



La realización de un nuevo sistema señalético para NETOC supuso una extensa variedad de situaciones previas a ser resueltas o analizadas para llegar finalmente a la propuesta de diseño presentada.

El diagnóstico puso luz en una serie de dificultades que se anteponen entre los usuarios y el servicio de viaje, entre las cuales se destacan la insuficiencia de señales por un lado, y la incoherencia del sistema señalético, por otro. Se hace latente la urgente necesidad de solucionar este conflicto orientacional de públicos, de manera de contribuir, aunque sea mínimamente, en su calidad de vida, favoreciendo situaciones de percepción y reduciendo los costos energéticos y psicológicos que significan el tránsito por lugares desconocidos y/o ajenos a su propio mundo visual y espacial.

La nueva propuesta se basa, inicialmente, en la realización de un diseño estructurado de manera simple y coherente a lo largo de las diferentes señales y clases de señales, basado en la fusión efectiva de los signos señaléticos icónicos, tipográficos y cromáticos.

En primer lugar, la decisión de utilizar pictogramas hace hincapié en el hecho de que la imagen icónica es siempre más pregante y mnemotécnica, al tiempo que su universalización la hace comprensible a diferentes públicos objetivos contemplados en este espacio de acción.

Con el propósito de lograr una familiarización instantánea con la imagen pictográfica, fueron elegidos los signos pertenecientes a la serie más conocida y que posee una cohesión signica y estructural mejor trabajada, realizada por el Instituto de Artes Gráficas de EE.UU.

Como segunda instancia, se propone la utilización de una familia tipográfica que permite actuar de continente de contenidos sin afectarlos o modificarlos, ya sea por su “neutralidad” morfológica, ya por su efectividad funcional, pero en todos los casos, favoreciendo la transmisión de mensajes en cuanto legibilidad y visibilidad. La “univers” conforma una familia tipográfica considerada “señalética” por excelencia, por su uniformidad del trazo, la abertura del ojo tipográfico y su simplicidad morfológica, entre otras cosas.

Finalmente, el código cromático, se hace presente como un atributo fundamental a la hora de señalar el contexto de acción. El azul actúa como color señal, en su máximo grado de saturación, es color pleno convertido en color-señal, en cuanto actúa de soporte de los signos icónicos y tipográficos. Su elección está fundamentada en dos afirmaciones: por un lado, en su institucionalización como color soporte por excelencia en señalización para llamar la atención sobre algo sin significar emergencia o precaución (basado en el hecho de que es un color que se diferencia de los colores de la naturaleza y marca una llamada a los usuarios sobre una situación en particular), y por otro, debido a los atributos psicológicos que lo enmarcan dentro de la gama cromática que tranquiliza a los usuarios manteniéndose neutral ante ellos, es decir, llama la atención sin llegar a generar una atmósfera incómoda o ruidosa, diferenciándose del entorno pero sin arribar a los límites de la exageración. Entonces, puede afirmarse que es óptimo para transmitir mensajes sin interferir con los demás signos, sino más bien, fusionándose con ellos a los fines de emitir una comunicación global y sistemática.

La segunda paleta cromática cumple una función completamente diferente, pero de necesidad primaria en la organización del espacio

de acción. Con objeto de reestructurar el área de boleterías se propone dividir las a partir de las zonas que se reconoce en el país (por popularización de las características climáticas que poseen las provincias en común) de manera que el acceso a las boleterías sea mucho más organizado y por tanto cómodo para los usuarios y asimismo efectivo para el establecimiento.

A partir de esta división, que da lugar a siete zonas de boleterías (Noroeste, Litoral, Cuyo, Centro, Sur, Costa e Internacional) se trabajó el código cromático, elegido en base a la asociación de ideas y al análisis de los colores utilizados en cartografía para determinar estas zonas del país. Así, el rojo se utilizó para Noroeste (por dos razones: el color de la tierra y las altas temperaturas), el verde para Litoral (como representación de la mesopotamia y la característica humedad selvática del lugar), el naranja para Centro (porque es el color que indica las sierras en los mapas), el púrpura para Cuyo (debido a la asociación del lugar con los viñedos y la producción de vinos), el azul violáceo para Sur (porque es el principal color para representar el frío y el hielo), el cian para Costa (por asociación con el mar y el clima) y el gris oscuro para Internacional (debido a que es un color neutro que representa a los diferentes países limítrofes).

Con esto, puede arribarse a una organización de este espacio por nombres y colores elegidos de manera arbitraria que permitirán estructurar una sección fundamental de la terminal, que hasta ahora carecía de la atención necesaria. Este proyecto tiene como meta facilitar el tránsito de los usuarios y favorecer la circulación de los mismos, de manera que el flujo de públicos se equilibre a lo largo de todas las boleterías y elimine la concentración desmedida en algunos puntos y la inexistencia de usuarios en otros. Para esto, fue necesario

realizar una investigación de la actual movilidad y flujo de personas en las boleterías, para contemplar los puntos calientes y fríos, que dieron luz a problemas de circulación ocasionados principalmente por la mala distribución del espacio. Así fue posible aplicar el proyecto “por zonas” teniendo en cuenta los objetivos de circulación de usuarios, que permitiera favorecer la situación e intentar eliminar los embotellamientos y concentraciones innecesarias. De manera tal que, a partir de las zonas (y la cantidad de usuarios que posee cada una), la morfología espacial y las necesidades de los usuarios de estos servicios, se pensó una distribución acorde a tales condicionantes y en función a los mismos.

En lo que respecta al sistema señalético en sí mismo, fue pensado con la específica finalidad de entregar a los usuarios la cantidad de información necesaria en cada situación perceptiva y la calidad de mensajes que pudieran otorgarles herramientas óptimas de comprensión del espacio, así como también de autodidaxia y aprendizaje.

Las señales permitirán eliminar el tiempo invertido en la búsqueda de servicios que no estaban correctamente informados y direccionados, y acentuarán un flujo adecuado de usuarios que transiten por este espacio de manera dinámica y desconcentrada. Y, principalmente, que lo hagan porque realmente es lo que quieren o necesitan y no porque la información insuficiente e incoherente les lleva a buscar por sí mismos lo que el establecimiento debería brindarles.

El Plan Comunicacional Señalético expuesto se basa en criterios de diseño y estructuración orientados a la máxima efectividad

comunicacional, donde el usuario y sus necesidades son el pilar sobre el cual se rige la elección de los diferentes medios y lenguajes de transmisión de mensajes.

BIBLIOGRAFÍA

- Costa, Joan - Moles, Abraham, Imagen didáctica, CEAC, Enciclopedia del Diseño, España, 1992.
- Costa, Joan, Señalética, Enciclopedia del Diseño, Barcelona - CEAC, 1987.
- Daverlo, Mónica, Un destino claro, Revista TipoGráfica, N° 27, Bs. As., noviembre 1995.
- Frutiger, Adrián, Signos, símbolos, marcas y señales, Ediciones G.Gili, México, 1999.
- Kepes, Gyorgy, El lenguaje de la visión., Ediciones Infinito, Bs. As., 1969.
- Magariños de Morentín, Juan A., El mensaje publicitario, Edicial, 2º edición, Bs. As., 1991.
- Pescio, Silvia - De Mattiello, María, Signos aparentes y reales, Revista TipoGráfica, N° 48, Bs. As., junio 2001.
- Schnaith, Nelly , Los códigos de la percepción, del saber y de la representación en una cultura visual, Revista TipoGráfica, N° 4, Bs. As., mayo 1988.
- Panero, Julius, Zelnik, Martín, Las dimensiones humanas en los espacios internos, Editorial GG, México, 1993.