



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO



ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

**SEÑALIZACION E IDENTIDAD GRAFICA
APLICADA AL CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO
DE LICENCIADA EN DISEÑO GRAFICO
PRESENTAN

*LOURDES TREJO MEDINA
NANCY CARRASCO ROSALES*



SECRETARIA
ACADEMICA
Escuela Nacional de
Artes Plásticas

MEXICO 1993

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INTRODUCCION

1.- CARENCIA DE UN SISTEMA DE SEÑALIZACION EN EL CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL

1.1 DEFINICION DEL PROBLEMA	4
---------------------------------------	---

2.- ELEMENTOS DE UN SISTEMA DE SEÑALIZACION

2.1 ANTECEDENTES DE SEÑALIZACION	6
2.2 DEFINICION DE SEÑALIZACION	7
2.2.1 FINALIDAD DE UNA SEÑALIZACION	8
2.2.2 ELEMENTOS QUE INTEGRAN UN SISTEMA DE SEÑALAMIENTO	9
2.2.3 QUE ES LA SEÑALETICA	10
2.2.3.1 FUNCIONES DE LA SEÑALETICA	11
2.2.3.2 PLAN DE DISEÑO DE PROGRAMAS SEÑALETICOS	13

3.-PROCEDIMIENTO PARA EL DISEÑO DE UNA IDENTIDAD GRAFICA

3.1 QUE ES UNA IDENTIDAD GRAFICA	14
3.1.1 OBJETIVOS DE UNA IDENTIDAD GRAFICA	14
3.1.2 CLASIFICACION DE UNA IDENTIDAD GRAFICA	15
3.1.3 CARACTERISTICAS DE UNA IDENTIDAD GRAFICA	17
3.1.4 ELEMENTOS COMPONENTES DE UNA IDENTIDAD GRAFICA	18
3.1.5 METODOLOGIA A SEGUIR PARA EL DISEÑO DE UNA IDENTIDAD GRAFICA	21

4.- CARACTERISTICAS DEL CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL

4.1 ANTECEDENTES DEL CENSODEBAN	24
4.1.1 SITUACION GEOGRAFICA	24
4.1.2 DISTRIBUCION	24
4.1.3 SERVICIOS Y ACTIVIDADES QUE OFRECE	25
4.2 ANALISIS DEL RECEPTOR	26

5- ANALISIS COMPARATIVO DE SENALIZACION ENTRE DIFERENTES CENTROS DEPORTIVOS

5.1 RECOPIACION DE MATERIAL GRAFICO	30
5.2 EVALUACION	38
5.3 RESULTADOS	38

6 - ETAPA DE PROYECCION DE IDENTIDAD GRAFICA Y SEÑALIZACION PARA EL CENSODEBAN

6.1 PRESENTACION DEL LOGOTIPO DEL BANCO NACIONAL DE CREDITO RURAL	39
6.2 BOCETAJE DE IDENTIDAD GRAFICA	40
6.3 BOCETAJE DE SEÑALIZACION	45

7.- PROPUESTA DEL SISTEMA DE SENALIZACION E IDENTIDAD GRAFICA PARA EL CENSODEBAN

7.1 COMPONENTES DE DISEÑO PARA LA IDENTIDAD GRAFICA

7.1.1 EXPLICACION DEL SIMBOLO	54
7.1.1.1 GEOMETRALES	58
7.1.1.2 MARGEN ESPACIAL	60

7.1.1.3 PROPORCIONES	61
7.1.1.4 ALTERNATIVAS DE USO	62
7.1.1.5 TAMAÑOS	63
7.1.1.6 COLOR	64
7.1.1.7 USOS INCORRECTOS	65

7.1.2 APLICACION DE LA IDENTIDAD GRAFICA EN PAPELERIA	66
---	----

7.2 SISTEMA SEÑALETICO

7.2.1 EXPLICACION DE LAS SEÑALES	77
7.2.2 ELEMENTOS BASICOS DE SEÑALIZACION	
7.2.2.1 NORMAS A SEGUIR	85
7.2.2.2 RETICULA DE TRAZO	87
7.2.2.3 MARGEN ESPACIAL	88
7.2.2.4 PROPORCIONES	89
7.2.2.5 TAMAÑOS Y COLOR	90
7.2.3 PROPUESTA DE SOPORTES Y UBICACION	91

CONCLUSIONES	97
BIBLIOGRAFIA	98

INTRODUCCION

Al finalizar la licenciatura en Diseño Gráfico, estamos conscientes de la responsabilidad que tenemos como profesionistas de esta disciplina, cumplir con el objetivo de satisfacer necesidades de comunicación visual mediante la configuración, estructuración y sistematización de mensajes significativos.

Tenemos la oportunidad de solucionar el problema de comunicación del Centro Social y Deportivo Banrural que es una institución dependiente del Banco Nacional de Crédito Rural, y conscientes de que como diseñadores debemos proyectar mensajes significativos, decidimos hacerlo para este Centro cultural y recreativo que desempeña diferentes actividades y eventos para el bienestar de los trabajadores del mismo Centro así como para el público en general.

Los problemas de comunicación visual que tendremos que solucionar a través de este trabajo comprenden el diseño de la imagen del Centro y la señalética interna del Deportivo.

Debido a que es un Centro dependiente del Banco Nacional de Crédito Rural, su existencia requiere de una ayuda visual para funcionar satisfactoriamente como Deportivo.

CARENCIA DE UN SISTEMA DE SEÑALIZACION EN EL CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL

Todo centro o institución necesita de una organización física y humana para el óptimo desarrollo de la actividad a realizar.

A partir de esto surge la necesidad de crear un sistema señalético y la identidad gráfica adecuada al Centro Social y Deportivo Banrural, para un mejor funcionamiento del espacio físico, a la vez que dicho sistema brinde un panorama más amplio de las actividades que pueden realizar los usuarios.

1.1 Definición del Problema

El problema es dar solución a la identidad corporativa del Centro Social y Deportivo Banrural (CENSODEBAN) y a los elementos gráficos que integren el sistema de señalamiento para sus instalaciones.

El problema tiene su origen, por una parte en la necesidad del Deportivo de contar con una identidad corporativa para que la sociedad le conozca y se interese por los servicios que ofrece y, por otra parte, en el hecho de que la distribución de los elementos arquitectónicos y las actividades que ofrece hace necesario un sistema de señalamiento que facilite tanto

a usuarios como a empleados y visitantes, la circulación y rápida localización de los servicios.

Surgen las primeras preguntas ¿Qué es identidad corporativa? y ¿Como deben ser los elementos gráficos de un sistema de señalamientos?, cuya respuesta nos permite delimitar el marco en el que se desarrolla el problema y qué elementos de la comunicación gráfica nos van a servir para resolverlo.

De modo similar, las interrogantes siguientes, ¿Qué es el Centro Social y Deportivo Banrural? y ¿Para quién es CENSODEBAN? nos arrojarán datos de suma importancia sobre las características del servicio que deseamos identificar y el sector de la sociedad al que va dirigido.

Con la respuesta a estas cuatro preguntas, queda cubierta la fase de investigación y se pasa a la fase de diseño, empezando por el de la identidad corporativa del Centro, de la que tomaremos algunos elementos para diseñar los gráficos del sistema de señalamientos.

INVESTIGACION

QUE ES IDENTIDAD CORPORATIVA



ELEMENTOS GRAFICOS DE UN SISTEMA DE SEÑALAMIENTOS



QUE ES CENSODEBAN PARA QUIEN ES CENSODEBAN



DISEÑO

IDENTIDAD CORPORATIVA DEL CENSODEBAN

SISTEMA SEÑALETICO DEL CENSODEBAN



CONCLUSIONES

Nuestro trabajo inicia con los antecedentes y definiciones de los conceptos que intervienen dentro de un sistema de señalización y señalética, así como su relación con los términos: signo, símbolo y señal.

2.1 Antecedentes de señalización

De acuerdo a las ideas expresadas por Joan Costa en su libro de Señalética, se dice que desde el hombre prehistórico las señales y marcas adquirieron importancia, se les daba a las cosas de uso un sentido mágico más que utilitario, para sugerir significados, ideas y conceptos. Esto abarca desde las piedras, ramas de árboles y otros objetos, hasta los tatuajes, pinturas corporales, deformaciones y mutilaciones, así como la ornamentación con plumas y pieles, signos indicadores de casta, autoridad, rango social, organizaciones y propiedad.

Posteriormente los griegos y romanos representaron a sus dioses a través de signos y figuras simbólicas, bajo la forma de una columna de tosca piedra a la que se llamó "milla de oro", utilizando ésta para marcar las distancias en millas. En la Edad Media, durante el cristianismo, las columnas fueron sustituidas por cruces de madera y piedra que tenían grabado algún nombre.

En 1139 se realizó la primer guía que inició el trazo de las rutas, los nombres de los pueblos, listas de los ríos de agua potable, la ubicación de los santuarios y las reliquias veneradas; siendo el antecedente de las actuales guías y mapas de carreteras.

Sucesivamente en Francia se vuelven a usar pilares de piedra para marcar las rutas. Estos fueron colocados a la derecha de cada ruta, la parte visible era pintada en blanco y las inscripciones en negro. Así se inició la identificación de calles y casas a través de una numeración, que se convirtió en la base de la señalización urbana.

El elemento que se ha producido más universalmente en la señalización es la flecha. Su origen se dio a través de la mano con el dedo índice extendido, creando así una similitud visual y simbólica entre el dedo indicador y la flecha.

El mundo comercial desarrolló, paralelamente, sus sistemas de señalización publicitaria y los establecimientos se adornaban con una especie de heráldica funcional que reproduce emblemáticamente los objetos de la actividad mercantil.

En 1189, Pierre Benjamin Brousset publicó en Francia el principio de señales en el suelo, el cual descomponía la circulación humana en tres elementos: la dirección,

sobre la que uno se mueve, la indicación del recorrido a seguir y el destino por alcanzar.

Las señales en el suelo adquirieron colores, formas e inscripciones, cuyas combinaciones simples respondían a todas las exigencias de transmisión de información que el progreso imponía.

A su vez, Pierre Brousset clasifica las señales en el suelo en cinco categorías: permanentes, temporales, circunstanciales, ambulantes y garantes.

En 1931, la Sociedad de las Naciones consiguió en Ginebra la firma de un convenio internacional sobre la unificación de la señalización vial, en el cual se dan tres tipos de señales:

- » Señales de peligro: son triangulares y de color amarillo.
- » Señales de prescripción absolutas: son circulares y de color rojo.
- » Señales de indicación: son rectangulares y de color azul.

Así, la señalización fue en un principio el marcaje de las rutas de los lugares; identificación y guía al mismo tiempo, orientación en definitiva. Esta larga evolución de las señalizaciones forma parte ya de la cultura cotidiana que ha ido creando un lenguaje universal.

2.2 Definición de señalización.

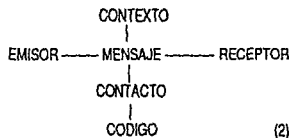
Etimológicamente señalización, proviene del latín *signalis* "SEÑAL" plural de *signum*, signo y del verbo hacer. Su significado será hacer señales. El origen de la palabra se encuentra en el francés, *SIGNALIZATION* y fue aplicado a los sistemas de signos de comunicación utilizados por los grandes transportes colectivos, fluviales, marítimos y ferroviarios. Este término, *Signalization*, pasó al Español como señalización apareciendo en los diccionarios de la lengua española como tal hasta 1978, con el siguiente significado: "Sistema de señales cuya función es coordinar la acción por medio de comunicaciones, instrucciones, avisos o llamadas de atención que permiten dirigir la circulación, o movimientos de conjunto". (1)

En cambio, en inglés se utilizan los términos *sign*, *system* o *signing* para denominar a los sistemas de señalización.

(1) Op. Cit
Casab C. Salma
Metodología
aplicable a la
Señalización . p.8

Función de la señalización:

El proceso de la señalización implica un esquema de comunicación. Para esto tomaremos el propuesto por Jakobson, que se compone de la siguiente forma:



La comunicación surge cuando el emisor tiene la necesidad de dar algún mensaje, que será recibido por un receptor.

El mensaje es un signo o articulación de signos que para ser descifrado por el emisor y el receptor, tiene que haber un código común, el cual es prestablecido por convención dentro de un contexto (aquello a lo que se refiere el mensaje).

Finalmente la comunicación requiere de un canal o contacto entre el emisor y el receptor, para transmitir el mensaje.

2.2.1 Finalidad de una señalización.

El hombre tiene la capacidad de representar la realidad por medio de ideogramas para dar a entender a los demás lo que está representando, siendo ésta la base de la comunicación visual abstracta. " La ideografía es la rama de la comunicación visual que explica la universalidad de los códigos, las letras, los dibujos, y cualquier representación gráfica que tenga carácter de mensaje y universalidad." (3)

La señalización se basa en la ideografía, ya que ésta es universal y no depende de ningún idioma ni explicación para ser comprendida, por ejemplo: los rótulos que nos indican que no se debe rebasar, o cruce de niños porque hay una escuela cerca.

Existen infinidad de ideogramas en nuestra vida diaria, los encontramos en carreteras, centros comerciales, elevadores, hospitales, etc.

(2) Op. Cit.
Llovet Jordi
"Ideología y
Metodología del
diseño" p.93

(3) Op. Cit.
González P. Anabela
" Qué es Diseño
Gráfico" p.58

2.2.2 Elementos que integran un sistema de señalamiento.

Dentro de un sistema de señalización intervienen tres elementos básicos: el signo, el símbolo y la señal.

Para hacer una distinción entre estos términos, diremos que el signo es un sustituto de otro signo, es decir, toda cosa que sustituye a otra y se le puede dar una interpretación variable según su uso o aplicación.

Por otro lado, un símbolo es un signo que produce el interprete por convención, independientemente de las características externas o materiales del objeto o acción que representa, el cual puede ser interpretado sin el conocimiento previo de un código. Por ejemplo: el triángulo que indica "peligro" y el círculo para "prohibición"

La señal es un estímulo que puede ser auditivo o visual, el cual al ser percibido ayuda en el proceso de comunicación y produce en el receptor un efecto de atención.

Podemos distinguir los grupos principales de sistemas de señales: (4)

- a) Señales de prohibición: tales como las placas que dicen *prohibido estacionarse o prohibido pasar*.
- b) Señales de advertencia: las que indican que caen piedras en el camino o que el camino es peligroso.
- c) Señales de mandato: indican la dirección del tráfico, que se tome la derecha, la velocidad mínima, etc.
- d) Señales de indicación, proporcionan todo tipo de información.

Una segunda división de los sistemas de señales se funda en su diseño:

- 1) Signos motivados: señales como las flechas indicadoras de dirección, las prohibiciones de virar a la derecha o a la izquierda y la información sobre caminos estrechos.
- 2) Signos icónicos: son aquellos que conservan una característica del objeto representado, como las marcas de paso a nivel y las advertencias de borde muelle.

(4) Op. Cit.
Malmberg, Bertil
Teoría de los Signos.
pp. 159-161

3) Signos arbitrarios: son por ejemplo los colores de los semáforos, las señales que prohíben pasar, estacionarse o detenerse.

4) Signos indivisibles: como prohibida la entrada a vehículos y prohibido el paso, contienen los mismos elementos básicos pero se diferencian por su diseño.

2.2.3 Qué es la señalética

La señalética revela la importancia de información o de orientación que provoca la movilidad social y la proliferación de servicios públicos y privados, generados tanto en el ámbito cívico y cultural como en el comercial.

Para definir a la señalética tomaremos en cuenta tres factores:

Primero, buscar en las acciones empíricas de los individuos, poner señales a las cosas es señalar o "señalizar" con el fin de orientarse. Usar cosas como señal implica dos características:

1.- La utilización es absolutamente convencional y la cosa es en sí ajena a la función de señalización.

2.- El objeto con que se señala ya existía antes de la necesidad de señalar y fuera de ella, espontáneamente del acto de tomar una cosa como señal.

Segundo, cuando el objeto de la señal se dirige a otros individuos, surge la noción de código. En la vida social es necesario intercambiar información entre individuos e instituciones, de esta manera la información crece con la complejidad de la organización social y aumenta la utilización de señales en una población cuando ésta es más heterogénea, más densa, más móvil.

Esto genera un lenguaje simbólico que combina el signo alfabético (discurso) y el signo cromático (señal óptica), dando preferencia, por su universalidad e inmediatez, al signo icónico: el pictograma (no pasar, no estacionarse, paso de peatones).

Tercero, que se refiere a la separación del vocablo "fonética" que en 1933 y 1954 Bloomfield y Pike, respectivamente, dieron, separando el sufijo ética y lo utilizaron para describir los sistemas de signos no lingüísticos. De acuerdo a esto, el vocablo señalética significa: "El sistema de signos pictográficos en que cada enunciado es presentado por una señal" (5), en el cual señal y signo coinciden como el todo del acto perceptivo; señal en el aspecto instantáneo de un estímulo que apela a la sensación visual y signo como la parte de este estímulo que es portador de comunicación,

(5) Op. Cit
Costa Joan
"Señalética" p.17

significado, mensaje e información que será comprendida por el individuo.

Etimológicamente señalética toma la forma breve y concentrada del signo gráfico del griego graphin; cuyo significado es: escritura, dibujo, trazo; definiendo así a la señalética: como " sistema de escritura por medio de signos orientativos de señalación".(6)

2.2.3.1 Funciones de la Señalética.

En este punto se presentaran los rasgos precisos que determinan la definición, funciones y lenguaje de la señalética, así como su técnica. El medium señalético es provocado por la movilidad social y la complejidad de nuestra época y el crecimiento de servicios que ello genera en función de los individuos. Señalética es una disciplina técnica que se aplica tanto en arquitectura, urbanismo y la organización de servicios y de trabajo.

Tiene como finalidad informar de forma instantánea, implicando una interacción automática de mensajes visuales que afectan a individuos que reaccionan a estos mensajes. Su sistema comunicacional se compone de un código universal.

CODIGO
UNIVERSAL

Signos y Señales
(símbolos icónicos,
lingüísticos y cromáticos)

Proceso Técnico
(establecido por un programa
de diseño)

Su lenguaje es monosémico, no discursivo, su principio es el de la economía generalizada. Su presencia es silenciosa, su secuencialidad es discreta, su utilización es optativa, su codificación es funcional. Es utilizada por el diseñador gráfico de programas en la planificación de la arquitectura, en el medio ambiente y la industria.

La señalética es la evolución de la señalización aplicada a problemas particulares. El programa señalético se incorpora a menudo con la identidad corporativa.

(6) Idem. p.17

CUADRO COMPARATIVO

Señalización	Señalética
Tiene por objeto la regulación de los flujos humanos motorizados en el espacio exterior	Tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en el espacio interior y exterior
Es un sistema determinante 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	El sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular
Las señales persisten a los problemas itinerarios	Las señales y las informaciones escritas son consecuencia de los problemas precisos
El código de lectura es conocido apriori	El código de lectura es parcialmente conocido
Las señales son materialmente 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 indiferente a las características del entorno	Se supedita a las características del entorno
Aporta al entorno factores de uniformidad	Aporta factores de identificación 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 si misma	Se prolonga en los programas de identidad corporativa o deriva de ellos

2.2.3.2 Plan de diseño de programas señaléticos

Para que sea efectivo un programa señalético es necesario que cubra con siete etapas principales que son:

ETAPA 1

Contacto: con la realidad del problema señalético, es decir, clase de espacio, funciones o servicios, personalidad del lugar y cual es la imagen de marca que habrá que reforzar.

ETAPA 2

Acopio de información: impregnarse de la organización de los diferentes servicios que se ubican en el espacio global. Condicionantes arquitectónicas, ambientales y de iluminación.

ETAPA 3

Organización: una vez registrada la información deberá ser traducida en formas visuales y establecer los tipos de señales que sean necesarias.

ETAPA 4

Diseño Gráfico: una vez que se tienen las normas de identidad corporativa, los pictogramas seleccionados, la imagen de marca que conviene proporcionar, el estilo definido previamente, es necesario establecer, una ficha para cada señal, donde constaran además de los datos anteriores, la ubicación, función y tipo de señal.

ETAPA 5

Realización: simplificar al máximo el sistema, es decir, reducir en lo posible las variedades de señales y formatos e incorporar señales claras y con ubicaciones precisas para el mejor funcionamiento.

ETAPA 6

Supervisión: el diseñador debe responsabilizarse de que su proyecto sea perfectamente interpretado en su proceso de realización final y de instalación.

ETAPA 7

Control Experimental: investigación experimental del funcionamiento del sistema: problemas de comprensión icónica, de legibilidad o de interpretación.

3.1 Qué es una identidad gráfica.

La identidad gráfica es una de las formas más antiguas de la expresión del hombre, nació de la necesidad de distinguir una cosa de las demás. A partir de esto surgió la creación de signos gráficos (marca) con un nuevo tratamiento, que le daría a las viejas marcas una difusión más amplia a través de nuevos soportes tales como las etiquetas, los carteles, los envases y los anuncios, con lo cual, la marca trascendería para siempre sus productos.

En este nuevo escenario nació el diseño de la identidad de una manera más consciente, es decir, el empleo de un símbolo que le diera a la empresa una imagen propia.

Así la identidad gráfica es el elemento de comunicación visual que refleja, a través de características específicas, la actividad de una persona, grupo o asociación.

Si consideramos su definición etimológica, la identidad gráfica es: "Identidad del latín *identitas*-atis, de *iden*, lo mismo, conjunto de condiciones que distinguen a una persona de las demás. Gráfica, del latín *graphicus*, que se representa por medio de figuras. Ben Rosen define la identidad gráfica como: "la esencia visual de una cosa o

idea, la forma en que se visualiza a una corporación, un producto o servicio, es la identificación visual que uno le atribuye. En este sentido es una forma de información y rápida persuasión, es un elemento de comunicación de alto impacto". (8)

3.1.1 Objetivos de una identidad gráfica.

La identidad tiene como objetivo fundamental, establecer la comunicación entre un grupo específico de personas y su contexto; esta comunicación se presenta de dos formas: a nivel interno con aquellas personas que desempeñan alguna actividad dentro de la compañía o institución, y se manifiesta en la acción (agilidad administrativa, rendimiento en el trabajo), en la armonía y unidad laboral al considerarse parte integrante de la compañía o institución; y a nivel externo, con aquellos individuos que reciben los servicios de la institución o empresa, es decir, el usuario o consumidor proporcionándoles seguridad, confianza, protección, etc.

Como consecuencia de este primer objetivo se derivan otros tres, que son dependientes y determinantes del primero. A través de estos objetivos, la imagen

(8) Op. Cit.
Rosen Ben.
The Corporate
Search for
Visual Identity.
Prefacio.

proyectará fuerza y claridad, produciendo una personalidad y carácter particular que afirme y sostenga la auténtica esencia de la institución:

a) Diseñar para la institución, empresa o persona una identidad con carácter propio a través de formas gráficas, que pueden ser símbolos o signos; y que reporte beneficios a los objetivos del organismo e impulse su desarrollo.

b) Lograr que los elementos estén unificados de manera simple, sencilla y legible para que sean recordados con facilidad y sean identificados por el sector al que va dirigido.

c) Obtener una respuesta favorable del público o usuarios en general o del sector al que va dirigido.

La identidad visual es aplicada por las empresas, organizaciones e instituciones de todo tipo, como una estrategia fundamental de comunicación, mediante la cual el diseño pone en relieve la existencia de tres factores principales: la empresa, el diseñador y el público.

Empresa y público conforman los dos extremos comunicantes, afectando la empresa al público en la relación producción-comunicación-consumo.

El diseñador colocado en el punto central, ejerce la función de intermediario, para enlazar la empresa y su público en dos grupos:

1.- Los productos, objetos técnicos: bienes de uso, de consumo, de equipamiento, etc.

2.- Los mensajes gráficos, que constituyen el conjunto de las comunicaciones funcionales: institucional, comercial, publicitario, informativa, didáctica, señalética y de la identidad.

3.1.2 Clasificación de una identidad gráfica.

IDENTIDAD CORPORATIVA.

Es la imagen gráfica constituida por una serie de elementos que nos hablan de la empresa y su personalidad persiguiendo el lucro en sus servicios, y es comunicada al público a través de los empleados. " La identidad corporativa es una amplia formación que abarca la personalidad corporativa, es decir, las relaciones de comercio, producto, políticas comunales, planificación y administración del personal, edificios y servicios al cliente ". (9)

(9) Op. Cit.
Schimmel Wolfgang.
Corporate Design
International. p.6



Gerardo
MURRAY



JEAN
PAUL 

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Es la representación de los elementos visuales conformados en una identidad gráfica, que expresan la actividad de una institución, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de cualquier tipo de institución de ser identificable por el público o por un sector determinado sin perseguir el lucro. "La imagen institucional puede ser definida como un compuesto de conocimientos, sentimientos, ideas y creencias asociadas con una institución como resultado de la totalidad de sus actividades". (10)

IDENTIDAD PROFESIONAL

Se define como la imagen que por medio de una representación determinada expresa la profesión o servicios que desempeña una persona, cualquiera que sea su actividad.

3.1.3 Características de la identidad gráfica

Para determinar las características de una identidad gráfica se deben tomar en cuenta los niveles de interpretación de la imagen.

1.-Interpretación sintáctica:

Se analiza la forma como tal para comprender de ésta

con otras imágenes. Aspectos de la imagen a considerar:

- A) Que sea original: características singulares que presenta la imagen y que permite considerarla innovadora.
- B) Que tenga unidad: relación intrínseca entre las partes de un todo.
- C) Que sea modulable: cualidad física de la imagen que hace posible su agrupación sistemática con fines prácticos.
- D) Que sea legible: característica que posibilita la visualización de la imagen por ser clara y sintética.
- E) Que tenga constructividad: posibilidad de la imagen de ser trazada geoméricamente.

2.- Interpretación semántica.

Se estudia la forma en cuanto a su significado, es decir, su expresividad connotativa. Aspectos a considerar:

- A) Que tenga carácter: cualidad de la imagen de representar al mensaje.
- B) Que sea comprensible: propiedad de la imagen de expresar su significado utilizando elementos que pertenezcan al código del usuario.

(10) Op. Cit. Carrasco B. José. Imagen Institucional y Señalamiento de la E.D.M. Tesis.

C) Que tenga memoria gráfica: se refiere a la posibilidad que la imagen tiene de ser aprendida fiel y rápidamente por el observador.

3.- Interpretación pragmática

Se contempla además de la forma y su significado el aspecto de integración a su contexto, es decir, su relación con el usuario o consumidor. Aspectos a considerar:

A) Que tenga impacto: es la influencia de una imagen sobre un individuo para atraer su atención.

B) Que sea visible: se refiere a la percepción de la imagen y depende de su proporción, colocación, iluminación y ángulo de visión.

C) Que sea estable: capacidad de trascendencia, es decir, la no pertenencia a un momento histórico específico.

D) Que sea reproducible: posibilidad de reproducción en diferentes técnicas de impresión y tamaños.

3.1.4 Elementos componentes de una identidad gráfica

Los elementos básicos de una identidad gráfica son el símbolo, el logotipo y el color, a este conjunto de signos de la identidad se le puede llamar *identificador*. El identificador es "la firma de la empresa que representa la garantía y el compromiso de la misma"⁽¹¹⁾

SIMBOLO:

El símbolo es un signo gráfico que representa una idea o concepto preestablecido por convención y forma parte de los mensajes que son dirigidos al ser humano. "Es una imagen equivalente, indirecta. El símbolo es la comunicación de algo a través de otra imagen que pueda contar con una misma cualidad destacada"⁽¹²⁾

Los símbolos se dividen en dos clases:

1.- FONOGRAMAS: Son grafismos que identifican un sonido, como las letras del alfabeto.

2.- LOGOGRAMAS: representan cosas o ideas.

(11) Op. Cit.
Costa Joan.
"Imagen Global" p.93

(12) Op. Cit.
Beltran Félix.
"Acerca del Diseño"
p.18

El símbolo desde el punto de vista semántico puede ser:

A) Representacional: aquello que vemos y reconocemos por experiencia y del entorno.

B) Abstracto: cualidad visual reducida a componentes visuales y elementales básicos.

C) Arbitrario: son los símbolos que el hombre ha creado y a los que le asigna un significado.

LOGOTIPO.

El vocablo logotipo proviene del griego *logos*, que significa "palabra, discurso" y de *tipos*, que quiere decir "golpe formando una impronta". Así el *logotipo* es el diseño del arreglo tipográfico de un determinado tipo de letra, que tiene por función representar una entidad o razón social.

" En grafismo una palabra diseñada, una palabra logotipada es la que está formada por letras unidas entre sí, entrelazadas, formando una unidad signica que se diferencia de los tipos simples, porque constituye en si misma un todo gestáltico y no una sucesión de letras corrientes". (13)

En el diseño de arreglos tipográficos deben considerarse ciertos factores:

A) Dimensiones y Proporciones: ancho y alto de las letras.

B) Carácter de dichas letras.

C) Adecuación a lo representado.

D) Modulación o juegos gráficos posibles entre las letras.

E) Combinación posibles de las iniciales a representar.

COLOR.

El color es un factor fundamental en una identidad gráfica, por las connotaciones que éste posee. Influye en la eficacia del proceso comunicativo reafirmando la semántica de la forma para transmitir adecuadamente los objetivos de la identidad.

El color no siempre es un factor determinante en la memoria gráfica de la forma, ésta debe tener la suficiente originalidad e impacto para prescindir de él cuando sea necesario.

La utilización del color en una identidad gráfica debe cubrir ciertas normas para no caer en el uso arbitrario de las diferentes tonalidades e incluso diferentes matices del color.

(13) Op. Cit.
Costa Joan
"Imagen Global".p.98

Las diferencias visuales entre las formas, tonos, estructuras y texturas, establecen un contraste visual con la imagen dando lugar a niveles de impacto visual y por lo tanto de color.

VISIBILIDAD DE LOS COLORES

La visibilidad de los colores es afectada en la interacción de otros colores; y se clasifica en el siguiente orden:

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| 1.- Negro sobre Blanco | 7.-Blanco sobre Azul |
| 2.- Negro sobre Amarillo | 8.-Blanco sobre Verde |
| 3.- Rojo sobre Blanco | 9.-Rojo sobre Amarillo |
| 4.- Verde sobre Blanco | 10.-Azul sobre Blanco |
| 5.- Blanco sobre Rojo | 11.-Blanco sobre Negro |
| 6.- Amarillo sobre Negro | 12.-Verde sobre Rojo |

Cuando existe más contraste de color se produce mayor legibilidad y por el contrario al tener menos contraste de color la legibilidad es menor.

PSICOLOGIA DE LOS COLORES

El color blanco, como el negro se hallan en los extremos del espectro. Ambos colores tienen un valor límite y también un valor neutro (ausencia del color) que refuerza los colores que con ellos son combinados.

El gris ocupa el lugar intermedio entre el blanco y el negro, pero es un centro pasivo, neutro y por esto mismo, un factor de equilibrio.

El rojo significa la vitalidad, es el color de la sangre y la pasión, expresa entusiasmo, dinamismo, es exaltante y agresivo.

El verde es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación y el frescor, pero es el color de la calma indiferente, no transmite alegría, tristeza o pasión. Cuando en el verde predomina el amarillo cobra una fuerza

activa y soleada; si tiende al azul, deviene sobrio y más sofisticado.

El azul es el símbolo de la profundidad, suscita una predisposición favorable, provoca tranquilidad y gravedad solemne. Cuanto más se clarifica, más se vuelve indiferente, cuanto más se oscurece más atrae hacia el infinito.

El amarillo es el color más luminoso, cálido y alegre. Es el color del sol y de la luz, y como tal es vital y tonificante.

3.1.5 Metodología a seguir para el diseño de una identidad gráfica

El diseñador utiliza toda clase de materias y de técnicas para producir una forma que no únicamente tenga calidad estética sino que cada componente debe considerarse al mismo nivel. Para esto dispone de un método que le permite realizar su proyecto de la manera más óptima con las técnicas precisas. Existen diversos tipos y métodos de proyectación, según los diseñadores y depende del proyecto.

Algunos modelos son:

Archer:	Fallon:	Sidal:
Programación	Preparación	Definición del problema
Recolección de datos	Información	Exámen de los diseños posibles
Análisis	Valoración	Límites
Síntesis	Creatividad	Análisis técnico
Desarrollo	Selección	Optimización
Comunicación	Proyecto	Cálculo
		Prototipos
		Comprobación
	(14)	Modificaciones finales

(14) Op. Cit.
Munari Bruno.
Diseño y
Comunicación
Visual. p.359

Para fines de este proyecto, hemos elegido la metodología recomendada por Ma. Elena Díaz López en su obra "Propuesta de Metodología para la Proyección de Símbolos en el Diseño Gráfico", dicha metodología se ajusta a las necesidades reales del proyecto, ya que contiene los puntos esenciales para llegar a una solución concreta que la hacen práctica y funcional, la cual consiste en tres etapas:

1.- Etapa de estudio

En esta etapa se reúnen, lo más completo posible los datos, criterios y necesidades para la investigación del proyecto y se conforma de las siguientes partes:

a) Investigación

Se ubica el problema considerando sus características, necesidades y objetivos.

b) Recopilación de datos

Que incluye actividades, recursos y usuarios, a través de fuentes directas o complementarias.

c) Análisis

Se analiza y detecta lo más importante de la información

por medio de las capacidades perceptivas condicionadas por el medio socioeconómico en el que se desarrolla.

d) Evaluación

En este punto se ordenan y jerarquizan los datos, quitando lo superfluo para dar una información exacta.

e) Síntesis

Se ordenan y seleccionan las ideas que se convertirán en el punto de partida para buscar y concretar la solución más funcional.

El análisis anterior a la etapa de proyección da como resultado una información que se convertirá en imágenes gráficas, en el proceso de realización.

2.-Etapa de Proyección

En esta etapa el objetivo será desarrollar en forma secuencial el proyecto que cubrirá la necesidad primaria de acuerdo a lo establecido en la fase de estudio. Consta de cuatro partes:

a) Primeras imágenes

Son el resultado de transformar en imágenes los conceptos característicos del símbolo a proyectar. Es bastante recomendable realizar un número amplio de alternativas posibles, para posteriormente seleccionar la mejor de éstas.

b) Anteproyecto

Consiste en transformar y ordenar las primeras imágenes hasta convertirlas en alternativas de solución, eligiendo aquellas que configuren el objetivo del problema conforme a diferentes niveles. Además se deben distinguir las propuestas que más funcionen, desechando las que no se consideren adecuadas. Paralelamente se harán pruebas en blanco y negro y además en color. En esta etapa se seleccionará la más funcional de acuerdo al enunciado de la síntesis.

c) Proyecto

Se hace una determinación de la alternativa de solución que de acuerdo a la síntesis conceptual, al desarrollo del proyecto y al criterio del diseñador, sea la óptima.

d) Comprobación

Su finalidad es verificar los resultados obtenidos durante las etapas secuenciales, especificando el por qué se escogió una determinada alternativa, y analizando lo más concretamente posible cada una de las soluciones

al problema, reuniendo en una imagen los puntos más sobresalientes enfocados directamente al objetivo.

3.- Etapa de Realización

Consiste en la presentación de la imagen en blanco y negro o en color, incluyendo proporciones, dimensiones y aplicación en papelería, difusión y publicidad, entre otros.

CARACTERISTICAS DEL CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL (CENSODEBAN)

CAPITULO 4

4.1 Antecedentes del CENSODEBAN.

El Centro Social y Deportivo Banrural (CENSODEBAN) es una institución dependiente del Banco Nacional de Crédito Rural. Inaugurado el 24 de Noviembre de 1982 por el Lic. José López Portillo, tiene el objetivo de ofrecer a los empleados de Banrural un espacio adecuado para la realización de actividades culturales y deportivas.

Surgió a partir del derecho que tiene todo trabajador de contar con un espacio para el desarrollo físico y cultural. Inicialmente el Deportivo ofrecía sus instalaciones únicamente a los empleados del Banco y posteriormente por ampliación y necesidades del mismo, se dió acceso al público en general, mediante una membresía a las personas interesadas.

4.1.1 Situación geográfica.

El CENSODEBAN está localizado al Sur del Distrito Federal en la Delegación Coyoacán, con dirección en Calzada del Hueso no. 400, Col. Los Girasoles, al oriente colinda con la calle Rancho el Arenal, al norte

con la calle Vista Hermosa y su área total es de 12 hectáreas.

Esta zona cuenta con un clima templado y es de fácil acceso ya que en su entorno existen vías de comunicación fluidas como son la Av. Canal de Miramontes, Periférico y Calzada Tenorios, así como centros comerciales muy cercanos.

4.1.2 Distribución.

Resalta su arquitectura moderna y organizada, distribuida de la siguiente forma:

La fachada da a la calle Rancho Arenal donde se observan las instalaciones en su totalidad, al igual que las actividades que se realizan al aire libre en las áreas verdes.

El acceso principal cuenta con un estacionamiento para visitantes con su respectiva caseta de vigilancia y control.

Los elementos arquitectónicos que definen este Centro son los dos edificios principales, los cuales se aprecian desde el andén peatonal; uno de ellos destinado como auditorio, y el segundo conformado por dos niveles:

PLANTA BAJA: integrada por salón de usos múltiples con vista a la alberca y al campo de fútbol, cafetería con servicio de cocina, sala de descanso con vista a las canchas de basquetbol, al frontón y a las áreas verdes; así como un espacio destinado para exposiciones.

PLANTA ALTA: formada por oficinas administrativas, una segunda sala de exposiciones con vista panorámica al exterior del Deportivo, un departamento de arte, sanitarios, control de usuarios, salón de usos múltiples y un área de descanso.

En la planta baja se comunican los dos edificios mediante un vestíbulo principal que distribuye a cada área en particular. También cuenta con un gimnasio con sus respectivos vestidores y sanitarios, ubicado en el sótano de dicho edificio; de éstos se llega a una terraza que conduce a las siguientes áreas: Alberca Olímpica y Chapoteadero.

El área exterior está integrada por:
3 campos de fútbol (con circuito para corredores), 1 campo de beisbol, 1 cancha de basquetbol, 4 canchas de tenis, 2 canchas de frontón, 4 salones de Squash y áreas de descanso.

Cabe señalar que una de las características de este Centro Deportivo es la vista hacia el exterior del edificio,

permitiéndonos la ubicación de las áreas con las que cuenta el Deportivo.

Por último mencionaremos que éste Centro Deportivo posee una infraestructura completa satisfaciendo la demanda de los usuarios.

4.1.3 Servicios y actividades que ofrece.

Dentro de los servicios que ofrece el CENSODEBAN, se cuenta con una cafetería que da servicio al público en general, dos salones de usos múltiples, áreas de exposición y el auditorio que ofrece diversidad de eventos. Las actividades que se realizan dentro de las instalaciones son las siguientes:

Aerobics	Fisicoculturismo
Hawaiano	Taitiano
Karate	Natación
Basquetbol	Voleibol
Squash	Frontón
Tenis	Futbol de salón
Futbol soccer	Futbol americano
Yoga	Artesanías

Paralelamente el Deportivo ofrece actividades socioculturales tales como: excursiones, conferencias diversas, cuentos infantiles y exposiciones.

Durante periodos vacacionales proporciona actividades culturales, talleres, manualidades, actividades formativas y deportivas.

Para participar en estos eventos el interesado debe cubrir una inscripción previa, así sea empleado del Centro o particular.

4.2 Análisis del receptor

En su generalidad, los usuarios del CENSODEBAN lo conforman niños, jóvenes y adultos entre los 7 y 40 años, quienes participan en las diferentes actividades deportivas y culturales.

Para dar un apoyo en lo referente a la identificación de áreas dentro del Deportivo se realizó una encuesta llamada análisis de los lexemas por equivalentes significativos, que nos ayudará a definir los elementos compositivos (formas, colores) con mayor significación para el desarrollo del sistema señalético, y la cual consiste en enlistar los lexemas y las alternativas de asociación.

Estas arrojaron como resultado que los usuarios identi-

fican la actividad deportiva con el color blanco ya que nos remite a la unión, pureza, amplitud, y el círculo que connota dinamismo. Dichas encuestas solo se tomaron en cuenta para complementar el estudio acerca del Deportivo.

Muestra de Encuesta

El siguiente cuestionario será utilizado para el mejor funcionamiento del Deportivo Banrural, así mismo como apoyo a la realización de un sistema de señalización e identidad gráfica.

1.- Cuando usted escucha la palabra gimnasio en que piensa inmediatamente?
En un lugar donde puedas hacer uso de aparatos especializados en ejercicio.

2.- Con cual de las siguientes líneas relaciona las palabras:

voleibol	—	
basquetbol	—	
exposición	—	
auditorio	—	—
gimnasio	—	—
tenis	—	()

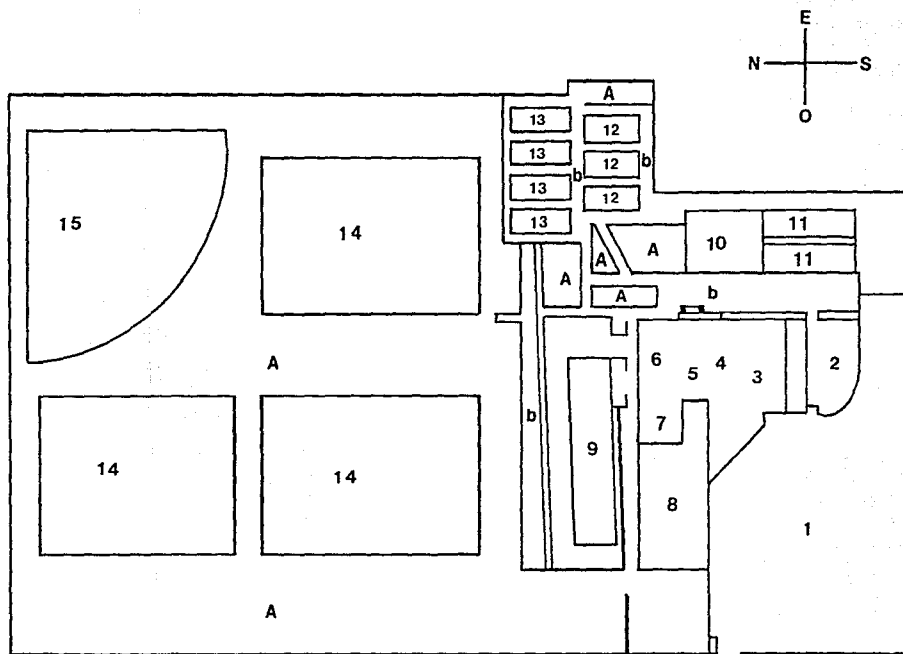
3.- Relacione una o más figuras con la palabra que aparece:

voleibol	—	●
basquetbol	—	■
exposición	—	▲
auditorio	—	

4.- Con que color asocia las siguientes palabras:

voleibol	blanco	basquetbol	rojo
tenis	blanco	gimnasio	azul
cafetería	café	futbol	rojo
exposición	negro	auditorio	negro

CROQUIS DEL CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL



1.- ESTACIONAMIENTO

5.- CAFETERIA

8.- SALONES

12.- BASQUETBOL

A.- AREA VERDE

2.- AUDITORIO

6.- OFICINAS

9.- ALBERCA

13.- TENIS

b.- ANDADORES

3.- GIMNASIO

7.- CONTROL DE

10.- SQUASH

14.- FUTBOL

4.- RECEPCION

USUARIOS

11.- FRONTON-TENIS

15.- BEISBOL

RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE COLOR

	BLANCO	AZUL	VERDE	NARANJA	CAFE	ROJO	NEGRO
VOLEIBOL							
TENIS							
CAFETERIA							
EXPOSICION							
BASQUETBOL							
GIMNASIO							
FUTBOL							
AUDITORIO							
RESULTADO	19	6	4	6	3	8	5

RESULTADO DE LA ENCUESTA DE LINEA

		\	/	—	()	OTRO	RESULTADO
VOLEIBOL	■		■	■		●	
BASQUETBOL	■	■	■	■	■	■	—
EXPOSICION	■	■	■	■	■		
AUDITORIO	■	■	■	■	■	●	()
GIMNASIO		■	■	■	■		
TENIS	■	■		■	■		/

RESULTADO DE LA ENCUESTA DE FIGURA

	●	■	▲	OTRO	RESULTADO
VOLEIBOL	■	■			●
BASQUETBOL	■			◆	●
EXPOSICION	■	■			
AUDITORIO		■	■		
CULTURAL	■	■	■		▲
CENTRO	■	■	■	■	●
DEPORTIVO	■	■	■		▲

ANÁLISIS COMPARATIVO DE SEÑALIZACIÓN ENTRE DIFERENTES CENTROS DEPORTIVOS

El objetivo de este capítulo es conocer si en otros centros deportivos hacen uso de un sistema señalético propio o común a este tipo de instituciones, asimismo realizar un estudio comparativo de las señales utilizadas que podrían darnos una pauta a seguir para el diseño del sistema señalético del CENSODEBAN.

5.1 Recopilación de material gráfico

Para la realización de dicho análisis se llevaron a cabo visitas tanto a deportivos populares como institucionales, de los cuales se analizaron los siguientes: Centro Deportivo Chapultepec A.C., Centro Social-Cultural y Deportivo para empleados de la SARH, Ciudad Deportiva-Zona del Autódromo, Centro Deportivo Coyoacán, siendo los primeros institucionales y los restantes populares.

Centro Deportivo Chapultepec A.C.

Ubicado en las calles Mariano Escobedo y Campos Eliseos, Col. Anzures. Esta institución ofrece sus servicios a los empleados del Banco de México; las instalaciones con las que cuenta son: edificio principal, baños, gimnasio, cocina, comedor, estadio de tenis, albercas, cine-teatro, calderas, squash, cisterna,

estacionamiento, entrada principal, canchas de tenis, futbol, basquetbol y área de juegos infantiles.

Las actividades deportivas que ofrece son: basquetbol, voleibol, tenis, futbol, aerobics, danza, fisicoculturismo, gimnasia, karate, natación, yoga, sala cultural, biblioteca, salón de belleza, sala de juntas, salón de descanso, atletismo y asoleadero.

Debido a los cambios y necesidades de los usuarios el Deportivo ha sido remodelado tanto en sus instalaciones como en las actividades que ofrece, en consecuencia no se utiliza un sistema de señalización.

Centro Deportivo Coyoacán

Constituido por la Asociación Unida de Banqueros de México para los empleados y funcionarios bancarios. Fue inaugurado por el Sr. Secretario de Hacienda y Crédito Público, Julio Rodolfo Moctezuma el 15 de julio de 1977, ubicado en Carrillo Puerto 359, Col. General Anaya, Delegación Benito Juárez.

Su superficie es pequeña, cuenta únicamente con 9 canchas de tenis, un campo de futbol, pista de atletismo, alberca semi-olímpica, área de juegos infantiles, sala de descanso, sanitarios, sauna, cafetería y área administra-

tiva. Además ofrece actividades culturales como excursiones, visitas a museos y danza. En el Deportivo se utiliza señalización en el área de sanitarios.

Centro Social-Cultural y Deportivo para empleados de la SARH .

Cuenta con las instalaciones siguientes:

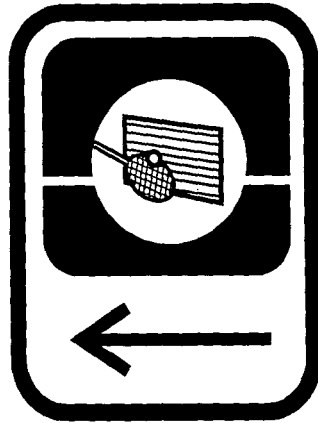
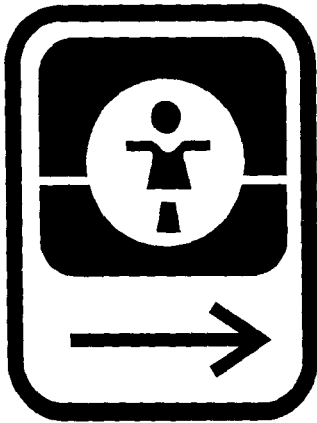
Tienda	Caseta de Vigilancia
Pórtico de acceso	Andador Cubierto
Estacionamiento	Fosa de clavados
Fuente de sodas	Chapoteadero
Alberca	Gimnasio
Canchas de tenis	Campo de futbol
Salones de squash	Juegos infantiles
Campo de beisbol	Almacén
Palapa	Casa Club
Cisterna	Patío de descarga

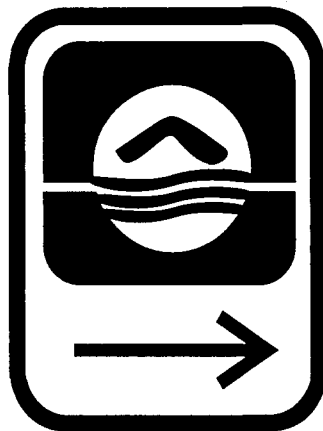
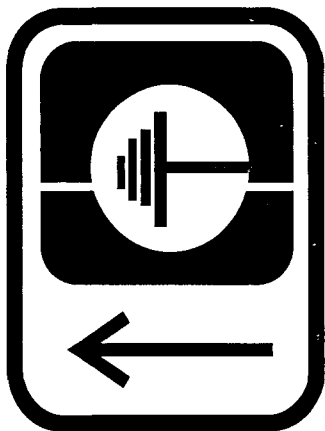
Canchas de basquetbol Frontenis

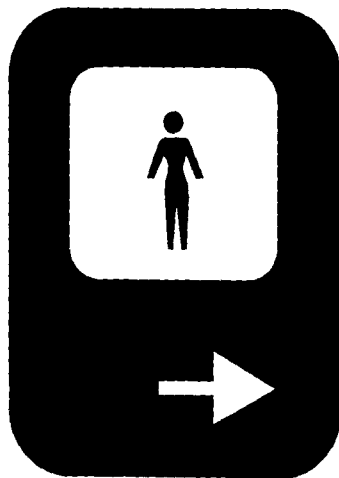
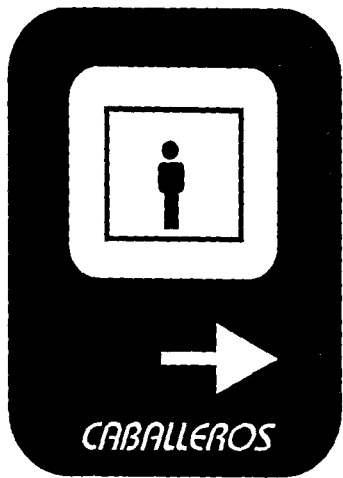
Baños Vestidores

La casa club cuenta con biblioteca, sala de ajedrez, billar, ping-pong, restaurante, salón de fiestas, sala de juegos, boliche y fuente de sodas.

En este Centro encontramos un sistema de señalética que está constituido por imágenes referentes a las áreas de: alberca, chapoteadero, gimnasio, futbol, frontón, beisbol, dichas imágenes tienen un soporte físico de lámina e impresas en color blanco y azul, pero ya no son visibles por falta de mantenimiento. Para indicar las actividades que ofrece la Casa Club, se utilizan textos calados en color café que llevan el nombre de la actividad.









Restaurante

Ciudad Deportiva, Zona del Autódromo

La Ciudad Deportiva, Zona del Autódromo está ubicada entre las calles Circuito Interior, Río de la Piedad, Río Churubusco y Añil en la colonia Granjas México, en la Delegación Azcapotzalco. Dicha zona cuenta con instalaciones muy amplias divididas de la siguiente manera:

a) **Area del Palacio de los Deportes:**

Integrada por dos canchas de basquetbol, 4 campos de beisbol, 6 campos de futbol y 3 canchas de voleibol.

b) **Area de Beisbol Infantil:**

Conformado por 7 canchas de basquetbol, 5 campos de beisbol, 9 campos de futbol, una área para hockey sobre ruedas, un campo para juego de pelota mixteca, una pista de patinaje y 3 canchas de voleibol.

c) **Area del Autódromo:**

Consta de 9 canchas de basquetbol, un campo de beisbol y 8 campos de futbol.

d) **Area de Futbol Infantil:**

Integrada por 7 campos de futbol, un circuito automovilístico y servicio médico.

e) **Area de Alberca:**

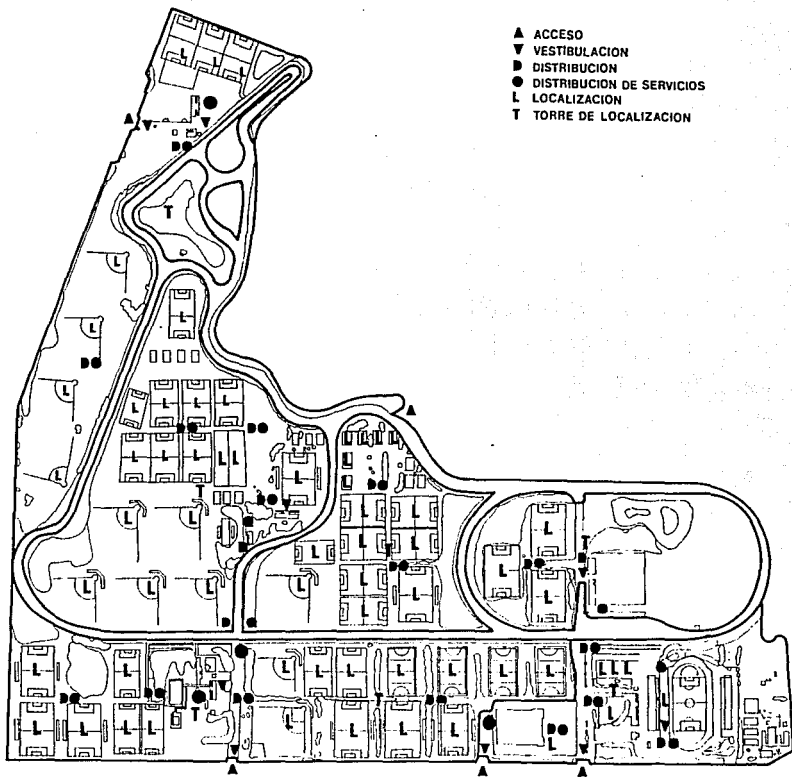
Conformada por 12 canchas de basquetbol, 3 campos de beisbol, 11 campos de futbol, 3 campos de handbol, 3 campos de hockey sobre pasto, 5 canchas de tenis y 5 canchas de voleibol.

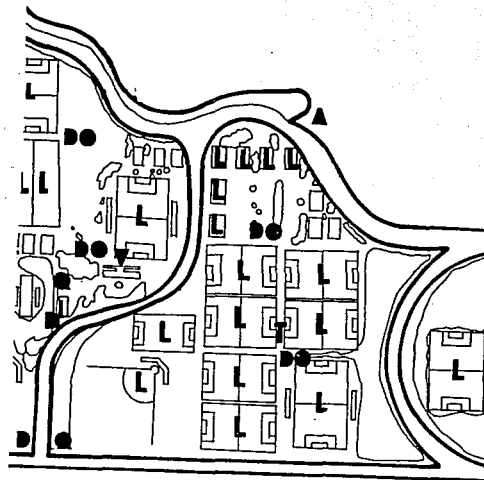
f) **Area del Velódromo:**

Conformada por el circuito de atletismo, 3 canchas de basquetbol, 3 canchas de voleibol, un campo de futbol.

Paralelamente a esta investigación de campo, nos encontramos que existe un manual de señalización para instalaciones deportivas del Distrito Federal, que fue diseñado en enero de 1979, con el fin de crear una imagen visual constante y un mejor aprovechamiento de las instalaciones de Ciudad Deportiva.

Los ejemplos de señalización que presenta este manual, son aplicables para Ciudad Deportiva en la Zona del Autódromo, más sin embargo no existe el uso de dicho sistema. Únicamente se utilizan señales para sanitarios, servicios médicos y un mapa que muestra la ubicación de zonas, este se encuentra maquetado en la puerta 5 de Ciudad Deportiva.





5.2 Evaluación

Los diferentes centros deportivos analizados, en su mayoría cuentan con instalaciones comunes y con una distribución acorde con la superficie total.

En lo referente a señalización, en el Deportivo de la SARH se utilizan imágenes estilizadas para designar las actividades al aire libre, para indicar servicios y juegos de mesa emplean el logotipo apoyado con tipografía. En Ciudad Deportiva solo usan señales para sanitarios y servicios médicos.

5.3 Resultados

En su generalidad los deportivos estudiados no cuentan con un sistema señalético propio que se apegue a las necesidades de cada uno.

Por lo tanto consideramos que debe existir un sistema señalético que brinde a cualquier institución un mejor aprovechamiento de las instalaciones y que dé asimismo una imagen propia ante otras de la misma índole.

ETAPA DE PROYECTACION DE IDENTIDAD GRAFICA Y SEÑALIZACION PARA EL CENSODEBAN

En este capítulo se presentan todas las alternativas que se realizaron para el diseño de la identidad y señalamientos para el CENSODEBAN.

6.1 Presentación del logotipo del Banco Nacional de Crédito Rural

BANRURAL es una Institución Nacional Bancaria producto de la unificación y conjunción de esfuerzos del sector público para llevar con oportunidad el crédito al campo y sostener la producción nacional de alimentos.

El símbolo representa la fusión de tres Bancos: el Agrícola, el Ejidal y el Agropecuario, esta acción se significa gráficamente en la disposición de tres hojas de trigo que representan un producto básico de alimentación, las cuales se integran con el águila del emblema nacional sobre un tallo imaginario en posición horizontal.

Las características gráficas generales del emblema BANRURAL son expresión de progreso, cambio, actualización, acción, sencillez, elegancia, fácil de recordar, oficialización y campo.

La palabra BANRURAL es la rúbrica de la institución y se diseñó una tipografía especial con las mismas

características del símbolo: inclinación de 60° , dos vértices redondeados y dos rectos buscando que dieran sensación de movimiento.

Para integrar el símbolo y la rúbrica se trazan dos envolventes formadas por líneas rectas con dos de sus vértices redondeados y dos rectos, que dan unidad a los elementos que conforman el logotipo de BANRURAL.



6.2 Bocetaje de identidad gráfica

En este punto presentamos imágenes que surgieron al tener como primera idea el utilizar el fonograma CENSODEBAN para integrarlo con el símbolo de BANRURAL dando a éste último un tratamiento diferente al establecido.

Posteriormente se realizó otra idea usando las iniciales de la razón social del deportivo, sin tomar en cuenta el símbolo de BANRURAL. Esta solución no fue adecuada pues no solo se tenía que crear una imagen propia del Deportivo sino había que conservar características remitentes al BANRURAL.

A partir de esto se generaron dos ideas más, en la primera de ellas se toma como base la letra "B" de BANRURAL buscando fusionarla con el símbolo del Banco; la segunda se deriva a partir de la envoltura del símbolo de BANRURAL y el fonograma CENSODEBAN.

De esta manera se seleccionaron las dos alternativas más idóneas para el objetivo del proyecto, de las cuales al realizar las pruebas en blanco y negro y en color se optó por el diseño más funcional dado que sus elementos conforman una unidad presentando dinamismo, uniformidad y profundidad.

כנ
כנ
כנ
CENSODEBAN

כנ
כנ
כנ
CENSODEBAN



CENSODE
CENSODE

CENSODEBAN

CENSODEBAN

CENSODEBAN

CENSODEBAN

CENSODEBAN



CENSODEBARU



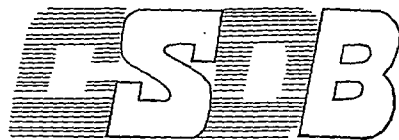
CENSODEBAN



Centro Social



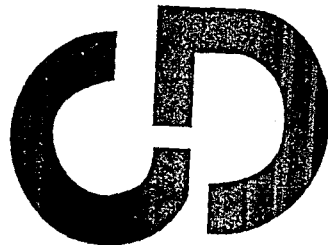
Deportivo Banrural



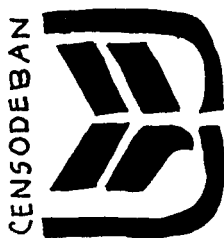
Centro Social y Deportivo
Banrural



Centro Social y Deportivo
Banrural



**CENTRO SOCIAL Y
DEPORTIVO BANRURAL**



6.3 Bocetaje de señalización

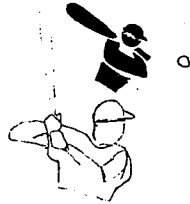
Para la imagen de los señalamientos se geometrizó la figura humana seccionándola para dar mayor movimiento al símbolo, buscando así representar a través de este cada actividad deportiva.

Seguidamente se integra el fonograma CENSODEBAN con la geometrización de las actividades deportivas tomando en cuenta la sección del cuerpo humano más característica de la actividad.

Estas alternativas presentaron una saturación de elementos que provocaron la no retención del símbolo.

Finalmente la solución fue la utilización del elemento más característico de cada actividad que se integro con la envolvente del logotipo propuesto para el Centro Social y Deportivo Banrural.

BEISBOL



SAUSH



AERONICS



FUTBOL



VOLEIBOL



YOGA



ARTESANIAS



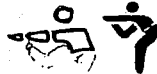
NATACION



BASKET BOL



KARATE



AUDITORIO



BEISBOL



NATACION

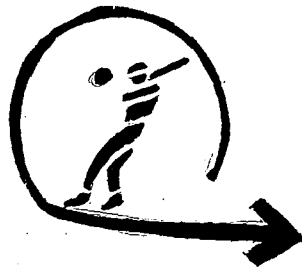
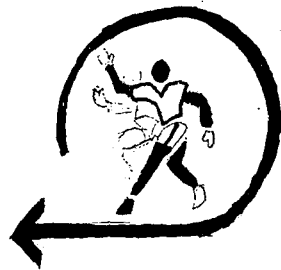
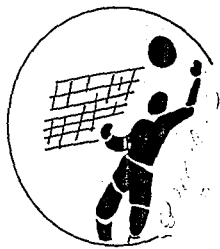


FUTBOL

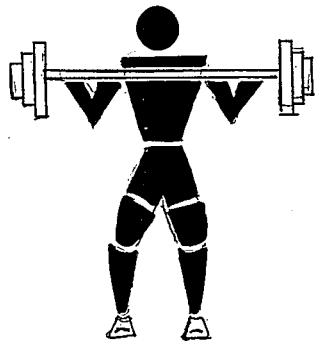
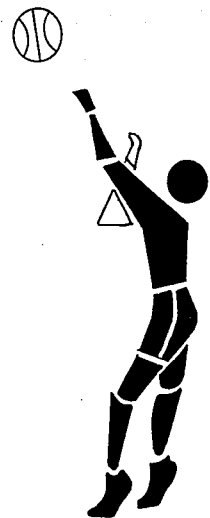


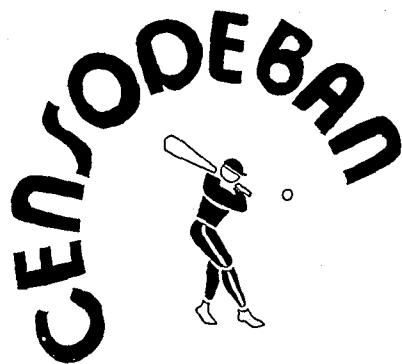
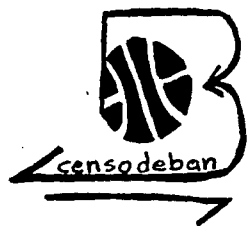
TENIS

















PROPUESTA DEL SISTEMA DE SEÑALIZACION E IDENTIDAD GRAFICA PARA EL CENSODEBAN

CAPITULO 7

7.1 COMPONENTES DE DISEÑO PARA LA IDENTIDAD GRAFICA

7.1.1 Explicación del Símbolo

El logotipo del Centro Social y Deportivo Banrural presentan características del mismo. Está conformado por dos piezas que forman un ángulo recto que connota estabilidad, siguiendo una curvatura se ubica la palabra CENSODEBAN la cual delimita el espacio para contener el símbolo del Banco Rural, éste será sustituido por las señales pertinentes. El símbolo del Banco Rural ha sido empleado sin ninguna modificación para conservar la imagen del mismo.

Estos tres elementos complementan la integración del logotipo que conformados connotan estabilidad, dinamismo, uniformidad y una imagen propia para el CENSODEBAN .

La posición de los elementos debe ser la indicada en los geométrales conservando los proporciones adecuadas.

La forma óptima de aplicar el logotipo es en el ángulo superior derecho de cualquier superficie o formato manteniendo los espacios que se indican en papelería.



TIPOGRAFIA PRIMARIA

La tipografía del Centro Social y Deportivo Banrural (CENSODEBAN) es considerada primaria o principal por que es parte de la conformación de la imagen corporativa y ha sido seleccionada con el fin de lograr armonía y unidad entre los elementos que integran la identidad.

La tipografía primaria se usará en altas para formar el nombre de CENSODEBAN. No deberá aplicarse separadamente para alguna implementación puesto que su único fin es representar al Deportivo. Dicha tipografía pertenece a la familia Switzerland Bold.

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ**

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

01234567890

~!@#\$%^&* (_) * "

CENSODEBAN

TIPOGRAFIA SECUNDARIA

La tipografía secundaria o auxiliar para textos de los diferentes impresos requeridos por el Deportivo, se han escogido, analizando un tipo de letra que conservara por sus características una unidad gráfica junto con la identidad.

Se optó por la tipografía Helvetica Narrow en sus diferentes pesos: Normal, Bold, Normal itálica y Bold Itálica. Todo esto con la finalidad de obtener una dinámica compositiva al formar textos complementarios.

La tipografía normal será utilizada para la dirección y teléfono de la empresa, así como datos generales.

La tipografía Bold será empleada únicamente para la razón social en diferentes tamaños (vease papelería).

La tipografía Bold Itálica será utilizada para los títulos requeridos en los impresos.

La tipografía Normal como Itálica pueden combinarse para ser utilizadas en la elaboración de impresos de difusión.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7
8 9 ° ! " \$ % & / (? ; Ç) i ; . { [+] } <
> @ # \

CALZ DEL HUESO 400
LOS GIRASOLES. 6771339 6771103

HELVETICA NARROW BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcd
efghijklmnopqrstuvwxyz0123456789 !" "
\$%&/ (? ; Ç) ; . { [+] } < > @ # **

CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL

HELVETICA NARROW BOLD ITALICA

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcd
efghijklmnopqrstuvwxyz0123456789 !" "
\$%&/ (? ; Ç) ; . { [+] } < > @ # ***

CEDULA DE INSCRIPCION

HELVETICA NARROW

NORMAL ITALICA

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
RSTUVWXYZabcdefghij
klmnopqrstuvwxyz0123
456789 !" " \$%&/ (? ; Ç) ;
; . { [+] } < > @ # *

7.1.1.1 Geométrales

1) Trazar las siguientes líneas horizontales paralelas:

A 1 - A 25 (línea 1)

B 1 - B 25 (línea 2)

C 1 - C 25 (línea 3)

D 1 - D 25 (línea 4)

Cerrar el borde izquierdo de las líneas 1 y 2, 3 y 4.

2) Trazar las siguientes líneas verticales paralelas:

22 C - 22 Y (línea 1)

23 C - 23 Y (línea 2)

24 A - 24 Y (línea 3)

25 A - 25 Y (línea 4)

Cerrar el borde superior de las líneas 1 y 2, 3 y 4.

3) En los vértices que forman dichas líneas se trazan con la planilla de círculos serie 1321- 24, las siguientes circunferencias buscando la tangente.

Círculo 1 = $1/2$ que forman la tangente de las líneas 4 y 1

Círculo 2 = $21/32$ que forman la tangente de las líneas 3 y 2

Círculo 3 = $23/32$ que forman la tangente de las líneas 2 y 3

Círculo 4 = $13/16$ que forman la tangente de las líneas 1 y 4

4) Líneas guía para la ubicación del texto CENSODEBAN:

a) Trazar una línea vertical de F1 a Y1

b) Trazar una línea horizontal de Y1 a Y25

c) Trazar tangencia entre estas dos líneas con la circunferencia 13/8.

Se inicia la ubicación y lectura del texto verticalmente siguiendo la curvatura de la línea hasta obtener nuevamente la horizontal, conservando lo establecido en la explicación del símbolo.

5) Ubicación del logotipo Banrural

Unir los siguientes puntos: F7, F20, 7S y 20S, los cuales forman un cuadrado que contendrá el logotipo de Banrural.

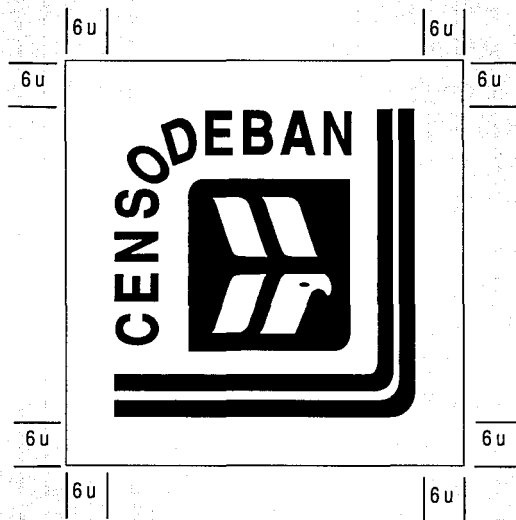


7.1.1.2 Margen Espacial

Con el fin de que el logotipo sea percibido óptimamente y que conserve una jerarquía con relación a otros elementos gráficos se ha definido el área circundante del logotipo, que es el margen espacial del mismo, conformado por 6 unidades a cada lado del área de trabajo.

En todas aquellas aplicaciones del logotipo no deberá existir ningún elemento gráfico que invada dicha zona.

1 unidad = 5 mm

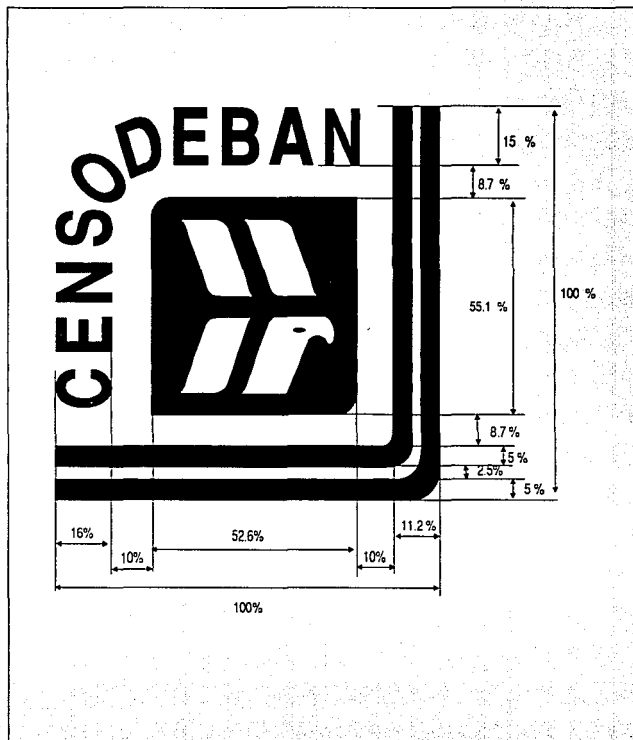


7.1.1.3 Proporciones

En los elementos gráficos que integran la identidad del CENSODEBAN, se ha determinado las proporciones adecuadas que deben existir al reproducir la imagen en cualquier tamaño.

Para la correcta ubicación y proporción del símbolo se han utilizado porcentajes. Aquí se muestran las proporciones adecuadas para la ubicación de los elementos que conforman el logotipo. Para sus diferentes aplicaciones tales como rótulos, mantas, carteles e identificaciones exteriores, se consultarán las alternativas de aplicación.

Cualquier alteración en las proporciones y ubicación de los elementos que conforman la identidad irá en detrimento de la identidad visual del CENSODEBAN.



7.1.1.4 Alternativas de uso

Es importante para el Deportivo establecer los lineamientos para asegurar y mantener una consistencia en el uso adecuado de la identidad gráfica.

Las imágenes siguientes muestran las alternativas de uso del logotipo, éstas se aplicarán en formatos donde el espacio designado para el logotipo sea reducido, respetando los colores y las proporciones establecidas.

1A: El logotipo se complementa con la razón social ubicada al lado izquierdo del mismo, en tipografía Helvetica Narrow Bold, manteniendo las proporciones establecidas.

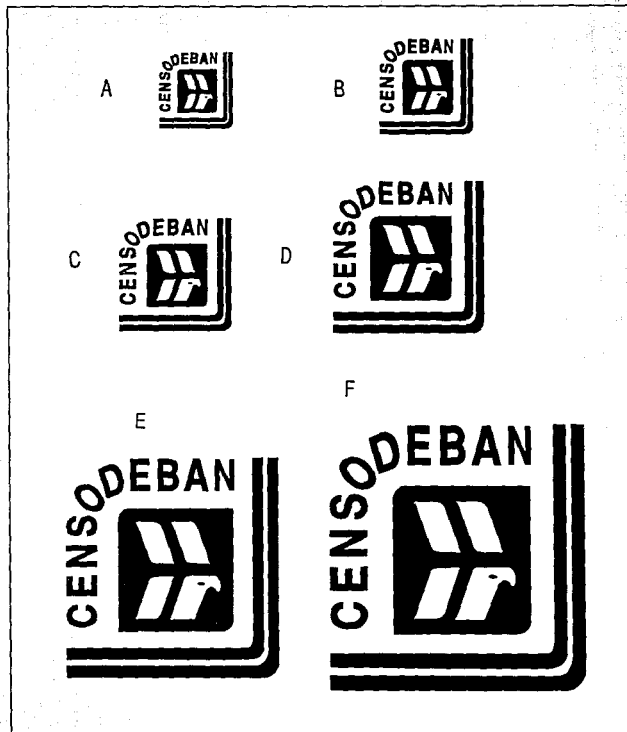
2B: El logotipo aparece con la razón social abajo del mismo, en tipografía Helvetica Narrow Bold centrada, sin alterar los espacios y proporciones adecuadas.



7.1.1.5 Tamaños

Para la implementación del logotipo se han determinado varios tamaños que serán aplicados de acuerdo a los diferentes impresos y para efectos de publicidad.

Cuando se requieran reproducciones mayores se deberá seguir la retícula de trazo aumentando su medida según sea el caso; conservando las proporciones y margen espacial establecido.



7.1.1.6 Color

Analizando las características propias del CENSODEBAN, de la identidad y del sistema señalético diseñados para el mismo, se han seleccionado dos colores corporativos: el café 723C y verde 320C que complementan la integración total del logotipo por su connotación a la confianza, servicio, juventud, vida sana. Estos colores corresponden al sistema Pantone.

El no. 320C se aplicará en el logotipo para la placa interior y la tipografía CENSODEBAN.

El no. 723C se usará para el símbolo del Banco Rural, la placa exterior del logotipo y el símbolo correspondiente en la señalética.

El no. 723C en un 90% se usará para la razón social.

El no. 320C en un 90% se aplicará para la dirección y el teléfono de la institución.

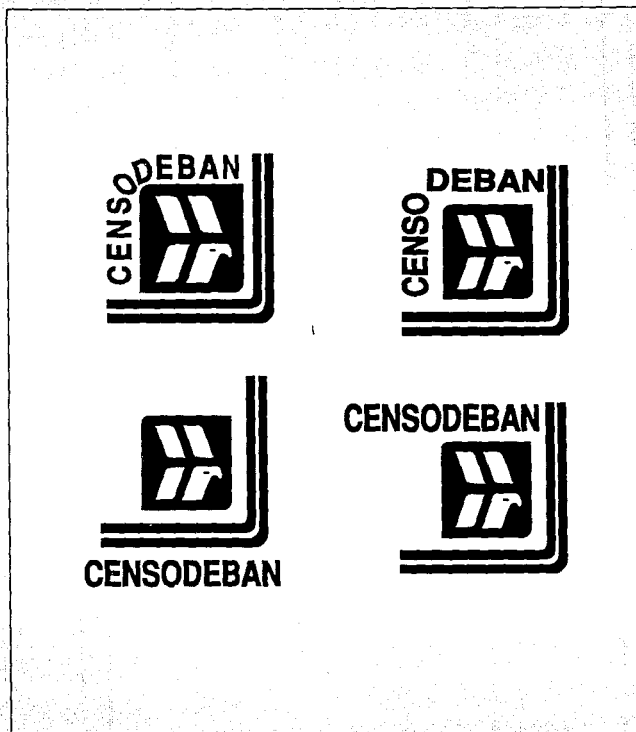
Ambos colores podrán combinarse o utilizarse separadamente para aplicaciones de papelería y publicidad.



7.1.1.7 Usos incorrectos.

Es necesario respetar en lo más posible los tonos adecuados, independientemente de los sistemas de reproducción a utilizar.

A continuación se presentan los errores que con mayor frecuencia pueden presentarse en la aplicación del logotipo, no se incluye la totalidad porque las posibilidades son muy variadas, por ello cualquier acomodo de los elementos de la identidad visual que no este contenido en los usos correctos será considerado como inadecuado.



7.1.2 Aplicación de la identidad gráfica en papelería.

La papelería es una de los medios visuales más directo y constante que proyecta la empresa, por ello se ha definido un arreglo específico de los elementos de la identidad visual que en ella aparecen. Este arreglo deberá respetarse en cuanto a proporciones, ubicación y color de los elementos.

En los formatos que integran la papelería se deberá usar siempre el logotipo en el ángulo superior derecho complementándolo con la razón social, ubicación y teléfonos de la empresa según sea el caso, estos últimos en la tipografía auxiliar en los pesos mencionados más adelante.

Para cualquier aplicación en papelería se debe tener en cuenta el tamaño del formato a utilizar, los elementos gráficos que serán empleados de acuerdo a las necesidades de comunicación, sistemas de impresión y color.

Las páginas siguientes muestran los ejemplos de papelería.

Hoja membretada

Tamaño: 21.5 x 28 cm.

El logotipo será aplicado en el tamaño C, en el ángulo superior derecho en los colores corporativos: café 723C y verde 320C.

La razón social aparecerá en el ángulo inferior derecho en tipografía Helvetica Narrow Bold de 10 puntos en altas, en verde 320C, manteniendo las unidades de espacio establecidas.

La dirección y el teléfono se ubicará abajo de la razón social, en tipografía Helvetica Narrow de 8 pts. en altas en café 723C.



CENTRO SOCIAL
Y DEPORTIVO MUNICIPAL
CALZ DEL ALBERGO 400
LOS GRANULES 4771396/71170

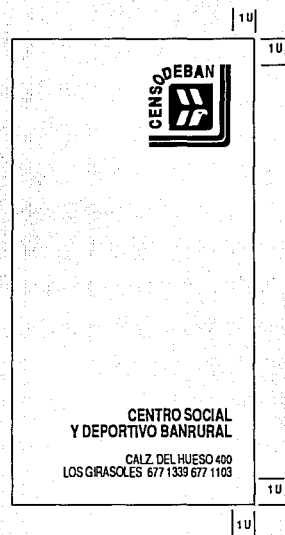
Tarjeta de presentación

Tamaño : 5 x 9 cm.

El formato de la tarjeta es vertical, el logotipo se ubica en el ángulo superior derecho en el tamaño A con los colores corporativos: verde 320C y café 723C.

La razón social aparecerá en el ángulo inferior derecho en tipografía Helvetica Narrow Bold de 9 pts. en altas en verde 320C.

Dirección y teléfono se ubican abajo de la razón social en tipografía Helvetica Narrow Normal de 7 pts. en altas en café 723C.



Sobre

Tamaño: 10.4 x 24 cm.

Para el sobre se utilizará la alternativa 1B del logotipo, la cual se ubica en el ángulo superior derecho del formato, usando los colores corporativos.

La dirección y teléfono aparecen en la parte inferior derecha en tipografía Helvetica Narrow Normal de 9 pts. en altas, conservando los espacios indicados e impreso en verde 320C.



CALZ. DEL HUESO 400 LOS GIRASOLES. 677 1339 677 1103

Credencial

Tamaño: 7 x 11.5 cm.

Se usará la alternativa 1B, ubicada en el ángulo superior derecho del formato, en los colores corporativos. Las líneas de las cajas tanto del frente como del anverso deberán ir en verde 320C, los datos restantes van en tipografía Helvetica Narrow Normal de 9 y 10 pts. en altas en café 723C.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1993												
1994												

ESTA CREDENCIAL ES PROPIEDAD DEL CENSO DEBAN. LE DA DERECHO AL USUARIO DE UTILIZAR LAS INSTALACIONES DE ESTE DEPORTIVO, SI MAL USO SERA SANCIONADO DE ACUERDO A LO ESTABLECIDO EN EL REGLAMENTO INTERNO.

COORDINACION DE PRESTACIONES Y SERVICIOS SOCIALES

Cédula de inscripción y Estudio socioeconómico

Tamaño: 21.5 x 28 cm.

El logotipo se ubica en el ángulo superior derecho usando la alternativa 1B, respetando los colores corporativos.

Los datos correspondientes irán en tipografía Helvetica Narrow de 10 y 12 pts. en altas en café 723C.

Todas las líneas de las cajas van impresas en verde 320C. El nombre de la forma (Cédula de inscripción) va en Helvetica Narrow Bold de 13 pts. en café 153C.

La placa en pantalla ubicada en la parte superior de cada formato irá en verde 320C al 60%

The diagram shows a rectangular registration card layout. In the top right corner, there is a logo for 'CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL' with the text 'CENSA DEBAN' above it. The logo consists of a stylized 'B' inside a square. To the right of the logo, the text '10 u' is written. A large empty rectangular box occupies the center of the card. At the bottom left and bottom right corners of the card, the text '3 u' is written. The entire card is enclosed in a double-line border.

**CEDULA DE INSCRIPCION
CONVENIO INDIVIDUAL EXTERNO**

NO. CONV. IND.	NO. CONV. FAM	FECHA DE SOLICITUD
----------------	---------------	--------------------

DATOS PERSONALES DEL USUARIO

NOMBRE	LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO
DOMICILIO	OCCUPACION
TELEFONO	TELEFONO
ESTADO CIVIL	INGRESOS

FAMILIARES QUE INSCRIBE

NOMBRE	FECHA DE NACIMIENTO

OBSERVACIONES

DECLARACIONES

1.- MANIFIESTO desde ahora mi conformidad con la resolución que la administración del CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL, a través del Examen Médico correspondiente, de a mi solicitud de ingreso, acepto sin el cual no me considero usuario y por lo tanto no me da derecho a disfrutar de los servicios del Centro Social y Deportivo Banrural.

2.- ACEPTO Y PROMETO cumplir los estatutos y reglamento del CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL, en vigor y las reformas que logran a efectuarse los mismos en caso de ser aceptada esta solicitud.

3.- CUBRIR LAS CUOTAS: que determine la administración del CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL, comprometiéndome entre ellas las que me mencionan:

A) SERÁN CUBIERTAS TRIMESTRALMENTE, contra su pago se expedirá el recibo correspondiente.

B) EL PAGO SE EFECTUARA, los primeros quince días de cada TRIMESTRE AÑO.

C) MANIFIESTO, que doy noticia a que se proceda con mi BAJA de no cumplir con el incisos A y B.

4.- ACEPTO también que el CENTRO SOCIAL Y DEPORTIVO BANRURAL no tendrá responsabilidad alguna por cualquier accidente que me pudiera ocurrir dentro de las instalaciones Estmo además de toda responsabilidad al Centro Social y Deportivo Banrural, de robos, pérdidas y daños a mi persona o intereses dentro de la jurisdicción del mismo.

EN CASO DE ACCIDENTE AVISAR A: _____

DOMICILIO: _____ C.P. _____

TELEFONO _____

MEXICO, D.F. A _____ DE _____ DE 19__

FIRMA DEL USUARIO

ESTUDIO SOCIO-ECONOMICO

NOMBRE	DOMICILIO CALLE		
NACIONALIDAD	NO. EXT. E. INT.		
LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO	COLONIA	C.P.	
ESTADO CIVIL	DELEGACION	ENTIDAD FEDERATIVA	

DATOS FAMILIARES

NOMBRE	PARENTESCO	EDAD	ESCOLARIDAD

Ocupacion

NOMBRE DE LA EMPRESA	SUELDO
DOMICILIO	JEFE # MEDIANO
TELEFONO	ANTIGUEDAD
PUESTO	OTROS INGRESOS
Si tiene menos de tres años en su trabajo actual, indique el anterior NOMBRE DE LA EMPRESA	DOMICILIO

DATOS DEL CONYUGE	EMPRESA DONDE TRABAJA
NOMBRE	SUELDO
EDAD	ANTIGUEDAD

INGRESOS (Entre otros: pensión o tarifa de casa)	EGRESOS	
SUELDO Y HONORARIOS \$	ALIMENTACION \$	
OTROS INGRESOS	ROPA Y CALZADO \$	
TOTAL	ABONOS Y CREDITOS \$	
	SERVICIOS (Luz, gas, teléfono) \$	
HABITA EN CASA	EDUCACION \$	
PROPIA	FAMILIAR	DIVERSOS \$
RENTADA	OTRO	TOTAL \$

REFERENCIAS PERSONALES

EN CASO DE ACCIDENTE INFORMAR A	NO. EXT. E. INT.
NOMBRE	COLONIA
PARENTESCO	C.P.
TELEFONO	DELEGACION
DOMICILIO CALLE	ENTIDAD FEDERATIVA

LOS DATOS PROPORCIONADOS EN ESTE ESTUDIO SOCIO-ECONOMICO SON VERDICOS, RAZON POR LA CUAL ME HAGO RESPONSABLE DE LOS MISMOS.

NOTA: EL CENSO DE BAN SE COMPROMETE A MANTENER EN SU CUSTODIA LA INFORMACION REFERIDA Y SERA MANEJADA EN FORMA CONFIDENCIAL.

FECHA Y FIRMA

Caja Mecanográfica

Con el fin de mantener una composición agradable en la realización de escritos, se ha establecido una caja la cual se rige por el siguiente método:

- 1.- Para principiar todo escrito dejar 15 cambios o renglones a partir del borde superior de la hoja.
- 2.- Conservar un margen de 19 y 9 golpes del lado izquierdo y derecho respectivamente, hacia el interior de la hoja.
- 3.- El límite final del escrito se determinará a partir de los 15 cambios hasta cubrir 43 cambios o renglones.
- 4.- Para iniciar la escritura del documento se dará un cambio adicional a los señalados en el punto 1, esto es para situarse en el primer renglón de escritura.
- 5.- Dejar una sangría de 12 golpes para escribir la palabra Asunto. Delante de esta se pondrá una redacción breve del asunto que se menciona en el texto (síntesis). Si el asunto cubre más de un renglón, el segundo se pondrá al mismo margen del primero. No se debe

colocar, en ningún caso, el segundo renglón debajo de la palabra Asunto, restándole a ésta su carácter de importancia.

6.- Terminado el asunto se darán 4 cambios a 1 espacio para situar el renglón de colocación de la fecha, conservando una sangría de 20 golpes. En los documentos que no requieran de Asunto, la fecha se recorrerá al renglón que debía ocupar este.

7.- Nuevamente se darán 4 cambios a 1 espacio para localizar el renglón en que deberá escribirse la dirección, en éste no se dejará sangría alguna. La dirección se integra con el nombre del destinatario y el cargo que desempeña el mismo, nombre de la dependencia en que presta sus servicios, domicilio en que se localizan las oficinas.

8.- Para escribir el texto se darán 4 cambios a un espacio, dejando una sangría de 5 golpes. El texto será una explicación breve y clara del Asunto. Cuando se esté próximo a cubrir el renglón las palabras deben escribirse hasta el límite del margen izquierdo, aún cuando se corten.

9.- Terminado el texto se darán 2 cambios a un espacio y con una sangría de 20 golpes para colocar la palabra Atentamente.

10.- Nuevamente se darán 2 cambios a un espacio y con una sangría de 20 golpes para colocar la Antefirma, es decir la razón social o cargo que desempeña el firmante.

11.- Se darán 4 cambios a un espacio y con una sangría de 20 golpes para colocar la firma, además es necesario escribir el nombre completo del firmante, dando un cambio más a la misma sangría. En ocasiones el documento puede carecer de firma y aparecer únicamente la razón social de la empresa.

Nota : los datos proporcionados están basados en el tipo de máquina standard. Mismos que deberán sustituirse por sus equivalentes al variar el tipo de máquina.

19 golpes

9 golpes

15
cambios



43
cambios

CENTRO SOCIAL
Y DEPORTIVO BANRURAL
CALZ DEL HAZO 445
LOS GRANADOS 11712057118



Asunto: Indicaciones para la realización de
escritos en hoja membretada.

México, D.F. a 4 de enero de 1993.

Para el Grupo Secretarial
del Centro Social y Deportivo Banrural.

Con el fin de mantener una composición agradable en la realización de escritos,
se ha establecido una caja la cual se rige por el siguiente método:

- 1.- Para iniciar todo escrito se deberá dejar 15 cambios o renglones a partir del borde superior de la hoja.
- 2.- Se deberá dejar un margen de 19 y 9 golpes del lado izquierdo y derecho respectivamente, ambos hacia el interior de la hoja.
- 3.- El límite final del escrito se determinará a partir de los 15 cambios hasta cubrir 43 cambios o renglones.
- 4.- Para iniciar la escritura del documento se dará un cambio adicional a los señalados en el punto 1, esto es para situarse en el primer renglón de escritura.
- 5.- Dejar una sangría de 12 golpes para escribir la palabra Asunto. Delante de esta se pondrá una redacción breve del asunto que se menciona en el texto (síntesis). Si el asunto cubre más de un renglón, el segundo se pondrá al mismo margen del primero. No se debe colocar, en ningún caso, el segundo renglón debajo de la palabra Asunto, restándole a ésta su carácter de importancia.

Atentamente

Jefe del Departamento Administrativo

Dr. Raúl Díaz Sánchez.

CENTRO SOCIAL
Y DEPORTIVO BANRURAL
CALZ DEL HAZO 445
LOS GRANADOS 11712057118

7.2 Sistema Señalético

Este capítulo establece un sistema gráfico de señalética, así como las reglas y normas para su aplicación en el interior y exterior de las instalaciones pertenecientes al Centro Social y Deportivo Banrural.

El sistema tiene como finalidad el resolver las necesidades de comunicación visual en las instalaciones, facilitando la localización de áreas, lugares y servicios específicos de circulación, restricción, etc.

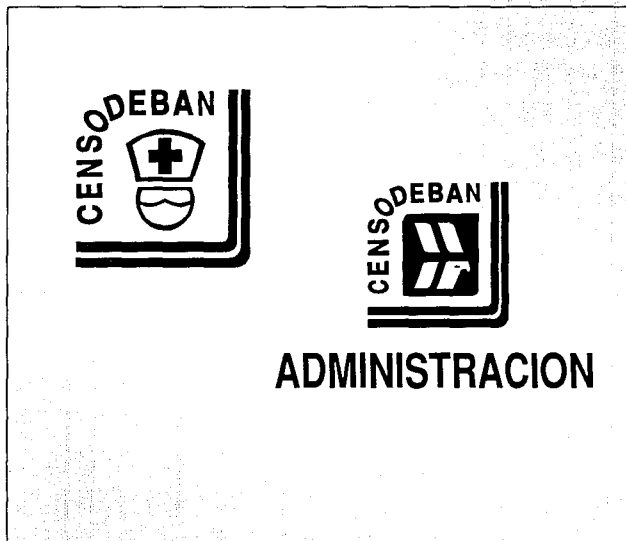
7.2.1 Explicación de las señales

El sistema señalético se caracteriza principalmente por la utilización de un elemento gráfico que representa las diferentes actividades que ofrece el CENSODEBAN.

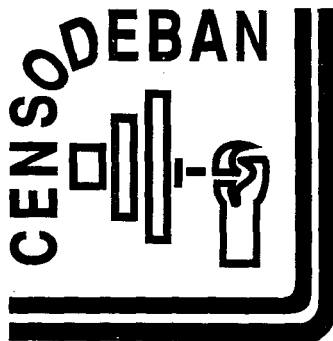
El diseño de estas señales se complementa con los elementos de tipografía y placas del logotipo CENSODEBAN los cuales conjugados conforman el sistema señalético para el deportivo. Se ha hecho una abstracción del elemento característico de cada actividad dándole un tratamiento en línea, que nos remite a la actividad al aire libre.

Tipografía Complementaria.

Para identificar el área administrativa se usará el nombre de la oficina en tipografía Helvetica Narrow Bold apoyada con la identidad gráfica, manteniendo las proporciones especificadas en el inciso 7.2.2.4.



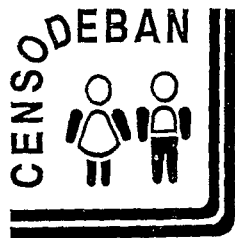
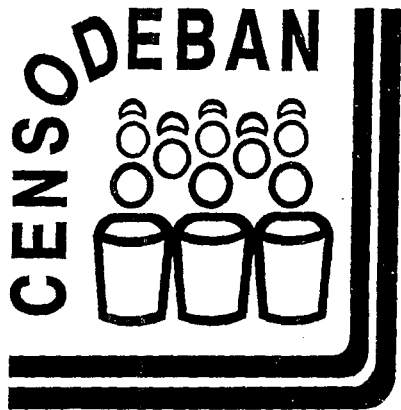




ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA







AREA INFANTIL



ADMINISTRACION



CONTABILIDAD



**EVENTOS
SOCIOCULTURALES**



**CONTROL
DE USUARIOS**

7.2.2 Elementos Básicos de Señalización

7.2.2.1 Normas a seguir.

Es indispensable que siempre se tomen en consideración los siguientes factores para la localización de los señalamientos:

Limpieza, mantenimiento, paso de cualquier tipo de vehículo.

Los señalamientos exteriores e interiores es conveniente que vayan firmemente sujetados en su localización, para que su visibilidad y legibilidad sean lo más clara posible.

"Uno de los aspectos más importantes de la buena señalización es la ubicación correcta. Será mejor cuanto más se acerque a la línea natural de la visión humana.

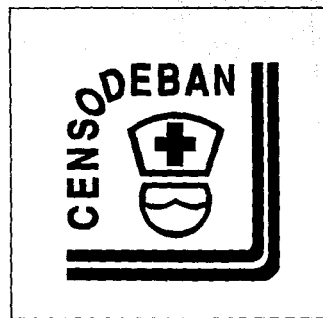
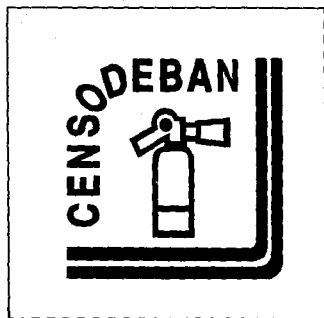
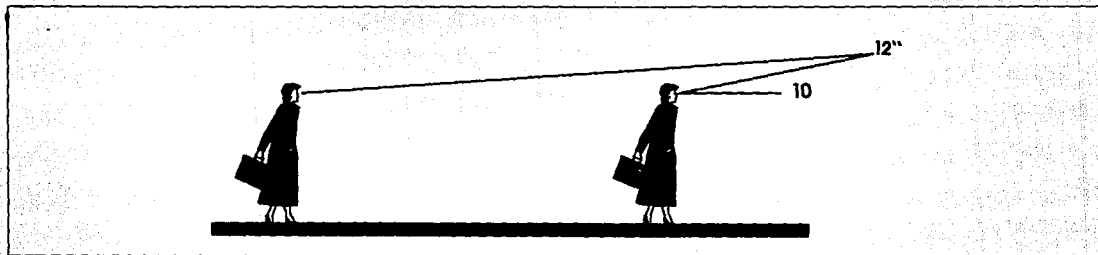
Una regla útil y práctica es evitar una desviación superior a los 10° de la línea natural de la visión. Esta fórmula tiene su valor, especialmente en lo relativo a la altura, exceptuando el caso de un camino o pasillo donde pueda ser definida razonablemente la "línea natural de la visión".

Si las condiciones físicas exigen que el ángulo de visión exceda esa diferencia de 10° la relación entre tamaño y distancia deberá ser ajustada (por ejemplo, un signo colocado a 5 m de altura deberá ser seguramente más grande que otros colocados a 3 m, para ser igualmente eficaz) o de lo contrario cabe agregar un signo más pequeño, apto para lectura a corta distancia.

Debe anotarse que la legibilidad varía mucho de un símbolo a otro, o de un estilo a otro, y que las relaciones de color, luz, espacio interno del dibujo y ángulo de visión, también pueden afectar a la legibilidad. Recomendamos la experimentación práctica con los símbolos y las letras, en el lugar mismo de colocación, o en condiciones que lo puedan simular". (15)

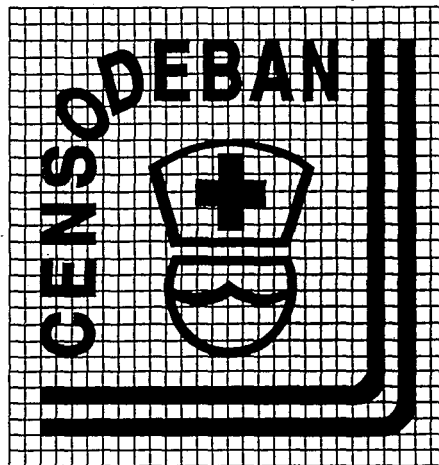
El color rojo servirá exclusivamente para aquellos señalamientos que denoten peligro, precaución, emergencia ya que su función es la de informar, por ejemplo: el extinguidor, enfermería.

El color amarillo (para fondo), el negro (para figura) tendrá una aplicación únicamente para identificar señalamientos que se encuentren a principio o fin de ruta, áreas de entrada y salida de vehículos.



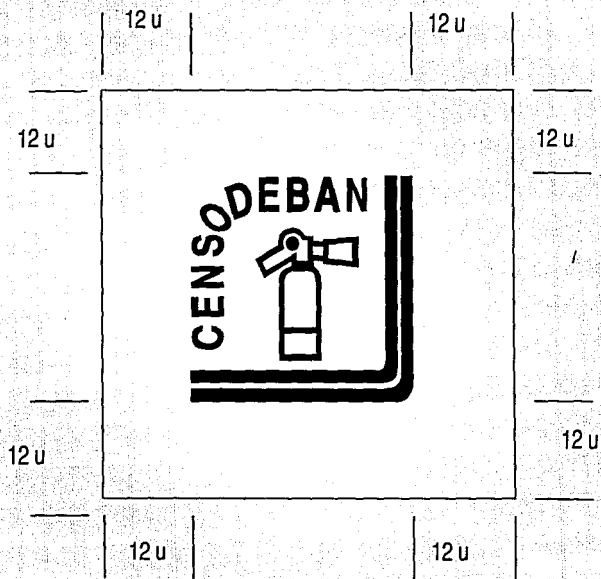
7.2.2.2 Reticula de trazo

En la reproducción de los señalamientos se utilizará una red de cuadrados, conservando una área de 13 x 13 unidades para la ubicación de los diferentes símbolos, los cuales tienen como característica principal la utilización de aro-masa.



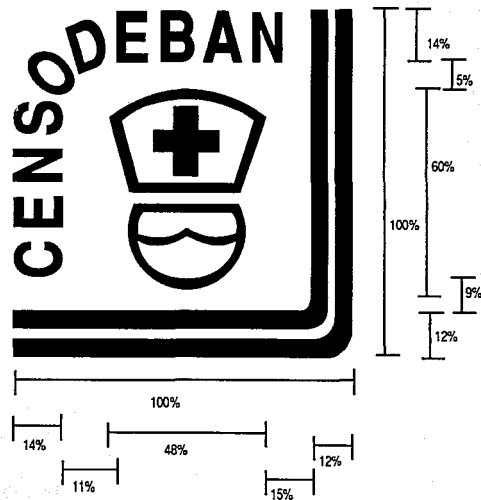
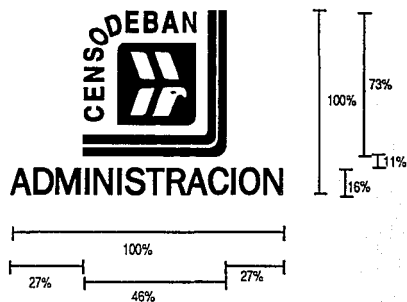
7.2.2.3 Margen Espacial

Para la óptima legibilidad de las señales se ha establecido un margen espacial de 12 unidades por lado para no invadir con elementos externos el área circundante.



7.2.2.4 Proporciones

Con el fin de que la señalización conserve una unidad con la identidad gráfica y sea percibida óptimamente, se han determinado las proporciones adecuadas de cada elemento que integra la señalización. Dichas proporciones nunca deben alterarse.



7.2.2.5 Tamaños y Color

Tamaños.

Para obtener el tamaño real de los elementos de señalética se tomará como base el tamaño "A" aumentándolo en proporción a un 150 %, respetando el margen establecido, mismo que delimita la línea del suaje.

Color.

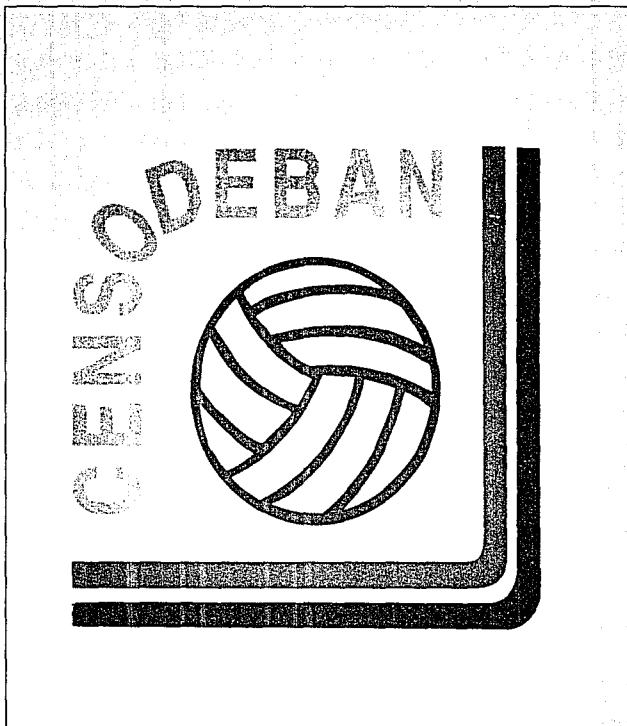
Queda establecido de la siguiente forma:

La palabra CENSODEBAN utilizará el color verde 320C en un 60% y la pleca interna a un 100%.

La figura y la pleca externa irán en color café 723C al 100%.

En aquellos casos donde el señalamiento requiera texto, este irá impreso en color café 723C al 100%.

Es indispensable que estos tonos sean los indicados para cualquier sistema de impresión.

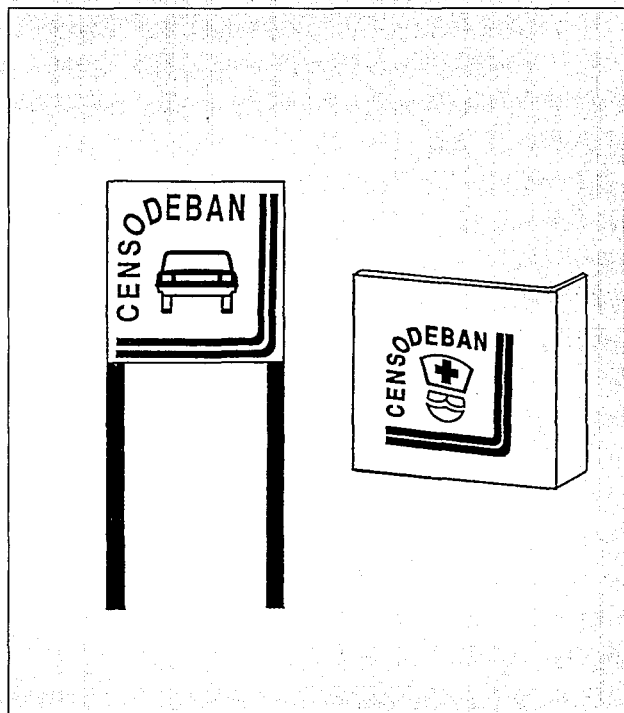


7.2.3 Propuesta de soportes y ubicación

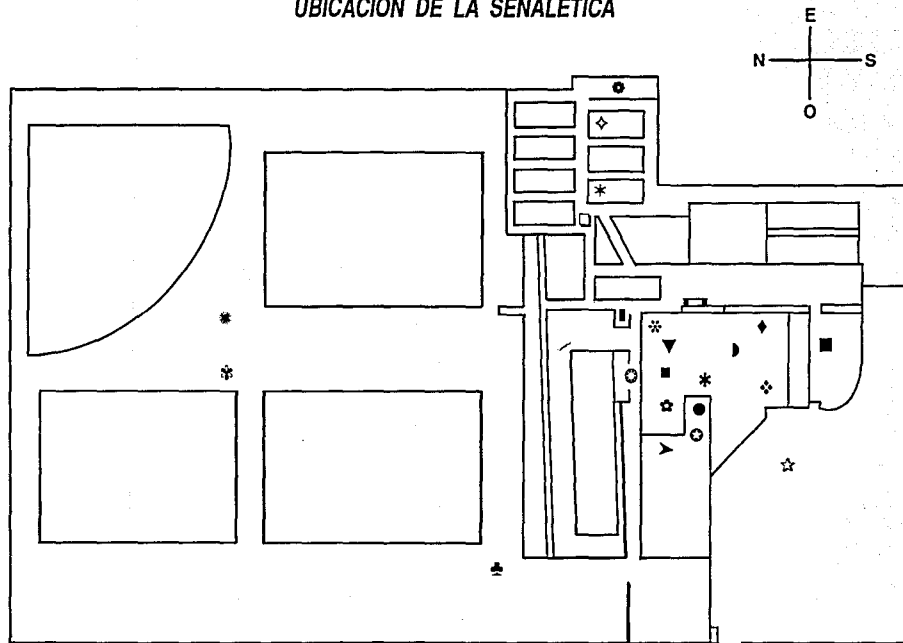
Para la trascendencia de los señalamientos se sugiere la utilización de acrílico blanco de 6mm. de espesor, impresos en serigrafía.

Para todos los señalamientos empotrados en la pared, el acrílico presentará un doblez en ángulo recto a partir del límite de la señalización de lado izquierdo o derecho según corresponda a la ubicación.

En los señalamientos exteriores se utilizará un soporte tubular, en su parte superior contendrá el acrílico y la parte inferior deberá ir cimentado al piso.



UBICACION DE LA SEÑALETICA

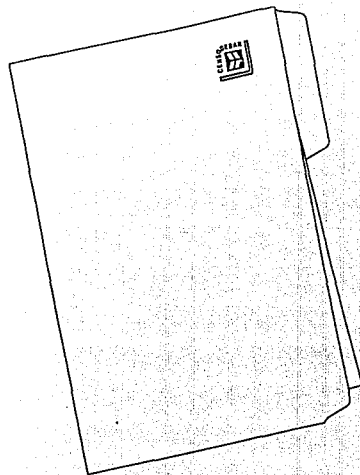
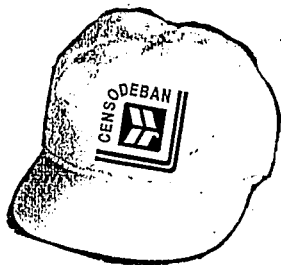


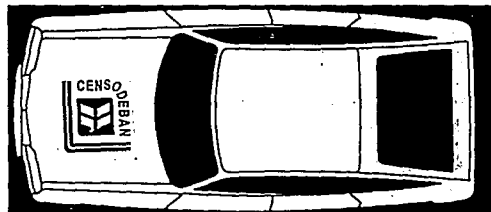
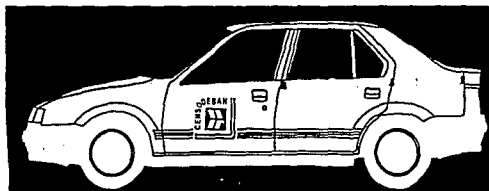
- | | | | |
|-----------------------|-----------------|---------------------------|--------------------|
| ☆ ESTACIONAMIENTO | * BASQUETBOL | ➤ YOGA | ⊛ FUTBOL AMERICANO |
| ■ AUDITORIO | □ TENIS | ⊙ REGADERAS | ◆ ENFERMERIA |
| ◇ GIMNASIO | ⚽ FUTBOL | ▼ EVENTOS SOCIOCULTURALES | ◇ VOLEIBOL |
| * CAFETERIA | * BEISBOL | ☆ ADMINISTRACION | ⊙ LIMPIEZA |
| ● CONTROL DE USUARIOS | ▶ SANITARIOS | ◆ CONTABILIDAD | ⊛ EXTINGUIDOR |
| ■ ALBERCA | ⊙ AREA INFANTIL | | |

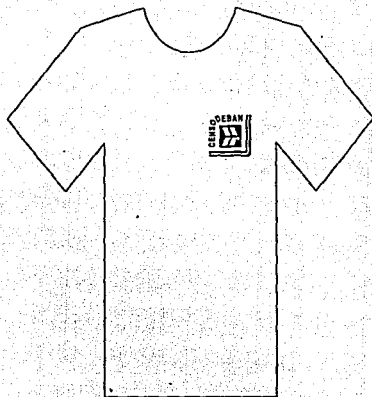
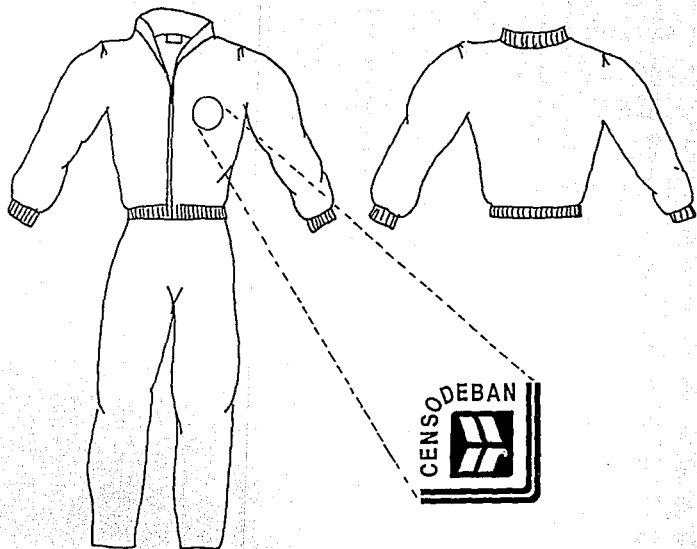
En efectos de publicidad tanto en impresos como en artículos promocionales, el logotipo debe implementarse en los colores corporativos, y si aparece en blanco y negro deberá tener un 100%, podrá adaptarse de acuerdo al color de la superficie a utilizar.

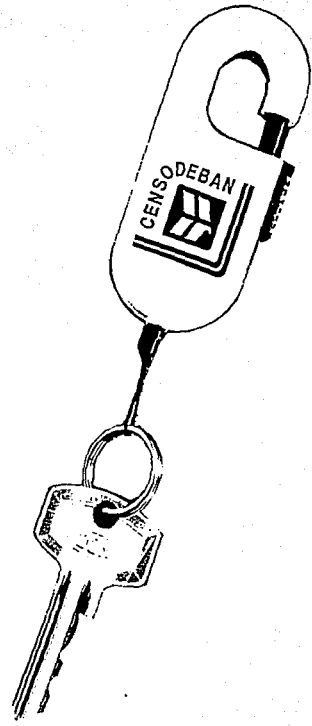
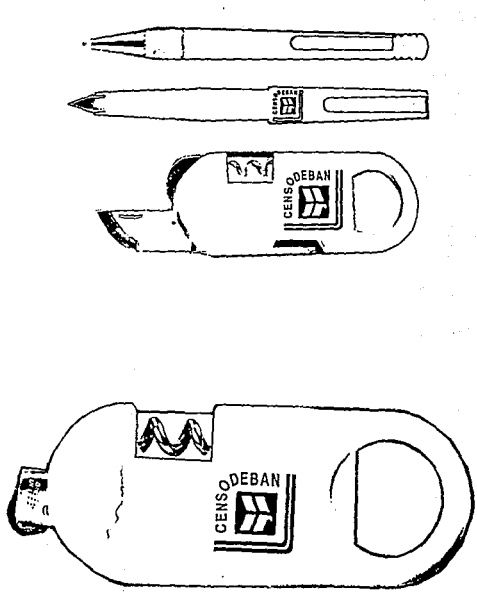
Estos lineamientos podrán ser de ayuda para el publicista con la opción de elaborar el material visual publicitario de acuerdo a las necesidades a cubrir.

Las páginas siguientes muestran los ejemplos de publicidad.









CONCLUSIONES

La realización de este proyecto fue para nosotras motivo de satisfacción personal y una gran experiencia profesional; fundamentar nuestra investigación en un problema real con la posibilidad de ser aplicado constituyó un aliciente para llevarlo a su terminación.

La utilización de una metodología para la realización de nuestro proyecto nos ayudó a cumplir el objetivo principal y a lograr paso a paso otros más, manteniendo así una secuencia que nos dió como resultado alcanzar nuestra meta trazada: el diseño de un sistema señalético e identidad gráfica para el Centro Social y Deportivo Banrural (CENSODEBAN).

Para realizar la identidad gráfica fue fundamental considerar que el CENSODEBAN es un deportivo dependiente del Banco Nacional de Crédito Rural (BANRURAL), lo cual marcó los lineamientos para diseñar una imagen gráfica acorde a los objetivos de servicio social del banco.

La imagen se distingue de otras similares, por la relación intrínseca de los elementos que la integran y sobre todo porque representan la confianza, dinamismo, unidad, y trascendencia que en conjunto engloban los objetivos del Centro Social y Deportivo Banrural.

Asimismo la implementación de la identidad gráfica en papelería proporciona al CENSODEBAN una eficaz comunicación interna, pues da al Deportivo una mayor organización e impulsa su desarrollo.

Ambos elementos: identidad gráfica y sistema señalético conforman la imagen para el Centro Social y Deportivo Banrural, consolidándose en imagen propia ante otras instituciones de esta índole, con un mayor aprovechamiento de sus instalaciones y una óptima funcionalidad al exterior e interior del Centro.

Consideramos que este proyecto de investigación podrá constituir una experiencia objetiva para los alumnos de generaciones futuras que podrán tomarlo como antecedente para la elaboración de un sistema señalético y el diseño de una identidad gráfica.

BIBLIOGRAFIA

- | | | | |
|---------------------|---|----------------------|---|
| AIGA | Símbolos de Señalización
México. Edit. Gustavo Gili. 1983 . pp.368 | Casab, Salma | Metodología aplicable a la Señalización
Tesis. ENAP. 1985 |
| Baena, Guillermina | Manual para elaborar trabajos de Investigación Documental
México, Editores Mexicanos Unidos. 1987. pp.124 | Camera, F. | Símbolos y Signos Gráficos
Barcelona. Ediciones Don Bosco. 1975. Prontuarios Gráficos. pp.18 |
| Baez, Ma. Guadalupe | Simbología y Señalización para la Escuela Nacional de Música
México, ENAP. UNAM. 1989. pp.48 | Carrasco B., José L. | Imagen Institucional y Señalamiento
México. Tesis. UNAM. ENAP. 1987. 6 cap. |
| BANRURAL | Manual Corporativo
pp.142 | Castro P., Armando | Propuesta de un Sistema de Señales para el zoológico de San Juan de Aragón.
México. Tesis. UNAM. ENAP. pp.162 |
| Beltran, Félix | Acerca del Diseño
La Habana, Cuba. Ediciones Unión. 1975. pp.98. | Costa, Joan | Imagen Global
Barcelona. Ediciones CEAC, S.A. 1987. pp.262 |
| Bense y Walter | La Semiótica Guía Alfabética
Barcelona. Edit. Anagrama. 1975. pp.211. | Costa, Joan | Señalética
Barcelona. Ediciones CEAC, S.A. 1987. p.256 |

- Chavez, Norberto **La Imagen Corporativa**
Barcelona. Edit. Gusatvo Gili. 1988. pp.188
- DDF **Manual de señalización para instalaciones deportivas del Distrito Federal**
Enero 1979.
- Díaz L. Ma. Elena **Propuesta de Metodología para la Proyección de Símbolos en el Diseño Gráfico.**
México. Tesis. ENAP. 1979. pp.137
- Diethelm, Walter **Sign, Signal, Symbol**
Barcelona. Edit. Blume. 1976. pp.226
- Eco, Umberto **Como se hace una tesis**
México. Edit. Gedisa Mexicana. 1986. pp.267
- Llovet, Jordi **Ideología y Metodología del diseño**
Barcelona, España. Edit. Gustavo Gili. 1981. pp.93
- Oliver, Beigbeder **La Simbología**
Barcelona. España. Edit. Oikos-Tau S.A. 1971. pp.126
- Olt, Aicher **Sistema de signos en la comunicación visual**
Barcelona. Edit. Gustavo Gili. 1979. pp.155
- Pignatari, Décio **Información, Lenguaje y Comunicación**
Barcelona. Edit. Gustavo Gili. 1977. pp.98
- Prieto, Daniel **Diseño y Comunicación**
México. UNAM. Xochimilco. 1982. pp.150
- Schmittel, Wolfgang **Corporate Design International**
Zurich. ABC Edition. 1984. pp.168
- Turner, Victor W. **La Selva de los Símbolos**
México. Siglo XXI. 1980. p.155

Tumbull, Arthur

Comunicación Gráfica

México. Edit. Trillas. 1986. pp.429

Valiente A., Alberto

Identidad Gráfica

México. Tesis. UNAM. 1984-88

Velarde, César P.

Proyecto de Identidad Visual

UNAM. ENAP. 1985. pp.125