

LA LAGUNA  
DON TOMÁS  
PARQUE


—— TRABAJO FINAL DE GRADO ——  
DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL Y SISTEMA  
SEÑALÉTICO PARA PARQUE RECREATIVO  
“DON TOMÁS”

Angela Fonseca  
Diseño Gráfico  
- 2012 -

A mis amigos y profesores por su apoyo y aliento.

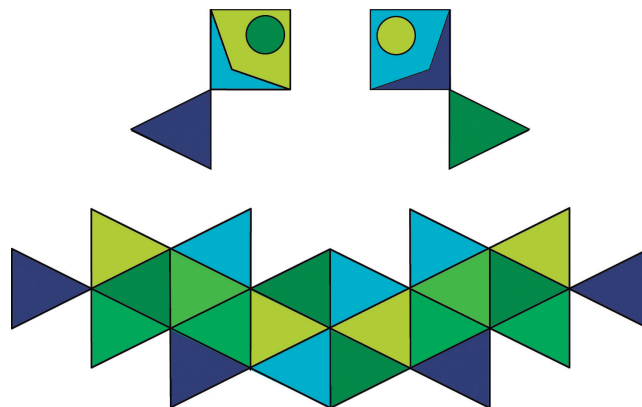
A papá y mamá por todo el esfuerzo.

Gracias.



TRABAJO FINAL DE GRADO  
**DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL Y SISTEMA  
SEÑALÉTICO PARA PARQUE RECREATIVO  
“DON TOMÁS”**

Angela Fonseca  
Licenciatura en Diseño Gráfico  
Universidad Siglo 21  
Diciembre de 2012



LA LAGUNA  
DON TOMÁS  
PARQUE

## RESUMEN

El presente proyecto final de aplicación de la carrera de Diseño Gráfico, se enfoca en el diseño de una Identidad Visual y de un Sistema Señalético para el Parque Recreativo “Don Tomas” en la ciudad de Santa Rosa, La Pampa.

El motivo para realizar este proyecto surge de la experiencia vivida como usuaria del Parque. Se ha podido detectar problemas de información, deterioro de señales y falta de comunicación en algunos sectores. Con el fin de revertir esta situación y ofrecer una solución, se establece como objetivo general la creación de un sistema integral de diseño que brinde una comunicación eficaz y que permita mejorar la accesibilidad y orientación de los usuarios en el Parque.

Para alcanzar la solución se llevan a cabo etapas de investigación y análisis de la institución a fin de conocer la, realidad de la misma; se efectúa el, relevamiento de señales existentes; y, también se tiene en cuenta las opiniones de los usuarios del Parque. Luego, se genera la estrategia que establece los parámetros de diseño y aplicación. Finalmente, se diseñan las piezas que integran el sistema de Identidad Visual y Señalético que ayudarán a mejorar el reconocimiento de los espacios y la circulación de los usuarios

## ABSTRACT

This Senior Thesis of the Bachelor's Degree of the University Siglo 21, focuses on the design of a Visual Identity and Signage System for Recreative Park "Don Tomas" in the city of Santa Rosa, La Pampa.

The reason for this project comes from the experience as users of the Park. It was possible to detect problems of information, signal deterioration and lack of communication in some sectors. In order to reverse this situation and offer a solution, the general objective is to create a comprehensive system designed to provide effective communication and to improve accessibility and user guidance in the Park.

To achieve the solution steps are carried out research and analysis of the institution to know, reality of it; is effected, survey of existing signals, and also takes into account the views of users of the Park. Then, it generates the strategy that sets the parameters of design and implementation. Finally, the pieces are designed to integrate the Visual Identity system and Signage that will help improve the recognition of space and movement of users

## CONTENIDO

<b>Introducción .....</b>	<b>9</b>
<b>Temas y Objetivos .....</b>	<b>11</b>
<b>Marco Teórico .....</b>	<b>13</b>
<b>&gt; <i>Identidad Visual</i> .....</b>	<b>14</b>
Instituciones	
Imagen	
Imagen Institucional	
Identidad Institucional	
Los signos de la Identidad	
Parametros para un alto rendimiento	
Programa de Identidad	
Manual de Identidad Institucional	
<b>&gt; <i>Señalética</i> .....</b>	<b>18</b>
Diseño Gráfico de entorno	
Señalización/Señalética	
Señalética Corporativa	
Tipos de Señales	
Sistema Señalético	
Programa Señalético	
Signos Básicos	
Color Señalético	
Tipografía	
Materiales .	
Consideraciones de montaje	

<b>Marco Metodológico .....</b>	<b>27</b>
<b>&gt; Programa de Identidad Visual .....</b>	<b>29</b>
Etapa I: Análisis de la Institución	
Etapa II: Diseño	
Etapa III: Diseño del Manual Normas	
<b>&gt; Programa Señalético .....</b>	<b>30</b>
Etapa I: Hacia el diseño de señales	
Etapa II: Diseño	
Etapa III: Diseño del Manual de Normas	
<b>Contexto de la Organización .....</b>	<b>33</b>
<b>Desarrollo .....</b>	<b>36</b>
<b>&gt; Identidad Visual .....</b>	<b>37</b>
<b>&gt; Señalética.....</b>	<b>41</b>
<b>&gt; Manuales .....</b>	<b>51</b>
<b>Conclusión .....</b>	<b>98</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>100</b>
<b>Anexo .....</b>	<b>102</b>

# ▶ INTRODUCCIÓN

El hombre, desde el inicio de su existencia, ha sentido la necesidad de comunicarse, de transmitir información, de relacionarse. Usó imágenes representativas como símbolos y signos para transmitir ideas, historias, hasta que adquirió la capacidad para crear lenguaje. En la actualidad las imágenes son una forma de comunicación visual y cultural que se utiliza y aplica en todos los contextos.

Un ejemplo de la importancia de la comunicación visual puede observarse cuando un individuo se encuentra en un ambiente distinto al habitual o en una situación dilemática y no cuenta con comunicación que oriente o determine la acción. El individuo se siente desorientado y se manifiestan diferencias socioculturales que lo hacen vivir experiencias frustrantes.

Para mejorar esta situación es o resulta necesario el diseño de un sistema que ayude a mejorar la accesibilidad y orientación de los individuos en los espacios. Este es el objetivo de la señalética, la cual actúa como mediadora entre el espacio y el usuario, convirtiéndose en una herramienta de utilidad pública. La señalética es la disciplina que, a través del diseño e implementación de señales, ayuda a vivir una experiencia placentera y sin desorientación.

El Parque Recreativo “Don Tomás” es un predio de esparcimiento público ubicado en la capital de la provincia de La Pampa. Con más de 400 hectáreas, es un espacio utilizado por los ciudadanos y visitantes para la práctica de deportes y actividades recreativas. El Parque carece de un sistema de informativo que permita un desplazamiento placentero de los usuarios y para conocer, sin necesidad de recorrer todo el predio, cuáles son las actividades, servicios y áreas que brinda el mismo. Además, no posee una identidad que le sea característica ni que realce la importancia del Parque para los ciudadanos de Santa Rosa.

Es por lo antes expuesto que se hace necesaria la intervención de la disciplina de Diseño Gráfico para lograr una mejor utilización y circulación en el espacio y, al mismo tiempo, permitir la identificación de las distintas áreas, servicios y deportes. El presente trabajo plantea como solución a dicho problema el diseño de un Sistema de Identidad coherente que permita dotar de personalidad al Parque, identificar la entrada del mismo; y, a la vez, fomentar su impacto turístico y, como así también un Sistema Señalético que ayude a mejorar la utilización, circulación y orientación, de los usuarios dentro del Parque Recreativo “Don Tomás”.

▶ **TEMAS Y OBJETIVOS**

## TEMA

Diseño de Identidad Visual y Sistema Señalético para Parque Recreativo “Don Tomás”. Santa Rosa, La Pampa.

## OBJETIVO GENERAL

Desarrollo de una Identidad Visual coherente, y un Sistema Señalético para mejorar la accesibilidad de los usuarios al Parque Recreativo “Don Tomas”.

## OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar una estrategia global de diseño.
- Diseño de un Sistema de Identidad Visual que identifique al Parque.
  - Diseño de un Sistema Señalético que haga intelegible el acceso y uso del Parque por parte de los usuarios.
  - Diseño de un Manual de Normas para cada sistema.

 **MARCO TEÓRICO**

En el presente marco teórico se abordaron los conceptos para comprender los diferentes términos que permitieron desarrollar una solución coherente al tema planteado. El marco se encuentra dividido en dos áreas: Identidad Visual y Señalética.

La movilidad social, el aumento de ésta y la creación de nuevos espacios para contener la masa de personas hicieron que los espacios de circulación colapsen. La disciplina de la señalética es la encargada de hacer inteligible estos espacios tanto abiertos como cerrados, por medio de señales, brindando la información que se fue necesaria de forma instantánea y en el punto dilemático. De esta forma, se permite una circulación adecuada y se evitan desgastes psicológicos y de tiempo por no encontrar la información (Joan Costa, 1989).

Es posible encontrar Sistemas Señaléticos que devienen, de un sistema más global, como es un Sistema de Identidad Visual, el cual determina la imagen que una institución desea proyectar. Esta imagen cumple funciones, por ejemplo, de recordación y diferenciación a través de la asociación de determinados signos que ayudan a dotarla de significados positivos e incrementar su notoriedad.

## IDENTIDAD VISUAL

### INSTITUCIONES

Debido a la variedad de términos utilizados para hacer referencia a las entidades, se considera necesario establecer aquel que se utilizará para hacer referencia al Parque.

Los términos, empresa, institución y corporación son tomados por el común de la gente como sinónimos cuando no lo son. Norberto Chaves (2006, p. 19) hace una breve descripción de cada uno:

*Empresa: alude a la estructura organizativa de naturaleza económica por excelencia. Organismo societario articulado en torno a una actividad lucrativa, cualquiera que sea su carácter de su propiedad, pública o privada.*

*Corporación: por lo general se emplea este término cuando se ha de aludir a una agrupación de asociaciones que integran, por ejemplo, a empresas privadas, organismos públicos.*

*Institución: toda realidad social que constituye una norma, una convención o un mecanismo regular, estable del funcionamiento social, trascendente a la voluntad e interpretación de sus usuarios concretos.*

Teniendo en cuenta lo mencionado, se llega a la conclusión de que el término “Institución” es el utilizado para continuar con este proyecto dado que como menciona Chaves (2006, p. 21), es el más adecuado por su amplitud puesto que abarca desde una figura pública a una empresa o un servicio privado.

### IMAGEN

La palabra imagen como expresa Norberto Chaves (2006), puede aludir a un fenómeno ideológico, perceptible o estrictamente visual. Este último es el que interesa para llevar a cabo el proyecto de TFG.

La imagen visual surge como resultado de la percepción y experimentación que las personas tienen con la institución.

Ésta genera recordación y motivación, a través de acciones y comunicaciones, para crear así un perfil colectivo. En efecto la imagen visual “es la representación mental en el imaginario social de un organismo de atributos

y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esta colectividad” (Joan Costa, 2006, p.53). Esta representación mental surge de la clasificación de imagen que Joan Costa realiza en su libro “La esquemática: visualizar la información” (1998).

*Imagen retiniana: Imágenes obtenidas por mecanismos de la visión, funciones del sistema ocular que transforma sensaciones luminosas en estímulos, los cuales son enviados al cerebro para ser decodificados como imágenes.*

*Imagen icónica: Del área de la representación, la cual habla de que los objetos materiales del entorno son representados al individuo por medios industriales como el lápiz y por medios técnicos como una cámara fotográfica.*

*Imagen mental: Del área de la memoria visual y de la capacidad de retener imágenes en la mente. Es una representación mental de lo vivido y experimentado.*

Esta sistematización de la imagen en su conjunto genera la definición de lo que en Diseño Gráfico se denomina Imagen Institucional.

## IMAGEN INSTITUCIONAL

Es aquella representación que las personas tienen de una institución. Esa imagen se genera a partir de la percepción, experimentación y de las acciones que esa institución crea para hacerse visible en la sociedad. “Un proceso de interpretación acumulativa” (Paul Capriotti, 1992, p. 91).

Justo Villafañe en su libro “Imagen Positiva” (1998), establece que la imagen institucional se forma en la mente de las personas y es creada por la identidad institucional. El término imagen institucional puede ser confundido con el de Identidad institucional, dado que, como se expresó anteriormente, la palabra imagen es ambigua y se toman estos términos como sinónimos,

cuando no lo son. Para lograr una diferenciación de ambos conceptos se definirá a continuación Identidad Institucional.

## IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Es posible definir a este término como la manifestación física, la esencia y personalidad que brinda características diferenciadoras a un ser o ente existente. Joan Costa (2006:198) dice “la identidad es el ADN de la institución.” Y manifiesta que se define mediante dos parámetros de índole objetiva:

*Lo que es:* su estructura institucional o fundadora. Aquellos datos descriptivos.

*Lo que hace:* la actividad mayor, alrededor de la cual se crea todo el sistema racional y productivo. Lo que se puede ver y leer.

La identidad Institucional es un sistema de comunicación que se manifiesta en cada acción comunicativa de la institución y refuerza la estrategia global comunicativa de la misma. Es la acción de transmitir un mensaje visual cargado de significado para un fin específico. Además de los servicios o productos que ésta brinde, la identidad es propia de “esa” institución y se tangibiliza en diferentes signos de identidad los cuales se complementan e integran.

## LOS SIGNOS DE IDENTIDAD

Signos que se encuentran presentes en la manifestación y acción que la institución realiza. “La identidad es así experimentada, vivenciada en diversidad e interiorizada por los individuos y la sociedad” (Joan Costa, 2006, p. 215).

Los signos de identidad tienen la función de satisfacer exigencias prácticas de identificación y ser estilísticamente pertinentes al perfil de la institución (Chaves y Belluccia, 2003, p. 26).

Joan Costa (1992, p.87) habla de tres tipos de signos importantes: el logotipo, el isotipo y la gama cromática; es decir elementos verbales, icónicos y cromáticos.

### LOGOTIPO

Es el elemento gráfico que por medio de la palabra escrita, hace reconocible el nombre de una institución. Facilita incorporar a la memoria una imagen visual de identidad verbal por medio de palabras graficadas o familia tipográfica determinada. (Joan Costa, 1992, p.74)

Chaves (2006, p. 45) dice que es: “La versión gráfica estable del nombre de marca”

### ISOTIPO

Es la manera de facilitar la identificación e interpretación a través de la representación de una forma sintetizada o gráfica sin hacer uso del nombre que es de naturaleza lingüística. Su destino es transmitir los valores, el carácter y la personalidad de la institución. (Joan Costa, 1992, p.86)

- Monogramas: Enlace de dos o más letras que se fusionan y entrelazan para crear un mismo signo, una misma unidad.
- Sigla: Según la RAE: Palabra formada por el conjunto de letras iniciales de una expresión compleja, por ejemplo; O(rganización de) N(aciones) U(nidas)
- Inicial: primera letra de una palabra o nombre de una institución o una persona. Por ejemplo la M de Macdonald.
- Pictograma: Signos gráficos que resultan de un análisis de objetos y formas existentes. Esos pueden ser figurativos o abstractos. Por ejemplo la manzanita de Apple.



Figura 1

### GAMA CROMÁTICA

Es lenguaje simbólico de percepción instantánea, que permite identificar en un primer nivel de sensación visual, vinculando color, posicionamiento e imagen. (Joan Costa, 1992, p. 94)

*“El color no solo sirve para identificar a la institución, sino que también transmite mensajes acerca de la personalidad, de la forma de ser y de actuar de una organización” (Capriotti, 1999, p. 125)*

Normalmente el color es aplicado al objeto por razones de visibilidad, contraste o en relación a los efectos psicológicos que la simbología del color genera en el común de la gente.

Anterior a los tres elementos antes expresados, el nombre de la institución es según Joan Costa (1992, p. 33) el primer signo de la existencia de la institución. Es el único de doble sentido, que la institución lo utiliza para designarse a sí misma, y el público para referirse a ella.

Este nombre debe tener ciertas características para ayudar a su recordación y aspecto. Y según Norberto Chaves (2008, p. 44), “los nombres pueden producirse mediante muy diversos mecanismos lingüísticos y adoptan, por lo tanto, muy diversos aspectos”, como lo son:

- Descriptivos: de los atributos de identidad de la institución
- Simbólicos: alusión a la institución mediante una imagen.
- Patronímicos: alusión a la institución mediante el nombre propio de una personalidad clave de la misma.
- Toponímico: alusión al lugar de origen o área de influencia de la institución.
- Contracción: construcción mediante iniciales, fragmentos de palabras, etc.

Estos signos pueden ser utilizados para ámbitos del sector público y privado. Lo importante es la comunicación que la institución pretende transmitir y ésta no sólo se hace a través de logos sino también a través de un sinfín de actividades desde la institución y desde el diseño gráfico, publicitario, industrial, marketing, comunicación digital, etc.

Para que estos elementos cumplan efectivamente su propósito deben poseer un grado de pertinencia que se ajuste a los cometidos y objetivos de la institución. Esto se logra a través de parámetros que permiten dar respuesta satisfactoria en todo momento y los cuales se desarrollan a continuación.

## PARÁMETROS PARA UN ALTO RENDIMIENTO

Norberto Chaves y Raúl Belluccia desarrollan en su libro “La marca Corporativa” (2003, p. 37) un listado de 14 parámetros de alto rendimiento que permiten dar soluciones satisfactorias examinando por separado cada uno de los signos ante casos particulares. De esta lista de parámetros se tomarán solo 6, los cuales se consideran más importantes para este proyecto.

- Compatibilidad semántica: Entre los significados del signo y la identidad de la institución. En este trabajo es tomado como el pilar que da lugar a la identidad.

- Versatilidad: Rendimiento de los signos para ser utilizados en múltiples soportes sin perder su uniformidad.
- Reproducibilidad: Los signos deben tener la capacidad de ser reproducidos con calidad, teniendo en cuenta las características del material.
- Legibilidad: El signo siempre debe poder ser leído sin confusiones y problemas de interpretación.
- Pregunta: La forma del signo debe poder ser recordada y descrita en dos palabras
- Singularidad: Asignar algún elemento que individualice al sujeto.

Aquellos signos y parámetros que posee una Identidad corporativa deben ser, como se expresó anteriormente, parte de un sistema para poder cumplir con la función general de configurar una personalidad única y propia a la institución, que la distinga y la reconozca como tal.

## PROGRAMA DE IDENTIDAD

La identidad de una institución es un sistema, compuesto por elementos de características propias que se complementan e integran para lograr la comunicación estratégica de dicha institución. Estos elementos ayudan a regularizar las condiciones y objetivos que se pretenden manifestar a través de una Identidad Corporativa. Chaves (2008, p. 67) dice:

*La creciente necesidad de control de la implantación pública de los signos identificadores ha hecho que cada día se preste más atención al sistema total de mensajes de identificación. De allí nacen los “programas de imagen institucional” consistentes en el diseño del conjunto de signos y de su modo de aplicación a la totalidad de soportes gráficos (papelería, ediciones, etc.) y para- gráficos (arquitectura, indumentaria, etc.)*

La tangibilización de este programa se logra con el diseño de un manual que señale los parámetros de usabilidad de la Identidad creada.

## MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Un manual de identidad es una herramienta de diseño que puede ser consultada en todo momento para saber las condiciones y parámetros que posee la utilización correcta de los signos que corresponden a una Identidad Institucional. Las normas que se incluyen dentro del mismo deben ser respetadas para lograr un adecuado uso de la identidad. A sí pues, el contenido que posee un manual de identidad puede ser dividido en dos partes: donde se presenten las normas para la construcción de la identidad y donde se den a conocer las diferentes aplicaciones de la identidad con sus variables permitidas y no permitidas.

A continuación se desarrolla una segunda instancia, donde los términos complementados son el conjunto de conceptos que serán abordados para la realización del trabajo final. Pudiendo, en efecto, generar y brindar un proyecto amplio, con variedad en las formas pero unidad en el sistema.

## SEÑALÉTICA

### DISEÑO GRÁFICO DE ENTORNO

*“La actividad del Diseño Gráfico de entorno comprende la comunicación gráfica de información en un ambiente construido, que es casi todo lo montado por el*

*hombre. Ya sea un edificio, como un hotel o un estadio, o un conjunto de edificios, como un campus, o un espacio abierto organizado, como un parque o un sitio histórico, o una red de transporte. Como un subterráneo o un tren” (Calori, 2007: p.14)*

## SEÑALIZACIÓN/SEÑALÉTICA

*“Poner señales donde aún no existían caminos” (Joan Costa, 1989, p.102) es una actividad que se extendió hasta la actualidad. Con el crecimiento de las ciudades en cuanto a industrias, población y movilidad surgió la necesidad de controlar y regularizar los espacios. Es aquí donde aparece la “señalización vial” basada en la observación empírica y determinada por convención en cuanto a su signos y usos (Joan Costa, 1989, p. 103).*

La señalización es un sistema cerrado encargado de regularizar y determinar la conducta de los flujos humanos y motorizados. Los signos empleados para esta tarea se encuentran preexistentes (el código de lectura es conocido a priori) a la manifestación del problema y su implementación no influye en la imagen del entorno dado que tales signos se encuentran estandarizados (Joan Costa, 1989, p.120).

Esta disciplina estereotipada es la base para el surgimiento de la “señalética” la cual se caracteriza por ser específica de cada caso y atender a la necesidad de informar y orientar a las personas. Se aclara, antes de avanzar sobre este término, que la relación que posee la señalización y la señalética no es de evolución. Son disciplinas diferentes en cuanto a su alcance y aplicación, pero no excluyentes una de la otra.

La señalética tiene el objetivo de facilitar el acceso a los servicios, brindando información e identificando los espacios. Los signos empleados son creados

para cada caso y se adaptan a las particularidades del entorno adquiriendo características de identidad y diferenciación (Joan Costa, 1989, p. 120).

SEÑALIZACIÓN	SEÑALÉTICA
Tiene por objetivo la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior.	Tiene por objetivo identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado (interior y exterior).
Es un sistema determinado de conductas	Es un sistema más optativo de acciones. Las necesidades son las que determinan el sistema.
El sistema es universal y está ya creado como tal íntegramente.	El sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular.
Las señales son preexistentes a los problemas.	Las señales y la información escrita, son consecuencia de los problemas precisos.
El código de lectura es conocido a priori.	El código de lectura es parcialmente conocido.
Las señales son materializadas, normalizadas y homologadas, y se encuentran disponibles en la industria.	Las señales deben ser normalizadas, homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente.
Es diferente a las características del entorno.	Se supedita a las características del entorno.
Aporta al entorno factores de uniformidad.	Aporta factores de identidad y diferenciación.
No influye en la imagen del entorno.	Refuerza la imagen pública o la imagen de marca de las organizaciones.
La señalización concluye en sí misma.	Se prolonga en los programas de Identidad Corporativa, o deriva de ellos.

Fuente: Cuadro propuesto por Joan Costa (Joan Costa, 1989).

## SEÑALÉTICA CORPORATIVA

Usando como signo fundamental la identidad, la señalética corporativa, surge de la combinación de dos disciplinas: la señalética arquitectónica

exterior y la señalética interior como servicio informativo. Esta combinación busca reforzar los servicios y el mensaje de la identidad. (Joan Costa, 2007, p. 25-26).

## TIPOS DE SEÑALES

La clasificación de las señales se realiza a través de su funcionalidad, dando como resultado seis tipos de señales existentes: orientadoras, informativas, direccionales, identificativas, reguladoras y ornamentales. Las mismas no son excluyentes dado que una señal puede ser entendida en más de una categoría (Mitzi Sims, 1991, p. 16).

### SEÑALES ORIENTADORAS

Ayudan a situar a las personas en un lugar o entorno a través de recursos como mapas, planos en puntos de entrada o vistas esquemáticas.

### SEÑALES INFORMATIVAS

Son aquellas que brindan datos y referencias. Esta clasificación está presente en todas las demás señales.

### SEÑALES DIRECCIONALES

Su función es la de orientar la circulación de las personas. Normalmente se utiliza el signo flecha como elemento.

### SEÑALES INDICATIVAS

Tienen la función de designar un lugar, confirmando destinos o el reconocimiento de una ubicación concreta.

### SEÑALES REGULADORAS

Son aquellas que proceden a salvaguardar y proteger a las personas indicando acciones preventivas, restrictivas y prohibitivas.

### SEÑALES ORNAMENTALES

Esta última categoría cumple la función de embellecer y ambientar, y a la vez, identificar un entorno.

## SISTEMA SEÑALÉTICO

Joan Costa (2007, p. 106) habla de la palabra sistema diciendo que “es por definición un conjunto de elementos diversos que interactúan recíprocamente dentro de un modelo, pattern o estructura, con un determinado fin”.

En señalética interactúan tanto el espacio arquitectónico que es intervenido, como los mensajes transmitidos y las personas que los reciben, permitiendo distinguir las dimensiones funcionales, estructurales e informacionales de cada caso. La articulación de estas disciplinas deben ser consideradas como factor importante para generar una precisa comunicación señalética, la cual no depende solo del diseño y resolución de las señales sino, como mencionó Costa anteriormente es necesario también, generar una adecuada integración de los elementos para poder hablar de sistema señalético. Esta integración se logra mediante la creación de un Programa Señalético.

## PROGRAMA SEÑALÉTICO.

Es necesario establecer un programa que permita prever los factores que condicionan la realización de un sistema de señalética y ayude a diseñar una metodología de trabajo. Joan Costa (1989, p. 124) habla de los aspectos gráficos que debe comportar un programa:

*a) Los elementos que conforman la dimensión semántica.*

*Hablamos aquí de los signos: pictogramas, palabras, colores y formas básicas de los soportes.*

*b) La pauta estructural, es decir la dimensión sintáctica como lo es la arquitectura invisible que subyace en el mensaje manifiesto: sostiene todas las informaciones, de manera que cada mensaje señalético se inscriba siguiendo un mismo orden estructural.*

*c) Las leyes de estructura, o sea las normas precisas que rigen la combinatoria de los órganos: la combinación que dará respuesta a la práctica de todos los problemas gráficos que surgirán en la aplicación del programa. Esta es la dimensión pragmática.*

El programa debe ser diseñado estratégicamente con visión a futuro sin detenerse sólo en el ámbito inmediato de aplicación (Joan Costa, 1989).

Es importante saber cuál es la extensión del problema para optimizar los tiempos y poder establecer los costes tanto de diseño como de producción de las piezas, si es que este último paso es solicitado por el comitente.

## SIGNOS BÁSICOS

A lo largo de la historia del hombre y su evolución se pueden observar repeticiones en cuanto a la morfología de los objetos creados y de los signos. Estos han evolucionado en cuantos aspectos estéticos pero siguen siendo la base de todo diseño. Este es el caso de las figuras como: el cuadrado, triángulo, círculo y la flecha (A. Frutiger, 1995). Para diseñar un sistema de señales se debe tener en cuenta los diferentes tipos de signos (símbolos, señales, pictogramas) que ayudaran a brindar la información necesaria.

### LA FLECHA

Joan Costa en su libro “Señalética Corporativa” (2007,p.94) destaca que la flecha deviene del gesto indicativo de la mano, el cual es el medio de comunicación más antiguo y universal que el lenguaje.

La flecha es el signo de orientación por excelencia la cual está relacionada con el gesto de señalar, de ahí su función.

Existen flechas de cabeza redondeada, flechas recortadas, anchas y estrechas. Pero Aicher y Krampen (1991, p. 29) consideran que la forma más

agradable es la de triángulo equilátero con ángulo de 60 grados en la punta. Aconsejan que sean evitadas las flechas cuyas puntas tengan ángulo de 90 grados porque no transmiten la idea de flujo.

### EL SÍMBOLO

Signo que establece una relación con el objeto independientemente de las características externas, por hábito, según el entorno cultural. (Aicher y Krampen, 1991, p.11). Imagen arbitraria, de sustitución en relación de convención con el objeto representado. El símbolo se halla en una relación racional y convencional con la cosa (objeto) designada. (Saussure 1993, p. 105).

### PICTOGRAMAS

Los pictogramas son esquematizaciones de la forma de los seres, las cosas, los objetos. Son signos gráficos que tienen un parecido evidente con aquello que representa. Su variante, los ideogramas, son esquemas que indican ideas, significados o acciones, como “entrar”, “salir”, “no pasar”, “información”, “punto de encuentro”, etc. (Joan Costa, 2007, p. 94)

Teniendo en cuenta lo antes citado, Joan Costa explica que la pregnancia y comprensión inmediata del significado del pictograma es posible siguiendo tres exigencias: visibilidad, percepción rápida y clara y la no transmisión de significados erróneos. Esto tiene relación con el concepto de Concisión Gráfica, (Aicher y Krampen, 1991, p.100), el cual establece la importancia de lograr una claridad visual más allá de una claridad estética para brindar la información de contenido y expresión a través del signo.

Para comprender mejor este lenguaje se tomará a la semiótica, ciencia general de los signos que estudia la formación de significados en la mente, y la cual observa tres dimensiones significantes: semántica, sintáctica y

pragmática. Estas dimensiones aclararán la relación de los pictogramas con su significado:

- Dimensión semántica: considera la pertinencia de los signos con lo que quiere significar.
- Dimensión sintáctica: las relaciones entre los signos que integran el sistema.
- Dimensión pragmática: la relación que tiene los signos con el usuario.

Un pictograma es una abstracción de la realidad que, con la ayuda de pocos elementos, puede brindar un mensaje completo, evitando esfuerzos de la visión y localización como de percepción y comprensión (Joan Costa, 2007, p. 96).

### **COLOR SEÑALÉTICO**

Otro elemento importante es el color, en señalética es tomado como una señal en sí misma y esto se puede apreciar en los semáforos (Joan Costa, 1989, p. 140), también se puede supeditar a la necesidad de realzar la imagen de marca. El color funciona como llamador de atención informando, orientando y brindando solución a la necesidad de ese momento sin gastar energía en buscarla.

Joan Costa (1989) considera importante que exista un fuerte contraste entre figura y fondo en la señal, para generar mayor identificación de la señal y por ende de la información que esta brinda.

*“La función informacional de los colores señaléticos viene determinada en parte por la complejidad organizacional y/o arquitectónica del espacio en cuestión: departamentos, sectores, plantas, subplantas, etc.”* (Joan Costa, 1989, p. 183)

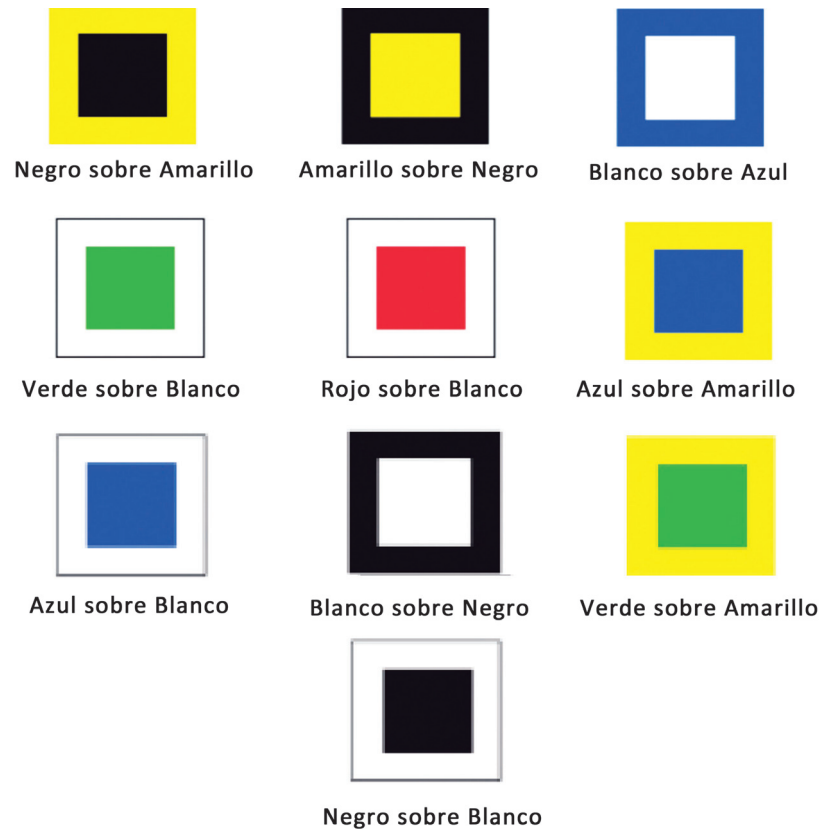


Figura 2

Se puede encontrar diferentes autores que hablan de la legibilidad y visibilidad de los colores según el contraste, pero se ha optado por la categorización de Vidales Giovanntti (1997, p. 113), de la cual citaremos parte de ella dado que solo se quiere hacer una aproximación de la misma.

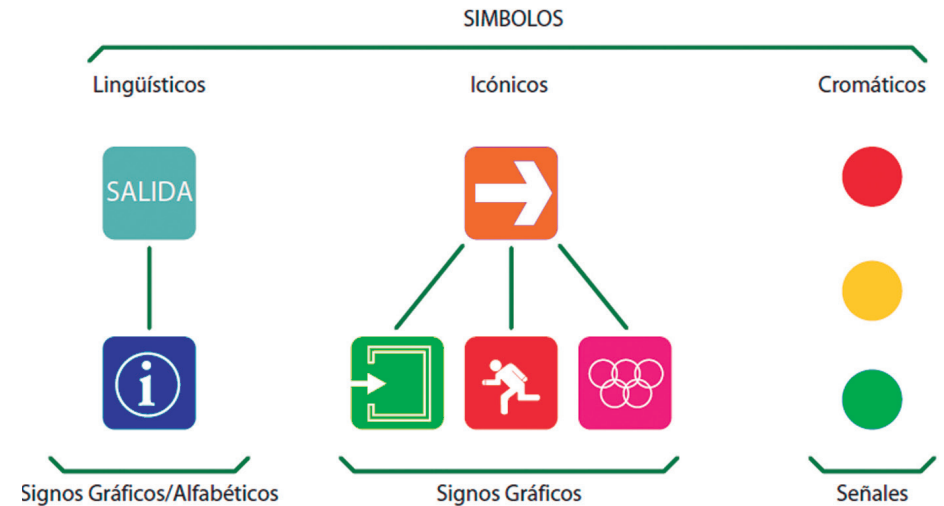


Figura 3

## TIPOGRAFÍA

La elección de la tipografía está condicionada por las características propias de la disciplina de la señalética: brevedad informativa, claridad, sencillez formal, síntesis y comunicabilidad instantánea (Joan Costa, 1989). En esta disciplina se hace difícil afirmar que existe una tipografía específica y exclusiva. No obstante, se pueden seguir algunas recomendaciones brindadas por Joan Costa (1989, p. 176):

*La Univers, diseñada por Adrian Frutiger, se considera la tipografía que mejor cumple los requisitos de la señalética, aunque también es notable el alfabeto Roissy que el mismo Frutiger diseñó para el aeropuerto Charles de Gaulle o la que bautizó con su propio nombre. A veces hay una modulación del trazo, como en la Optima o la Antigua Oliva, por ejemplo, lo cual, al tiempo que no afecta*

*negativamente la legibilidad, aporta a letra un rasgo de elegancia (Antigua Oliva) y de refinamiento (Optima). Estas tipografías mencionadas son las de uso más frecuente en señalética, especialmente por el equilibrio de las relaciones entre grosor del trazo, el diseño limpio y proporcionado, y la apertura del < ojo > tipográfico.*

Uno de los factores elementales es la legibilidad, dado que las señales deben ser colocadas a diferente distancia y altura de las personas para cumplir con su funcionalidad. En cuanto a la elección de mayúsculas y minúsculas para las señales, Joan Costa (1989, p. 176) dice que se prioriza el uso de minúsculas sobre las mayúsculas porque las últimas son uniformes en altura y estructura, mientras que las minúsculas, creadas por figuras geométricas, se agrupan mejor formando conjuntos diferenciados. Esto facilita una percepción más inmediata, aunque cuando una mayúscula aparece en el inicio de la palabra facilita la introducción en el texto.

Así pues el tamaño de las letras es lo que dará como resultado el tamaño final de la señal y esto se determina buscando una medida intermedia entre la palabra más corta y la palabra más larga a incorporar en las señales.



Figura 4

## MATERIALES

Para poder llegar a la materialización de este proyecto es necesario abordar los materiales más aptos y por eso se recurre a la clasificación realizada por

Mitzi Sims (1991, p. 130). Explica que estudiar el potencial de los materiales en cuanto a factores como la durabilidad, mantenimiento, resistencia a vandalismos, resistencia a los vientos, etc., ayudará a tomar una correcta decisión en cuanto a su elección. “El plástico, los metales, la madera, el vidrio, la piedra, el hormigón, el ladrillo y los materiales cerámicos son todos ellos adecuados para la confección de rótulos” (Mitzi Sims 1991, p. 135) página.

### PLÁSTICOS

Uno de los más utilizados por ser un material estable, fácil de fabricar y soportar agentes atmosféricos aunque posee variaciones dimensionales con los cambios de temperatura, por lo que se debe tener en cuenta el grado de dilatación en este material. Se pueden encontrar en una amplia gama de colores, los plásticos más utilizados son: los acrílicos, el cloruro de polivinilo (PVC), el policarbonato, el butirato, el estireno, el polipropileno, el plástico reforzado con fibra de vidrio (GRP), el nylon-poliéster fibrorreforzado (FRP –Nylon) y el vinilo.

### METALES

Sims los clasifica como el segundo grupo de materiales más utilizados y dice que los más utilizados son el acero y el aluminio.

- Acero: se lo caracteriza por su resistencia. Es un material maleable que permite trabajarlo fácilmente y según el uso que se le va dar debe ser sometido a algún tipo de tratamiento anticorrosión. Los aceros más utilizados para señalética son: acero dulce plomado, acero dulce galvanizado, acero inoxidable decapado, acero estructural y esmaltado.
- Aluminio: posee la cualidad de ser ligero, resistente y duradero. Se destaca por ser un material incombustible, no tóxico y resistente a la corrosión. Este material se puede combinar con otros materiales pero posee dificultad en las uniones, lo que se soluciona por medio de remaches o tornillos. Los tipos de acabado de aluminio son: laminados, pintados, anodizados y extrusionados.

## MADERA

Sims (1991, p 146) dice “La madera es uno de los más antiguos y hermosos materiales tradicionales conocidos por el ser humano. Su atractivo emana de sus colores, estructura interna, impermeabilidad, robustez, rigidez, olor, ligereza y calor”. La madera puede ser trabajada y esmaltada. Su acabado final dependerá de la elección de la madera ya que cada tipo tiene características propias y en diferencia a otros materiales su aspecto mejora con el tiempo. En conjunto, se han desarrollado hasta aquí las señales, elementos y materiales que permitirán generar un sistema señalético acorde a las necesidades de diseño que solicite este proyecto.

## **CONSIDERACIONES DE MONTADO**

Se debe tener en cuenta la ubicación de las señales en el espacio como así también la relación entre la persona y la señal. La visualización, percepción y legibilidad son alguno de los factores que influyen en el montaje.

## NIVEL DE VISIÓN

Horizontalmente, el humano posee un ángulo de visión de 30 grados desde el centro vertical de la línea de los ojos cuando mira al frente, es decir 60 grados en total. Verticalmente, el ángulo de visión se extiende 10 grados o 15 grados para arriba y para debajo del centro horizontal de la línea de los ojos. Las señales deben ubicarse dentro de dicha área para no pasar desapercibidas. (Calori, 2007, p. 164)

La ubicación del signo y la distancia de visión ayudan a determinar la jerarquía de la altura de montaje y los métodos. Existen dos zonas básicas para la colocación de la información: una zona superior y la zona de los ojos. En el interior de un local, generalmente la información primaria, y a

veces la secundaria, se colocan por sobre la cabeza, de modo que pueda ser visualizada sin la presencia de obstáculos, como personas u otros objetos del entorno. La información más detallada o de mejor jerarquía se coloca a la altura de los ojos.

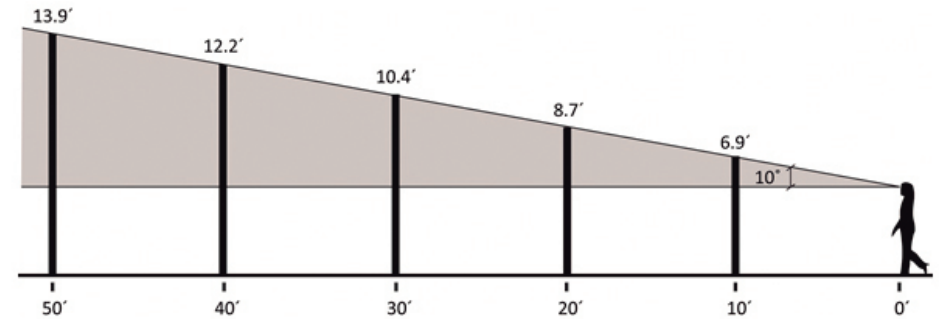


Figura 5

En el exterior, y específicamente para el peatón, la distribución de la información en las zonas es la misma. (Calori, 2007, p. 161)

En las señales interiores, la zona de los ojos para visualizar la información a nivel signo es aproximadamente entre 3'-0" y 6'-8" por encima del piso terminado (AFF), la zona para mostrar la información superior es en cualquier lugar por encima de 6'-6" AFF. Si la información detallada se muestra firme por debajo del 3'-0", muchas personas dejarán de leerlo, y si ésta se muestra por encima de 6'-8", se tendrá que sacar la cabeza para leerlo.

Por otro lado, información de arriba aparece a menudo en alto, montado sobre tierra firme, no sólo en suspensión o proyección de señales. (Calori, 2007, p.162)

Otro factor importante es que el ojo humano tiene un alcance o ángulo de visión limitado, ya que no tenemos visión de 360 grados horizontal. Tampoco se suele girar los ojos, la cabeza y el cuello, al menos que sea absolutamente

necesario. En consecuencia, los signos deben ser montados dentro de las líneas normales de la visión cuando las personas miran hacia adelante.

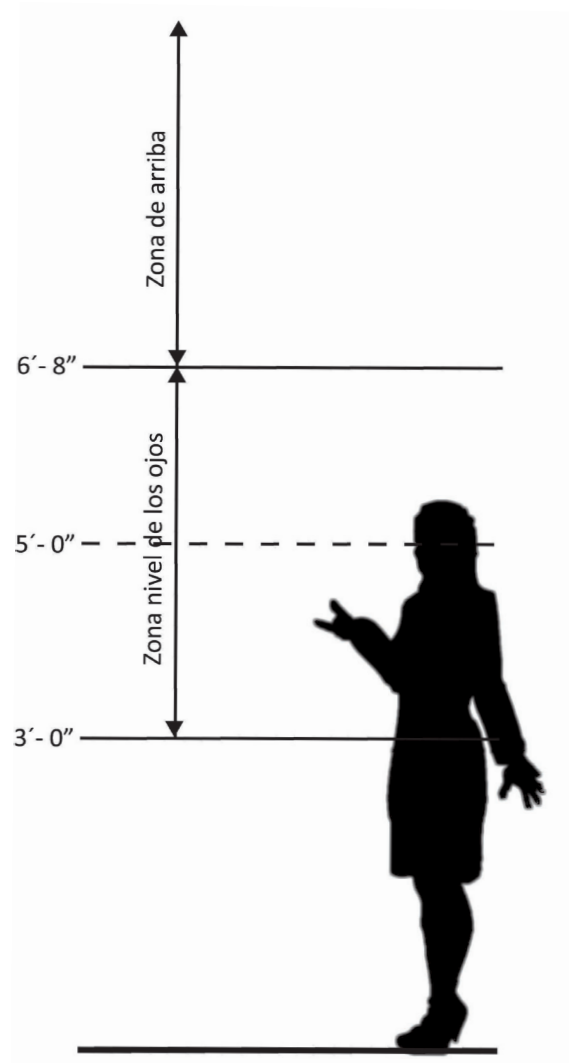


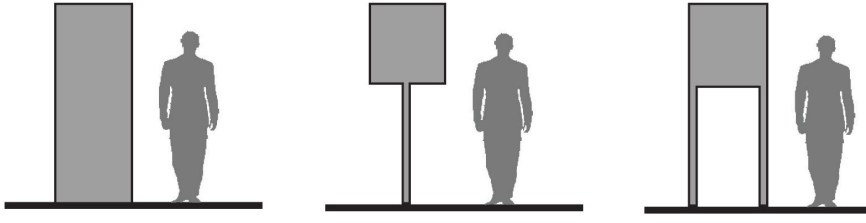
Figura 6

### SOPORTES

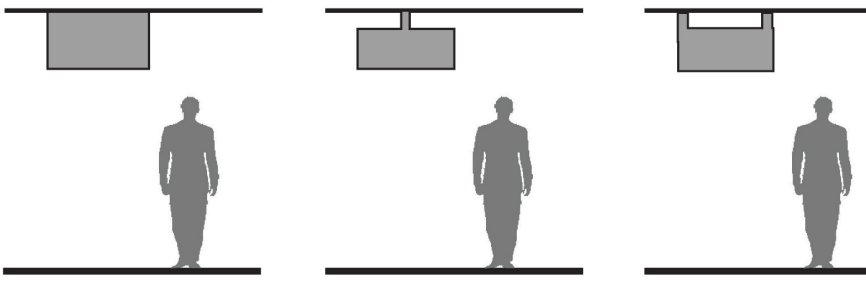
Calori (2007, p. 152-155) explica que las señales, no flotan en el espacio por arte de magia, sino que se deben montar en o sobre otra cosa, y lo que está montado es un importante factor de la forma intrínseca que tendrá una determinada señal. Básicamente, las señales están montadas en superficies horizontales, tales como pisos o techos, desde arriba o abajo, o en superficies verticales, como paredes de la parte posterior o lateral. Esto lleva a los siguientes cuatro tipos básicos de montaje:

- 1) Independiente o montado en el suelo, en el que se fija la parte inferior de la señal a la superficie de montaje horizontal, como un piso.
- 2) Suspendido o colgando del techo, en la que la parte superior de la señal se fija a un montaje en superficie horizontal, como un techo.
- 3) Proyectado o bandera montada, en el que el lado del signo se fija perpendicular a una superficie de montaje vertical, como una pared.
- 4) Planos de pared, en el que la parte posterior del cartel se fija paralela a una superficie de montaje vertical, como una pared.

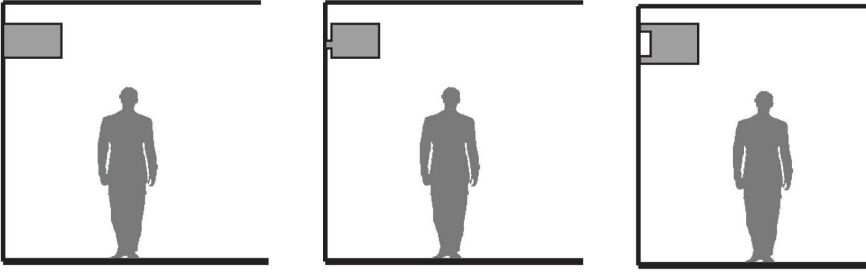
1)



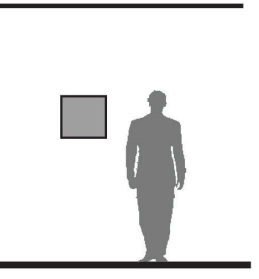
2)



3)



4)





**MARCO  
METODOLÓGICO**

El presente marco consta de las metodologías e instrumentos que serán utilizados para la realización del proyecto, los cuales ayudarán a alcanzar la solución al problema planteado. Se utilizarán dos metodologías, la primera se dirige a resolver el diseño de un Sistema de Identidad visual y la segunda a la creación de un Sistema Señalético.

Previo al desarrollo de cada metodología se describirán las técnicas de recolección de datos que serán utilizadas en este proyecto. Estas herramientas de investigación cualitativa, las cuales tienen la capacidad de modificarse y ajustarse a las necesidades de cada caso, se utilizarán en la etapa de investigación de ambas metodologías.

Las herramientas se clasifican en:

- **Observación:** nos permite el acopio de información de primera fuente sobre los aspectos de la institución. Existen diferentes tipos en cuanto a la técnica de observación:

Observador participante: todos los actores tienen conciencia de la presencia del observador ya que éste participa en la vida de la institución, estableciendo un contacto estrecho sin interferir en la actividad cotidiana de la institución.

Observador no participante: el observador no tiene contacto alguno con la institución dándose la información de un modo unidireccional.

Espectador: el observador se encuentra en la institución pero no forma parte de la vida de la misma. Se manifiesta distancia con el objeto de estudio.

- **Entrevista:** permite una recolección contextualizada de las palabras de los entrevistados. Estas son flexibles y dinámicas, es una narración dialogada por el entrevistador y el entrevistado. La entrevista puede clasificarse en:

Entrevista individual: cuando solo se encuentra el entrevistador y el entrevistado, en un espacio tranquilo.

Entrevista grupal: entre grupos de cuatro y seis personas quienes

interactúan entre sí y con el entrevistador. Se pueden obtener explicaciones más objetivas sobre la realidad que se estudia.

Entrevista no estructurada o abierta: cuando se quiere obtener las emociones y las subjetividades, se formulan preguntas sin un esquema específico.

Entrevista estructurada o cerrada: cuando la información que se desea obtener no es de tipo emocional. Se formulan preguntas con respuestas prefijadas, las cuales el entrevistado tiene la libertad de elegir entre una de ellas.

- **Cuestionario:** Es una técnica aplicada en la investigación de carácter cualitativa y un método eficaz para obtener información en poco tiempo. En su construcción, pueden considerarse preguntas cerradas, abiertas o mixtas.

Cuestionario Restringido o Cerrado: aquel que solicita respuestas breves, específicas y delimitadas. Pueden ser dos alternativas de respuesta o varias.

Cuestionario No Restringido o Abierto: aquel que solicita una respuesta libre, redactada por la propia persona cuestionada.

Cuestionario Mixto: aquel que está conformado por preguntas abiertas y cerradas.

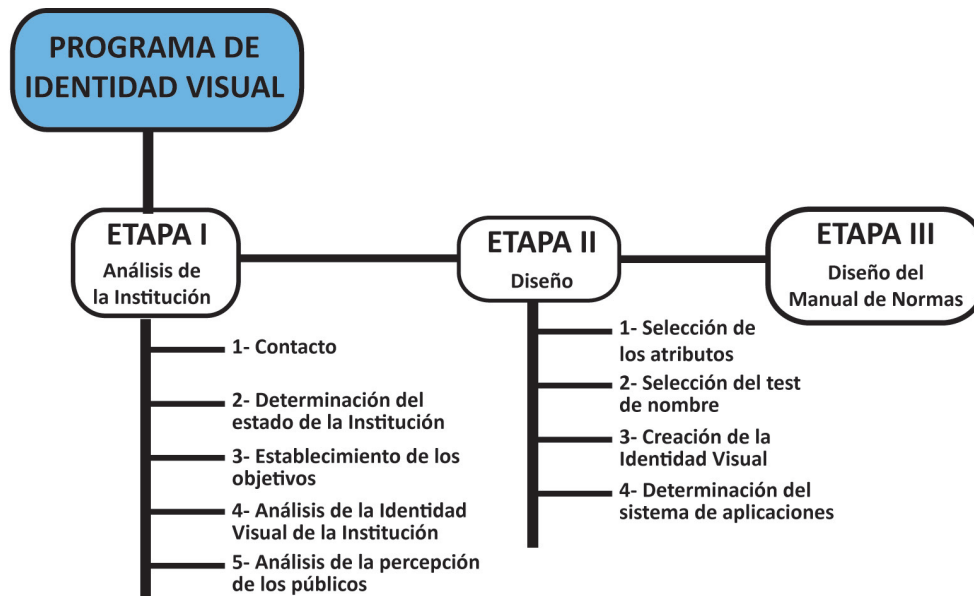
- Relevamiento de datos
- Relevamiento fotográfico

Luego de dar a conocer las herramientas, se procederá a describir las metodologías previamente nombradas. Se comenzará con la seleccionada para realizar la Identidad Visual del parque.

# PROGRAMA DE IDENTIDAD VISUAL

Existen varias metodologías para llegar a una misma solución. En este caso, se adaptará la metodología de Justo Villafañe (1998, p. 127) a los objetivos del presente proyecto dado que el mismo trata de un espacio abierto y de índole público. Se hará énfasis en lo que el autor describe como la creación de una imagen positiva presente en la mente de los individuos a través de la implementación de los elementos de Identidad Visual Institucional. Así mismo, la metodología se divide en una continuación de pasos a seguir para la creación de un programa de identidad visual.

## ETAPA I: ANÁLISIS DE LA INSTITUCIÓN



1. **CONTACTO:** Como primer paso se realizará un recorrido por el parque para conocer su estructura, áreas, recorridos y flujo de personas. Luego, se entrevistará al director del parque para conocer la historia y objetivos. Para finalizar, una entrevista con el presidente del Consejo Deliberante de la ciudad de Santa Rosa para obtener información sobre proyectos o ideas que se quieran implementar en el parque. **HERRAMIENTA:** Relevamiento fotográfico y documental, como así también una entrevista abierta al director del parque y al presidente del Consejo Deliberante de la Ciudad de Santa Rosa.

2. **DETERMINACIÓN DEL ESTADO DE LA INSTITUCIÓN:** Fijar la relación entre la identidad visual de la institución y su situación actual o futura. En el caso del presente proyecto se habla de lo que Villafañe denomina “entidad de nueva creación”, dado que el parque no posee una identidad.

3. **ESTABLECIMIENTO DE LOS OBJETIVOS:** Según Villafañe (1998), la determinación de los objetivos de la identidad visual se realiza a través de cuatro criterios:

- Selectividad: la elección selectiva de los objetivos. Se aconseja que no superen los tres o cuatro.
- Jerarquía: se procede a ordenar los objetivos según su grado de importancia.
- Compatibilidad: evitar que entre los objetivos seleccionados no existan incompatibilidades.
- Armonía: en función de la optimización global de los objetivos.

En esta instancia se hará uso de los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas al director del Parque y al presidente del Concejo Deliberante.

4. **ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD VISUAL DEL SECTOR:** Se realiza el análisis de la imagen de instituciones del mismo ámbito, en este caso de espacios verdes. De esto, se tomarán decisiones de adaptación de esas identidades o la realización de símbolos identitarios que se despeguen de la imagen del sector. **HERRAMIENTA:** Recolección de datos realizando un relevamiento

documental de los signos identitarios utilizados en distintos espacios verdes.

5. **ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS PÚBLICOS:** En cuanto a ideas y conceptos que tienen las personas de la institución. **HERRAMIENTA:** Observación directa de las actividades que realiza el público, como así también un cuestionario a las personas que se encuentran en el parque por motivación propia, con fin de obtener percepciones, ideas o sentimientos hacia el parque. Considerando tales apreciaciones se puede lograr un sistema de identidad visual amigable y reconocible por los ciudadanos.

## ETAPA II: CONFIGURACIÓN DE LA PERSONALIDAD INSTITUCIONAL.

1. **SELECCIÓN DE LOS ATRIBUTOS:** Elección de los atributos sobresalientes de la institución que permitirán realizar un discurso identitario.
2. **SELECCIÓN Y TEST DE NOMBRE:** Determinar el nombre de la institución el cual actuará como el principal referente textual de la identidad.
3. **CREACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL:** la traducción en imágenes visuales de toda la información recabada con anterioridad.
4. **DETERMINACIÓN DEL SISTEMA DE APLICACIONES:** esto se debe detallar antes de desarrollar el Manual de normas, lo que consta de determinar los soportes a los que será aplicada la nueva identidad visual.

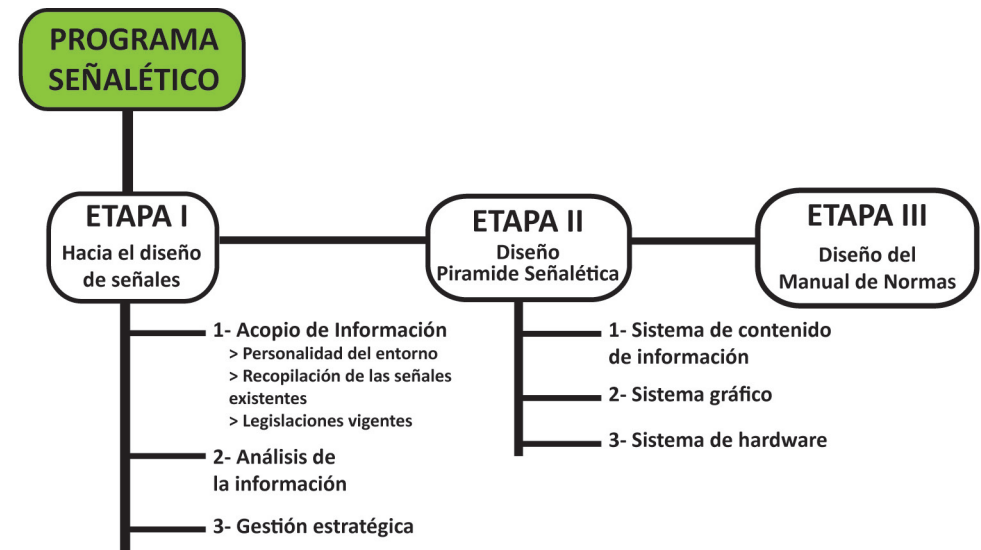
## ETAPA III: DISEÑO DEL MANUAL DE NORMAS

Instrumento de control de aplicación de toda identidad visual.

Se continuará en este marco metodológico con el desarrollo del proceso para la realización de la señalética del parque.

# PROGRAMA SEÑALÉTICO

Las metodologías seleccionadas para la elaboración de un programa señalético son las de Joan Costa (2007) y su programa señalético, Mitzi Sims (1991) con su proceso de diseño y Chris Calori (2007) con su Pirámide Señalética. La combinación y adaptación de cada una de ellas da como resultado una nueva metodología que brinda solución al problema planteado.



## ETAPA I: HACIA EL DISEÑO DE SEÑALES.

1. **ACOPIO DE INFORMACIÓN:** A nivel de lo que se necesitará para poder diseñar el sistema señalético. Este punto es muy importante para poder comenzar con el trabajo. A modo de cuadro se nombran la información necesaria y su correspondiente herramienta.

a) Personalidad del entorno-Funcionalidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación directa</li> <li>• Relevamiento Fotográfico</li> <li>• Relevamiento documental</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plano territorio</li> <li>• Condicionantes ambientales,</li> <li>• Señalética preexistente</li> <li>• Circulación (zonas frías y calientes)</li> <li>• Averiguar si tienen manual de uso</li> </ul>	
b) Recopilación de las señales de instituciones del mismo ámbito o rubro.	
c) Legislación vigente y normas del entorno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevamiento documental</li> </ul>

2. **ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN:** En esta etapa se debe realizar un informe-diagnóstico con los resultados de la información obtenida: identidad del entorno, layout del lugar con marcación de zonas frías y calientes, listado y fichas de las señales preexistentes. Esto permite abordar la magnitud del problema planteado en el presente trabajo.

### 3. **DIAGNÓSTICO**

4. **GESTIÓN ESTRATÉGICA:** Propuesta estratégica, la cual parte de establecer un programa de señalética que mantenga relación con el concepto trabajado para la creación de la Identidad Visual del Parque.

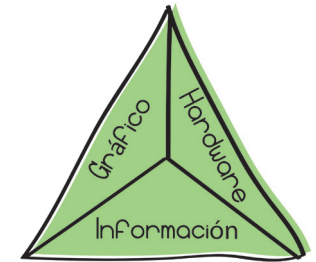
## ETAPA II: DISEÑO PIRÁMIDE SEÑALÉTICA

Esta pirámide fue diseñada por Chris Calori (2007, p.63-64) durante su tesis y afirma que es una herramienta estratégica para resolver un diseño complejo, como lo es un programa señalético. Establece que un diseño de programa señalético se prepara en el diseño de tres sistemas interrelacionados.

### 1. **SISTEMA DE CONTENIDO DE INFORMACIÓN**

Calori considera que la comunicación de información es la esencia funcional de cualquier programa de señalización, la cual consiste en:

- La información de los carteles.
- Cómo son redactados los mensajes del signo
- Dónde se localiza la información.
- Cómo se relacionan entre sí los mensajes y la ubicación de distintos signos en una coherente y cohesionada red de información.



### 2. **SISTEMA GRÁFICO**

Lo considera el vehículo de dos dimensiones que, visualmente, codifica y muestra el sistema de contenido de la información. El sistema consiste en:

- Lo que elementos gráficos bidimensionales usan para codificar la información de la señal (tipografías, símbolos, flechas, y el color).
- Cómo los elementos gráficos se distribuyen, para organizar el contenido de la información, destacar los mensajes y crear una identidad visual.
- Cómo los gráficos se aplican a los signos.

### 3. **SISTEMA DE HARDWARE**

El sistema hardware es la colección de tres dimensiones, el mismo se compone de:

- Las formas tridimensionales de los signos.
- Qué tamaño tienen los signos.
- Cómo los signos están montados o conectados a otros objetos del entorno.
- Materiales, revestimientos, acabados y técnicas de iluminación utilizadas.
- La relación de las señales entre sí y su alrededor.

En otras palabras y haciendo una simplificando lo dicho por Calori (2007), es en esta etapa donde todas las aproximaciones antes realizadas cobran vida, siempre respondiendo al concepto y la estrategia. Es la elección estratégica

del color, los tipos de señales, las palabras a utilizar, pictogramas y morfología de las señales

Sistema de contenido de la información	<ul style="list-style-type: none"><li>• Morfología</li><li>• Glosario de palabras a utilizar (determina el tamaño de la señal)</li></ul>
Sistema gráfico	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ícono</li><li>• Tipografía</li><li>• Pictograma</li></ul>
Sistema de Hardware	<ul style="list-style-type: none"><li>• Módulo compositivo</li><li>• Especificación de las características</li><li>• Materiales</li><li>• Formas de colocación</li></ul>

### ETAPA III: DISEÑO DEL MANUAL DE NORMAS

Última etapa en la cual se regulariza y determina, a través de un medio gráfico impreso o digital, las fichas de las señales con las formas de producción y colocación de cada una.



**CONTEXTO  
INSTITUCIONAL**

# LA CIUDAD

## HISTORIA

En el año 1885 el Coronel Remigio Gil, parte del gobierno de la nación, recibió 20000 hectáreas de un determinado sector del territorio de La Pampa como premio por importantes servicios y trabajos realizados. En ese predio creó una estancia a la cual denominó “La Malvina”, nombre de su esposa: Malvina Mason y designó como administrador a don Tomás Mason, padre de Malvina. Tomás Mason tenía la idea de crear un pueblo en esas tierras y cada acción que realizaba era para poder concretar ese proyecto. Así fue como al ver la llegada del primer forastero al territorio lo invita a quedarse para ayudar con su proyecto y le ofrece un terreno junto a la tranquera de la estancia. Aquel forastero fue León Safontás, quien se considera el primer habitante del pueblo. Don Tomás tuvo el mismo gesto con la mayoría de las personas que llegaban hasta la tranquera.

Una vez formado el proyecto, el 22 de abril de 1892, el gobierno de la nación autorizó fundar la soñada ciudad y Tomás Mason le dio el nombre de Santa Rosa, haciendo honor a su esposa, Rosa Fuston de Mason.

Al año de ser fundada, Santa Rosa de Toay contaba con alrededor de 800 habitantes, una escuela de niñas y varones. La primera maestra fue la señorita Enriqueta Schmidt.

El 16 de Septiembre de 1894 fue instalada la primera municipalidad y enseguida comenzó la batalla para que la línea de ferrocarril oeste, que llegaba hasta Trenque Lauquen, llevara sus rieles hasta Santa Rosa, objetivo que se logra en 1897.

En 1899 llegó el primer médico, el Dr. Oliver, figura importante no sólo en el ámbito profesional, sino también en la vida social y política.

En 1900 cuando era Gobernador el Dr. José Luro, la Capital del Territorio fue trasladada desde General Acha a Santa Rosa. Ese mismo año, con la presencia del Presidente de la Nación, Gral. Julio Argentino Roca, fue inaugurada la Pirámide en Homenaje a la Conquista del Desierto en la Plaza Mitre (hoy San Martín). También se instaló la Comandancia Militar que en 1908 se convirtió en Distrito Militar.

En el año 1904, el P.E.N. dictó el decreto que convertía a Santa Rosa de Toay definitivamente en Capital del Territorio de La Pampa Central. Y, en 1917, se le suprimió la expresión “de Toay” quedando solo “Santa Rosa”.

La provincialización llegó en 1952 y Santa Rosa es desde entonces Capital de la Provincia de La Pampa. En 1958, se creó la Universidad Nacional de La Pampa. Años después, con ideales firmes y el convencimiento por la lucha para lograr el objetivo, la comunidad estudiantil con el apoyo de todos logró, en el otoño de 1973, nacionalización de la misma. Allí, al noroeste de la laguna se emplazó “La Malvina” porque el agua estaba cerca y el suelo arcilloso permitía fabricar adobones y ladrillos ya que había mucha madera, necesaria para hacer leña, postes y varillas. Y, tal vez, sin pensarlo, porque desde allí se vería llegar la oleada migratoria de familias que venían del este; aquellos que se encontraban con Don Tomás Mason en la tranquera y al ser invitados se quedaron para fundar aquel pueblo que en el año 2001 llegó a los 100.000 habitantes.

## EL PARQUE

El Parque Recreativo “Don Tomás”, de carácter público, se encuentra ubicado a diez cuadras del centro de la ciudad de Santa Rosa. Las tierras que hoy ocupan el actual Parque Recreativo fueron donadas por Tomas Mason.

Topográficamente, este predio siempre fue un lugar bajo, por lo tanto receptor de las aguas de lluvia de las zonas circundantes.

A principios de los años setenta, comienza el primer desarrollo de áreas dentro del espacio, por ejemplo: canchas de fútbol, la zona de camping, pileta, sector de parrillas y juegos infantiles, para que sean utilizados por los santarroseños.

En los años noventa, el impulso del desarrollo del parque recreativo toma mayor auge, y se comienza a utilizar este espacio, donde se iba a disfrutar del fin de semana, en un parque instalado en la sociedad para que se pueda disfrutar todos los días de la semana.

Con ese objetivo es que se logran: la instalación de la cancha de tenis, cancha de softball, pista de atletismo con piso sintético, un velódromo (para carreras de bicicletas), la escuela de canotaje, confitería, y más adelante, la isla de los niños (año 2000).

El gran impulso que se genera en el parque es dado en la época del Intendente: Oscar Mario Jorge que estuvo al frente de la Intendencia en tres periodos desde 1991 hasta 2003.

El predio tiene más de 300 hectáreas, donde más de 150 las cubre la laguna, se disponen cerca de 30 personas para el mantenimiento diario y 15 personas para la seguridad repartidos en distintos turnos.

El área de difusión está a cargo de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Santa Rosa en el ámbito local. Como se puede apreciar, son muchas las actividades que se desarrollan en el parque: recreativas, deportivas, culturales, turísticas, comerciales, educativas, etc.

El parque está conformado por varios servicios como:

- Área de camping
- Canchas de fútbol, voley, básquet y softball
- Circuito de salud
- Club Náutico
- Circuito de ciclismo
- Parrillas
- Juegos infantiles
- Proveedurías
- Pileta de natación
- Pista de atletismo
- Recreo La Isla
- La Isla de los Niños
- La Isla de los Patos
- El Mirador de la Cruz
- El Faro
- Estancia Las Malvinas

La laguna es apta para la pesca, donde predomina el pejerrey y permite, además, la práctica de:

- Windsurf
- Kayak
- Canotaje
- Esquí acuático
- Motonáutica

 **DESARROLLO**

# IDENTIDAD VISUAL

## ETAPA I: ANÁLISIS DE LA INSTITUCIÓN

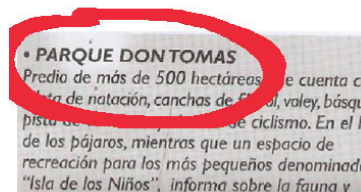
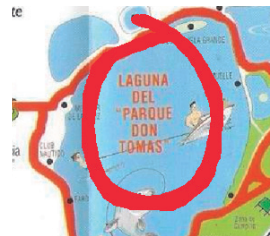
### 1. CONTACTO

El relevamiento fotográfico y una entrevista abierta no estructurada (anexo) con el director del parque Oscar Rulli y el presidente del Concejo Deliberante de la ciudad, Ángel Baraybar permitió obtener información sobre la historia del Parque, sus comienzos y los objetivos sociales que tiene el mismo en la ciudad de Santa Rosa, La Pampa. Esta información fue presentada en “Contexto Institucional”.

### 2. DETERMINACIÓN DEL ESTADO DE LA INSTITUCIÓN

El Parque no cuenta actualmente con una Identidad Visual. El espacio invita la entrada al mismo ingresando por un arco de entrada y salida, y recibiendo a visitante con un cartel genérico. En lo que respecta a la promoción del parque, su nombre aparece con diferentes tipografías dependiendo del soporte. Así mismo, las fuentes utilizadas no poseen características distintivas.

En efecto se consideró necesario la realización de una, cómo nombra Villafañe (1998) “entidad de nueva imagen”.



### 3. ESTABLECIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

Los objetivos descriptos a continuación son resultado de las entrevistas con el director del parque y el presidente del concejo deliberante, y resultado de analizar las observaciones realizadas al parque.

> Selectividad:

- Comunicar a la gente sobre las actividades y servicios.
- Informar la existencia histórica que posee el parque.
- Aportar mayor dinamismo.
- Concientizar sobre el pulmón verde y su conservación.
- Fomentar el turismo del parque a nivel provincial y nacional.













> Jerarquización:

- Aportar mayor dinamismo.
- Fomentar el turismo del parque a nivel provincial y nacional.
- Informar sobre la existencia histórica del parque.
- Comunicar a la gente sobre las actividades y servicios.
- Concientizar sobre el pulmón verde y su conservación.

### 4. ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD VISUAL

Al analizar la inclinación que posee la Identidad Visual de espacios abiertos como parques y jardines, se pretendió lograr una identidad que se desprenda de la imagen del sector.

Identidad Visual	Nombre	Logotipo	Símbolo	Identidad Cromática
	Descriptivo Toponímico	JARDIN BOTANICO DE CORDOBA		

	Descriptivo Toponímico			
	Descriptivo			
	Descriptivo Patronímico			

### CONCLUSIÓN DEL CUADRO

Las identidades aquí presentadas, se encuentran formadas por los cuatro elementos antes mencionados. Cada identidad presenta un símbolo: *pictograma figurativo o abstracto* que hace alusión a la actividad o representa el elemento figurativo del lugar; *un nombre que la identifica*: descriptivo en su mayoría pero otros con el nombre de su fundador (patronímico) como el caso del Parque Luro o del lugar de origen (toponímico) como el Jardín Botánico de Córdoba; *una gama de colores* que los representa y ayuda a aumentar la simbolización de los elementos con respecto a lo que identifican. A continuación se analizará cada Identidad desde el punto de vista sintáctico, semántico y pragmático.

**Jardín Botánico de Córdoba:** Se puede observar una composición de hojas que forman una flor y se encuentra en la parte superior, esta flor esta compuesta por hojas de diferentes colores que en forma de elipse centrifugan hacia afuera, de mas pequeña a mas grande. Este elemento representa la vegetación y los colores que poseen algunas de las tantas especies de plantas que se encuentran en el Jardín Botánico.

**Parque Ecológico Chapultepec:** El símbolo que actúa como isologo es un rectángulo que simula las antiguas placas de piedra llamada, donde se tallaban diferentes clases de escritura. En ella se pueden observar diferentes símbolos, pictogramas y diferentes colores de fondo. Estos representan los diferentes elementos que se encuentran en el aire, cielo y tierra. Y también, hacen referencia a los factores que intervienen en la visita al Parque, dado que el mismo es un espacio abierto donde interactúa el hombre y la naturaleza.

**El Rosedal:** Se observa la representación de una rosa por medio de un pictograma figurativo. Este ha sido utilizado para generar asociación con el nombre seleccionado para esta Identidad. El color predominante es el rojo- bordo.

**Reserva Provincial Parque Luro:** El elemento utilizado para representar la Reserva ha sido un pictograma figurativo de árbol de caldén. Este pictograma es monocromático y se encuentra en el centro de la composición. Dado que es una reserva de caldenes específicamente es por eso la utilización de tal elemento.

### 5. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS PÚBLICOS

En esta etapa se buscó conocer las preferencias y gustos de los visitantes que conforman el público objetivo a través de un cuestionario (anexo), el cual permitió encontrar disparadores de diseño que permitieron poder diseñar una imagen de acuerdo a dichas preferencias y gustos. Es decir, una Identidad Visual que reflejara dichas preferencias y gustos.

El tamaño de la muestra se basó en una cantidad de 100 ciudadanos de

Santa Rosa, La Pampa. Tal cantidad de encuestados resultó basta para poder realizar una aproximación de los gustos, actividades y frecuencia con que se visita el parque.

Una vez realizado el cuestionario, los resultados fueron los siguientes:

De los datos obtenidos se determino que el rango etario de personas que concurren por motivación propia al Parque es de 16 a 70 años. Pero no se puede dejar de lado la visita de los más pequeños quienes son acompañados por adultos. Existe un mayor número de personas de sexo femenino que concurre al parque, aunque el número de personas masculinas no es mucho menor. Casi el total del público afirma visitar el Parque. En cuanto a las actividades que se realizan en el Parque, un gran porcentaje de 30% afirma tener preferencia por tomar mates en el Parque, y un 25% de caminar. Esto indica lo importante que resulta este espacio para los ciudadanos, en donde pueden distenderse a la vez que hacer algo por su salud.

Según los resultados, el promedio de visitas al parque es semanalmente.

Esto indica el uso e importancia que posee el Parque para la ciudad.

Un mayor porcentaje de encuestados afirma considerar al parque como el “Pulmón Verde” de la ciudad, mientras que otros lo ven como lugar de recreación y un 87% afirma que no conoce la historia del Parque. Este es un dato importante a saber, ya que en el avance del trabajo se podría pensar en alguna señal informativa sobre este punto.

## CONCLUSIÓN ETAPA I:

Es posible afirmar que el Parque es un predio amplio con muchas actividades y servicios que ofrecer. Su historia va de la mano con la creación de la ciudad capital de la provincia de La Pampa y es por ellos la importancia simbólica que se le atribuye a este lugar. La percepción que los usuarios tienen de este espacio es positiva, lo consideran un lugar de recreación y escape para pasar el tiempo y realizar deportes. Como así también es un espacio utilizado para

el camping, espectáculos y eventos como lo es el Rally Dakar.

Es por eso que en el presente TFG se buscó dar solución a la necesidad de identificación y pertenecía que el Parque debería tener para lograr su máxima valoración.

Teniendo en cuenta las conclusiones obtenidas del análisis de otras Identidades del sector, se pudo determinar algunos de los signos que la identidad del parque necesita, como es un nombre identificativo, un símbolo distintivo y colores representativos. Estos, deberán comunicar de manera estratégica para que la identidad se extienda a todas las formas de comunicación del Parque.

## ETAPA II: CONFIGURACIÓN DE LA PERSONALIDAD INSTITUCIONAL.

### 1. SELECCIÓN DE LOS ATRIBUTOS

En esta sección se realizó la elección de los atributos sobresalientes de la institución que permitieron contemplar características de imagen para llegar a construir la personalidad de la institución. Como por ejemplo:

- De gran dimensión
- De utilidad social
- Punto de encuentro
- De historia y tradición

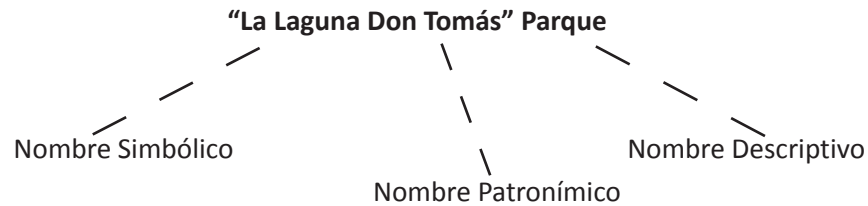
### 2. SELECCIÓN Y TEST DE NOMBRE

Este punto fue muy importante dado que el nombre es el referente textual y ayudo a elaborar la Identidad Visual. A continuación la lista de los posibles nombres que se tuvieron en cuenta:

La laguna “Don Tomás”, Parque Recreativo  
Parque Recreativo “Don Tomás”  
“Don Tomás” Parque Recreativo

“La Laguna” Parque Recreativo  
 Parque “La Laguna Don Tomás”  
 Laguna “Don Tomás” Parque Recreativo  
 La Laguna “Don Tomás” Parque  
 Parque Don Tomás “La Laguna”

Siguiendo la tipología de elección de nombre de Villafañe (1998) se ha seleccionado el siguiente nombre que represente al Parque:

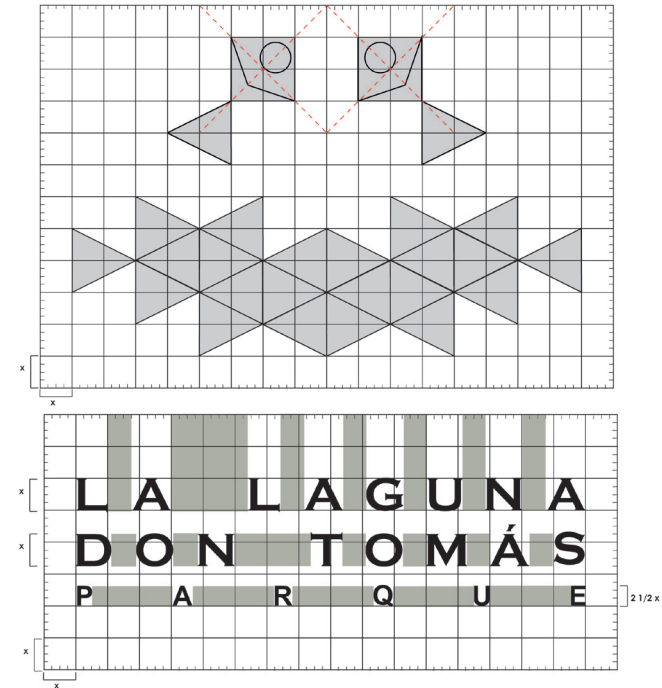


Se consideró correcto el nombre seleccionado ya que describe lo que es (un parque), habla de su símbolo (la laguna) y mantiene la historia a través del nombre de la persona que fundó la ciudad.

Para lograr una Identidad que represente al parque se determinó el concepto estratégico “**Paseo de colores**”, haciendo alusión a la actividad principal que los ciudadanos realizan en el lugar; y se tomó como referente al símbolo característico y los colores que se ven reflejados en el agua y en el paisaje.

#### 4. CREACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL

Estratégicamente la identidad del Parque está compuesta por un logo, símbolo y gama cromática. En la parte “anexo” se puede visualizar la etapa de bocetado para lograr dicha identidad, lo que permitió determinar finalmente las características de cada elemento. Dicha etapa dio como resultado la siguiente Identidad Visual:



## 5. DETERMINACIÓN DEL SISTEMA DE APLICACIÓN

Aquí se determinaron aquellos soportes donde será implementada la identidad del parque, como de ser:

- Papelería Institucional
- Señalética
- Merchandisign

La mayoría de estas aplicaciones se puede visualizar en el manual de uso pertinente al parque. Por lo que respecta a señalética, la aplicación de la identidad en la misma es determinada en el manual de uso correspondiente.

## CONCLUSIONES ETAPA II:

El objetivo principal de este proceso fue lograr el diseño de una Identidad que caracterice al Parque. Tal diseño fue alcanzado gracias a la aguda investigación que se realizó para obtener aquellas características y objetivos de la existencia del mismo.

La Identidad Visual lograda posee pregnancia por sus colores llamativos, singularidad por la morfología de su símbolo y compatibilidad con el elemento principal y característico del lugar, la laguna. El nombre elegido para que se lo represente fue determinado por el modo en que los lugareños llaman al parque cotidianamente, pero sin dejar de lado a “Don Tomas”.

# SEÑALÉTICA

## ETAPA I: HACIA EL DISEÑO DE SEÑALES.

### 1. ACOPIO DE LA INFORMACIÓN



- CONDICIONANTES ARQUITECTÓNICOS: Joan Costa (1989) considera importante remarcar aquellas falencias arquitectónicas que posee la institución para saber donde hacer transparente el mensaje y facilitar la solución. Se puede observar que el parque no posee diseño arquitectónico

en grandes medidas para poder brindar un ambiente menos urbano a los visitantes. Así mismo a parte de los caminos determinados para la circulación existen caminos y senderos creados por los usuarios los cuales no fueron planeados por ende no se encuentran señalizados. También se aprecia lugares y caminos de acceso restringido e imposible de recorrer.

La mayoría de las señales se encuentran fabricadas con madera, pero en otro lado se puede apreciar varias realizadas en chapa. Y esta variedad de materiales también es aplicada a los cestos de basura, se pueden ver hechos de cemento, plástico y chapa.

- **CONDICIONANTES AMBIENTALES:** Al ser un espacio abierto los condicionantes ambientales como altas temperaturas en verano o bajas en invierno inciden en el flujo de visitas que posee el parque. También influye en la condensación y dilatación de los materiales con los que se construyen las señales. Así pues, fue importante este punto para decidir con que materiales se trabajaran las señales del actual proyecto.

Otro condicionante importante a destacar, es el de la vegetación, la cual genera que varios accesos queden restringidos, como así implica la responsabilidad del usuario para su preservación.

- **NORMAS Y LEYES:** Al realizar un proyecto de aplicación de señales se debe tener en cuenta las restricciones legales de su implementación. En este caso se tomara en cuenta la Ley Nº 38 - LEY GENERAL DE OBRAS PÚBLICAS y la Ley Nº 1914 - LEY AMBIENTAL.

- **NORMAS INTERNACIONALES:** En este apartado se hace alusión a un sistema de signos el cual fue diseñado para el uso en la vida moderna. Creado por colaboración entre el AIGA y el Departamento de Transporte de EE.UU (DOT).

AIGA designó un comité de cinco diseñadores (Thomas H. Geismar, Seymour Chwas, Rudolph de Harak, John Lees y Massimo Vignelli) quienes evaluaron los símbolos y formularon recomendaciones para la adaptación o el rediseño de ellos. En 1974 se editan dos publicaciones en donde se encuentran analizados 34 símbolos para el uso internacional

El sistema DOT se utiliza para el diseño de señales de aeropuertos, terminales de tren y de autobuses en el mundo (<http://www.aiga.org/symbol-signs/>)

- **SEÑALÉTICA PRE-EXISTENTE**

Parámetros climáticos promedio de Santa Rosa (La Pampa)													
Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
Temperatura diaria máxima (°C)	31.0	30.1	26.2	22.1	17.7	14.5	14.0	16.8	18.9	22.9	26.5	30.1	22.5
Temperatura diaria promedio (°C)	23.7	22.5	19.0	15.0	10.7	7.6	7.2	9.4	11.8	15.8	19.4	22.7	15.4
Temperatura diaria mínima (°C)	16.3	15.3	12.7	9.4	5.4	2.6	2.1	3.5	5.6	9.0	12.2	15.2	9.1
Precipitación total (mm)	94.0	64.0	95.5	69.0	37.3	9.2	32.0	28.6	53.0	57.0	95.5	90.0	725.7
Días de precipitaciones (≥ 1 mm)	10	6	9	7	6	4	5	3	6	9	8	8	81

Fuente: Servicio Meteorológico Nacional<sup>10</sup>



Cartel de Despedida



Cartelería de Bienvenida



Mapa del lugar



Señales de regulación



Cartelería de Camping



Baños



Cartel del Club Náutico



Cartel del Carusel



Cartelería de Turismo



Cartel cancha de fútbol



Señal direccional



Área de manejo



Restricciones ingreso a la isla



Cartelería de circuito de salud



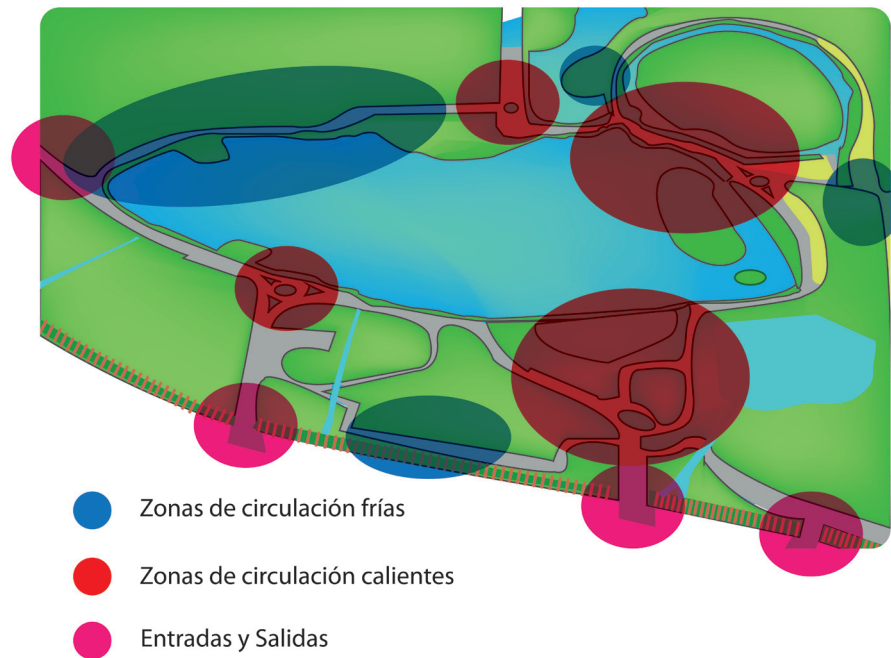
Cartel de la Isla de los niños



Señal reguladora

También se realizó un relevamiento fotográfico de la Reserva Ecológica Parque Luro, la cual se encuentra ubicada a 35 kilómetros sur de la ciudad de Santa Rosa sobre la ruta nacional n° 35. Se consideró importante el relevamiento de este parque dado que es el único que se encuentra cerca de la ciudad y su investigación influyó para hacer una comparación de las señales que posee este último y el Parque. Las imágenes se pueden visualizar en el Anexo.

• CIRCULACIÓN DE ZONAS FRÍAS Y CALIENTES



2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Luego de hacer una exposición de las señales que existen en el parque se procedió a analizar tales imágenes según los parámetros establecidos en el marco teórico. Para lograr tal análisis se cuantificó las señales y describió los elementos presentes.

Tipo de señales en el Parque:

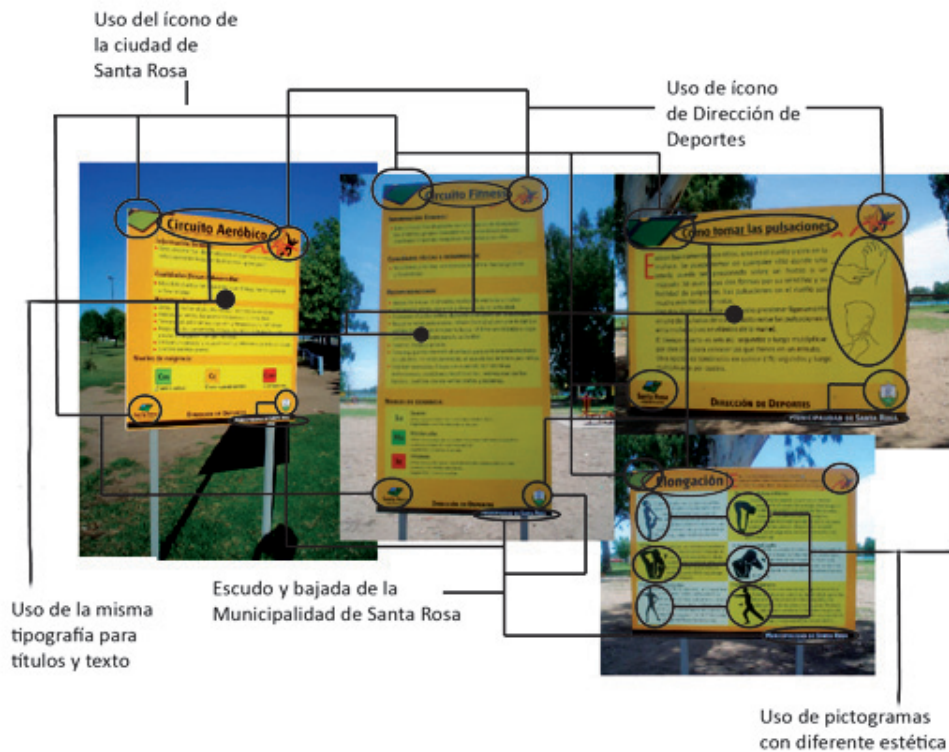
SEÑAL ORIENTADORA



El cartel de ingreso al Parque, es una señal direccional para guiar a usuario en el recorrido. Este no es claro ya que solo indica las áreas de circulación, ingreso y punto claves, dejando indicado en a parte de referencias los servicios y actividades; se puede observar que es un mapa viejo, dado que el parque ha sufrido modificaciones en cuanto a áreas de prestación de servicios y

deportes; y por ultimo el cartel se encuentra ubicado en las afueras del predio a un costado del arco de entrada, con dimensiones reducidas de tamaño, lo que produce que la mayoría de los usuarios que ingresan al parque pasen inadvertidos ante el cartel y quienes lo hacen en vehículo no puedan hacer una interpretación rápida y legible del mismo.

### SEÑALES INFORMATIVAS



La señalética informativa que se puede observar en el parque trata de un nuevo plan de ejercitación que se propuso a comienzos del 2012. Si bien este conjunto de señales representa un sistema, se ha podido encontrar varios errores como por ejemplo la utilización de diferentes estéticas en el diseño

de los pictogramas que representan los ejercicios; variedad de elementos utilizados y por último pero no menos importante, estas señales no concuerdan con la estética utilizada para las señales existentes en el parque.

### SEÑALES INDICATIVAS



La falta de un sistema señalético se hace claro en esta exposición de las señales indicativas. No solo es variado el uso de materiales sino también el de tipografía, colores y colocación.

### SEÑAL DIRECCIONAL

Única señal direccional presente, la cual no concuerda con ninguna de las señales antes expuestas. Simple estéticamente pero la falta de mantenimiento genera poca legibilidad.



### SEÑALES REGULADORAS



Aquí también se puede observar que no existe un sistema en el diseño de las señales reguladoras. Algunas concuerdan con la primera señalización del parque (señales en madera tallada) y otras con el nuevo sistema de señales.

### 3. DIAGNÓSTICO

Luego de analizar las señales del parque, fue posible lograr una evaluación general de los problemas que presenta la señalética actual de la institución.

Se hizo claro que la señalética del Parque Recreativo “Don Tomás” no posee un sistema entre sus piezas, por lo cual las señales no funcionan. Se han agregado señales con diferentes gamas cromáticas lo que marca una gran diferencia de las antiguas con las nuevas. Y es notable la variación de materiales utilizados.

Cuando se expuso la señal orientadora, aquella que se utiliza para situar a los usuarios en el espacio, el Parque posee solo una la cual se encuentra a las afuera de su ingreso principal por la calle Uruguay y se repite por su ingreso secundario de la Av. Roca. Es un mapa montado sobre el suelo ubicado a 1,70 mts de altura el cual no se encuentra actualizado. La utilización de mapas para orientar a los usuarios permite que al ingresar al lugar se puede tener una idea general de dónde se está situado.

También fue posible observar la falta de señales direccionales, solo se pudo observar una de ellas y en muy malas condiciones. Es importante mostrarle al usuario hacia donde se dirige si toma aquella calle o aquel sendero, como así también con que servicios se puede llegar a encontrar.

Las señales orientadoras son aquellas que muestran los diferentes destinos desde un punto determinado, haciendo de guía en el recorrido y permitiendo saber de ante mano con que se va a encontrar el usuario. Eso se hace posible gracias a la utilización de la flecha.

En las señales identificativas del lugar, se pudo observar la ausencia de algunas de ellas y la falta de pictogramas en el caso de los baños lo que haría

innecesaria la utilización de texto y permitiría una comprensión mas rápida. A su vez, la variación de materiales, tipografía, colores y la repetición de información genera confusión. Por otro lado, al llegar al área, está no se encentra bien identificada por un cartel característico y que guarde relación con los demás.

Las señales reguladoras no siguen una línea de diseño, conviviendo señales actuales con señales antiguas y en mal estado. Si bien cumplen con la función de regular el ingreso o utilización de un servicio como así también la prohibición de ingresar con un perro o pescar.

Y por ultimo las señales informativas, estas en su mayoría corresponden a una nueva señalización de ejercitación realizada en 2012. Las mismas no poseen un lineamiento en cuanto a diseño de pictogramas y su estética no corresponde con la señalización existente en el Parque.

Con todo lo antes expuesto se pudo determinar la necesidad de crear un Sistema Señalético. Aquel que establezca lineamientos de diseño, legibilidad y estética como tipografía simple; tamaños, alturas y ubicación de la señalética para mejor su comprensión; materiales y métodos de colocación; pictogramas y colores que guarden relación con la identidad del Parque y permitan mejorar la accesibilidad de los usuarios.

#### 4. GESTIÓN ESTRATÉGICA

Parámetros generales para el diseño de señales.

- La tipografía debe ser sans serif, en su versión Light, Regular, Medium y Bold, para poder ser implementada sin cambiar su morfología, en diferentes señales según el tamaño e información.
- El tamaño de la tipografía dependerá de cada una de las señales.

- No se hará uso de abreviaciones en las palabras dado que pueden crear confusión e interpretación errónea de la información.
- Se buscará las palabras claves y su equivalencia icónica.
- Se dividirán en colores las actividades, servicios y espacios que brinda el parque. Quedando “deportes” con color verde, “servicios” con color azul y “áreas” de color naranja.

## ETAPA II: DISEÑO PIRÁMIDE SEÑALÉTICA

### 1. SISTEMA DE CONTENIDO DE INFORMACIÓN

Mensajes en las señales y su contenido

TIPO DE SEÑAL	SEÑAL	CONTENIDO
ORIENTADORA	• Mapa del Parque	Mapa + Referencia + Historia
DIRECCIONAL	• Nombre de Calles	Nombre + Flecha
IDENTIFICATIVA / DIRECCIONAL	• Baños	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Proveeduría	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Turismo	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Club Náutico	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Recreo la Isla	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
IDENTIFICATIVA / DIRECCIONAL	• Isla de los Patos	Pictograma + Texto / Texto + Flecha

TIPO DE SEÑAL	SEÑAL	CONTENIDO
IDENTIFICATIVA / DIRECCIONAL	• Escuela Canotaje	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Camping	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Fogatas	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Mirador La Cruz	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• El Faro	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• La Malvina	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Estacionamiento Gratuito	Pictograma + Texto / Texto +
	• Cancha Voley	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Cancha Fútbol	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Cancha Básquet	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Cancha Softball	Pictograma + Texto
	• Cancha Tenis	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
IDENTIFICATIVA / DIRECCIONAL	• Pista Ciclismo	Pictograma + Texto / Texto + Flecha

	• Pista Atletismo	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Megaestadio	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
	• Pileta	Pictograma + Texto / Texto + Flecha
REGULADORAS	• Prohibido pescar	Pictograma
	• Prohibido	Pictograma
	• Prohibido entrar	Pictograma
INFORMATIVAS	• Circuito de Salud	Texto

## 2. SISTEMA GRÁFICO

### > Tipografía

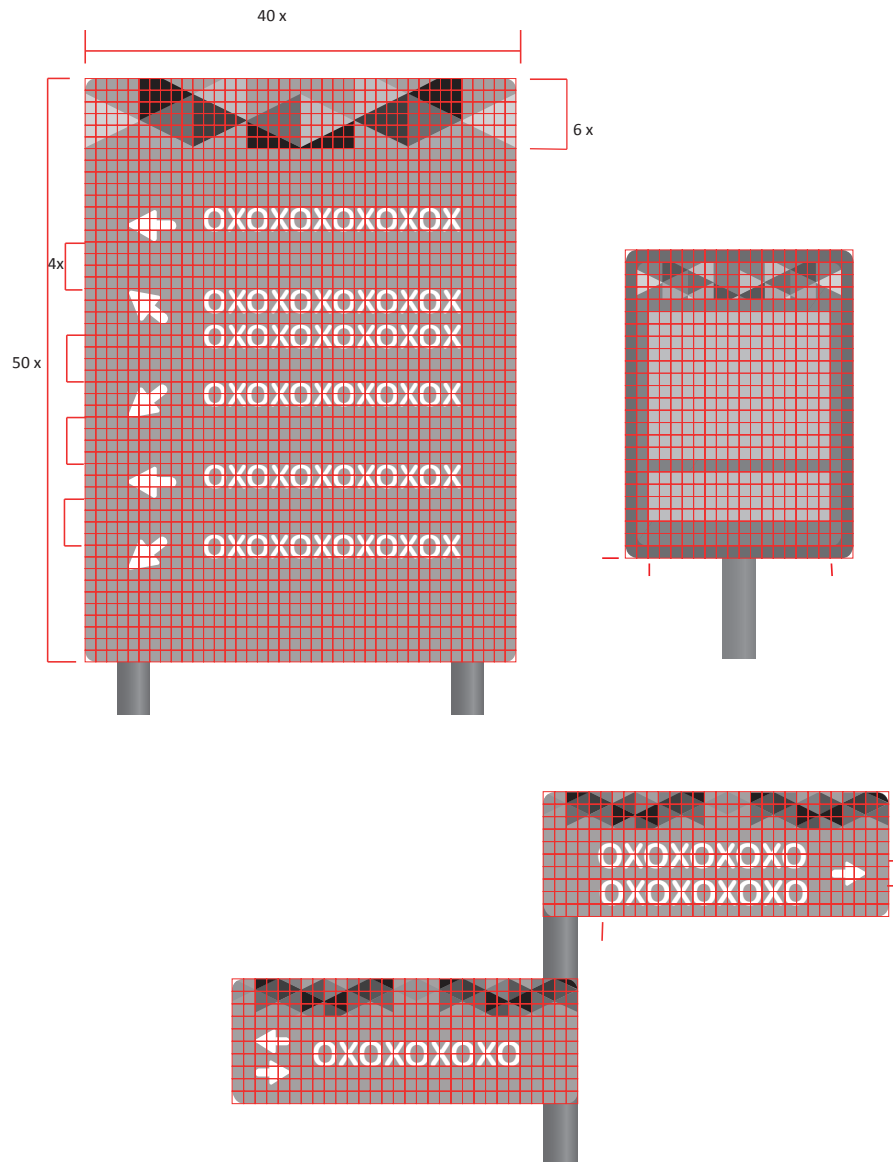
La tipografía es la columna vertebral del signo del sistema gráfico, porque la mayor parte del contenido informativo de un sistema señalético se transmite por las palabras en lugar de elementos pictóricos. (Calori, 2007, p. 103)

Se decidió trabajar con la misma tipografía que fue seleccionada para los textos en la Identidad Visual, para reforzar la misma y seguir con los lineamientos del Sistema.

Por lo que se ha elegido la tipografía Calibri, por tener modulación en los trazos, lo que permite una composición más legible y reconocible, y por tener una familia tipográfica amplia que permite generar contraste en los carteles. A continuación se presenta la tipografía en sus variables, regular, italic, bold y bold italic .



Bocetos



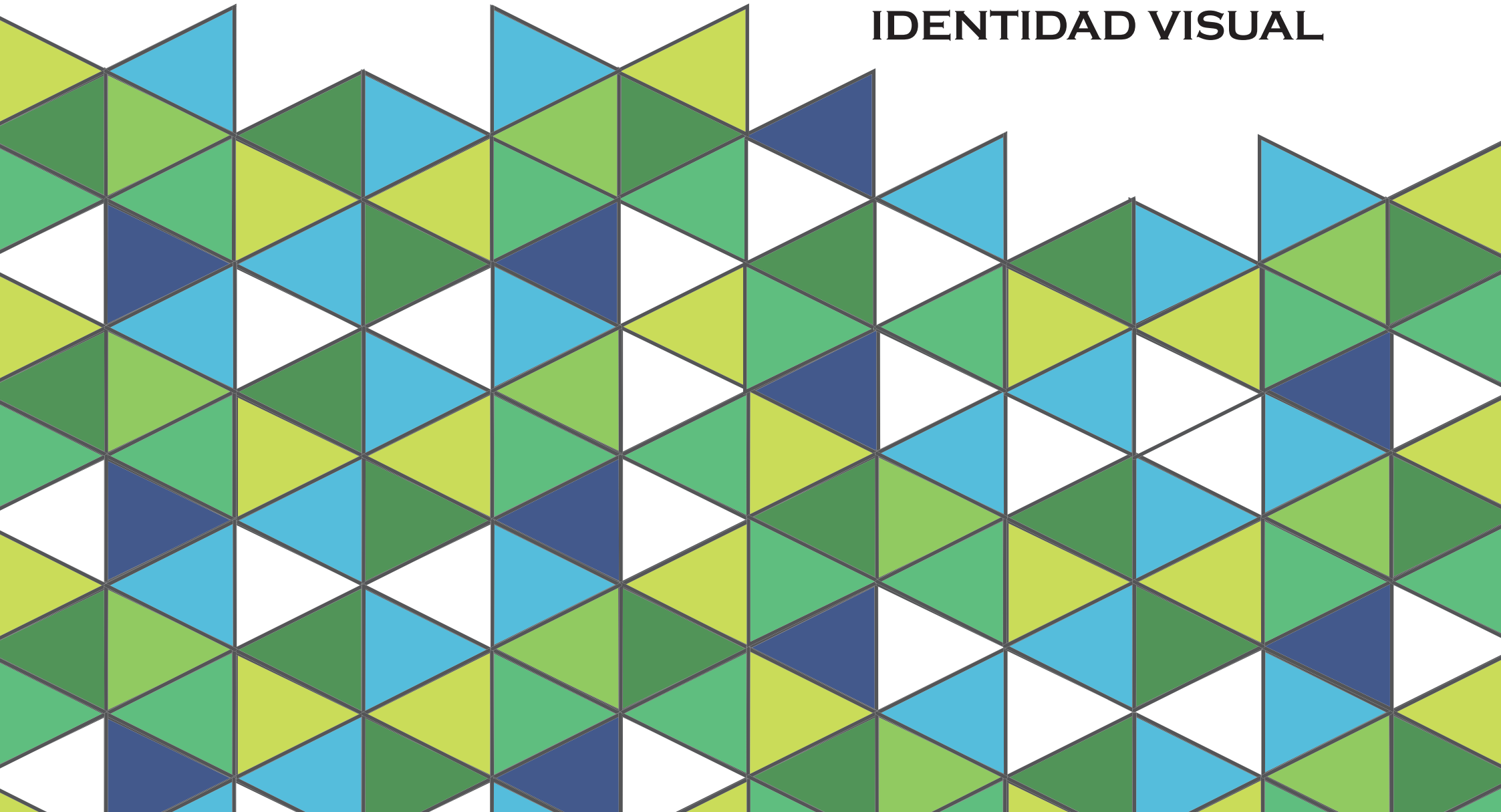
> Gama cromática

La elección de la gama cromática esta determinada por los colores que se presentan en la Identidad Visual y por otros que brindan contraste, dinamismo y legibilidad al programa señalético.

A traves de estos colores se busca reforzar la nueva imagen de La Laguna Don Tomás.

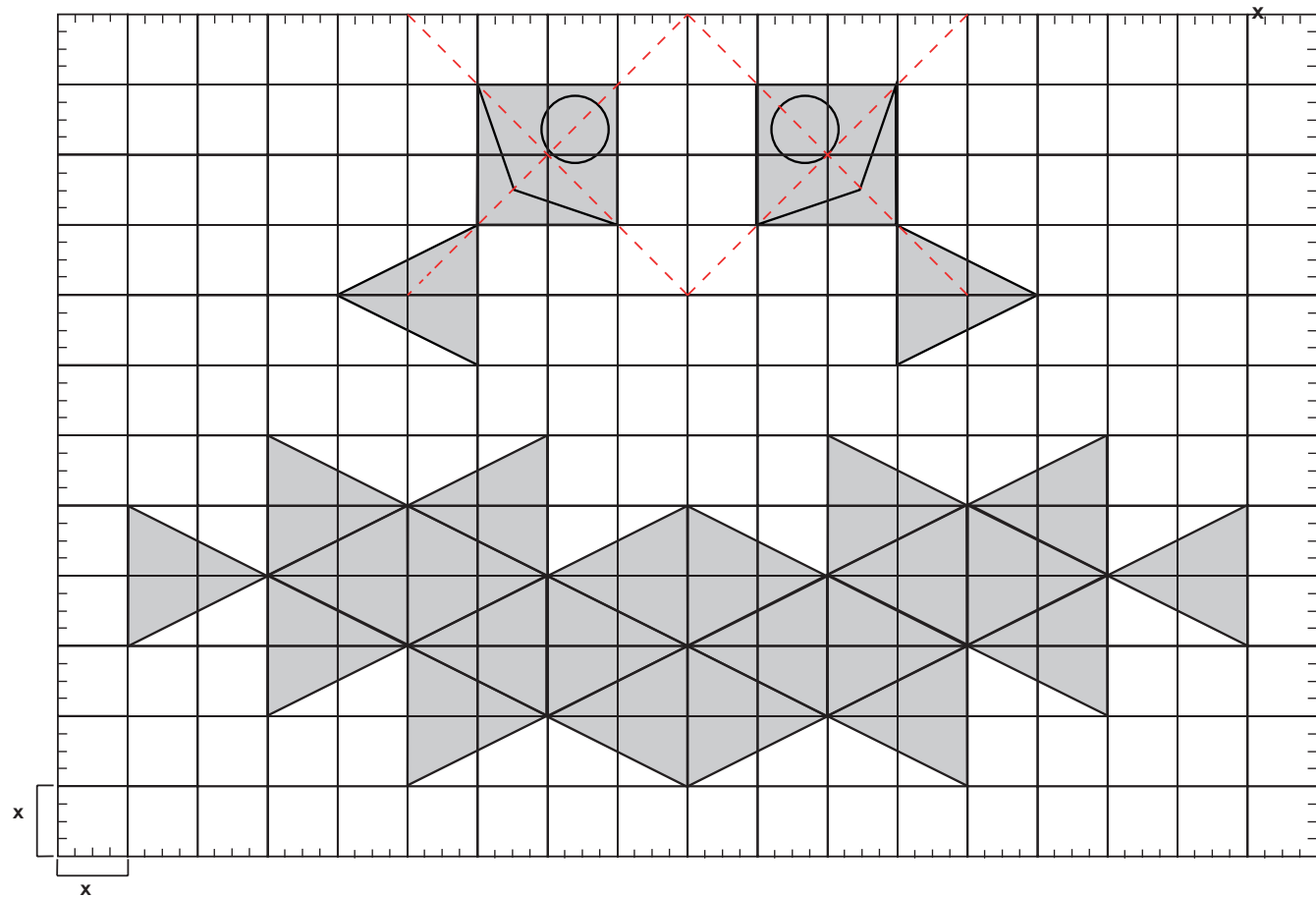
	C: 100 M: 85 Y: 25 K: 7		C: 73 M: 8 Y: 11 K: 0
	C: 77 M: 0 Y: 82 K: 0		C: 86 M: 23 Y: 100 K: 11
	C: 30 M: 0 Y: 100 K: 0		C: 58 M: 0 Y: 100 K: 0
	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100		C: 0 M: 57 Y: 95 K: 0

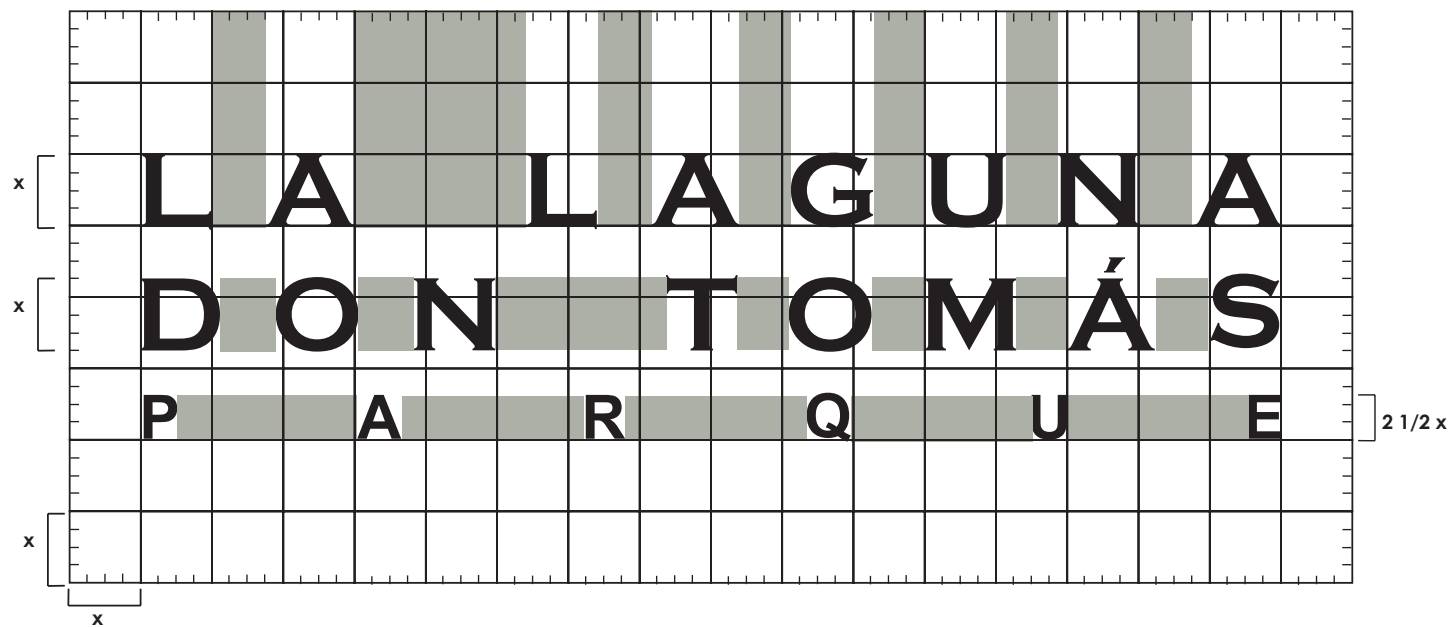
# MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL



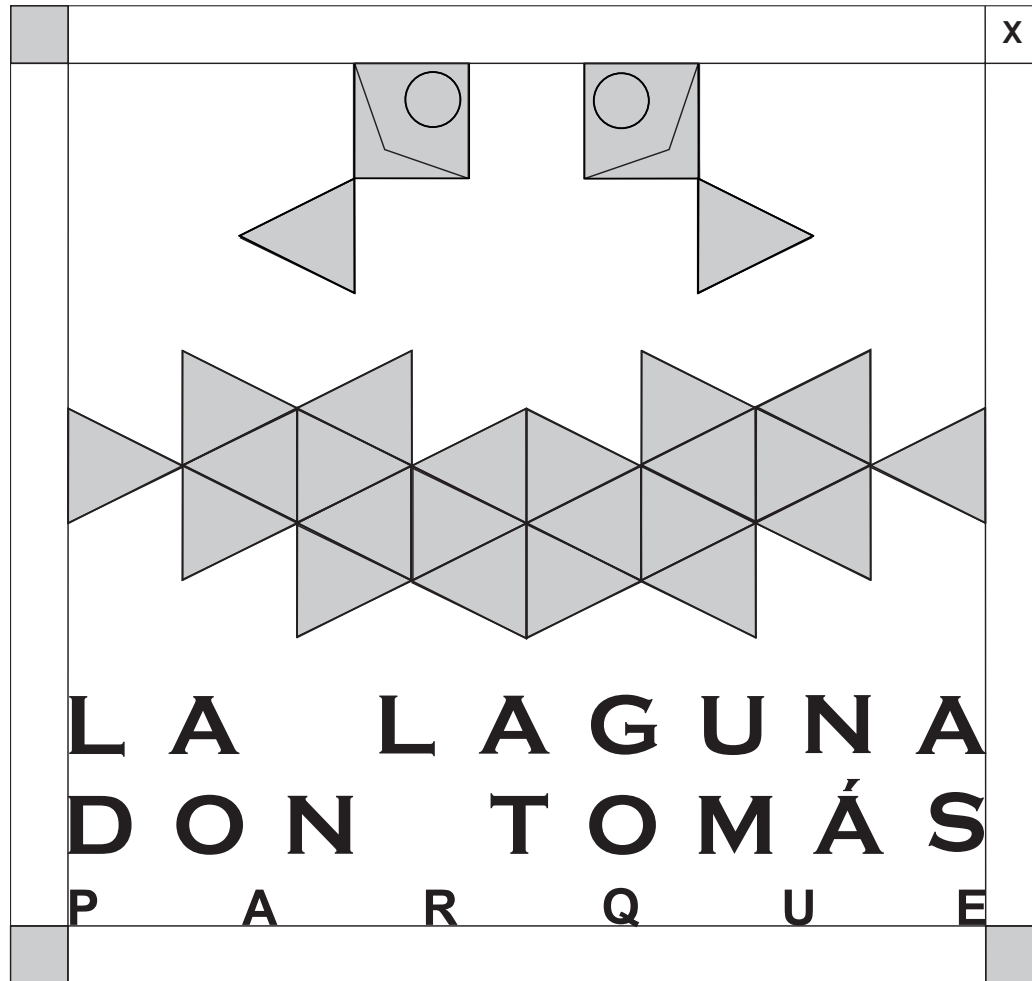
# GRILLA MODULAR

Construcción de una grilla a partir de un módulo establecido por el tamaño de una letra "S" Copperplate gothic bold.





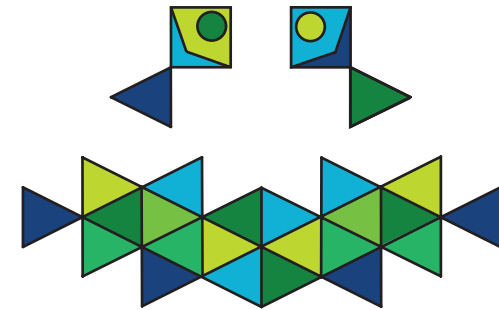
# CAMPO DE ACCIÓN



# SISTEMA

## Símbolo:

Signo visual gráfico que representa a la institución.



## Logotipo:

Representación tipográfica del nombre de la institución.

LA LAGUNA  
DON TOMÁS  
P A R Q U E

## Identidad Visual:

Unión de símbolo y logotipo de la institución.



# FAMILIA TIPOGRÁFICA

## Tipografía de identidad.

### COPPERPLATE GOTHIC BOLD.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

!"#\$%&/()=?i\*~ \_ :;,.-{''+¿'

### ARIAL BOLD.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"#\$%&/()=?i\*~ \_ :;,.-{''+¿'

## Tipografía para texto

### CALIBRI REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"#\$%&/()=?i\*~ \_ :;,.-{''+¿'

### CALIBRI ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"#\$%&/()=?i\*~ \_ :;,.-{''+¿'

### CALIBRI BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"#\$%&/()=?i\*~ \_ :;,.-{''+¿'

### CALIBRI BOLD ITALIC

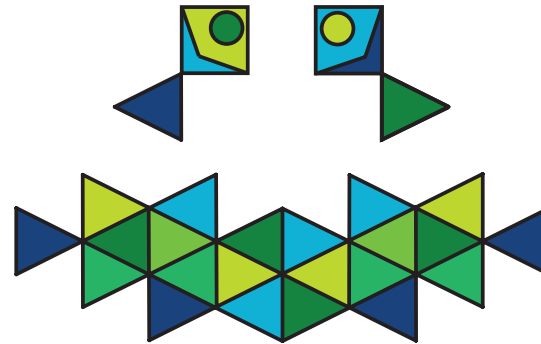
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"#\$%&/()=?i\*~ \_ :;,.-{''+¿'

# PALETA DE COLORES



LA LAGUNA  
DON TOMÁS  
PARQUE



C: 100  
M: 85  
Y: 25  
K: 7



C: 73  
M: 8  
Y: 11  
K: 0



C: 30  
M: 0  
Y: 100  
K: 0



C: 58  
M: 0  
Y: 100  
K: 0



C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 100



C: 77  
M: 0  
Y: 82  
K: 0



C: 86  
M: 23  
Y: 100  
K: 11

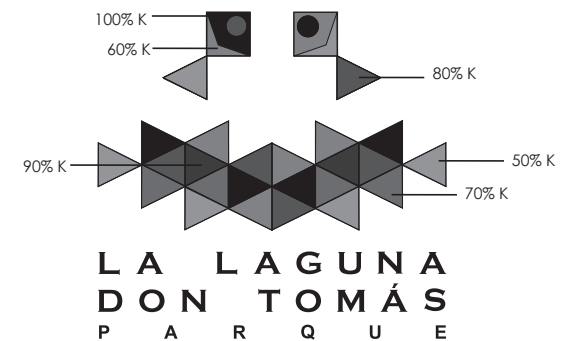
# VARIABLES DE COLOR



Versión Blanco y Negro



Escala de grises



## VARIABLES PERMITIDAS



Está permitido el uso de la identidad sobre fondo negro, cambiando el logotipo en blanco y las líneas del símbolo.

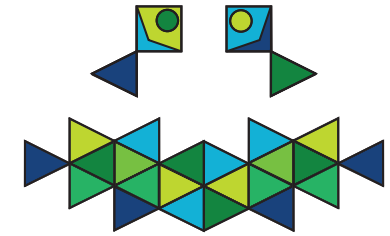


Está permitido el uso del logotipo sin ser acompañado del símbolo.



# VARIABLES PERMITIDAS

Está permitido el uso del símbolo sin ser acompañado del logotipo.



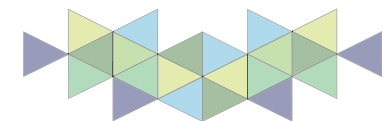
Está permitido el uso del símbolo como trama.



Está permitido el uso de la identidad como marca de agua.



Está permitido el uso del símbolo como marca de agua.



# VARIABLES NO PERMITIDAS

No está permitido el cambio de color en la identidad.



No está permitido el giro del símbolo hacia ningún eje.



No está permitido distorcionar las proporciones de la identidad.

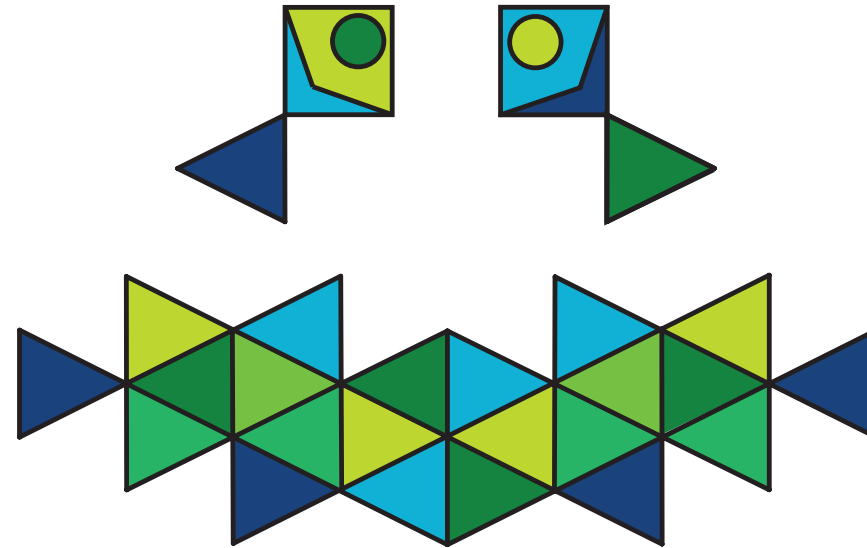


# VARIABLES NO PERMITIDAS

No está permitido utilizar la identidad reflejada.



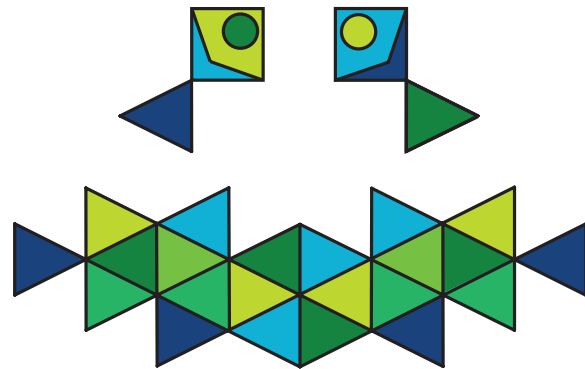
# REDUCCIONES PERMITIDAS



L A L A G U N A  
D O N T O M Á S  
P A R Q U E

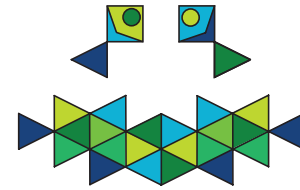
75 %  
11,3 cm X 10,6 cm

# REDUCCIONES PERMITIDAS



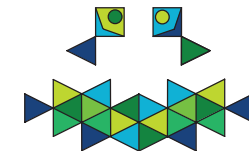
LA LAGUNA  
DON TOMÁS  
P A R Q U E

50 %  
7,6 cm X 7,1cm



LA LAGUNA  
DON TOMÁS  
P A R Q U E

25 %  
3,7 cm X 3,5 cm



LA LAGUNA  
DON TOMÁS  
P A R Q U E

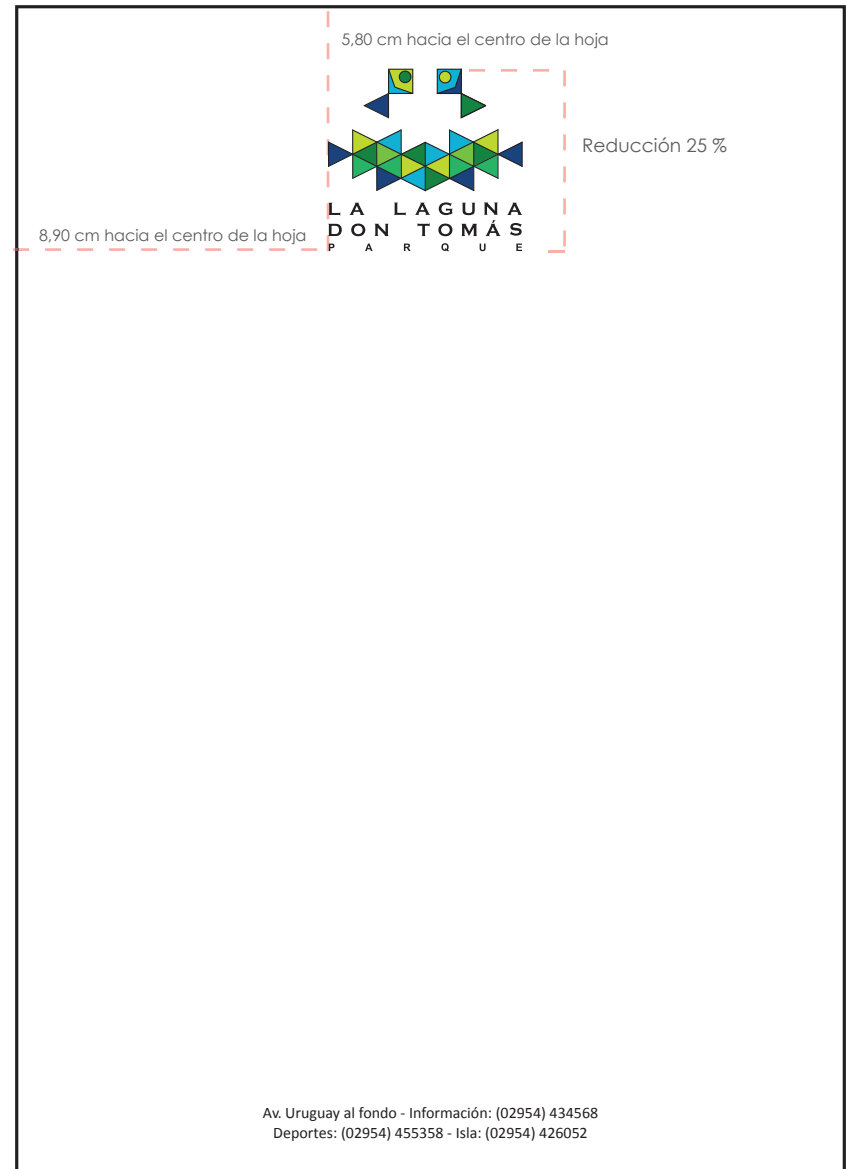
15 %  
3 cm X 2,8 cm

LA LAGUNA  
DON TOMÁS  
P A R Q U E

10%  
2,4 cm X 0,6 cm

# APLICACIONES

PAPEL CARTA  
A4 (21cm x 29,7 cm)  
Papel Obra de 80 gr.



# APLICACIONES

TARJETA PERSONAL  
8,8 cm x 4,8 cm  
Papel ilustración de 300grs.  
Acabado brillante  
Troquelado: puntas redondeadas.



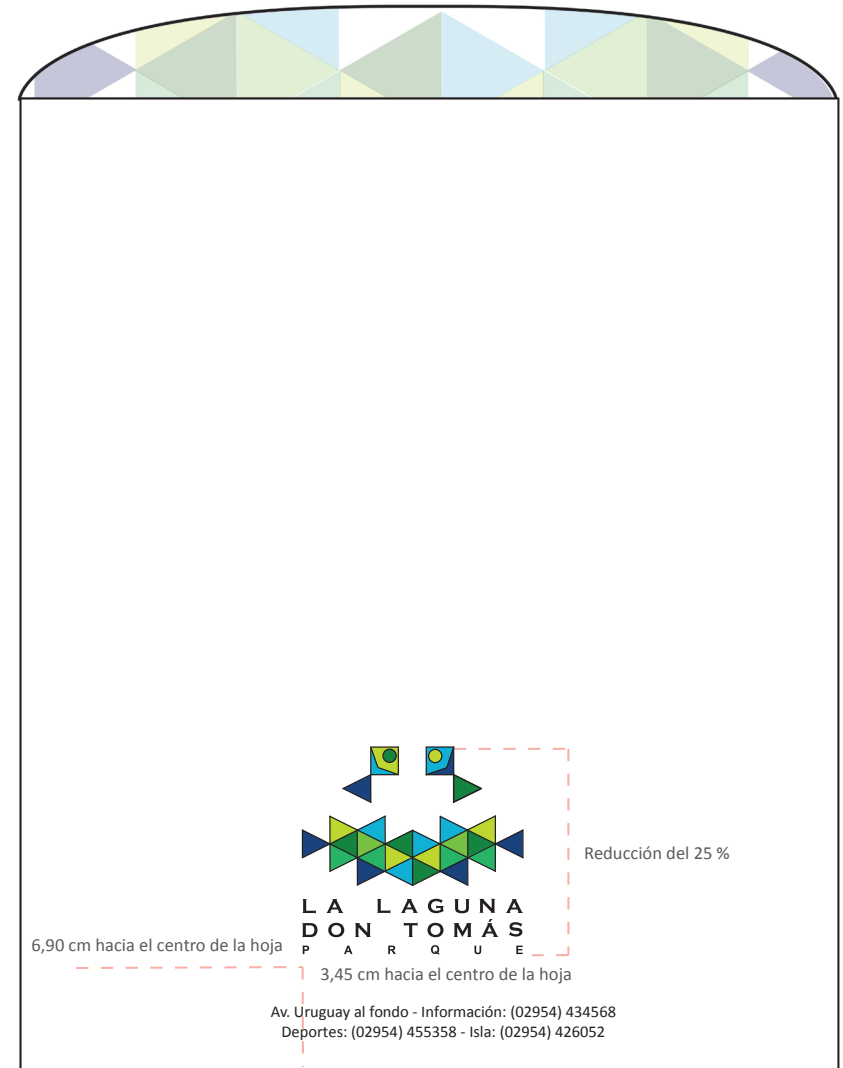
Av. Uruguay al fondo - Información: (02954) 434568  
Deportes: (02954) 455358 - Isla: (02954) 426052

# APLICACIONES

SOBRE BOLSA

29,7 cm x 21,2 cm

Papel Obra de 80 grs.



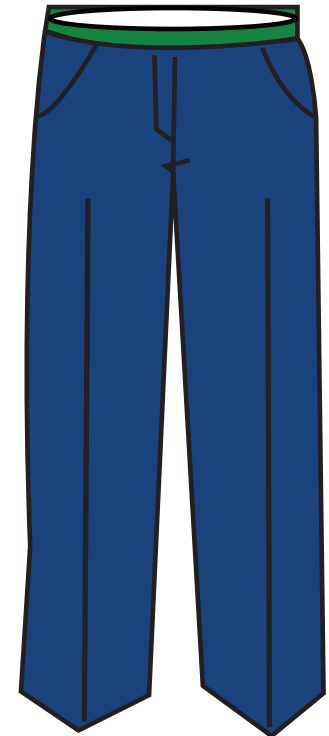
# APLICACIONES

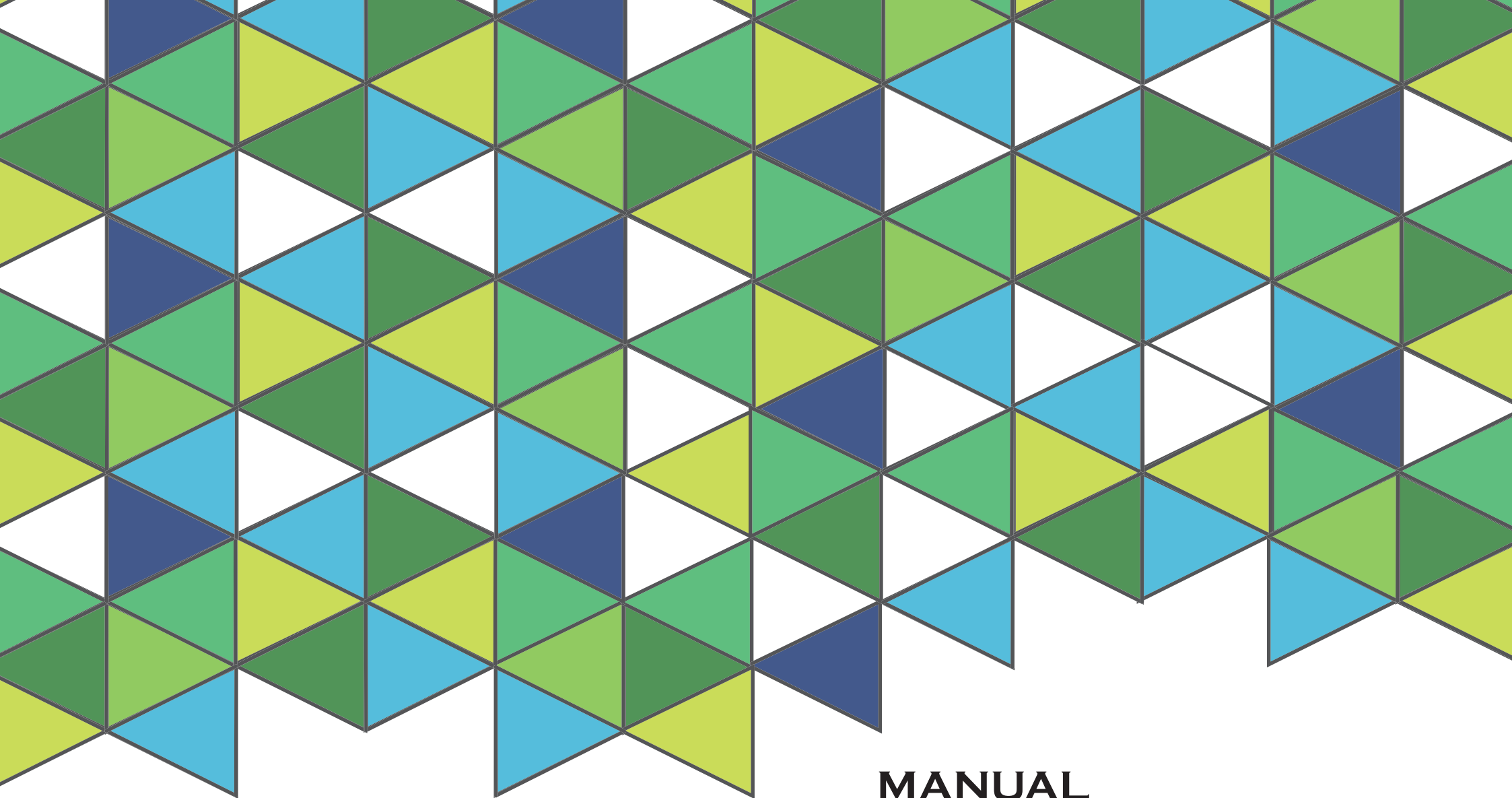
REMERA  
GORRA  
LLAVERO  
BOLÍGRAFO  
INDUMENTARIA



# APLICACIONES

REMERA  
GORRA  
LLAVERO  
BOLÍGRAFO  
INDUMENTARIA





# MANUAL SEÑALÉTICO

# INTRODUCCIÓN

El presente Manual Señalético es una descripción de los elementos que integran el sistema y la forma en que estos son aplicados a través de normas que unifican y dan coherencia al mismo. El objetivo del sistema es mejorar la accesibilidad y facilitar el desplazamiento de los usuarios de La Laguna “Don Tomas”.

# GESTIÓN ESTRATÉGICA

Parámetros generales para el diseño de señales.

- La tipografía debe ser sans serif, en su versión Light, Regular, Medium y Bold, para poder ser implementada sin cambiar su morfología, en diferentes señales según el tamaño e información.
- El tamaño de la tipografía dependerá de cada una de las señales.
- No se hará uso de abreviaciones en las palabras dado que pueden crear confusión e interpretación errónea de la información.
- Se buscará las palabras claves y su equivalencia icónica.
- Se dividirán en colores las actividades, servicios y espacios que brinda el parque. Quedando “deportes” con color verde, “servicios” con color azul y “áreas” de color naranja.
- Se propondrá en la etapa final de este proceso que se efectúen cestos de basura donde se divida la misma en materia orgánica e inorgánica, para concientizar a la población. Como así también puestos donde se pueda conseguir bolsas para que las personas que van con sus mascotas puedan recoger los desechos de los mismos.

# FAMILIA TIPOGRÁFICA

La tipografía utilizada para la leyenda de señales es Calibri. Esta tipografía presenta equilibrio, modulación y armoniza la pieza señalética.

La tipografía es la columna vertebral del signo del sistema gráfico, porque la mayor parte del contenido informativo de un sistema señalético se transmite por las palabras en lugar de elementos pictóricos. (Calori, 2007, p. 103)

A continuación se presenta la tipografía en sus variables, regular, italic, bold y bold italic.

## CALIBRI REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"#\$%&/()=?i\*~\_::,-{''+é'

## CALIBRI ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"#\$%&/()=?i\*~\_::,-{''+é'

## CALIBRI BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"#\$%&/()=?i\*~\_::,-{''+é'

## CALIBRI BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"#\$%&/()=?i\*~\_::,-{''+é'

# GAMA CROMÁTICA

La elección de la gama cromática esta determinada por los colores que se presentan en la Identidad Visual y por otros que brindan contraste, dinamismo y legibilidad al programa señalético.

A traves de estos colores se busca reforzar la nueva imagen de La Laguna Don Tomás.

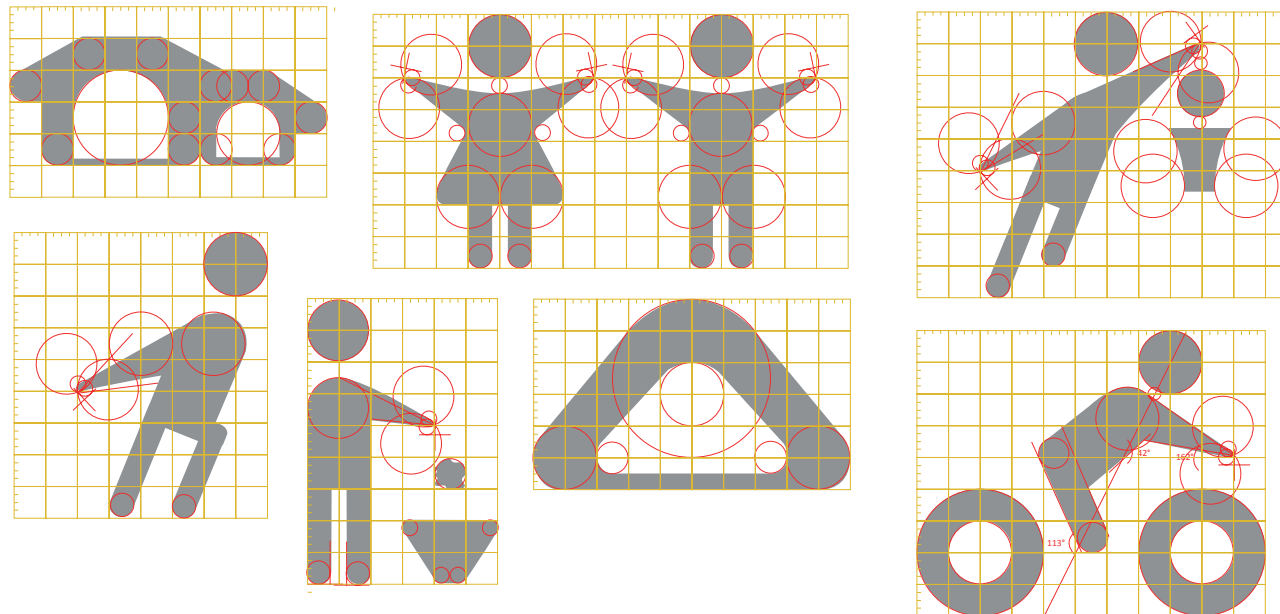


# PICTOGRAMAS

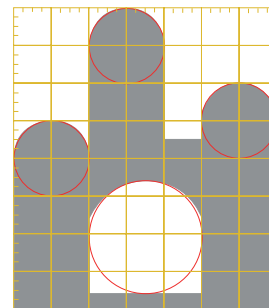
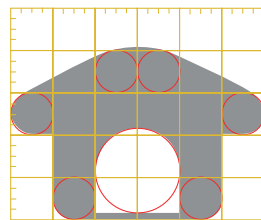
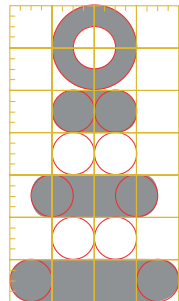
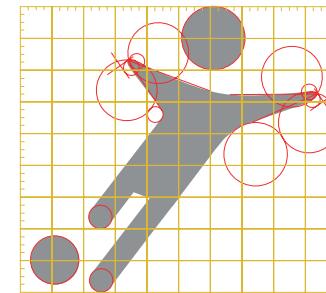
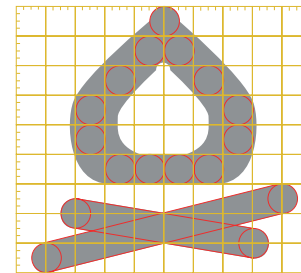
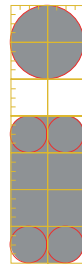
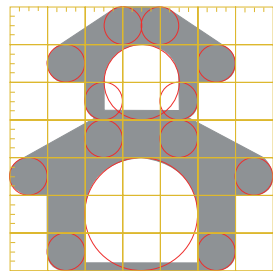
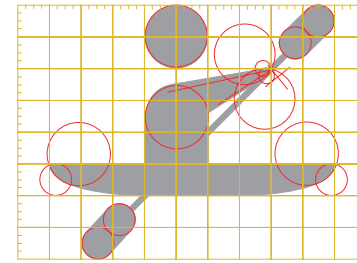
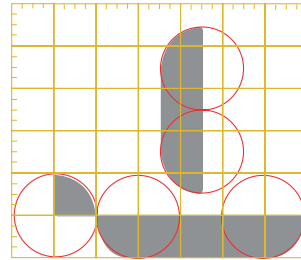
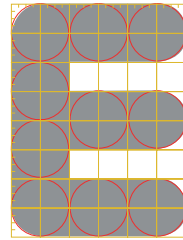
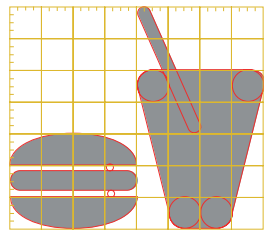
Para la creación de este Sistema Señalético fue diseñado un grupo de pictogramas acordes a los servicios, deportes y áreas que se encuentran en La Laguna “Don Tomás”.

Los mismo fueron realizados sobre una retícula con un modulo “X”.

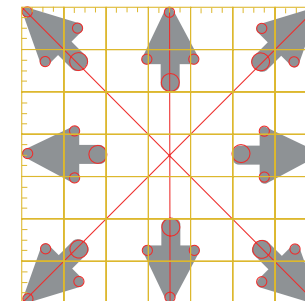
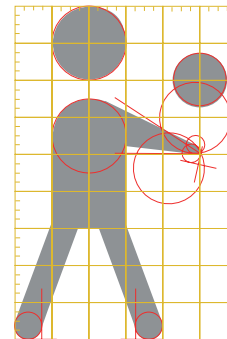
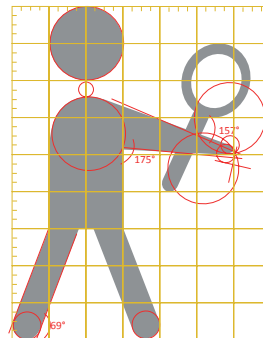
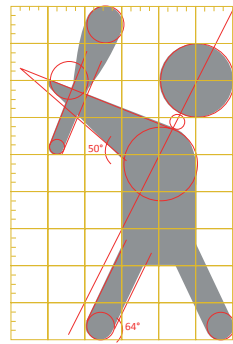
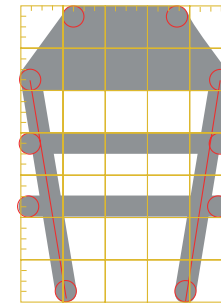
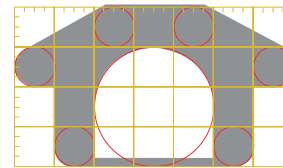
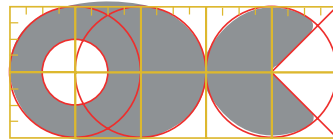
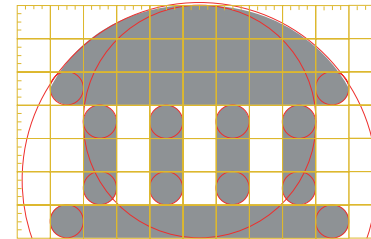
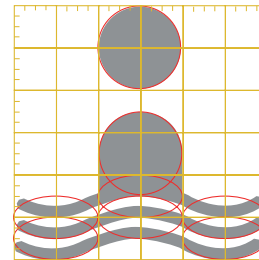
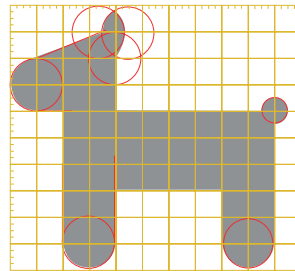
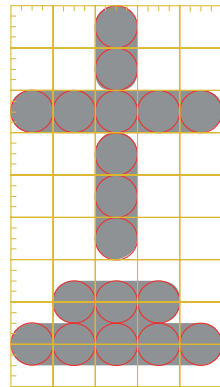
Esta serie de pictogramas fue diseñada para ser usada en las señales de La Laguna. La misma se basa en aquellos pictogramas que el peatón y conductor conocen a priori para que su significado sea comprendido rápidamente.



# PICTOGRAMAS



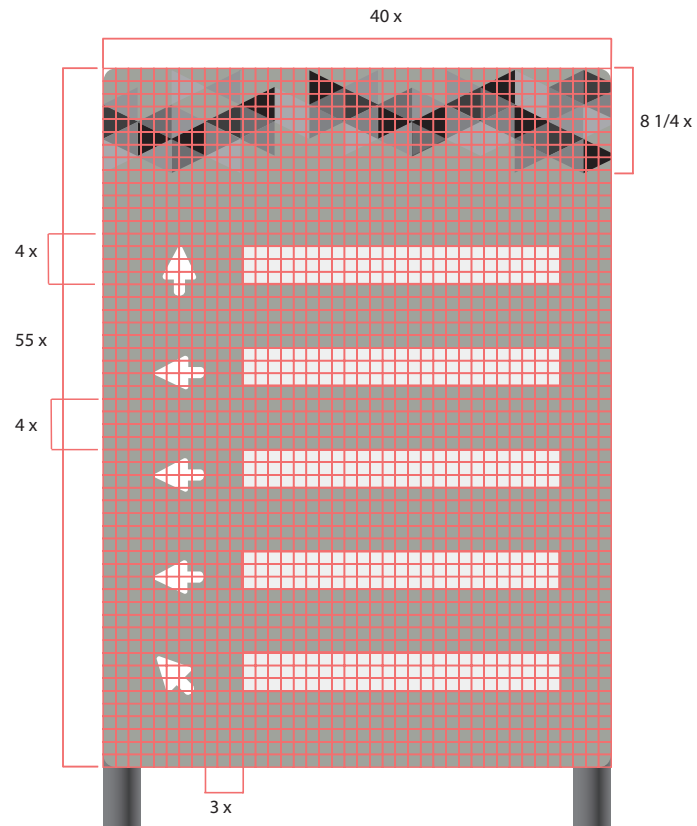
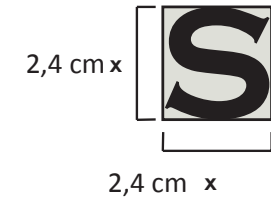
# PICTOGRAMAS



# MÓDULO COMPOSITIVO

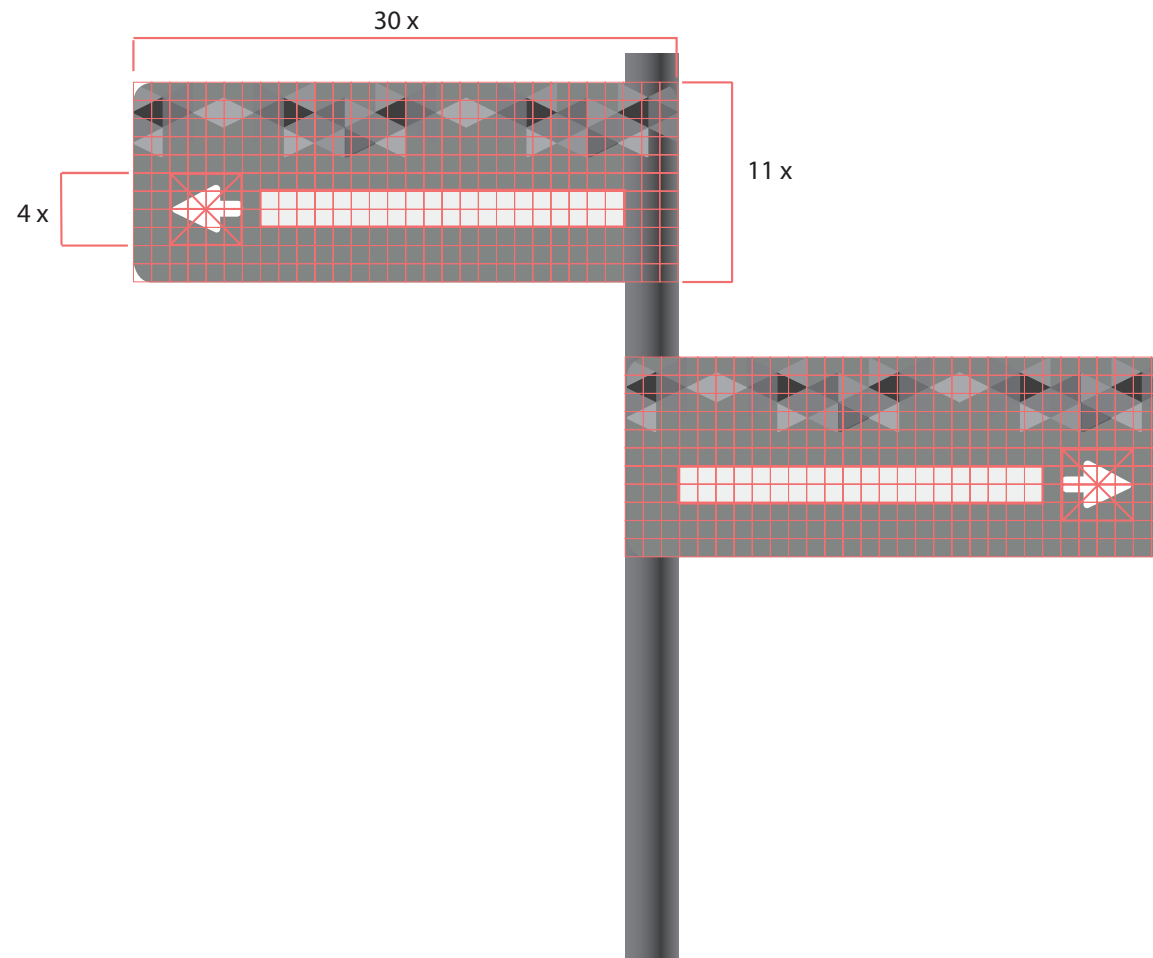
Para este proyecto se desarrollaron 6 matrices para la confección de las señales.  
Las señales están compuestas con el mismo módulo compositivo denominado "X" el cual proviene de las dimensiones de la letra "S" mayúscula Copperplate Gothic Bold.

**Módulo 1:** Para señales direccionales de ubicación general.



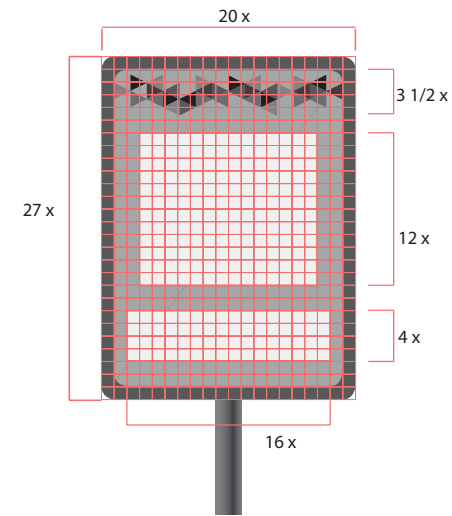
# MÓDULO COMPOSITIVO

**Módulo 2:** Para señales direccionales de calles.

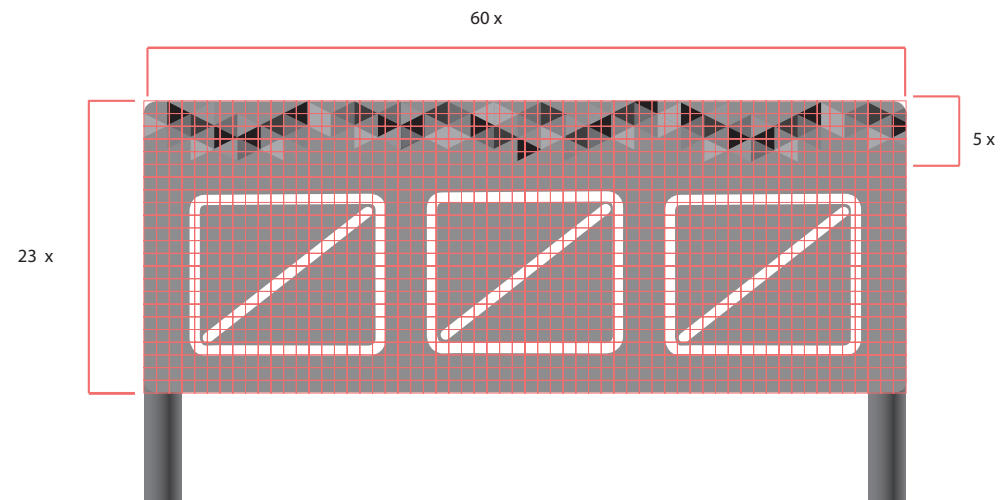


# MÓDULO COMPOSITIVO

**Módulo 3:** Para señales identificativas.

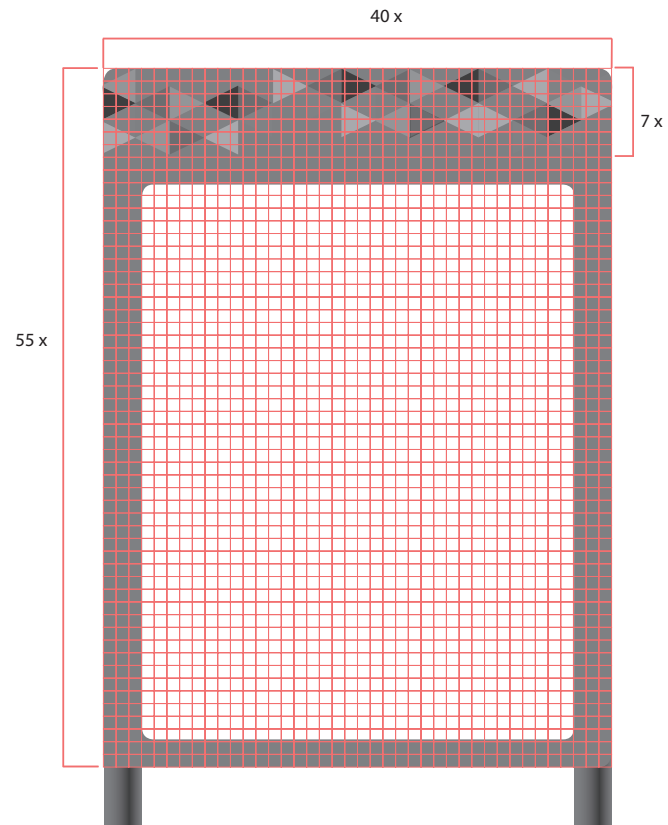


**Módulo 4:** Para señales reguladoras.



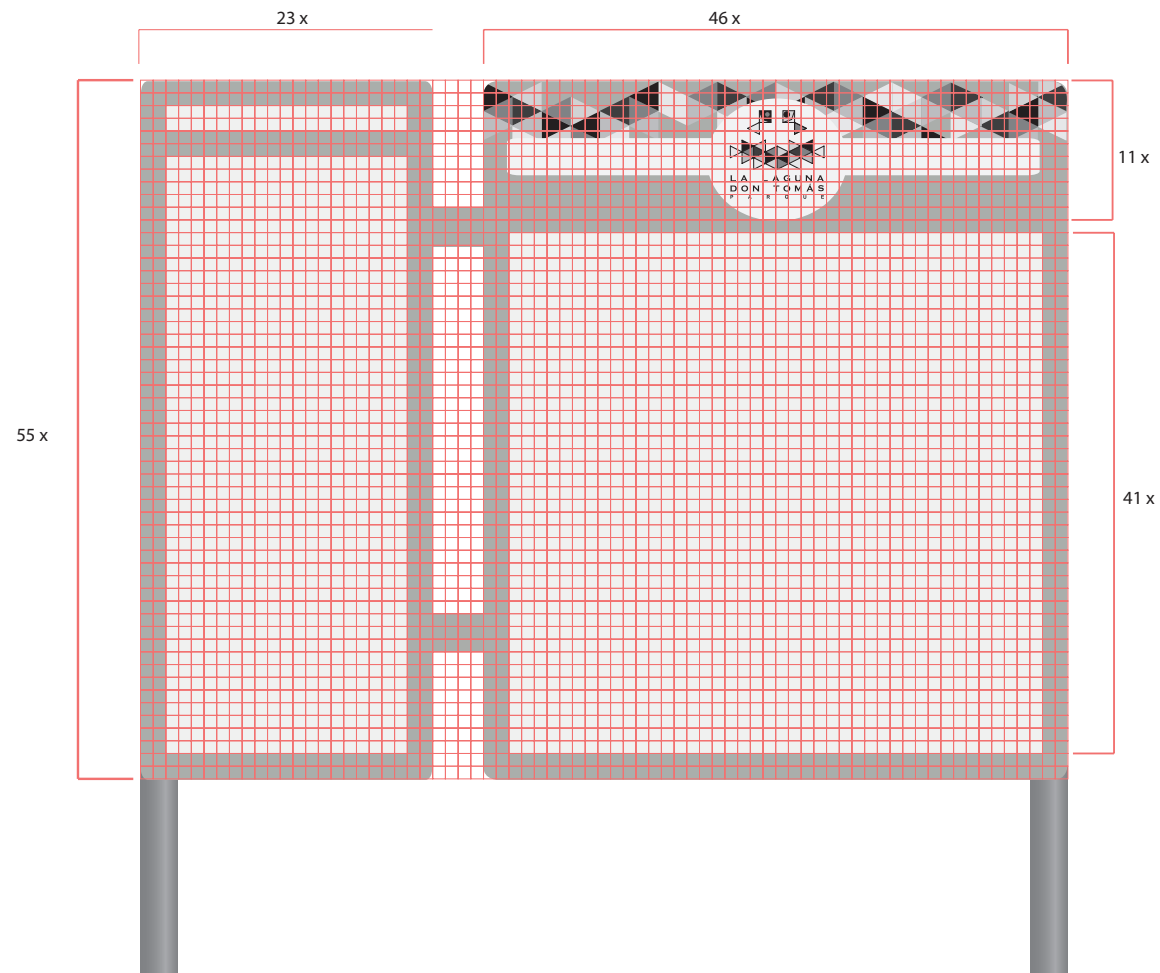
# MÓDULO COMPOSITIVO

**Módulo 5:** Para señales informativas del Circuito de Salud.



# MÓDULO COMPOSITIVO

**Módulo 6:** Para señale orientadora que contendrá el Mapa General



# MATERIALES

Para la elección de los materiales se debe tener en cuenta la influencia de diferentes factores como son: la durabilidad, condicionantes ambientales, resistencia al vandalismo, funcionalidad y estética.

Panel:

Chapa galvanizada de 3 mm. de espesor (material resistente a la oxidación).

La tipografía e identidad visual:

Vinilo de corte (respetando la cromática de cada caso).

En caso de ser imagen se puede utilizar vinilo impreso.

Caño:

Acero (aplicación de antioxidante).

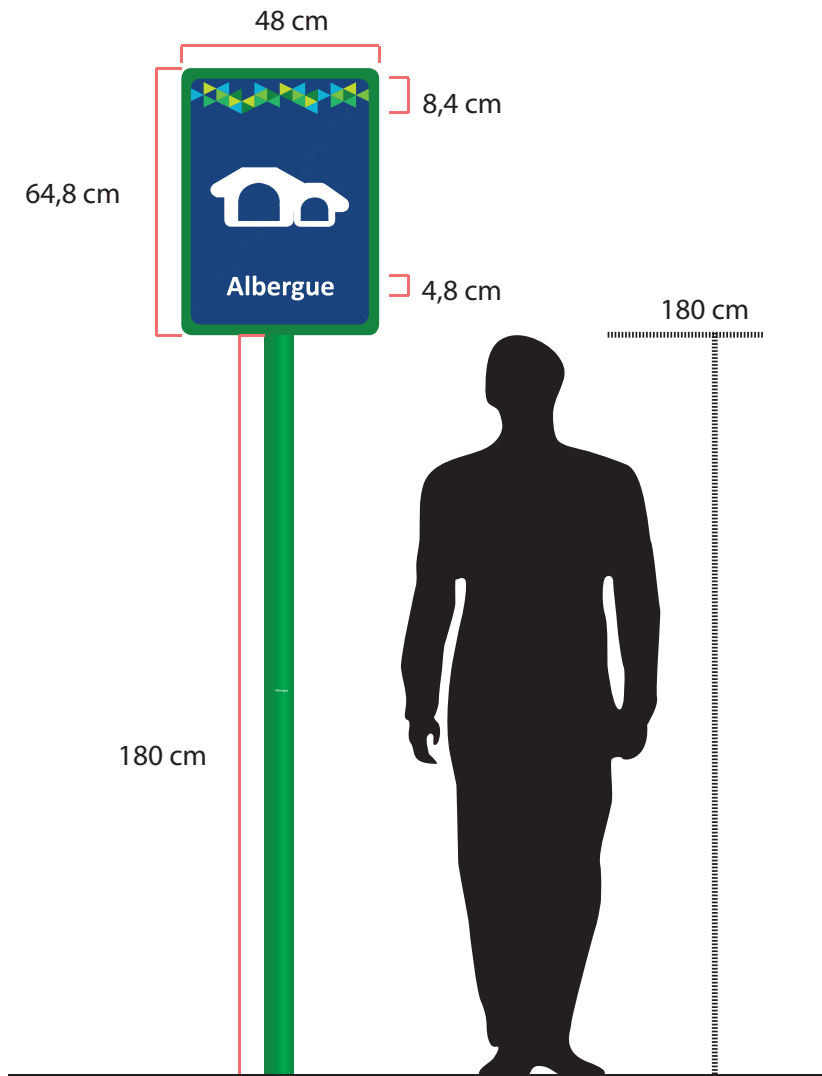
Diámetro: 50 mm

Sujeto al nivel del suelo

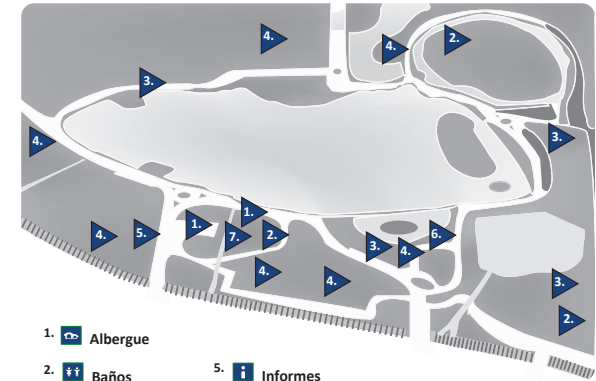
Montado:

Montado en el suelo

# FICHA SEÑALÉTICA



## UBICACIÓN



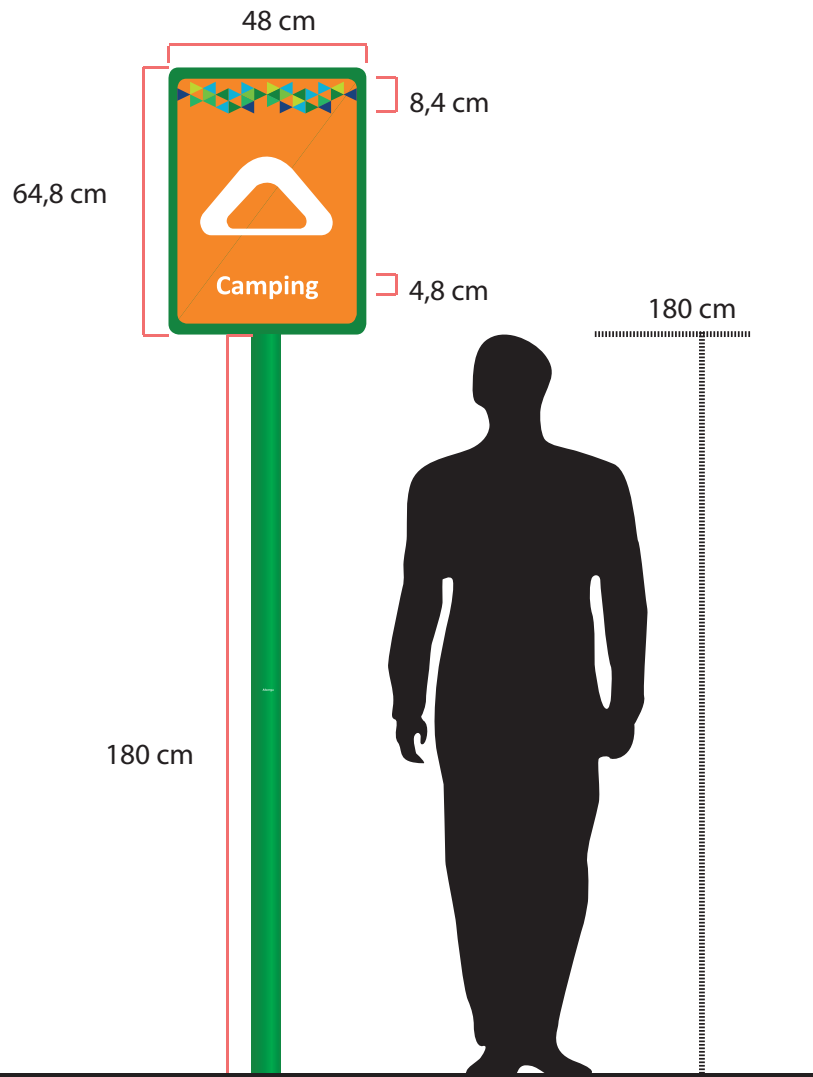
1. Albergue
2. Baños
3. Estacionamiento
4. Fogatas
5. Informes
6. Proveeduría
7. Quincho

## SEÑAL IDENTIFICATIVA/SERVICIOS

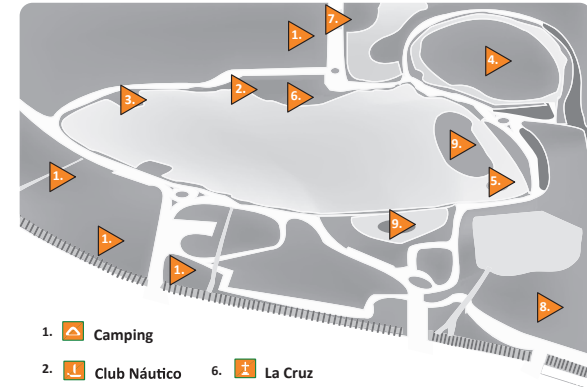




# FICHA SEÑALÉTICA



## UBICACIÓN



## SEÑAL IDENTIFICATIVA/SERVICIOS





Club  
Náutico



El Faro



Recreo  
La Isla



La Malvina



Isla de los  
Patos



Isla de los  
Niños

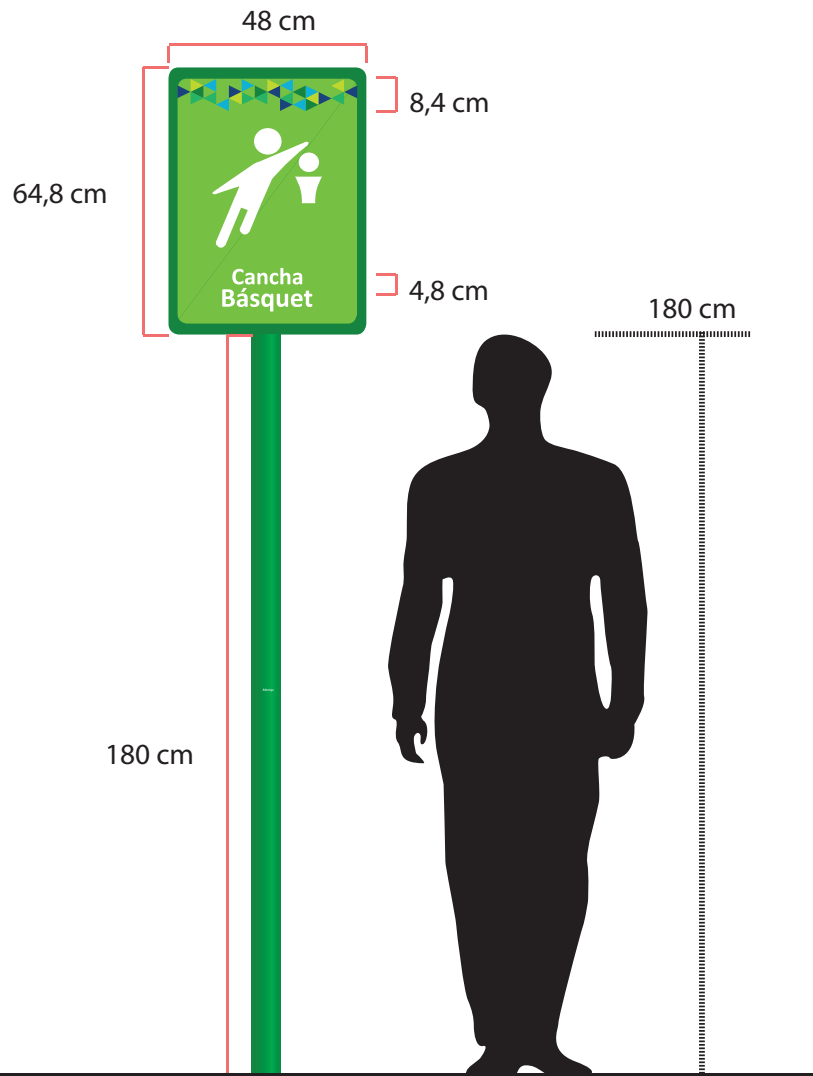


Mirador  
La Cruz

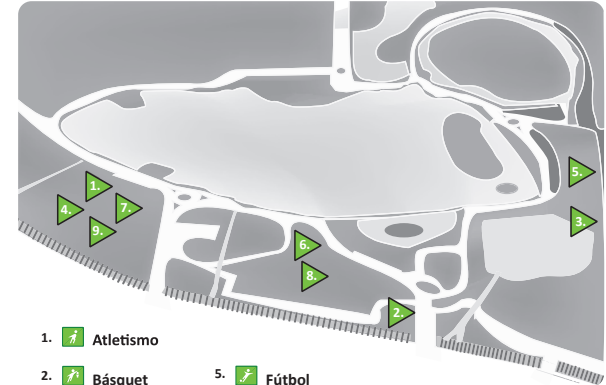


Megaestadio

# FICHA SEÑALÉTICA



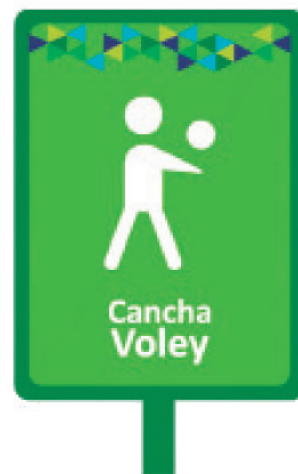
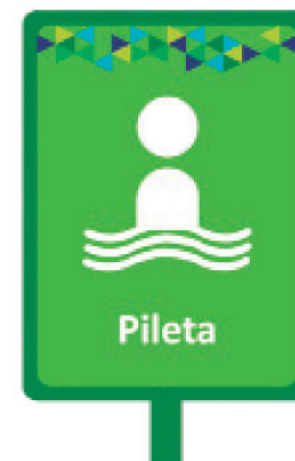
## UBICACIÓN



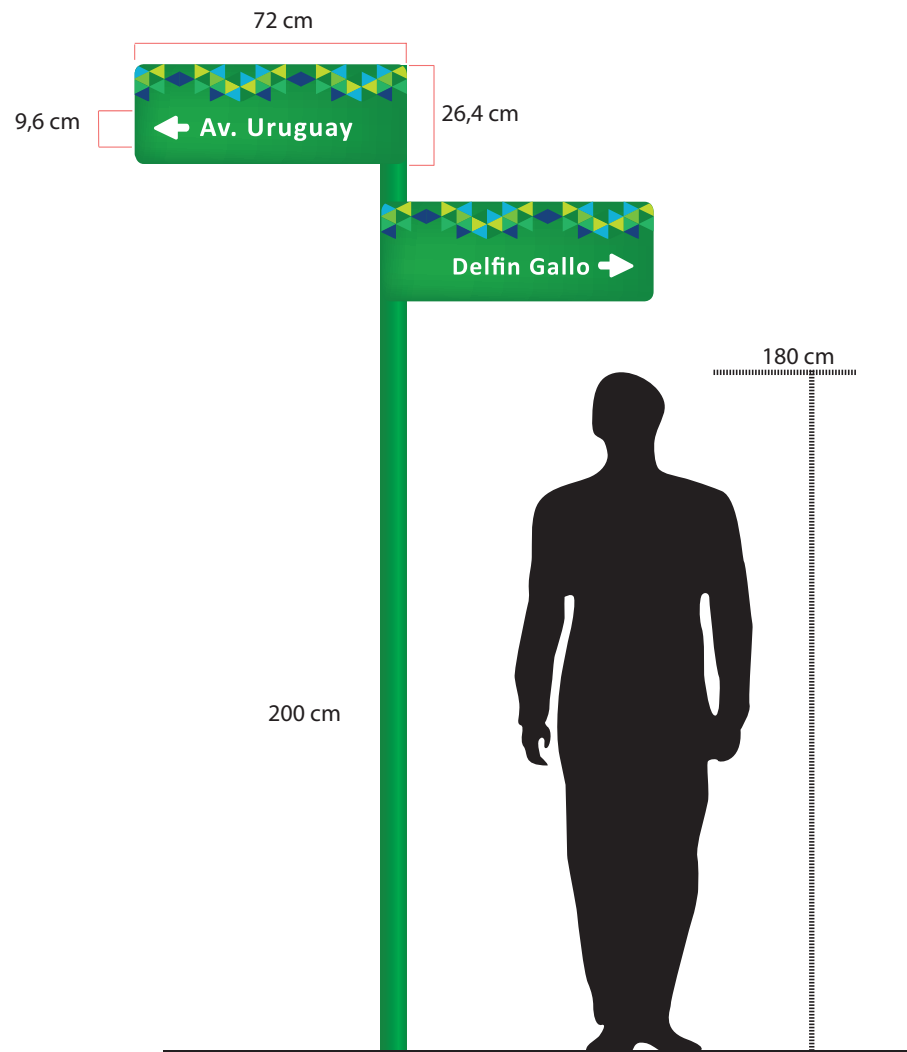
- |               |              |           |
|---------------|--------------|-----------|
| 1.  Atletismo | 5.  Fútbol   | 8.  Voley |
| 2.  Básquet   | 6.  Pileta   | 9.  Tenis |
| 3.  Canotaje  | 7.  Softball |           |
| 4.  Ciclismo  |              |           |

## SEÑAL IDENTIFICATIVA/DEPORTES

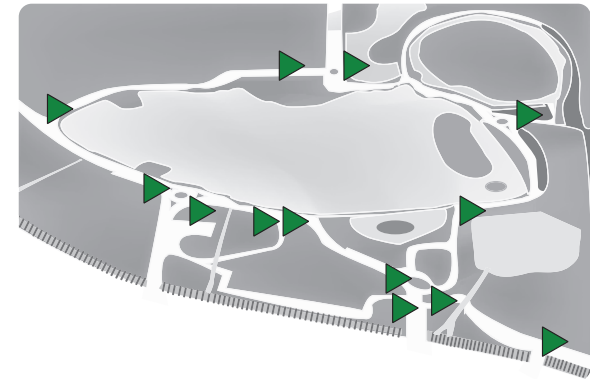




# FICHA SEÑALÉTICA



## UBICACIÓN

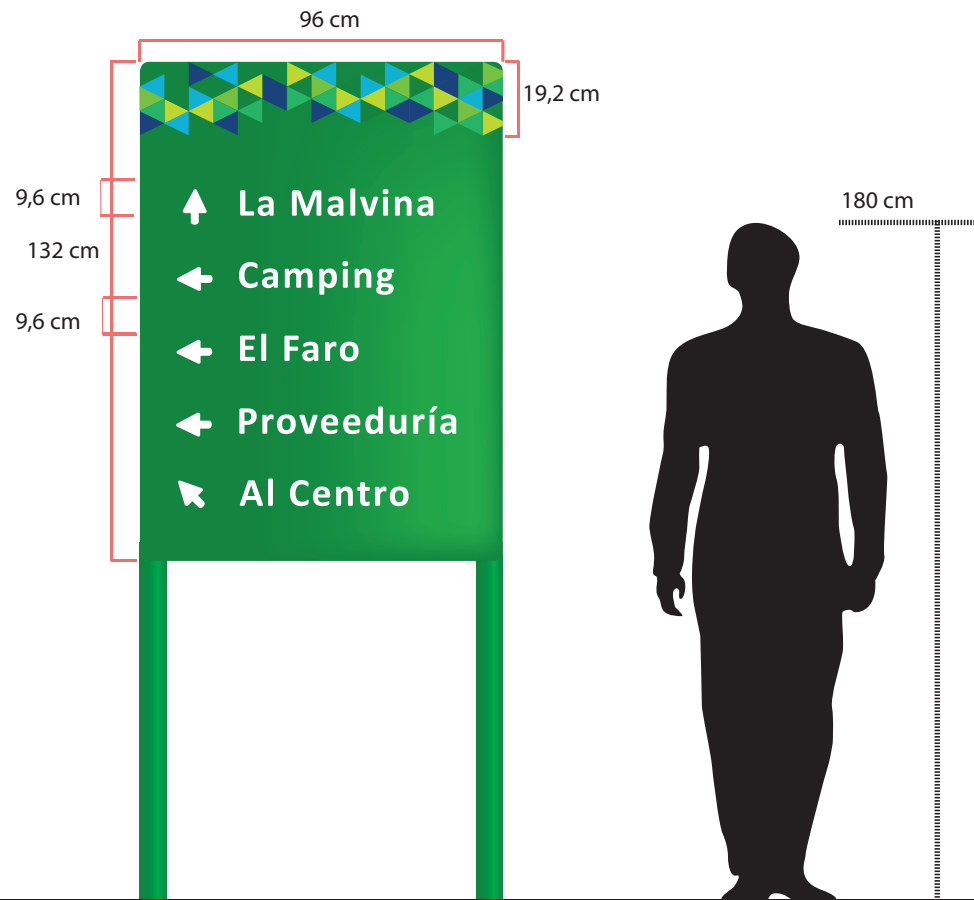


## SEÑAL DIRECCIONAL

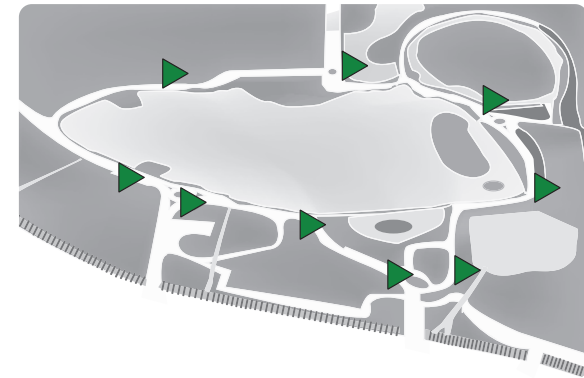


# FICHA SEÑALÉTICA

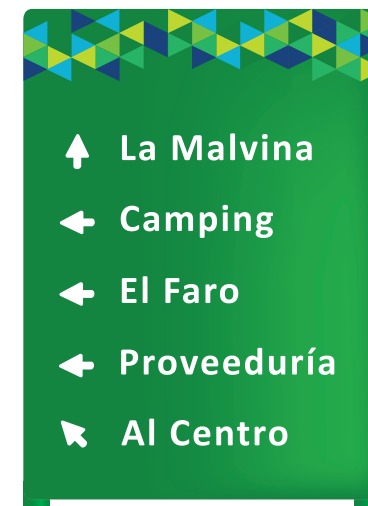
El orden de los datos en el panel vendrá dado por la proximidad del lugar al que se hace referencia.



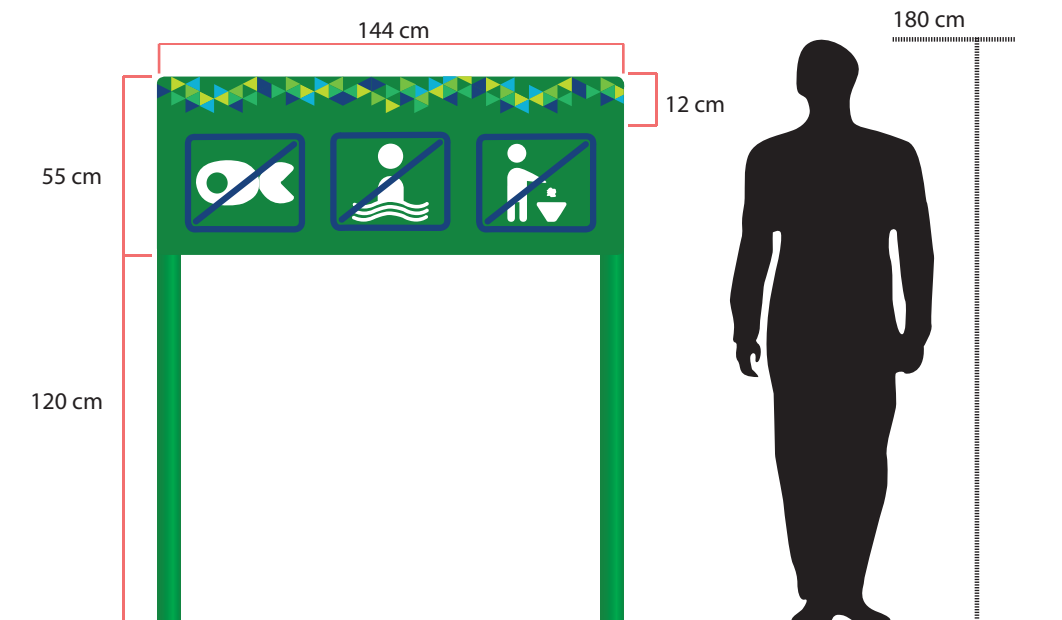
## UBICACIÓN



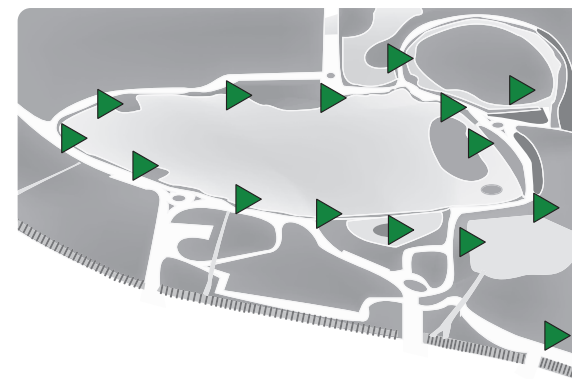
## SEÑAL DIRECCIONAL



# FICHA SEÑALÉTICA



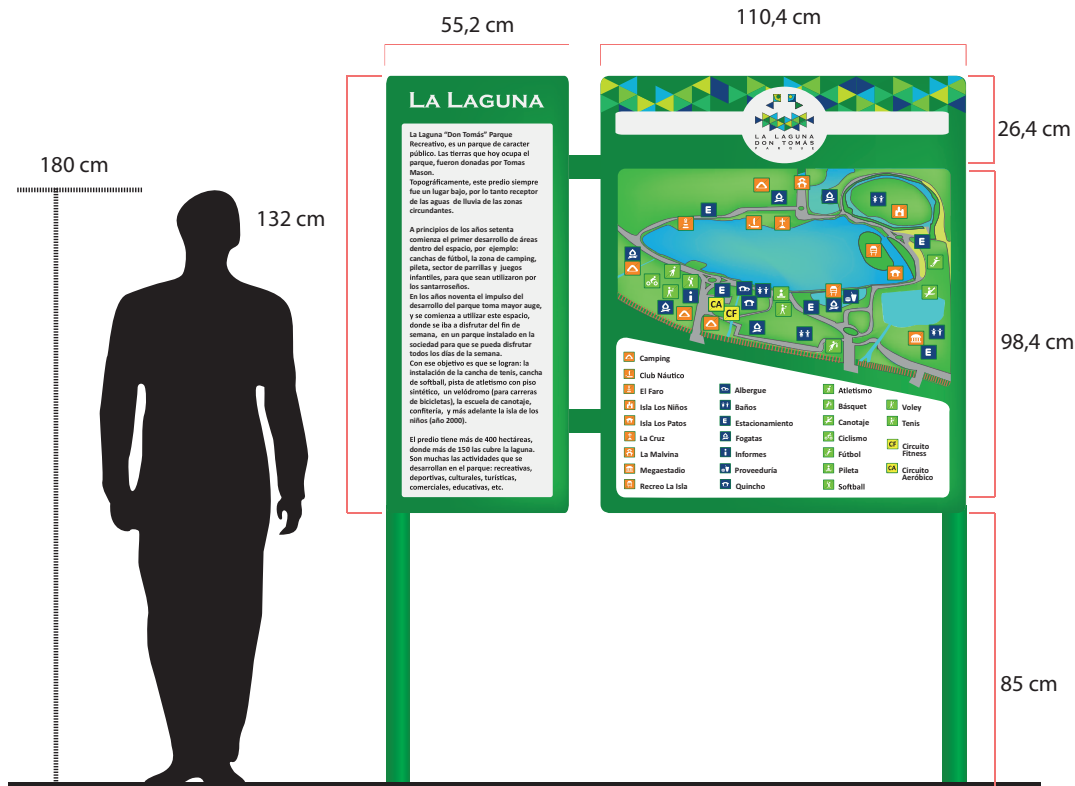
## UBICACIÓN



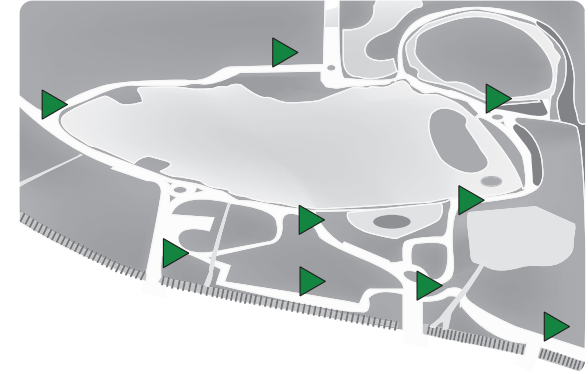
## SEÑAL REGULADORA



# FICHA SEÑALÉTICA



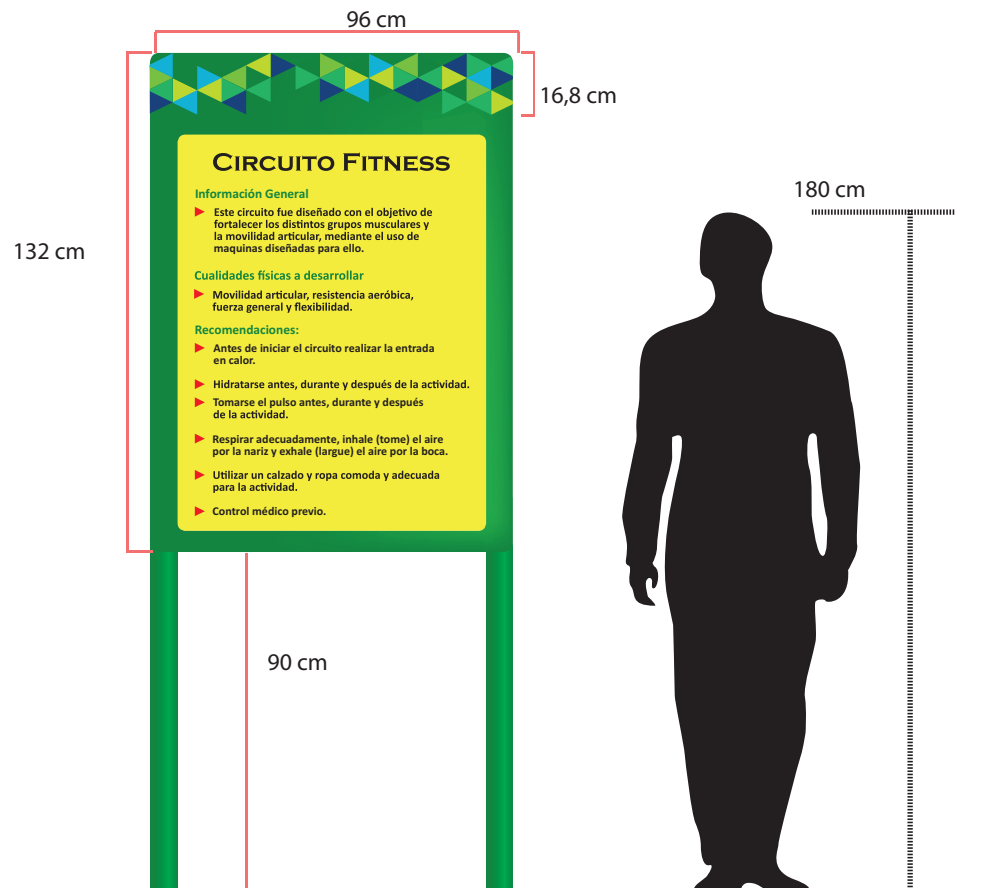
## UBICACIÓN



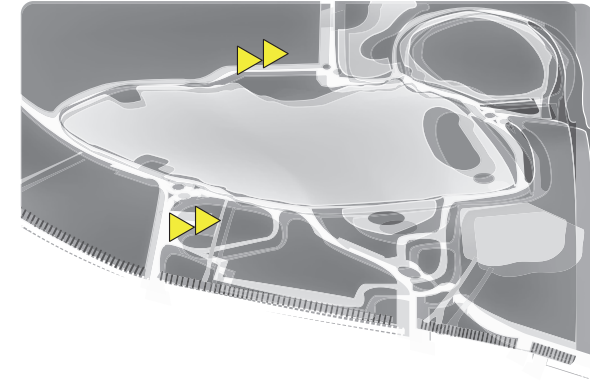
## SEÑAL ORIENTADORA



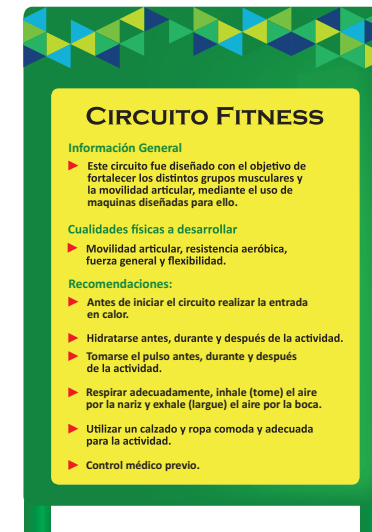
# FICHA SEÑALÉTICA



## UBICACIÓN



## SEÑAL DIRECCIONAL



## CIRCUITO FITNESS

### Información General

- ▶ Este circuito fue diseñado con el objetivo de fortalecer los distintos grupos musculares y la movilidad articular, mediante el uso de maquinas diseñadas para ello.

### Cualidades físicas a desarrollar

- ▶ Movilidad articular, resistencia aeróbica, fuerza general y flexibilidad.

### Recomendaciones:

- ▶ Antes de iniciar el circuito realizar la entrada en calor.
- ▶ Hidratarse antes, durante y después de la actividad.
- ▶ Tomarse el pulso antes, durante y después de la actividad.
- ▶ Respirar adecuadamente, inhale (tome) el aire por la nariz y exhale (largue) el aire por la boca.
- ▶ Utilizar un calzado y ropa comoda y adecuada para la actividad.
- ▶ Control médico previo.

## CIRCUITO AERÓBICO

### Información General

- ▶ Este circuito fue diseñado con el objetivo de fortalecer los distintos grupos musculares y la movilidad articular, mediante el uso de maquinas diseñadas para ello.

### Cualidades físicas a desarrollar

- ▶ Movilidad articular, resistencia aeróbica, fuerza general y flexibilidad.

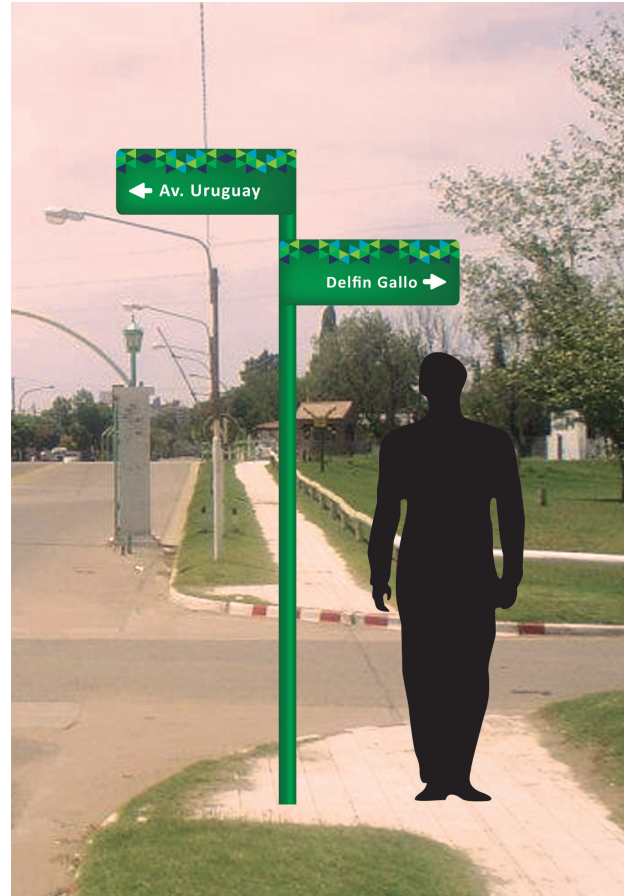
### Recomendaciones:

- ▶ Antes de iniciar el circuito realizar la entrada en calor.
- ▶ Hidratarse antes, durante y después de la actividad.
- ▶ Tomarse el pulso antes, durante y después de la actividad.
- ▶ Respirar adecuadamente, inhale (tome) el aire por la nariz y exhale (largue) el aire por la boca.
- ▶ Utilizar un calzado y ropa comoda y adecuada para la actividad.
- ▶ Control médico previo.

# FOTOMONTAJE



# FOTOMONTAJE



▶ **CONCLUSIÓN**

El objetivo planteado al comienzo de este proyecto ha sido cumplido.

El Parque Recreativo “Don tomas” es el espacio mas grande que tiene la ciudad de Santa Rosa donde el deporte y el ocio van de la mano y donde la gente puede ir a disfrutar de un espectáculo y al mismo tiempo hacer un asado. Es muy amplio y variado el uso que se hace de este espacio público y es por ello que deben proponerse proyectos para su mantenimiento y embellecimiento.

Teniendo en cuenta la historia del Parque y el usos que los usuarios hacen del mismo, la propuesta de diseño planteada para la Identidad Visual es coherente y refuerza el símbolo principal del lugar que es, la laguna. Esto además se corresponde con la manera en que los lugareños nombran el espacio y permite, también, otorgarle distinción.

Para reforzar la Identidad se creó un Sistema Señalético que embellece

el recorrido y unifica la información haciendo accesible la circulación y el desplazamiento.

Todo esto es el resultado del reconocimiento del lugar a través de visitas, observaciones y documentación fotográfica que ha derivado en una propuesta armoniosa entre la Identidad y la Señalética.

Personalmente ha sido un proyecto muy gratificante, ya que he tenido la oportunidad de detectar un problema de comunicación en mi ciudad natal y poder brindar una solución desde una perspectiva profesional, es muy enriquecedor.

Como Diseñadora Gráfica tengo el deber de mejorar la calidad de vida de las personas a través de la comunicación visual y de actuar como intermediaria entre el cliente y el usuario. Es es lo que se buscó hacer en este proyecto y me siento muy orgullosa de haber logrado el objetivo.



**BIBLIOGRAFÍA**

- CALORI, Chris. Signage and Wayfinding Design. A complete guide to creating environmental graphic design systems. Ed. Willey, USA, 2007.
- Capriotti, Paul. (1999). Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel
- Costa, Joan. (1989). Señalética. (2° ed.).Barcelona: Ediciones ceac.
- Costa, Joan. (1992).Identidad Corporativa y estrategia de empresa. Barcelona: Ediciones ceac.
- Costa, Joan. (2007). Señalética Corporativa. Barcelona: Costa Punto Com Editor.
- Costa, Joan. (2006). Imagen Corporativa en el siglo XXI. (2° ed. 1°reimpr.). Buenos Aires: La Crujía
- Costa, Joan. (1998). La esquemática: visualizar la información. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Chaves, Norberto. (2006). La imagen corporativa. Barcelona: Gustavo Gili
- Chaves, Norberto y Belluccia Raúl. (2003). La marca corporativa. Buenos Aires: Paidós Ibérica.
- Frutiger, A. (1993). Signos, simbolos, marcas, señales. Barcelona: Gustavo Gili
- Aicher, Olt y Krampen, Martin. (1991). Sistemas de signos en la comunicación visual. México: Gustavo Gill.
- Sims, Mitzi. (1991). Gráfica del Entorno. Barcelona: Gustavo Gili
- VIDALES, GIOVANNETTI MA. DOLORES. 1997, “El mundo del envase”. Ed. GG.
- Villafañe, Justo. (1998). Imagen Positiva: Gestión estratégica de la imagen de las empresas. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Figura 1 y 4: Google Imágenes.
- Figura 2: Vidales Giovanntti (1997, p. 113)
- Figura 3: Costa, Joan. (1989, p. 139)
- Figura 5,6 y 7: CALORI, Chris. (2007)

 **ANEXO**

# ENTREVISTA ABIERTA

Fecha: 11/ 01 / 2012

Persona entrevistada: Presidente del consejo deliberante. Angel Baraybar.

A. - Hola, soy Angela mucho gusto

B. - Hola querida, pasa sentante.

A. - Gracias. Bueno el motivo de la entrevista es porque quiero presentar mi trabajo de tesis sobre el parque recreativo Don Tomas y me gustaría hacerle un par de preguntas. El objetivo es realizar una Identidad del mismo como así un programa de señales que comuniquen las actividades que se pueden realizar como los servicios que presta el parque.

B. - Muy bien querida, te escucho.

A. - ¿Existe presentado algún proyecto que intervenga en la laguna?

B. - Que yo sepa no hay absolutamente nada y entiendo que tiene que haberlo. Es decir, que nosotros tenemos que tener definido qué queremos sobre la laguna y no que todo el mundo haga lo que se le de la gana. Non hay ningún tipo de restricciones. Es el parque de cada uno, todos somos dueños. Para hacer bien las cosas se tendría que programar que el turismo, como los ciudadano, sepan que hay una pileta de 50 por 50 , una cancha de tenis, cancha de futbol, que si quiere caminar se puede al igual que correr o andar en bicicleta, y el que quiere pescar puede pescar. Como así también dentro de poco se habilitara nuevamente la confitería de la Isla (El Recreo) que por problemas administrativos se encuentra cerrada. El paseo que hay hacia la casa fundacional de la ciudad de Santa Rosa y la contemplación de la flora y

un poco de fauna pampeana. Es decir, que la gente que viene por ejemplo de Buenos Aires, sepa lo qué es un Caldén, un Algarrobo y qué planta es, cómo crece y de qué manera.

A. - Hay para hacer bastante, como por ejemplo, un sendero de interpretación, por lo que dice.

B. – ¡Claro! Y más para incrementar el turismo de paso. Que se va a dar si uno presenta algo programado, como tiene el Parque Luro, que cada día va más gente. Como te digo, que la gente se informe de que hay pileta, juego de niños, en fin conocimiento. No creo que haya muchos lugares en el país que tenga en un pedazo así, como lo que tenemos acá. Porque tenés para todo los tipos de deporte que se te antojen.

A. - Es que en si el trabajo esta pensado estratégicamente para mostrar. Es decir, “tenemos la laguna”. He realizado un par de encuestas y mas lo que me comenta un poco la gente, me puedo dar cuenta que sabemos que tenemos ese espacio pero no lo estamos cuidando como se debe.

A. - ¿La alguna se encuentra categorizada como reserva ecológica?

B. - No, es un parque, un espacio verde, con todas las comodidades que los 124.000 habitantes de Santa Rosa puedan utilizar en toda su manifestación.

A. - Estuve leyendo en los diarios que se quería implementar la circulación de motocicletas, bicis y autos de una sola mano. ¿No se ha pensado en hacer marcar el recorrido de una bici-senda?

B. - Mira, la realidad es que no, y cada vez el parque es más utilizado y mucha gente se encuentra concentrada. Entonces la idea es hace que sea un “Parque”, que no vayan a hacer picadas en moto o que la gente se encuentre

insegura para caminar o disfrutar del espacio. Entonces al hacer, también, una sola entrada vos podés controlar esas cuestiones. Pero aun no se ha implementado nada.

A. - ¿Cómo se formó la laguna?

B. - La laguna siempre existió, es la parte más baja. Antes el 80 por ciento de la lluvia quedaba ahí y se levantaba la laguna. En el año 92 el gobernador Jorge (Oscar Mario Jorge) en su gobernación hizo todo lo que se encuentra en la laguna actualmente. En aquella época la laguna estaba inundada y el gobernador mandó a que se le haga un perimetraje para evitar que se desbordara. El camino que separa las dos lagunas está hecho a pala. Aunque para mí le faltaba la cabeza, el corazón, que era llegar hasta la estancia “La Malvina” y en el último año con el ex intendente Nestor Alcalá, conseguí que se preocupara y hiciera lo que vendría a hacer el último pedacito hasta La Malvina y su recuperación. Entonces ese camino quedó realmente.

A.- Bueno Ángel muchas gracias por su tiempo.

B. – De nada querida, un gusto poder ayudarte y hablar de algo que lo viví y me encanta. Estaremos en contacto para lo que necesites. Adiós

## ENCUESTA CERRADA VÍA MAIL

Director del parque Don Tomás: Oscar Rulli

1. ¿En qué año fue creado el Parque Recreativo “Don Tomás”?
2. ¿Cuáles fueron los objetivos de su creación?

3. ¿Qué personalidades políticas de Santa Rosa participaron en su creación?
4. El Parque ¿cuenta con una misión, visión y objetivos a seguir?
5. ¿A quiénes están dirigidas esas actividades?
6. ¿Se realiza un cuidado constante del mismo, en cuanto a mantenimiento y seguridad?
7. ¿Cómo piensa que el parque es percibido por quienes lo visitan?
8. ¿Qué acciones de comunicación se realizan para invitar a las personas a que visiten el parque?

Hola Ángela: Te mando un desarrollo global del tema.

Te comento que las tierras que hoy ocupan el actual Parque Recreativo fueron donadas por Tomás Mason, fundador de la ciudad, ya que las mismas formaban parte de la estancia que este poseía, llamada estancia La Malvina, en lo que respecta básicamente al sector de la laguna siempre fue un lugar bajo topográficamente hablando por lo tanto era receptor de las aguas de lluvia de las zonas circundantes.

A medida que crecía la ciudad lo hacía alejado de esta zona por estas circunstancias, años más adelante se desarrolló un asentamiento de viviendas en la zona llamado popularmente el Salitral, habitado básicamente por pobladores de bajos recursos, debido a los frecuentes inconvenientes que se presentaban debido a las inundaciones de ese sector, los habitantes de estas viviendas fueron trasladados a otra zona de la ciudad esto a los principios de los años 70.

Por esa década comienza el primer desarrollo de áreas dentro del complejo por ejemplo: canchas de fútbol, la zona de camping, pileta, sector de parrillas, juegos infantiles te debo aclarar que ya existía el club Banco Nación de la ciudad. En esa época no se utilizaba el espejo de agua para actividades náuticas. Con el crecimiento de la ciudad llega el aumento de la cantidad

de calles asfaltadas con ello el aumento del escurrimiento de las aguas de lluvias a ese sector, por lo tanto se repetían los problemas de inundaciones varias más crudamente en los sectores de la ciudad cercanos a la laguna.

Ante la necesidad de contar con un lugar fuera receptor de las aguas de lluvia se decide que la mayoría de los desagües pluviales de la ciudad evacuen sus aguas a la laguna. Ante esta circunstancia es necesario circunscribir el área del cuenco principal, es así que se desarrollan los caminos perimetrales del lago, para delimitar la cantidad que puede alojar, y en casos extremos, el pasaje de agua a cuencos menores como por ejemplo “El cuenco Norte” o los excedentes al llamado Bajo Giuliani

Con esta decisión tomada es que en los años noventa el impulso al desarrollo del parque recreativo toma mayor auge, la idea era que aquella laguna donde se iba a “comer un asadito los fines de semana disfrutar de la pileta” pasara a ser un parque instalado en la sociedad para “disfrutar todos toda la semana”. Con ese objetivo es que se logran: la instalación de la cancha de tenis, cancha de softball, pista de atletismo con piso sintético, un velódromo (para carreras de bicicletas), la escuela de canotaje, confitería, y mas adelante la isla de los niños (año 2000). También en este periodo se concreta la pavimentación del camino perimetral de la laguna.

Esto trae aparejado una mayor concurrencia local, básicamente relacionada a camitas diarias y un fluido tránsito vehicular que los fines de semana se hace difícil de resolver la circulación por la gran cantidad.

Cabe aclarar que todo este desarrollo trajo aparejado un cambio en las condiciones ambientales del sector y obviamente en la flora y fauna que se desarrollaban hasta entonces y que no se las consideraba. Por estos años los noventa toma un impulso notorio el área de Zoonosis y Medio Ambiente, y se comienzan trabajos relacionadas al área como el estudio de las aves y la diversidad de los mismos ( patos, garzas, flamencos, galletas, etc. ) , en

cuanto a los peces se realizan estudios sobre los mismos y se instalan épocas de veda para la pesca deportiva las especies las cuales son básicamente, pejerreyes y carpas. Se instala un centro de interpretación en la isla de los niños, allí diariamente se realizan charlas a alumnos de distintas escuelas de la ciudad relacionadas a la biodiversidad y al ecosistema que se ha logrado en el parque recreativo.

Como veras el gran impulso que tiene el parque es en la época del Intendente: Oscar Mario Jorge que estuvo al frente de la Intendencia en tres periodos desde 1991 hasta 2003.

Como veras son muchas las actividades que se desarrollan en el predio: recreativas, deportivas, culturales (recitales, muestras, aparte te comento que se esta construyendo la casa de la cultura a la entrada del predio), turísticas, comerciales, educativas, etc. El predio tiene mas de 400 hectáreas, donde mas de 250 las cubre la laguna, se disponen cerca de 30 personas para el mantenimiento diario y 15 personas para la seguridad repartidos en distintos turnos.

La idea es declarar al predio como área protegida para evitar posibles especulaciones inmobiliarias, y de esta manera mantener un sector “verde - pulmón” de la ciudad pero a la vez que este integrada y que los vecinos tengan la posibilidad de disfrutar de distantes formas a través de las distintas áreas,

En cuanto a la recepción del parque por parte de los vecinos es notoria y muy positiva en todos los ámbitos sociales, cientos de vecinos lo visitan para realizar distintas actividades, antiguamente a la “laguna” concurría la gente de bajo nivel socio-económico

En cuanto a los turistas que nos visitan de muchos lugares del interior del país quedan sorprendidos y muy a gusto con el parque, pero advierten la

falta difusión a nivel nacional

El área de difusión esta a cargo de la dirección de turismo de la municipalidad de santa rosa en el ámbito local.

Espero que te sirva. Suerte.

## CUESTIONARIO

El modelo del cuestionario es el siguiente:

Buenos días/tardes, estoy realizando una encuesta para conocer gustos, actividades y frecuencia con que se visita el Parque Recreativo Don Tomas. Le agradecería que brinde un minuto de su tiempo y responda las siguientes preguntas:

Edad:

Sexo

• Femenino:

• Masculino:

1. ¿Le gusta visitar el Parque Don Tomas?

• Si

• No

2. ¿Qué actividades le gusta realizar en el Parque?

• Caminar

• Correr

• Patinar

• Reuniones

• Deportes

• Asados

• Tomar mate

• Pasear

3. ¿Con qué frecuencia concurre al Parque?

• Semanal

• Quincenal

• Mensual

• Cada 3 meses

• Cada 6 meses

• Mayor a un año

4. ¿Conoce usted la historia del Parque?

• Si

• No

5. ¿Cuál de las siguientes palabras considera usted que representan al Parque?

• Pulmón Verde

• Naturaleza

• Paseo

• Recreación

• Paz

• Espacio

• Tranquilidad

• Armonía

• Frescura

• Lugar de encuentro

• Icono de la ciudad

## RESULTADO DEL CUESTIONARIO

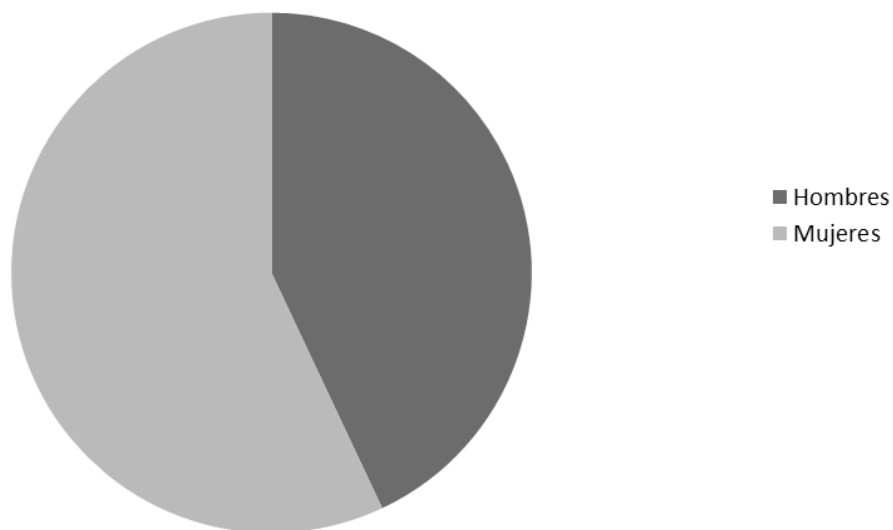
**Tamaño de la muestra**

El tamaño de la muestra se basa en una cantidad de 100 ciudadanos de

Santa Rosa, La Pampa. Tal cantidad de encuestados resulta basta para poder realizar una aproximación de los gustos, actividades y frecuencia con que se visita el parque.

Una vez realizado el cuestionario, los resultados fueron los siguientes:  
 Conclusiones sobre la edad: de los datos obtenidos se puede decir que el rango etario de personas que concurren por motivación propia es de 16 a 70 años. Pero no se puede dejar de lado la visita de los más pequeños quienes son acompañados por adultos.

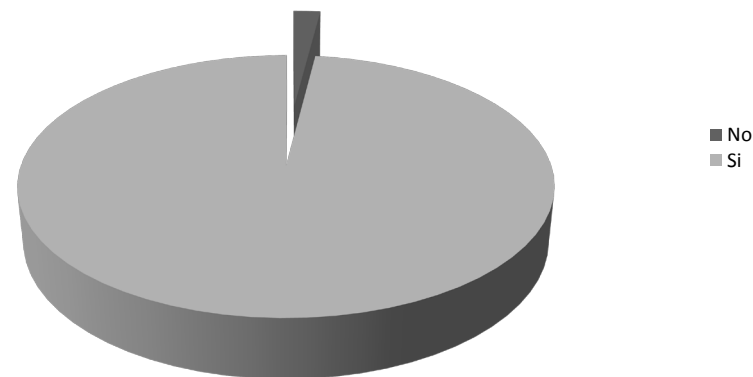
### Sexo



Conclusiones: se puede observar un mayor número de personas de sexo femenino que concurre al parque, aunque el número de personas masculinas no es mucho menor.

1. ¿Le gusta visitar el Parque Don Tomas?

### Gusto

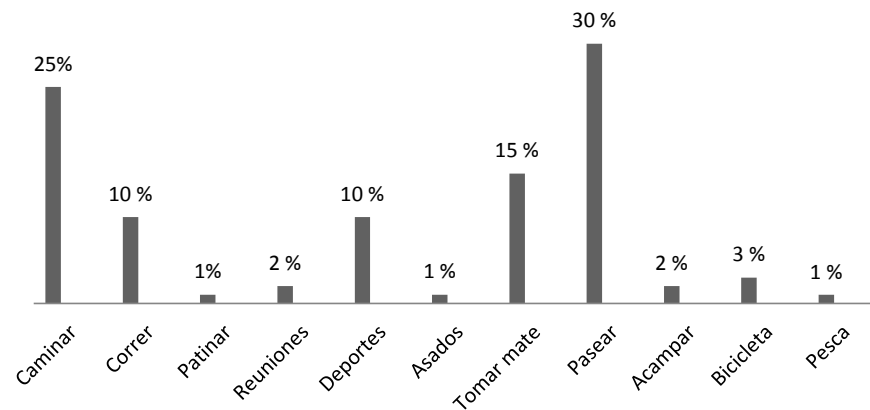


Conclusiones: casi el total del público afirma visitar el Parque.

2. ¿Qué actividades le gusta realizar en el Parque?

Conclusiones: un gran porcentaje de 30% afirma tener preferencia por tomar mates en el Parque, y un 25% de caminar. Es indiacca lo importante que resulta

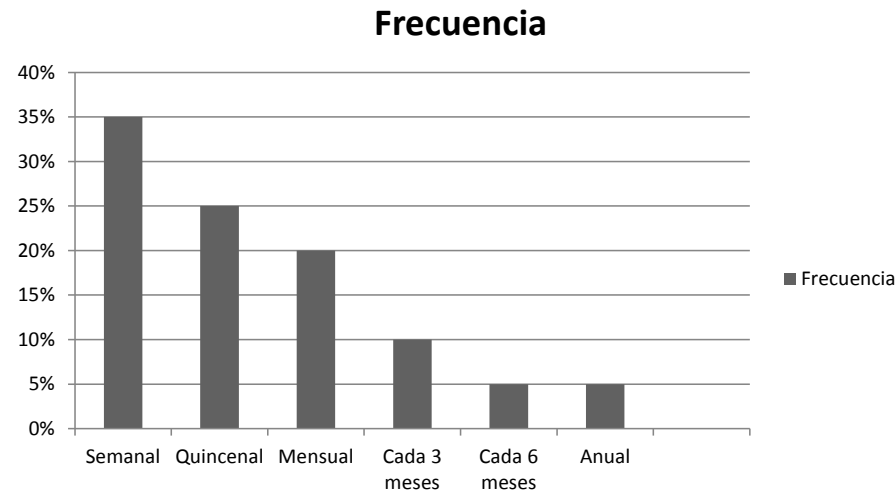
### Actividades



este espacio para los ciudadanos, en donde pueden distenderse a la vez que hacer algo por su salud.

### 3. ¿Con qué frecuencia concurre al Parque?

Conclusiones: según los resultados, el promedio de visitas al parque es semanalmente. Estos efectos son un indicio de la importancia que posee el

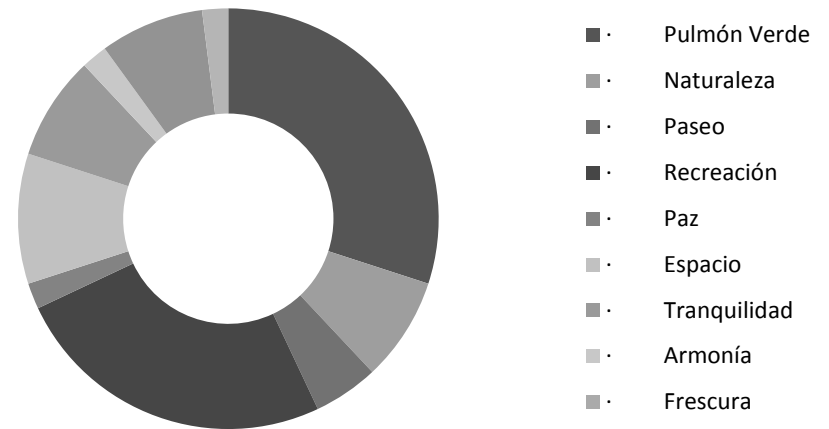


Parque para la ciudad.

### 4. ¿Cuál de las siguientes palabras considera usted que representan al Parque?

Conclusiones: un mayor porcentaje de encuestados afirma considerar al parque como el "Pulmón Verde" de la ciudad, mientras que otros lo ven

### Palabras

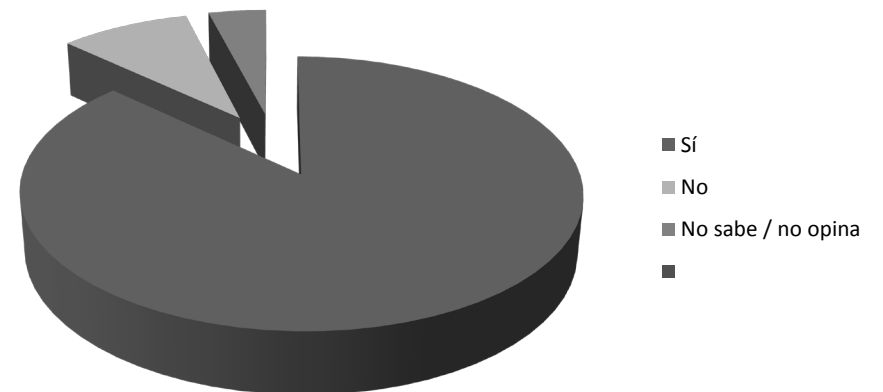


como lugar de recreación.

### 5. ¿Conoce usted la historia del Parque?

Conclusiones: un 87% afirma que no conoce la historia del Parque y un porcentaje muy pequeño afirma conocerlo pero sin dar muchos detalles. Este es un dato importante a saber, ya que en el avance del trabajo se podría pensar en alguna señal informativa sobre este punto.

### Conocimiento



# BOCETADO

la laguna  
don tomas

LA LAGUNA  
DON TOMÁS

LA LAGUNA  
DON TOMÁS

*La Laguna  
Don Tomas*

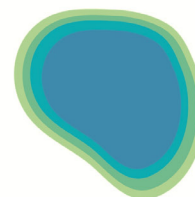
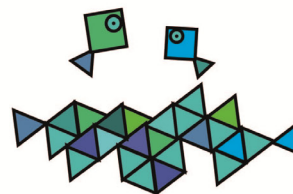
**La Laguna  
Don Tomás**

La Laguna  
Don Tomás

*La Laguna  
Don Tomás*

LA LAGUNA  
DON TOMÁS

La Laguna  
Don Tomas





## RELEVAMIENTO FOTOGRÁFICO LA LAGUNA DON TOMAS



Zona de Camping, ubicada a la izquierda de la entrada principal.



Faro, ayuda a la iluminación del parque.



Club Náutico, donde se almacenan los quipos y elementos necesarios para realizar windsurf, esquí acuático, entre otros.



Baños públicos ubicados en zona de parrillas



"La Cruz", espacio utilizado como mirador.



Isla Grande "Recreo", donde se encuentra una proveeduría.



Cancha de Softbol, única en la ciudad.



Gimnasio de pase libre.



Escuela de Canotaje



Pista de Atletismo



Cancha de Futbol



"El Muelle", utilizado para la pesca y como mirador.



Zona de Parrillas



Cancha de Basquet



Pista de Ciclismo



Isla Chica, contiene juegos para niños.



Mirador



Cancha de Basquet

## PARQUE LURO



Cancha de Tenis, inaugurada por Guillermo Vilas



Megaestadio, en construcción.



Circuito Fitness



Natatorio Municipal



Proveeduría



Cancha de Beach Voley.





