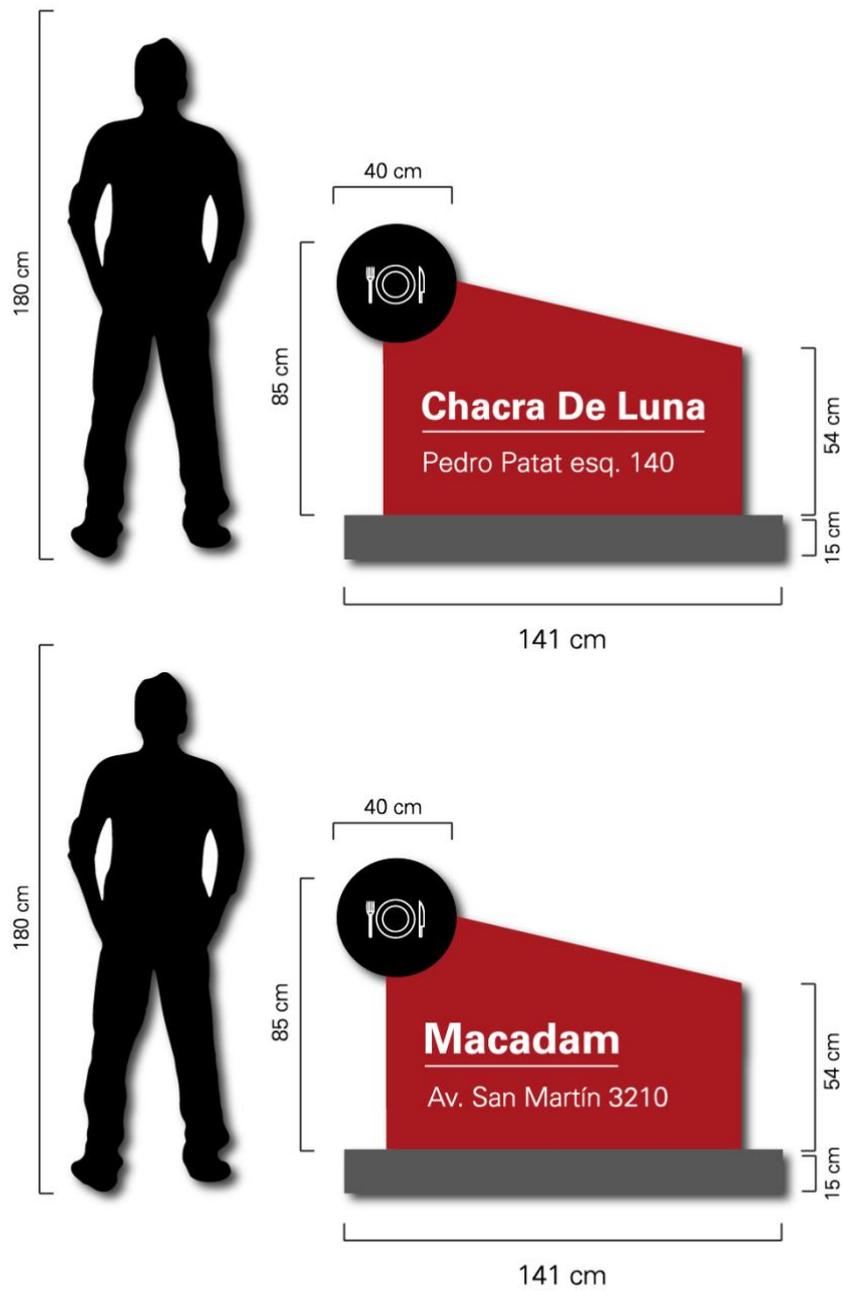
Material: Chapa Galvánica de 2 mm

de espesor, vinilo de recorte y laca

Sujeción: Base de hormigón

Figura 37: Elaboración propia (2021) basada en ficha señalética.

Señal: Atractivos Turísticos

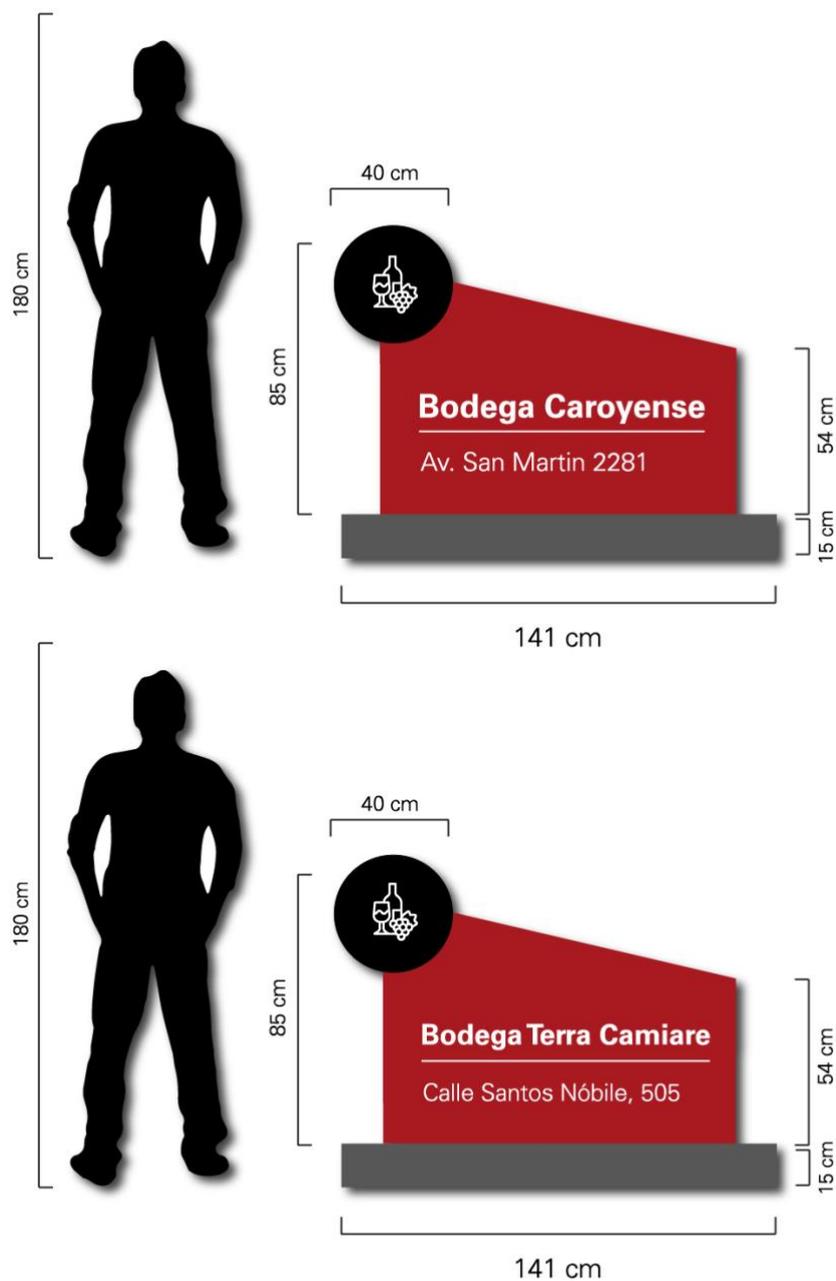


Tipo de señal: Atractivos Turísticos
Tamaño de fuente: 25 pt y 35 pt
Color de tipografía: Blanco #FFFFFFF
Color de Señalética: Rojo #A91920
Tamaño de Señal: 96 cm X 141 cm

Tamaño de Señal (módulos):
22 X / 14 X
Material: Chapa Galvánica de 2 mm de espesor, vinilo de recorte y laca
Sujeción: Base de hormigón

Figura 38: Elaboración propia (2021) basada en ficha señalética.

Señal: Atractivos Turísticos

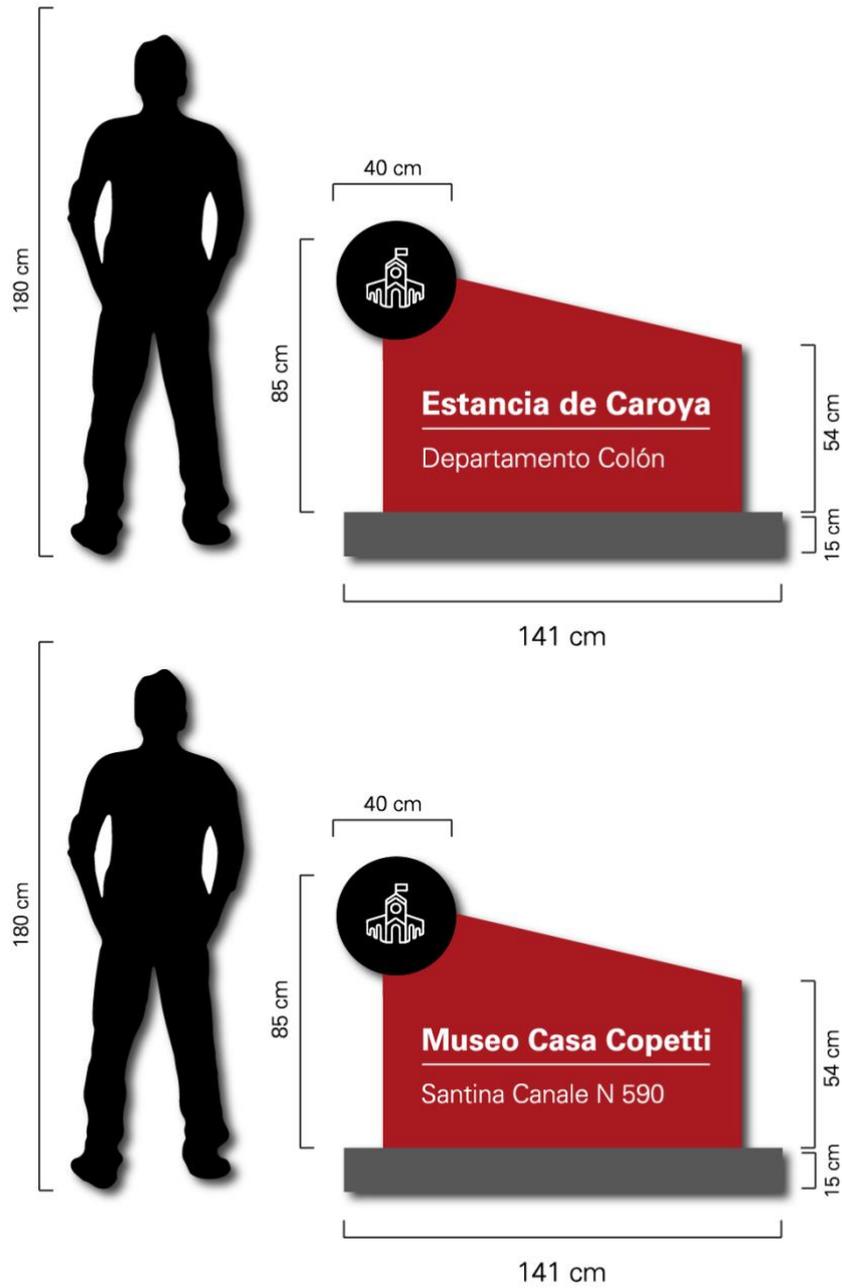


Tipo de señal: Atractivos Turísticos
Tamaño de fuente: 25 pt y 35 pt
Color de tipografía: Blanco #FFFFFFF
Color de Señalética: Rojo #A91920
Tamaño de Señal: 96 cm X 141 cm

Tamaño de Señal (módulos): 22 X / 14 X
Material: Chapa Galvánica de 2 mm de espesor, vinilo de recorte y laca
Sujeción: Base de hormigón

Figura 39: Elaboración propia (2021) basada en ficha señalética.

Señal: Atractivos Turísticos

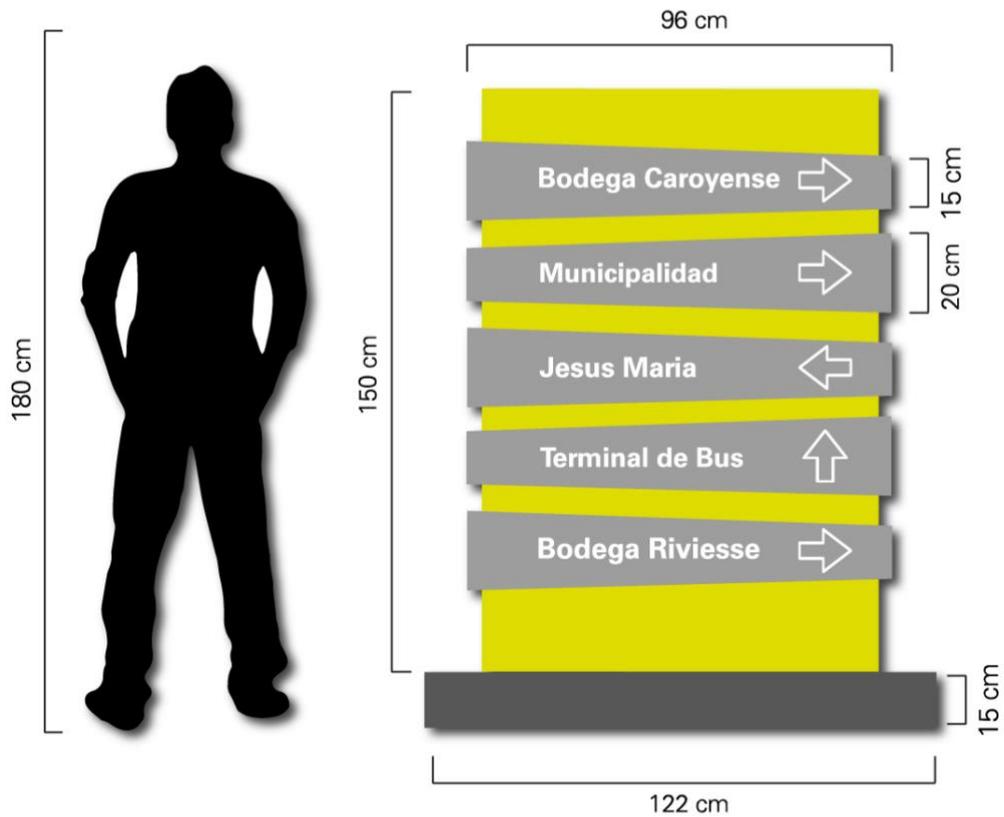


Tipo de señal: Atractivos Turísticos
Tamaño de fuente: 25 pt y 35 pt
Color de tipografía: Blanco #FFFFFFF
Color de Señalética: Rojo #A91920
Tamaño de Señal: 96 cm X 141 cm

Tamaño de Señal (módulos): 22 X / 14 X
Material: Chapa Galvánica de 2 mm de espesor, vinilo de recorte y laca
Sujeción: Base de hormigón

Figura 40: Elaboración propia (2021) basada en ficha señalética.

Ficha Señalética: Direccional

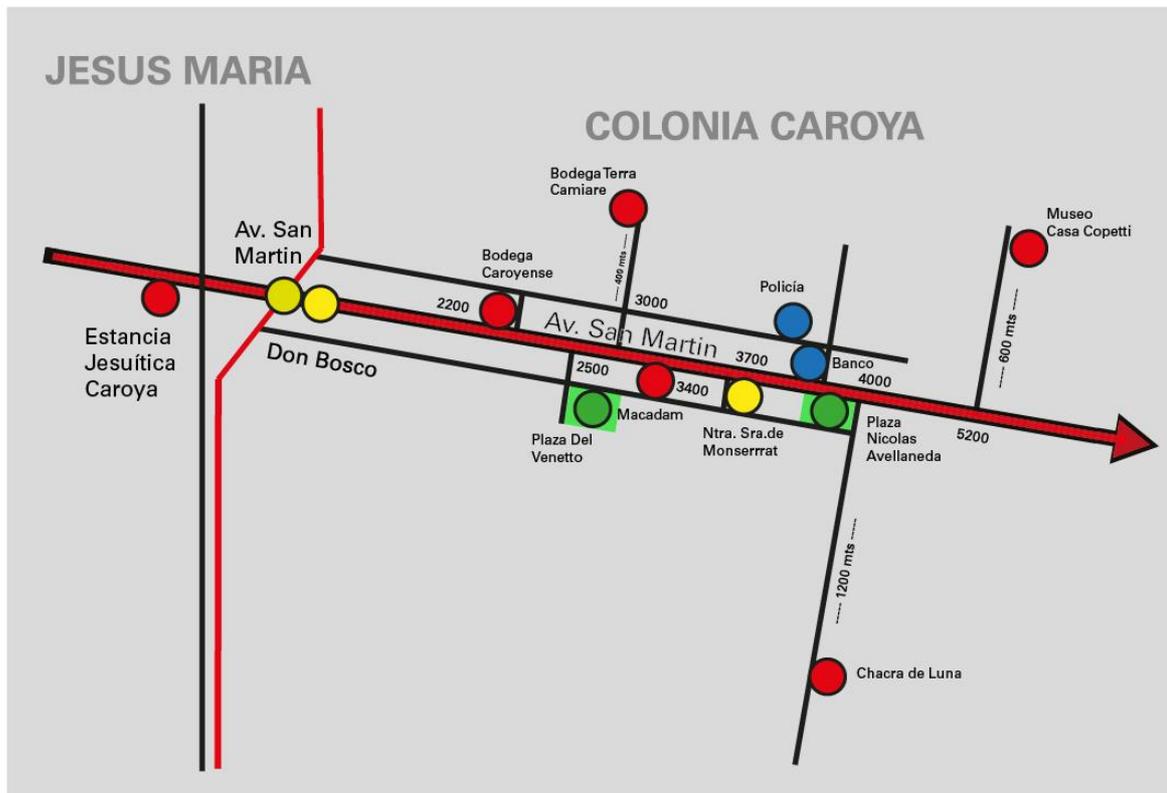


Tipo de señal: Direccional
Tamaño de fuente: 50 pt
Color de tipografía: Blanco #FFFFFF
Color de Señalética: Gris #9D9D9C
Tamaño de Señal: 165 cm x 122 cm
Tamaño de Señal (módulos): 22 X / 14 X
Material: Chapa Galvánica de 2 mm de espesor y vinilo de recorte
Sujeción: Base de hormigón

Figura 41: Elaboración propia (2021) basada en ficha señalética.

Comentario General: Macarena, tu trabajo ha quedado bastante completo, recuerda presentar en la defensa oral un manual de señalética con esta información, diseñado para la ciudad de Colonia Caroya.

Plano de ubicación de señales



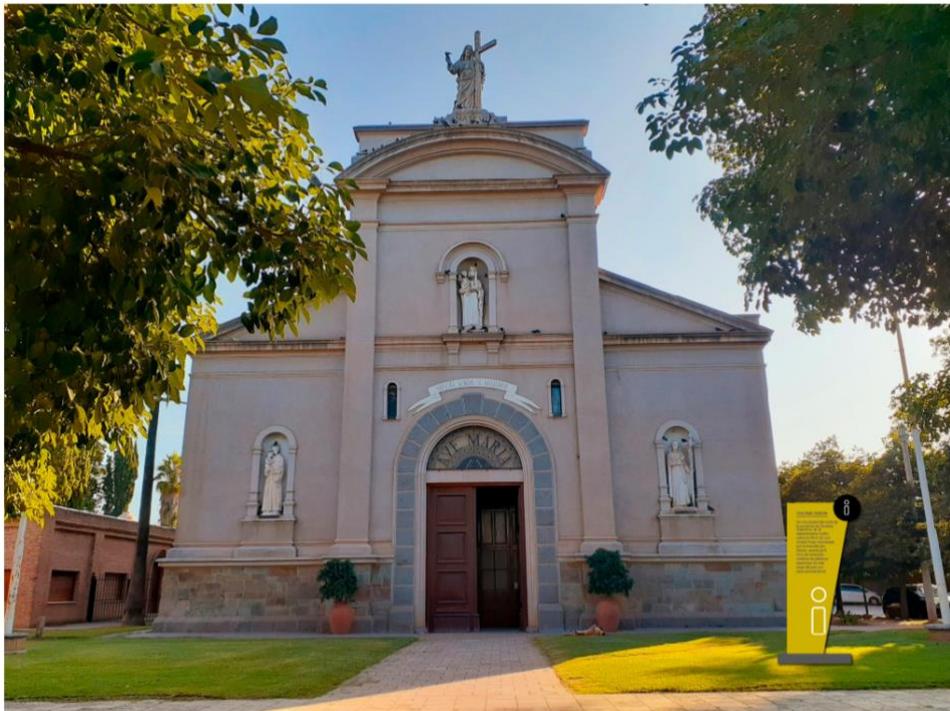
Plano General - Ubicación de Señales en Colonia

- - Señal Direccional
- - Señal Informativa
- - Señal Servicios Públicos
- - Señal Atractivos Turísticos
- - Señal Espacios Verdes

Figura 42: Elaboración propia (2021) basada en plano general.

PROTOTIPO

Fotomontajes



Señal de información en Iglesia Monserrat

Figura 43: Elaboración propia (2021) basada en fotomontajes.



Señal de espacios verdes en Plaza Nicolas Avellaneda

Figura 44: Elaboración propia (2021) basada en fotomontajes.



Señal de espacios verdes en Plaza Del Venetto

Figura 45: Elaboración propia (2021) basada en fotomontajes.



Señal de atractivos turísticos en Chacra de Luna



Señal de atractivos turísticos en Museo Casa Copetti

Figura 46: Elaboración propia (2021) basada en fotomontajes.



Señal de Servicios Públicos en Chacra de Luna



Señal de Servicios Públicos en Banco de Córdoba

Figura 47: Elaboración propia (2021) basada en fotomontajes.



Señal direccional en Entrada de Colonia Caroya

Figura 48: Elaboración propia (2021) basada en fotomontajes.

ANÁLISIS DE COSTOS

Los costos del servicio de diseño gráfico son en base al trabajo realizado como diseñadora autónoma, teniendo en cuenta los costos fijos, variables y ganancias que se tienen en una hora de trabajo.

El precio total es de: \$273700 (doscientos setenta y tres mil setecientos)

A continuación, se detallan los valores que se tomaron en cuenta para determinar el precio final.

COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
- Alquiler de vivienda: \$22000 (veintidós mil pesos)	- Alimentos: \$20000 (veinte mil pesos)
- Expensas del edificio: \$2400 (dos mil cuatrocientos pesos)	- Productos de limpieza: \$3500 (tres mil quinientos)
- Energía eléctrica: \$900 (mil ochocientos pesos)	- Higiene y cuidado personal: \$4000 (cuatro mil pesos)
- Agua: \$550 (quinientos cincuenta)	- Eventualidades: \$4500 (cuatro mil pesos)
- Gas: \$450 (cuatrocientos cincuenta)	
- Línea telefónica \$2600 (dos mil seiscientos)	
- Transporte (auto propio): \$6500 (seis mil quinientos)	
- Cobertura médica: \$4600 (cuatro mil seiscientos)	
TOTAL = \$40000 (cuarenta mil)	TOTAL = \$32000 (treinta y dos mil)
Este ítem representa aquellos gastos personales que se realizan en carácter mensual y con valor fijo.	Este ítem representa aquellos gastos personales que se realizan en carácter mensual pero que su valor es aproximado.

Punto de equilibrio: \$72000 (setenta y dos mil pesos)

Este punto se refleja el total de la suma de costos variables y fijos que se realizan mensualmente.

Figura 49: Elaboración propia (2021) basada en análisis de costos.

Ganancias del 20%: \$8000 (ocho mil pesos)

Para el valor de las ganancias se calcula el 20% del total del punto de equilibrio.

Para obtener el valor por hora de trabajo se realiza una suma del punto de equilibrio, más la ganancia, dividido la cantidad de horas de trabajo por mes (se toma como referencia que se trabajan 8 hs diarias por 23 días hábiles)

$$\$72000 + \$8000 = \$80000 / 184 = \$434,80$$

Valor por hora: \$435

$$\$435 \times 8 \text{ hs laborales} = \$3400$$

Valor por día laboral: \$3400

$$\$3400 \times 23 \text{ días laborales} = \$78200$$

Valor por mes de laboral: \$78200

$$\$78200 \times 3.5 \text{ meses laborales} = \$273700$$

Valor total del proyecto teniendo en cuenta que se trabajaron 3 meses y medio: \$273700

Precios de MATERIALES:

Los costos de materiales son basados en un monto aproximado porque todo va a depender del lugar en el que se quieran comprar y la cantidad de señales que se quieran diseñar.

- **Chapa galvanizada Ternium, lámina x 300 m2 = \$5490**

Para cada señal se estigma una lámina ya que varían muy poco los centímetros y tienen alto, profundidad y ancho, pero ronda los 300 m2.

- **Vinilo 3m 2080 Gloss Black Simil Vidrio G12 x metro = \$15000**

Para cada señal se estigma una lámina de 1 metro ya que varían muy poco los centímetros y tienen más o menos info en cada una.

- **Laca negra Sherwin-williams Nitro Brillante 901 x 900 ml = \$1315**

Alcanza para todas las señales.

Figura 50: Elaboración propia (2021) basada en análisis de costos.

CONCLUSIONES

En esta etapa final del trabajo, tras lo anteriormente expuesto y analizado, se desarrolló una investigación y propuesta para poder dar solución a una problemática que influye al turismo de la ciudad de Colonia Caroya. La misma, está relacionada a la falta de comunicación de las zonas más importantes de la localidad, dificultando el entendimiento de turista y lugareños, para atraer mayor cantidad de personas que desean visitarla.

Como consecuencia, esto genera conflictos a nivel social ya que el destinatario cuando llega a la localidad, no obtiene conocimiento del rumbo. A raíz de ello, es que surge la idea de poder brindar una solución a partir del diseño gráfico para tratar de disminuir estas problemáticas y resolverlas de manera adecuada. Como resultado, se planteó un sistema señalético para lograr orientar y guiar a las personas, adentro y alrededor del lugar.

En base a los objetivos planteados desde el principio de la investigación se puede deducir que se cumplió con cada uno de ellos.

En primera instancia se identificaron las necesidades actuales de orientación espacial que posee actualmente Colonia Caroya y como resultado se obtuvo una insuficiencia de comunicación con respecto al turismo. Esto fue clave para llevar al cabo dicho sistema señalético, reemplazando la necesidad de satisfacer a las personas en sus visitas de manera segura, convirtiéndolos en excelentes referentes para futuros turistas y así mismo, logrando un gran beneficio en la localidad para fomentar el turismo.

Por otro lado, también se realizó una investigación de la identidad visual predeterminada y de las características particulares de Colonia Caroya, que no están expuestas de manera clara. Como resolución a esto, se logró definir una paleta cromática extrayendo los colores de su isologotipo y definiendo una tipografía con buena legibilidad y de rápida comprensión. Para lograr un concepto gráfico e identitario en el sistema, se realizó un análisis de líneas y formas más utilizadas en la ciudad, como, por ejemplo: la Avenida San Martín, debido a su extensión lineal y su profundidad. Esto da como resultado, una estructura particular en los tótems diseñados para dicho sistema.

Además, en este proceso se determinaron los diferentes tipos de señales que se van a aplicar en el sistema, para indicar las principales zonas del lugar teniendo en cuenta lo más visitado por los usuarios, lo más publicitado en redes sociales y páginas web. Como, por ejemplo: Espacios gastronómicos, museos y estancias culturales, y los servicios públicos que ofrecen.

Por razones relacionadas al tiempo de investigación, se abarcó la necesidad de una app, para encontrar los mejores caminos de la ciudad, ubicar puntos de interés y contar con mucha información, con o sin Internet.

Se recomienda que, para futuros trabajos de investigación, se analicen las aproximaciones de ciertos lugares dentro de la ciudad, con mapas digitales en teléfonos móviles, funcionando como un recurso indispensable para la movilidad urbana, ya que se pudo comprobar que esta herramienta facilita el acceso a una mayor información y la solución eficaz a muchos conflictos recurrentes.

REFERENCIAS

- Avala, P. (2012) *Tesis: Señalética Turística y su contribución al desarrollo turístico de la comunidad Teligote del Cantón Pelileo provincia de Tungurahua.*
- Costa, J. (1987) *Imagen Global, Enciclopedia del Diseño.* Barcelona, España: Ediciones CEAC.
- Costa, J. (2007). *Señalética corporativa.* Barcelona, España.
- Costa, J. (1989). *Señalética: de la señalización al diseño de programa.* Barcelona, España: Ediciones CEAC.
- Chaves, N. (2010). *La imagen Corporativa.* Buenos Aires, Argentina: Gustavo Gili, S. L.
- Espinosa, A. (2021). *Pictogramas para niños/as con N.E.E.* Granada.
- Pierce, C. (1962). *Collectected Papers of Charles Sanders Peirce.* Harvard University.
- Porto, J.P. y Gardey, A. (2008) Actualizado 2012. Definición de: Definición de turismo (<https://definicion.de/turismo/>).
- Rocha, C. (2020). *Señalización para áreas ecológicas.* Ecuador.
- Sanchez, R. (2005). *Señalética conceptos y fundamentos: una aplicación en bibliotecas.* México.
- Santarsiero, H. (2012). *Comunicación en la vía pública.* Buenos Aires, Argentina.