

Manual de la Nueva Tendencia de Señalamientos Para la Conservación de Parques y Jardines

P70/31
19
2ej

Universidad Autónoma de Guadalajara

Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela de Artes Plásticas

Tesis Profesional

que par obtener el título de Lic. en Diseño Gráfico

Presenta:

Yolanda Guadalupe Terán Piña

ARQ. GUILLERMO DE LA TORRE
PRESIDENTE DE LA COMISION
REVISORA DE TESIS

ARQ. y Ma. GUILLERMO DE LA TORRE
DIRECTOR
ESCUELA DE ARTES PLASTICAS



Guadalajara, Jal. 1986

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.

Indice

DISEÑO EDITORIAL COMO DISEÑAR UN MANUAL

- * Qué es un Manual
- * Cómo debe ser un Manual
- * Puntos esenciales
- * Manejo del Tipómetro
- * Interlineado
- * El Interlineado
- * Las Líneas y Grecas en el Diseño Editorial
- * Las Ilustraciones
- * Diseño de la Cubierta
- * La Retícula
- * Motivos para usar la Retícula
- * Formatos del papel
- * El Papel
- * Costos del Papel 1986
- * Tipografía
- * Ancho de Columna
- * Proposiciones de los blancos
- * Folios
- * Construcción de la Mancha
- * Construcción de la Retícula
- * La Fotografía en el Sistema Reticular
- * La Ilustración en el Sistema Reticular
- * Costos
- * Impresiones

SEÑALAMIENTOS:

- * Formas de ver las Señales
- * Códigos
- * El Mensaje
- * Señales de Tránsito

LOS SIGNOS SIMBOLOS GRAFICOS PICTORAMA

- * Qué es un Signo
- * Semiología
- * Para qué nos es útil
- * Sus tres dimensiones
- * Aspectos del Signo
- * Su Relación Diádica
- * Diez Combinaciones
- * Coherentes o Clases de Signos
- * Sistemas de Signos
- * Sistemas de Signos Estéticos
- * Sistemas de Signos Sociales
- * Sistemas de Signos Lógicos
- * El Desarrollo de la Producción Gráfica
- * Símbolos
- * Su Importancia
- * Investigación sobre Comunicación de Símbolos Gráficos
- * Cómo debe ser un Pictograma
- * La concisión Gráfica de un Pictograma.
- * Dif. entre Pictograma, Signo y Símbolo

LA FLECHA

- * Historia
- * Cómo se percibe la flecha
- * Forma ideal de la flecha

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL PROCESO PERCEPTIVO:

- * Psicología de percepción de la Imagen

- * El Poder del Lenguaje Visual
- * Percepción Social
- * Interacción
- * Importancia de la Imagen
- * Comunicación Social.

EL COLOR:

- * La brillantez o potencia de un Color
- * Cualidades
- * El Destaque del Color
- * Percepción
- * Psicología del Color

PARQUES Y JARDINES:

- * Qué es un Parque
- * Qué es un Jardín
- * Cómo funciona.
- * Tipos de parques urbanos
- * Parques Rurales o Extraurbanos al servicio de la ciudad
- * Parques Nacionales
- * Su Conservación
- * Protección - Estético - Humana

APORTACION DE SEÑALAMIENTOS

- * Forma práctica de cómo diseñar un señalamiento.
- * Aportación de Señalamientos.

Introducción

La preocupación que se tiene y la necesidad de la conservación de las áreas verdes, en este caso los parques y jardines que fungen como elementos importantes para la supervivencia del ser humano, tanto en lo físico como en lo mental.

Me ha invitado a cooperar haciendo esta Tesis, para el bienestar de todos nosotros, dándole una importancia grandísima y urgente a todos los espacios libres, convirtiéndolos en zonas verdes, y los ya establecidos, a cuidarlos y restablecerlos.

Como diseñadora gráfica que soy, trato de dar mis conocimientos, y plantearlos con una nueva tendencia de señalamientos, que motiven psicológicamente a la gente, por su mensaje, forma, color, especialmente a nuestros pequeños que son los que gobiernan el presente y gobernarán el futuro, poder manejar esta situación por medio de un manual de señalamientos y comportamientos, tamaño carta, que se les de a conocer desde sus primeros años escolares, y al demás público pues, realizando este plan de señalamientos dentro de nuestros parques y jardines.

En el mundo de hoy vivimos los símbolos visuales y, especialmente los símbolos gráficos, que se han convertido en un medio de comunicación indispensable.

Propongo un manual, por su fácil forma de obtenerlo, es de fácil ejecución y contiene lo más sustancial

de la materia.

Este manual puede ayudar a una elección adecuada del sistema de signos, que propongo implantar dentro de parques y jardines de nuestra ciudad y pueblos, o bien, dar un impulso a su progresivo desarrollo y se pueda perfeccionar. Sabiendo que el señalamiento es todo aquello que exista para dar a conocer una cosa o distinguirla de otra, o bien, es un medio que se emplea como indicador, información y prohibición de algo, y algunos de los que realice, su nueva tendencia es motivación, a cumplirlos, sin exigir.

Es que la forma y las circunstancias en que se presenta la información son extraordinariamente importantes.

El diseño gráfico es básicamente una actividad bidimensional al que consiste en la disposición de formas en una superficie, habitualmente plana, limitada por cuatro lados.

¿Qué quiero conseguir? Motivar a la gente por medio de señalamientos, para que cuiden nuestros parques y jardines, y quitar de la vista los malos ejemplos que dan algunas parejas dentro de los mismos.

Es denigrante ver sus escenas, y aparte ver como destruyen nuestro pasto y plantas porque no respetan estas áreas. Es un mal ejemplo para nuestros hijos.

¿A quien va dirigido el mensaje?

A toda clase de personas, clases sociales y edades.

¿Qué información tiene la tesis? Todo lo que se relaciona con símbolos gráficos, como hacer un manual y que son los parques y los jardines.

COMO DISEÑAR UN MANUAL

DISEÑO EDITORIAL

QUE ES UN MANUAL

El manual es un libro de fácil ejecución manual, que contiene lo más sustancial de una materia.

COMO DEBE SER UN MANUAL

Debe contener antes que nada un sistema reticular, indicar el formato del papel, qué tipo de papel, qué tipografía vamos a utilizar, ésta debe ser legible.

Puede llevar fotografías o ilustraciones atractivas, las más importantes del tema.

Contendrá: una portada bastante atractiva, para que el público no lo pase por alto y fije la mirada en él, lo tome, lo abra, lo lea; interesándolo a seguir viendo las demás páginas, captándolas tal y como el diseñador a planeado que su manual sea funcional, tanto como el diseño y el contenido.

COMO HACER UN MANUAL

Primero hay que pensar en todos los elementos necesarios para la realización del manual.

Es imprescindible pedir presupuesto detallado (papel, impresión, encuadernación, etc.), a tres imprentas diferentes como mínimo, ya que por hacer lo mismo se cobran precios dispares.



PUNTOS ESENCIALES

Al visualizar, tenga en cuenta los siguientes factores:

- 1.- El tamaño aproximado del producto acabado.
(1a. definición definitiva puede retrasarse).
- 2.- La longitud (número de palabras) del texto.
- 3.- El número de imágenes y las palabras.
- 4.- El color o los colores que vayan utilizarse.

Después hacer bosquejos.

El texto admite las siguientes variaciones:

- 1.- Tipo o forma de letra.
- 2.- Cuerpo o tamaño de la letra.
- 3.- Espacio entre letras.
- 4.- Espacio entre líneas.
- 5.- Ubicación del texto dentro de la página si van justificadas o sin justificar.

Hay muchos tipos y tamaños de letras mecanográficas. Las máquinas manuales producen resultados desiguales debido a la variable presión de los dedos en las teclas. Por el contrario, las máquinas eléctricas producen resultados uniformes y, además, algunos disponen de varios pasos de escritura (espaciados entre letras). Solo las mejores son de espaciado proporcional.

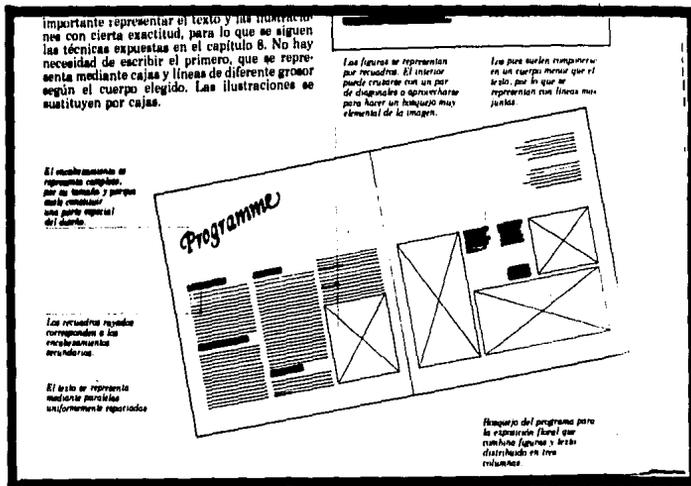
Em este caso como el Manual es considerado como libro y contiene más de 100 palabras, es necesario la mecanografía.

La buena escritura se define:

Con estilo constante, caracteres bien formados, espaciado uniforme y alineación correcta. Nunca se debe usar una escritura difícil, confunde y no informa. Las mayúsculas deben ser uniformes y reservarse para fragmentos de textos breves.

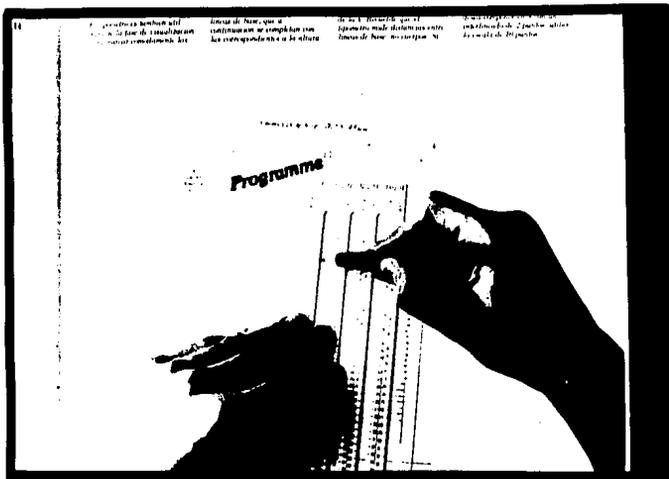
La escritura mal espaciada tiene aspecto sucio.

FORMAS DE REPRESENTAR EL TEXTO Y ACOMODO DE FOTOGRAFÍAS O ILUSTRACIONES



MANEJO DEL TIPOMETRO

Sirve para calcular el número de líneas de texto que caben en un espacio dado (interlineado).



INTERLINEADO

El interlineado modifica el tono de la mancha de texto: a mayor interlineado, más clara la mancha. Determina el espacio ocupado por el texto; sirve para organizar la información; y controla la legibilidad. Hay que cuidar del texto, porque si es muy largo, esas ligeras diferencias se acumulan y hacen que el resultado ocupe quizá una página más.

INTERLINEADO

El interlineado cumple varias funciones. En primer lugar, modifica el tono de la mancha de texto; a mayor interlineado, más clara la mancha; determina el espacio

ocupado por el texto; sirve para organizar la información; y controla la legibilidad (que depende de la distancia entre líneas).

Præsent lupatium delectat augue duos dolor et qui molestias exceptur sint occaecat cupidatat non proident, semel. Tempor sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum et doloribus. E t harum id reud facis est et expedit distinct. Nam liber tempor em et conserntio factor tum puen legum odloque civiada. Et tamen in busdam

Paragrafo 1.º

Præsent lupatium delectat augue duos dolor et qui molestias exceptur sint occaecat cupidatat non proident, semel. Tempor sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum et doloribus. E t harum id reud facis est et expedit distinct. Nam liber tempor em et conserntio factor tum puen legum odloque civiada. Et tamen in busdam

Paragrafo 2.º

LAS LINEAS Y GREGAS EN EL DISEÑO EDITORIAL

Las líneas cumplen las siguientes funciones:

- 1.- Separar categorías de información; por ejemplo, números y palabras.
- 2.- Llamar la atención hacia una parte de la información.
- 3.- Enlazar la información; por ejemplo palabras y números.
- 4.- Decorar.



LAS ILUSTRACIONES

Estas sirven para informar, para llamar la atención o para las dos cosas.

Lo que deseo informar es ayudarte a escoger las imágenes más adecuadas.

Las fotografías, se eligen según la información, si en ésta existe información innecesaria, la solución es eliminarla o imprimir sólo un detalle de la copia. Con un encuadre bien hecho mejora mucho el interés de las fotografías.

Hay que explicar claramente al fotógrafo los efectos que quiere y los que no quiere y asegúrese de que ha comprendido perfectamente sus deseos y su estilo. El tipo, el color y el tamaño son instrumentos muy poderosos que deben adaptarse siempre a la imagen que quiere comunicarse. También el color y la calidad del papel contribuyen a esa imagen. El blanco, con su sencilla neutralidad, es el tono "anónimo" tradicional, mientras que los cremas, sepías, etc., son más cálidos. En cuanto al membrete impreso, también puede hacerse en colores muy variados. Y no hay que olvidar las otras características del papel, gramaje, textura, etc.

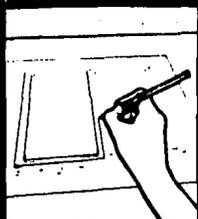
FORMA Y FUNCION EN EL DISEÑO DE UNA PAGINA.

Los elementos de una página su disposición, tamaños, formas elegidas, colores o espacios, poseen un carácter funcional según el objetivo y fines previstos.

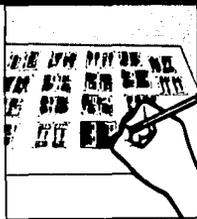


Diseños de cubiertas en libros
y revistas.

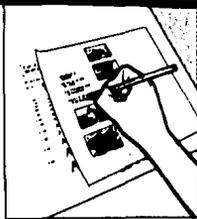
*La cubierta es tan importante
que merece la pena tomarla en...*



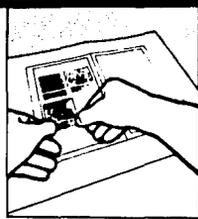
1. Calque el formato de la doble página en el calco superior.



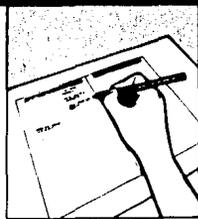
2. Haga unos cuantos bosquejos de la maqueta a tamaño reducido.



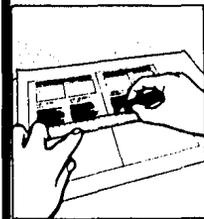
3. Calque los títulos e ilustraciones en otro papel aparte.



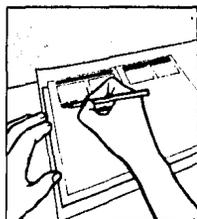
4. Vuelva a calcar la página y distribuya los títulos e ilustraciones.



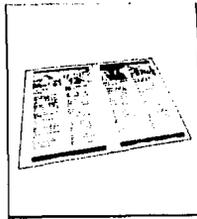
5. Calque meticulosamente todos los textos breves de importancia.



7. Represente el texto con líneas y calque los subencabezamientos.



6. Calque en la página, ya en su sitio, el título y la introducción.



8. Señale con recuadros de tamaño adecuado la posición de las ilustraciones.

Confección de una maqueta exacta.

EJEMP.: PLANTILLA DE DOS COLUMNAS DIVIDIDA A LA VEZ EN 4.

Texto **Título** **Introducción** **Subencabezamiento**

cabecera

DESIGNING BOOKLETS AND MAGAZINES

Production: the sequence of events
The production of any printed item entails a number of stages. When you are working in deadline it is essential to draw up a schedule of your stage intended and the amount of time you allocate each stage will take.

Usually operating their own studios

1. Planning
2. Commissioning
3. Writing and designing
4. Production of artwork

A typical production schedule

8. DRAWING-BOARD SKILLS AND EQUIPMENT

PRODUCING TYPE

The many different ways of producing type for artwork are described in Chapter 1 before step by step instructions show how to set the best results from dry transfer lettering, stencil and hand drawn lettering.

How to use dry transfer lettering

Choose the typeface and size from a dry transfer lettering catalogue, which you can obtain in some situations. Make sure that the sheet of lettering you buy is the one you choose from the catalogue by the reference number, typeface and size printed at the top of each sheet. If you buy a large type size - for example 16 point - the typeface and lines can often come on different sheets.

The ordinary white cartridge paper on a standard paper for dry transfer lettering. Some carded butchers can be used for cutting it on the lettering, although the rounded ends of a pair will be a nuisance.

PRODUCING TYPE

1. Prepare the paper by cutting it to the size of the typeface and size you require. The paper should be cut to the size of the typeface and size you require. The paper should be cut to the size of the typeface and size you require.

2. Apply the type to the paper. The type should be applied to the paper in the order of the reference number, typeface and size printed at the top of each sheet.

3. Press the type into the paper. The type should be pressed into the paper by using a roller or a similar device.

4. Remove the type. The type should be removed from the paper by using a scraper or a similar device.

Folio

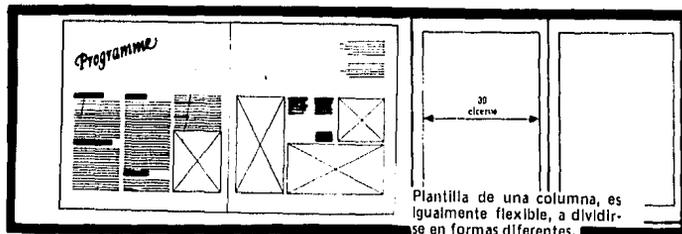
Diagrama de flujo diseñado de forma usualmente sugestiva.

Pies de ilustraciones usados para describir las fases de una operación.

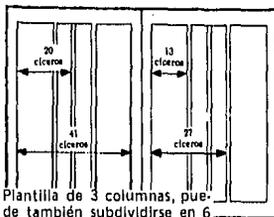
He aquí un ejemplo de utilización de una plantilla de dos columnas, que da una medida cómoda para el texto principal. La misma plantilla se ha dividido en cuatro para distribuir los pies correspondientes a las ilustraciones de pequeño formato.

LA RETICULA

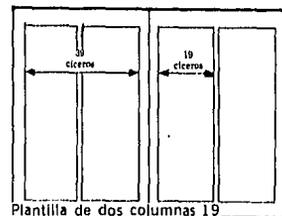
La retícula es orden y claridad. Análisis de los procesos creativos y técnicos productivos. Permite la integración de los elementos formales, cromáticos y materiales. Dominio de la superficie y del espacio, disciplina en procesos mentales. Con la retícula una superficie bidimensional se subdivide en campos a modo de reja. Estos pueden tener las mismas dimensiones o no. La altura es igual a un número determinado de líneas de texto. El ancho es igual al de la columna de texto. La altura y la anchura de columnas se miden con picas y cuadratines, cíceros y centímetros.



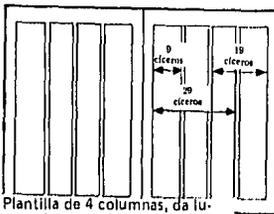
Plantilla de una columna, es igualmente flexible, a dividirse en formas diferentes.



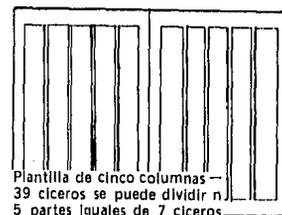
Plantilla de 3 columnas, puede también subdividirse en 6 columnas.



Plantilla de dos columnas 19 cíceros cada una — 39 cíceros



Plantilla de 4 columnas, da lugar a 4 categorías de línea.



Plantilla de cinco columnas — 39 cíceros se puede dividir en 5 partes iguales de 7 cíceros cada una.

Estructura lógica de la retícula

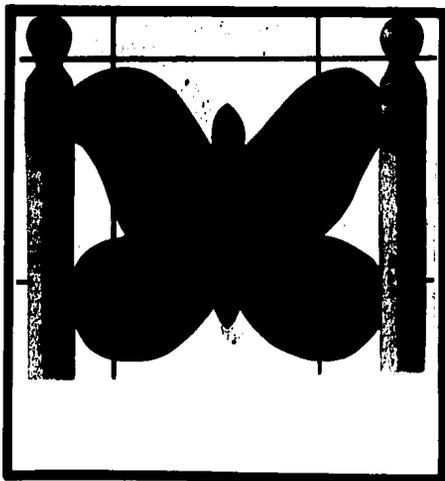
- 1.- Proporción de la mancha.
- 2.- Administración de blancos.
- 3.- Número y ancho de columnas.
- 4.- Retícula de composición invariable.
- 5.- Tipografía: a) títulos con el mismo tamaño, mismo color, misma ubicación, misma distancia en el texto; b) subtítulos; c) leyendas o pie de foto; d) notas marginales; e) letras de base y de resalte.
- 6.- Folios: mismo tamaño, mismo tipo, mismo color y ubicación.
- 7.- Fotos, ilustraciones y gráficas, mantenerlos en la concepción de los campos reticulares.
- 8.- Portada y contraportada sometidas a mismo sistema reticular.

MOTIVOS PARA USAR RETICULA

Motivos económicos: menos tiempo, menor costo y mejor aprovechamiento del material.

Para qué sirve la retícula.

A los diseñadores gráficos para realizar un manual, nos ayuda a resolver problemas visuales, ordenando imágenes y textos, favoreciendo una retención mayor.

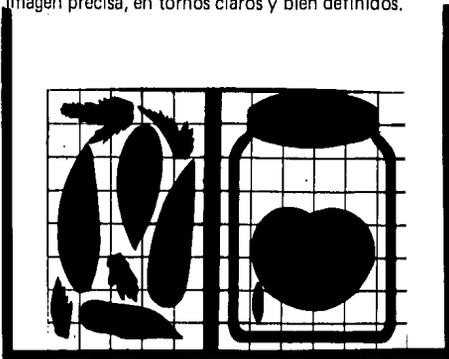


FORMATOS DEL PAPEL

Para no perder tiempo, el diseñador debe adaptarse a los formatos que ya existen en el almacén, son los DIN. Aparte que las máquinas cortadoras tienen determinadas medidas, normalizadas con la serie DIN.

EL PAPEL

Debemos tomar en cuenta la calidad del papel y el procedimiento de impresión. Sobre un papel blando, de grano grueso, produce un esparcimiento de las formas, de tal manera que los contornos se vuelven imprecisos y difusos, la letra pierde su precisión y aparece más negra de lo que es. Las mismas tipografías impresas sobre un papel estucado brillante dan una imagen precisa, en tonos claros y bien definidos.



COSTO DEL PAPEL 1986.

CARTULINA COUCHE
2/C SAN RAFAEL BLANCO

01.250	58x88	No. 107	(0.25)	210	237,823
01.252	58x88	No. 130	(0.25)	255	288,944
01.254	60x90	No. 137.5	(0.25)	255	305,614
01.256	70x95	No. 139.5	(0.25)	210	310,059
01.258	70x95	No. 169.5	(0.25)	255	376,739
01.260	77x100	No. 162	(0.25)	210	360,069

COUCHE 1/C SAN RAFAEL BLANCO

01.266	57x87	No. 45	(0.5)	90	83,304
01.268	57x87	No. 49.5	(0.5)	100	91,635
01.269	61x90	No. 41	(1)	75	81,137
01.274	61x90	No. 49.5	(0.5)	90	91,635
01.275	61x90	No. 55	(0.5)	100	101,817
01.271	70x95	No. 50	(0.5)	75	98,947
01.276	70x95	No. 60	(0.5)	90	111,072
01.278	70x95	No. 66.5	(0.5)	100	123,105

COUCHE 2/C SAN RAFAEL BLANCO

01.277	57x87	No. 45	(0.5)	90	86,498
01.280	57x87	No. 49.5	(0.5)	100	95,147
01.282	57x87	No. 67	(0.5)	135	128,785
01.284	61x90	No. 55	(0.5)	100	105,719
01.286	61x90	No. 74	(0.5)	135	142,240
01.287	70x95	No. 60	(0.5)	90	115,330
01.288	70x95	No. 66.5	(0.5)	100	127,824
01.290	70x95	No. 90	(0.5)	135	172,995

COUCHE MATE PALOMA
2/C SAN RAFAEL

01.292	57x87	No. 49.5	(0.5)	100	90,390
01.294	57x87	No. 67	(0.5)	135	122,346
01.296	70x95	No. 66.5	(0.5)	100	121,433
01.298	70x95	No. 90	(0.5)	135	164,345

PAPELES Y CARTULINAS GRABADOS

CART. VELLUM SAN RAFAEL GDO. 2/C
BLANCO G/FINO Y T/FINO

300- 57x72

AEROCOPY SR. BCO. Y COLS.

162-170	57x87	No. 15	(2.0)	30	27,392
172-180	70x95	No. 20	(2.0)	30	36,523

GRAFICO BOND SAN RAFAEL BLANCO

01.020	57x87	No. 24	(1)	48	36,042
01.022	57x87	No. 29	(1)	58	41,571
01.024	57x87	No. 36	(1)	72	49,149
01.026	57x87	No. 44.5	(1)	90	60,753
01.028	70x95	No. 32	(1)	48	48,056
01.030	70x95	No. 40	(1)	58	57,340
01.032	70x95	No. 50	(0.5)	72	68,262
01.034	70x95	No. 60	(0.5)	90	81,915
01.036	70x95	No. 32	(0.5)	105	95,567
01.038	70x95	No. 80	(0.5)	120	109,219

GRAFICO BOND SR. COLS. AZUL,
CANARIO ROSA Y VERDE

40-46	57x87	No. 24	(1)	48	39,646
48-54	57x87	No. 29	(1)	58	45,728
56-62	57x87	No. 36	(1)	72	54,063
64-70	70x95	No. 32	(1)	48	52,862
72-78	70x95	No. 40	(0.5)	58	63,072
80-86	70x95	No. 50	(0.5)	72	75,088

LEDGER COMERCIAL SR. BCO. Y ANTE

90-98	57x87	No. 59.5	(0.5)	120	91,955
94-102	70x95	No. 80	(0.5)	120	123,637

ROYAL LINEN BOND SR. C/MARCA BLANCO

01.123	57x87	No. 29	(1)	58	47,058
01.129	57x87	No. 36	(1)	72	55,637
01.127	70x95	No. 40	(1)	58	64,907
01.128	70x95	No. 50	(1)	72	77,273

CULTURAL SAN RAFAEL CREMA

01.150	57x87	No. 37	(1)	75	50,514
01.152	57x87	No. 44.5	(1)	90	60,753
01.154	70x95	No. 50	(0.5)	75	68,262
01.156	70x95	No. 60	(0.5)	90	81,915

CARTULINAS FINAS SIN CUBRIR

BRISTOL SAN RAFAEL BLANCO

01.182	50x65	No. 58	(0.5)	178	56,910
01.184	50x65	No. 65	(0.5)	200	63,778
01.186	50x65	No. 78	(0.5)	240	76,534

CARTULINAS CUBIERTAS

CARTULINA COUCHE

1/C SAN RAFAEL BLANCO

01.240	57x72	No. 123	(0.25)	300	262,590
01.242	70x95	No. 119.5	(0.25)	180	255,118
01.244	77x100	No. 139	(0.25)	180	296,748

MIMEOGRAFO SAN RAFAEL BLANCO

01.383	CARTA No. 29	(0.5)	58	5,394
01.384	CARTA No. 36	(0.5)	72	6,432
01.385	OFICIO No. 40	(0.5)	58	6,521
01.386	OFICIO No. 50	(0.5)	72	7,774

ESCUDO SAN RAFAEL GTF
BLANCO, GRIS, MARFIL Y PAJA

01.350	CARTA No. 37	(0.5)	75	7,965
01.352	CARTA No. 45	(0.5)	90	9,551

FOTO BOND

ESPECIAL PARA FOTOCOPIADORAS

01.379	CARTA No. 37	(0.5)	75	6,582
01.380	OFICIO No. 50	(0.5)	75	7,752

SERVICIO DE CORTES ESPECIALES

DICIEMBRE 1 DE 1986

LISTA DE ESPECIALES

LINEA BOND FORMAS EN BOBINA

BLANCO	50 GMS.	1,440.00
BLANCO	60 GMS.	1,375.00
BLANCO	75/120 GMS.	1,309.00
COLORES	50 GMS.	1,584.00

CARTULINA CHECADORA 164 GMS.

En medidas de 21 cms. o menores se hará un cargo adicional del 100/o

FOLDERS MAPASA 200	CARTA	OFICIO
	CREMA	MILLAR
	AZUL	MILLAR
	CANARIO	
	ROSA Y	
	VERDE	
	34,089.00	38,858.00

02 SOBRE PLUS ULTRA KONSTANZA

	CARTA	OFICIO
	6 3/4	
47 KGS.	9,578.00	15,242.00
54 KGS.	10,138.00	16,131.00
60 KGS.	10,611.00	17,108.00

SOBRE VENTANA (ACETATO CRISTAL)

54 KGS.	13,364.00	19,213.00
60 KGS.	14,647.00	21,258.00

SOBRE BOLSA ANTE 60 KGS.

623 (MEDIA CARTA)	16x24	26,262.00
626 (MEDIO OFICIO)	19.1x26.7	32,878.00
627 (CARTA)	23x30.5	39,648.00
629 (FOLDERS)	25.5x33	45,801.00
(OFICIO)	24x36	49,373.00

300-	57x72	No. 86	(0.5)	210	191,148
304-306	57x87	No. 104	(0.5)	210	231,155
308-310	70x95	No. 139.5	(0.5)	210	310,059

MALINCHE VELLUM SAN RAFAEL GDO. 2/C
BLANCO G/FINO Y T/FINO

312-314	57x87	No. 56.5	(0.5)	114	108,602
316-318	70x95	No. 76	(0.5)	114	146,085

ESCUDO SAN RAFAEL GTF
BLANCO, GRIS, MARFIL Y PAJA

411-414	57x87	No. 37	(1)	75	61,737
415-418	57x87	No. 45	(1)	90	75,086
419-422	57x87	No. 56.5	(0.5)	114	94,275
423-426	70x95	No. 50	(0.5)	75	83,429
427-430	70x95	No. 60	(0.5)	90	100,115
431-434	70x95	No. 76	(0.5)	114	126,812

CARTULINA ESCUDO SAN RAFAEL GTF
BLANCO, GRIS, MARFIL Y PAJA

441-444	50x65	No. 58	(0.5)	178	96,777
445-448	50x65	No. 68.5	(0.5)	210	114,298
449-452	57x72	No. 73	(0.5)	178	121,806
453-456	57x72	No. 86	(0.5)	210	143,498

PAPELES CORTADOS

GRAFICO BOND SAN RAFAEL BLANCO

01.367	CARTA No. 24	(0.5)	48	4,609
01.368	CARTA No. 29	(0.5)	58	5,289
01.370	CARTA No. 36	(0.5)	72	6,306
01.271	OFICIO No. 32	(0.5)	48	5,570
01.372	OFICIO No. 40	(0.5)	58	6,393
01.374	OFICIO No. 50	(0.5)	72	7,622

GRAFICO COPIADOR
SAN RAFAEL BLANCO

01.382	CARTA No. 36	(0.5)	72	6,320
01.399	OFICIO No. 50	(0.5)	72	7,665

ROYAL LINEN BOND
SAN RAFAEL C/MARCA BLANCO

CARTA No. 29	(0.5)	58	5,981
CARTA No. 36	(0.5)	72	7,067
OFICIO No. 40	(0.5)	58	7,230
OFICIO No. 50	(0.5)	72	8,542

AEROCOPY SAN RAFAEL
BLANCO, AZUL, CANARIO
ROSA Y VERDE

393-392	CARTA No. 15	(0.5)	30	3,513
395-394	OFICIO No. 20	(1)	30	4,229

TIPOGRAFIA

Se basa en la unidad del punto DIDOT. Este sistema se ajusta al pie francés de 30 cm., igual que la medida que usamos nosotros en el "Tipómetro", tiene 30 cm. de largo y mide de 7 a 8 puntos tipográficos.

Las medidas pueden indicarse tanto en milímetros como en pulgadas. En la tipografía convencional las letras se miden en puntos, el tamaño de los caracteres se llama "cuerpo" la anchura de las letras "grosor". Los caracteres normales se leen con más claridad.

La forma en que se coloca la palabra es muy importante debe de ir colocada a la izquierda en la parte superior horizontalmente, se lee con más espontaneidad, no se colocará hacia arriba porque se debilita su legibilidad, ni hacia abajo, es todavía más difícil de leer.

La técnica moderna que permite una gran precisión al imprimir es la fotocomposición.

El diseñador hará bien en realizar el encargo de la fotocomposición, exigir al mismo tiempo un espaciado normal entre letras para que no se dificulte el blanco entre las letras y su legibilidad.

Para el buen uso de la comunicación, es solo cuestión de buscar y ensayar diferentes tipos de letras para ver cuál es el que logra mayor belleza y legibilidad.

Los tipos de letras que entran en la categoría de "plomo" son Berthold, Helvética, folio y univers. Estas muestran composiciones correctas y fácilmente legibles.

MAQUINA MANUAL Y MAQUINA ELECTRONICA



PELOTA DE GOLF "PRODUCE LETRAS DE DE-
TERMINADOS TIPOS Y ES INTERCAMBIABLE"

The letters on the standard typewriter The letters on a non-standard typewriter

Las máquinas de escribir
están hechas y muchas palabras
se imprimen de mala
manera y así a 10 ó 12
puntos por pulgada (léase y
escríbase correctamente).

Algunas máquinas eléctricas
dibujan de mala manera
las letras con una esfera
intercambiable por
otras con distintas
tipos de letra.

ANCHO DE COLUMNA

El ancho de columna es cuestión de diseño, formato y legibilidad.

El tamaño de los tipos debe calcularse, para ser leídos sin esfuerzo, a una distancia de 30 a 35 cm. Letras muy grandes o muy pequeñas se leen con esfuerzo. El promedio de palabras en una línea es de 7 a 10, puede calcularse fácilmente su longitud.

Recomiendo que las líneas demasiado largas cansan ya que el ojo emplea demasiada energía y las demasiado cortas obliga al ojo a cambiar de línea con demasiada rapidez.

El interlineado debe ser amplio para no obligar al ojo a la lectura simultánea de párrafos vecinos, esto no vale para títulos ni subtítulos, ya que tiene la función de llamar la atención, esto es obligar al ojo del lector leer su mensaje.

El ancho de columna debe ser adecuado al tamaño del cuerpo de la letra, además del tamaño y cantidad de texto.

Se pueden dar diversos espaciados: demasiado ancho, normal y demasiado estrecho.

Una línea de 50 a 60 letras es fácil de leer. Demasiado ancha una composición se convierte en un efecto decorativo gris y no l

VARIANTES DE UN MISMO TIPO

Dentro de un mismo tipo suele haber variantes en cuanto a grosor, inclinación, etc. La más normal es la redonda, que es en la que está compuesta este libro. Cuando se quiere

destacar algo se recurre a la cursiva (inclinada) o a la negra (redonda, pero de trazo grueso). Todas ellas existen en versiones de caja alta y baja.

**Lorem ipsum dolor sitamet, dignissum ui consetetur
 adipiscing elit, sed diam nonumy eiusmod tempor incididunt ut
 labore et dolore magna aliquam erat volupat**

Century redonda de 7 al 8 justificada por la izquierda a 17 ceros

**Lorem ipsum dolor sitamet, dignissum qui consetetur adipiscing
 elit, sed diam nonumy eiusmod tempor incididunt ut labore et
 dolore magna aliquam erat volupat Ut enim ad**

Century cursiva de 7 al 8 justificada a la izquierda a 17 ceros

**Lorem ipsum dolor sitamet, dignissum qui consetetur
 adipiscing elit, sed diam nonumy eiusmod tempor incididunt
 ut labore et dolore magna**

Century negra de 7 al 8 justificada por la izquierda a 17 ceros

PROPOSICIONES DE LOS BLANCOS

Los espacios en blancos que rodean la mancha son los blancos.

Estos espacios se dejan por motivos: técnicos y estéticos.

Los motivos técnicos: porque el corte de las páginas varía normalmente entre 1 y 3 mm, a veces hasta 5 mm, así evitamos que el texto quede cortado, y los motivos estéticos: pues los blancos proporcionados bien acrecentan extraordinariamente el goce de leer. Se recomienda no dejar muy pequeña la anchura de los blancos, para evitar que un corte impreciso lo reduzca o lo elimine.

Los blancos son funcionalmente inadecuado, si son demasiado pequeños el lector siente que la página está saturada, reacciona negativamente. Una relación armónica y proporcionada entre las dimensiones de los blancos (de cabeza, pie, corte y lomo) puede tener un efecto tranquilizador y agradable.

FOLIOS

Es la colocación de números de páginas, los que deben ser satisfactorios desde el punto de vista funcional y estético.

En principio pueden estar arriba, abajo, a la izquierda o a la derecha de la mancha.

Se puede colocar en el blanco del lomo, cuando es amplio; si el folio se coloca a la izquierda o derecha de la mancha, la distancia es regularmente igual al espacio intermedio entre columnas.

Letras de base y de resalte.

Por letra de base se entiende la que forma el volumen principal de un material impreso. Son destacadas en el texto por su disposición especial, llamativa, por tipo de letra mayor en negra o cursiva.

La forma de destacar depende del problema planteado en cada caso.

En la práctica sus posibilidades de aplicación, en la impresión en negro deben usarse combinaciones de letras para fines de acentuación.

En ningún caso se mezclarán letras de distinta familia. Cuando debe utilizarse letras de distinto tamaño, los tipos presentan claramente distinguibles diferencias de magnitud (una letra de 9 puntos con texto de 6 puntos).

Los contrastes inequívocos entre los caracteres y los tamaños de las letras hacen posible la lectura más fácil y más rápida.

CONSTRUCCION DE LA MANCHA

La mancha es la superficie impresa. La mancha se determina cuando el diseñador conoce la amplitud y naturaleza de la información gráfica y textual.

La disposición simétrica de la mancha en una doble página con espacio ancho en el lomo, es pensado para el diseño de un manual con muchas páginas.

Para determinar la mancha adecuada el diseñador hace bocetos y los analiza y también se hace las siguientes preguntas: ¿De lo ancho de columna depende el tamaño de la letra?. ¿Qué clase de información textual debe incorporarse en la mancha? ¿Textos con notas al margen? ¿Textos con imagen y leyenda? ¿cuántas ilustraciones son en total? ¿cuántas deben ser grandes y cuántas pequeñas?

CONSTRUCCION DE LA RETICULA

2 columnas.

Ofrece más posibilidades ya que en la primera columna pueden colocarse los textos y en la segunda imágenes o viceversa o también colocarse en la misma alternativa texto e imagen. Además esta distribución puede dividirse en 4 columnas.

Existe una desventaja de la 3 y 6 columnas, porque las líneas de texto se hacen demasiado estrechas y se debe elegir letra más pequeña.

La de 4 columnas se recomienda cuando haya que colocar mucho texto y muchas ilustraciones.

CONSTRUCCION DE LA RETICULA

Recomendaciones:

Promedio 10 palabras por columna. Después se colocan encima las disposiciones de la retícula para controlar cuántas líneas caben en el campo reticular. La primera línea de texto debe corresponder al límite superior del campo exactamente, mientras la última línea de delimitación.

En un sistema reticular perfeccionando, están las fotografías alineadas con las líneas de texto, leyendas, títulos y subtítulos.

Para que la leyenda se lea al texto como información subordinada, debe ponerse en cursiva o con un tipo más pequeño.

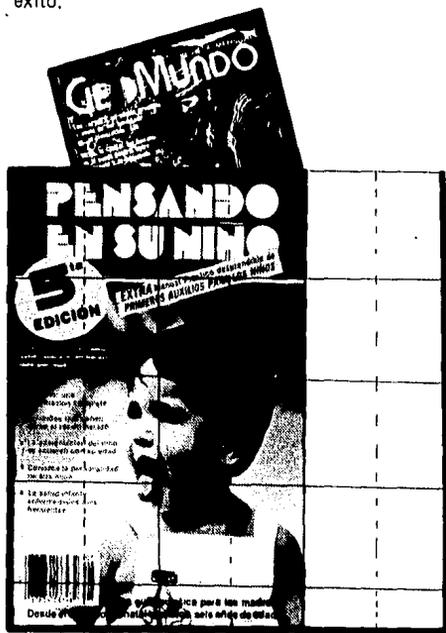
Para que las letras de pie de foto se alinien con las del texto deben tener la misma altura.

A una letra de 10 puntos con 2 de interlineado corresponde a 2 líneas de 5 puntos con 2 de interlínea. Ilustraciones, fotos, tablas, se manejan en relación y función de los campos reticulares.

LA FOTOGRAFIA EN EL SISTEMA RETICULAR

Las fotos se conciben casi siempre sin retícula. Y esto porque la mayor parte de los diseñadores no la conocen o porque no quieren tomarse la molestia de trabajar. Diseñador y fotógrafo deben trabajar juntos para un buen logro. El fotógrafo puede color el dibujo de la retícula sobre el vidrio mate de su cámara y disponer los objetos que deba fotografiar, o bien monta la retícula con una estructura de metal, por-

ejemplo, introduce los objetos en esta retícula y la fotografía de este modo junto con la retícula, mismas posibilidades han sido ya puestas en práctica con éxito.

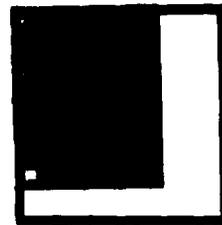


LA ILUSTRACION EN EL SISTEMA RETICULAR

Las ilustraciones también se ajustan al sistema reticular. La ilustración siluetada que deba ser colocada en un campo de texto corre el peligro de quedar pósticamente indistinta en el espacio de la página.

Para darle consistencia puede ponerse sobre un fondo gris o de color, la magnitud de tal superficie tiene que ajustarse a la retícula o a las líneas.

La ilustración cerrada, normalmente es más fácil disponer de forma estéticamente satisfactoria las ilustraciones con forma geométrica cerrada en una mancha tipográfica. A la ilustración se le da el ancho de la columna para que aparezca formalmente ligada al texto.



LA PORTADA EN EL SISTEMA RETICULAR

La configuración unitaria del material impreso exige que la portada y contraportada sean diseñadas con la misma retícula utilizada en el interior.

Para que A emita una respuesta de B, es indispensable que ésta perciba dicha conducta, de igual modo, para que la interacción se mantenga con una respuesta de B, es necesario que B se percate del mensaje emitido por A.

IMPRESION

En las imprentas visitadas, los formatos que más utilizan son: Media carta, Medio oficio o carta, pero es menos.

La impresión que más utilizan las imprentas pequeñas son: El offset y process.

Las máquinas que tienen de offset son:

Multilite, Abdik, recibe formatos: carta, oficio y doble carta, doble oficio, cuatro cartas y a veces hasta más tipos.

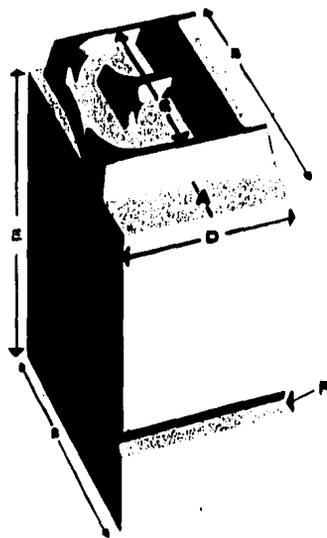
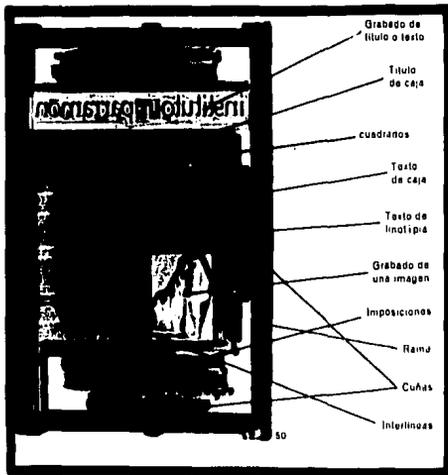


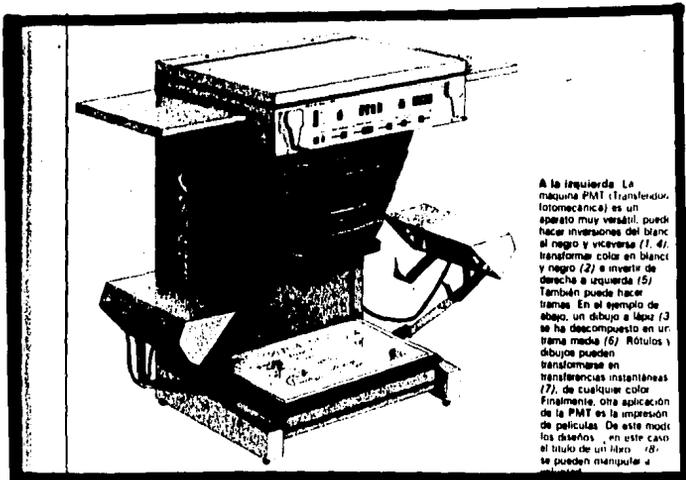
El cajista está componiendo la palabra Barcelona, con ayuda de esta regla social llamada *componedor*.

COMPOSICION TIPOGRAFICA.

Composición de tipos a mano, ajustando a la longitud de línea deseada. Tienen que tener la misma longitud y justificado de los cuatro lados'



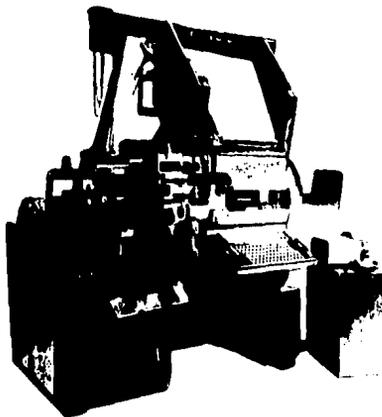




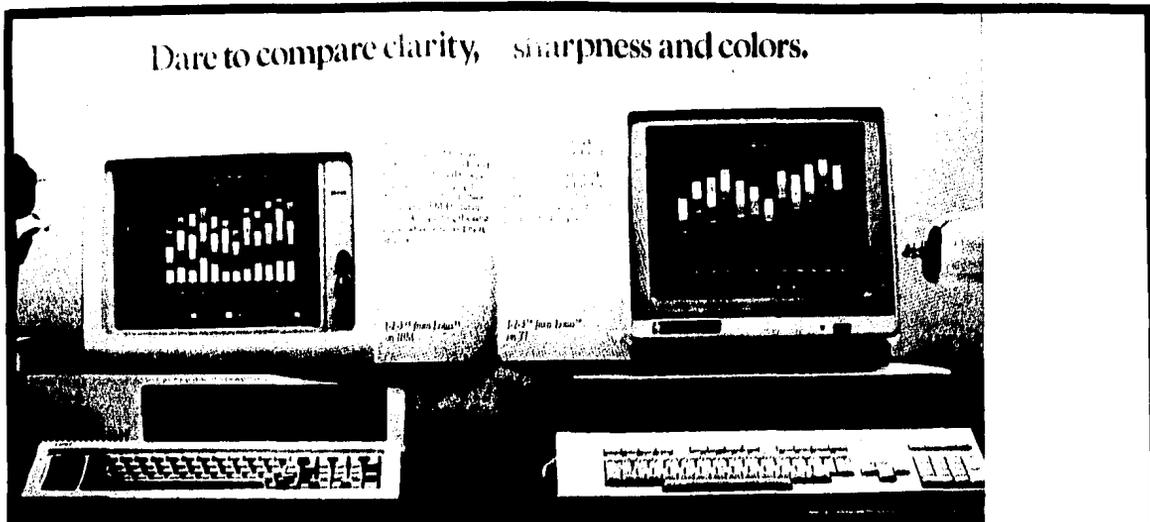
A la izquierda. La máquina PMT (Transferidor fotomecánico) es un aparato muy versátil, puede hacer inversiones del blanco al negro y viceversa (1, 4); transformar color en blanco y negro (2) e invertir de derecha a izquierda (5). También puede hacer tramas. En el ejemplo de abajo, un dibujo a lápiz (3) se ha descompuesto en un trama made (6). Rótulos y dibujos pueden transformarse en transparencias instantáneas (7), de cualquier color. Finalmente, otra aplicación de la PMT es la impresión de películas. De este modo los diseños — en este caso el título de un libro — se pueden manipular a voluntad.

ARRIBA. LA MAQUINA PMT (Transferidora fotomecánica) Invierte de blanco a negro o viceversa. Transforma color en blanco y negro. Invertir de derecha a izquierda, hacer tramas. Los títulos se pueden manipular a voluntad.

DERECHA. MAQUINA LINOTIPIA funde los tipos en líneas completas. Para hacer correcciones hay que sacar y sustituir toda una línea comparándola con la Linotrón parece un aparato primitivo.



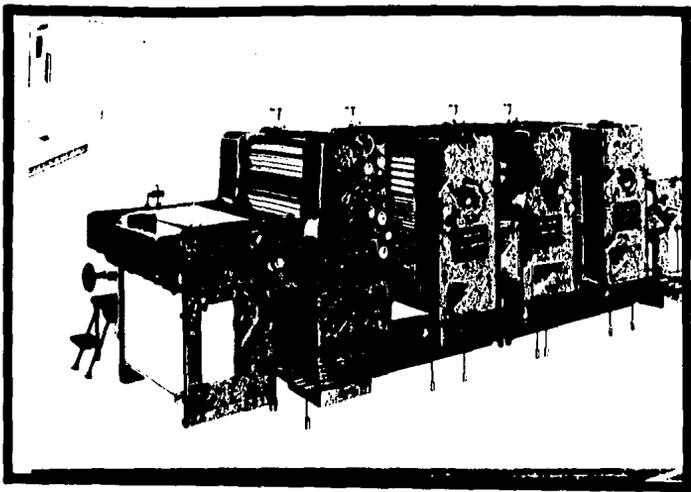
Dare to compare clarity, sharpness and colors.



**TI makes the best software
perform even better.**

TEXAS
INSTRUMENTS





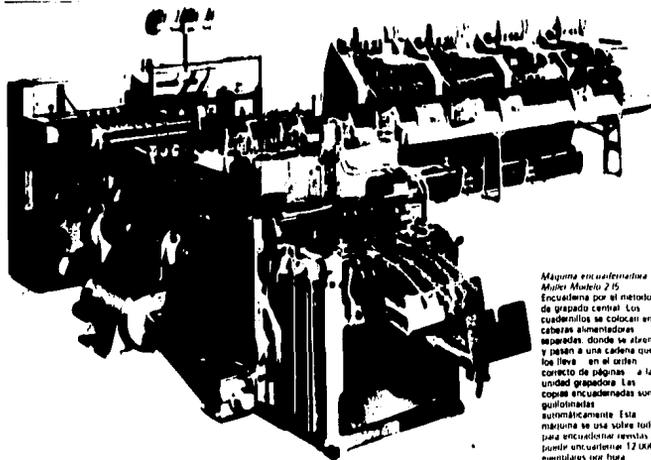
Máquina Heidelberg RUO.

Es una máquina de litografía offset, imprime papeles de 70 x 100 mm. Se pueden equipar para imprimir dos ó más colores. Existe una gran variedad de máquinas.



MAQUINA LINOTROIN.
 Emplea una computadora y
 otros mecanismos electróni-
 cos para componer en pelícu-
 las.

MAQUINA ENCUADERNADORA



*Máquina encuadernadora
 Muller Martini 215*
 Encuaderna por el método
 de grapado central. Los
 cuadernillos se colocan en
 cabezas alimentadoras
 separadas donde se alinean
 y pasan a una cadena que
 los lleva en el orden
 correcto de páginas a la
 unidad grapadora. Las
 copias encuadernadas son
 guillotadas
 automáticamente. Esta
 máquina se usa sobre todo
 para encuadernar revistas y
 puede encuadernar 12.000
 ejemplares por hora.

Las imprentas cobran sobre el costo desde un 40% hasta un 50%.

Ejemplo: Papel Bond, Impresión 100 Manuales, media carta.

\$ 8,000.00 negativos
7,500.00 láminas
21,500.00 Papel
7,500.00 Impresión
3,000.00 Encuadernación

\$ 47,500.00 Subtotal

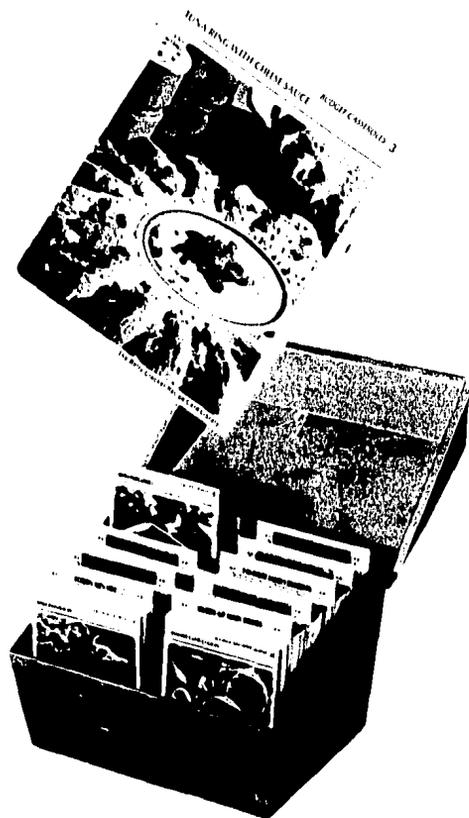
\$ 66,500.00 saldo con el 40%.

Hay que escoger un formato idóneo para la ocasión. Ejemplo si se tiene que llevar por mucho tiempo, es desagradable un tamaño grande, y sería ideal uno que quepa en el bolsillo.

No todos los formatos cuestan lo mismo.

Un error es escoger un tamaño que el impresor no pueda encuadernarlo.

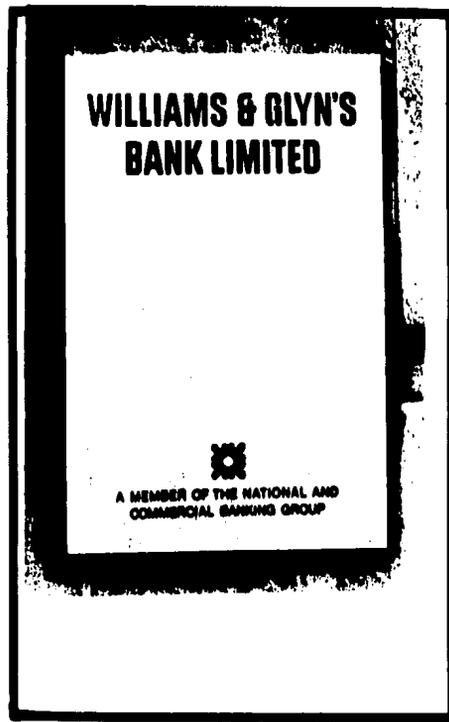
Acuérdese que en los papeles normalizados, cada tamaño es la mitad de la anterior.



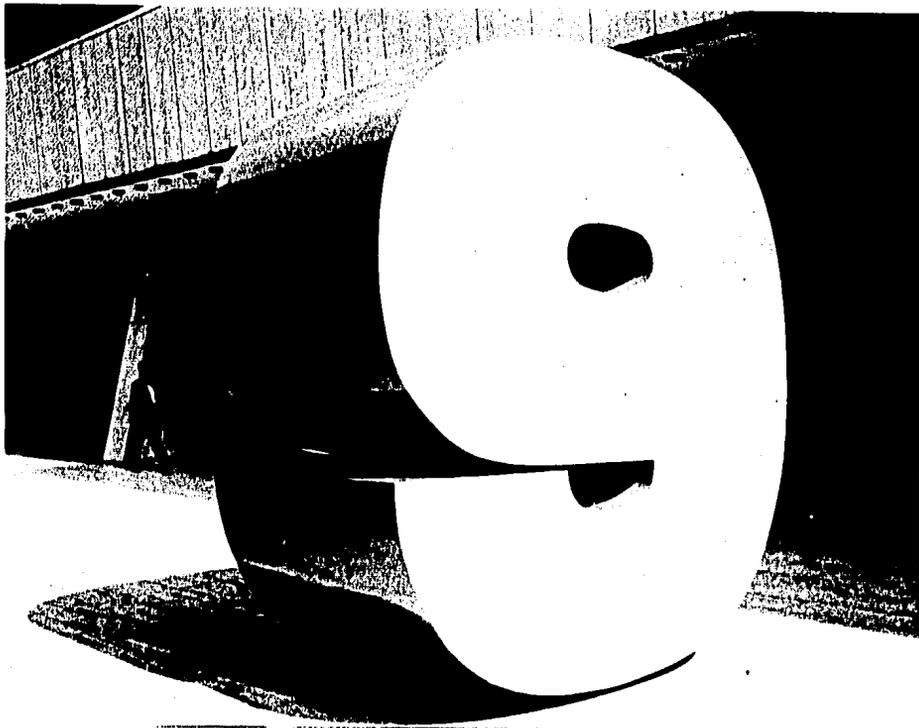
SEÑALAMIENTOS

QUE ES UN SEÑALAMIENTO

Es todo aquello que existe para dar a conocer una cosa o distinguirla de otra, o bien, puede ser un signo o medio que se emplea para hacerte saber como indicador, hacia dónde te diriges y determinar el sitio exacto.

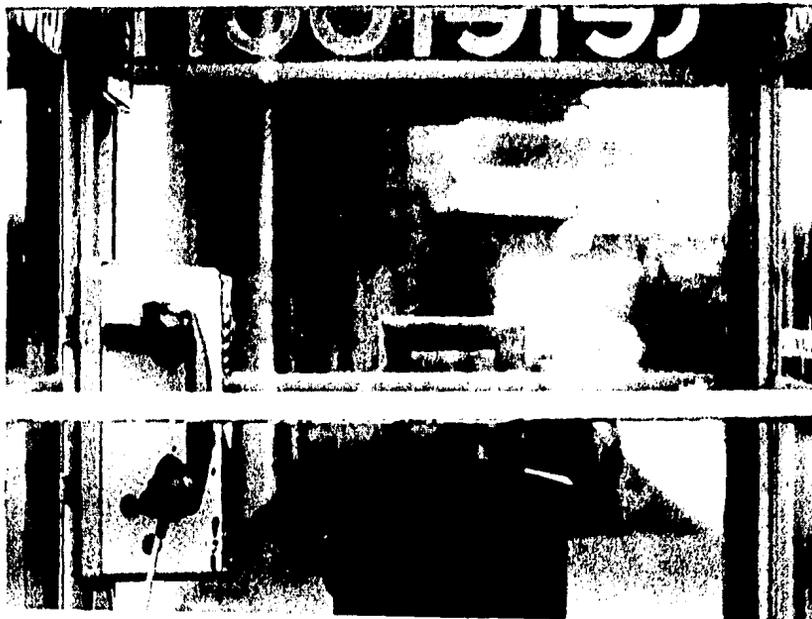


SEÑALES PARA EXTERIORES



telefoon

Cábina Telefónica Holandesa
normalizada, con letras de
blanco opalino sobre azul.



CONCEPTOS FUNDAMENTALES

CODIGOS

Elementos que se interrelacionan en un conjunto fundamental de señales y los de un conjunto fundamental de mensajes admitidos a partir de señales al coordinar estos dos conjuntos se denomina código.

EL MENSAJE

Una señal nos puede transmitir un gran número de mensajes. A esta variedad de significados que le damos se designa como el significado de la señal. Decimos que el significado hace referencia al contenido interno del mensaje lo que en realidad se quiere comunicar.

Sin embargo existe el significante, llamándolo comúnmente como el público al que va dirigido el mensaje y que sólo concierne al contenido externo y visible del término.

Ambos niveles son necesarias para que el acto de la comunicación sea efectiva.



Nacido



Bautizado



Casado



Divorciado



Muerto



Enterrado



Caído



Sol
Vesta



Venus
Juno



Luna
Pallas



Tierra
Ceres



Saturno
Júpiter



Mercurio
Urano



Marte
Neptuno



Sol
Vesta



Venus
Juno



Luna
Pallas



Tierra
Ceres



Saturno
Júpiter



Mercurio
Urano



Marte
Neptuno

FUNCION DEL SEÑALAMIENTO

COMO DEBE SER UN SEÑALAMIENTO

En todo señalamiento debe haber simplicidad, que impone el carácter y simple de la forma elemental libre de complicaciones o elaboraciones secundarias. Y la formulación opuesta es la complejidad que da lugar a un difícil proceso de organización del significado.

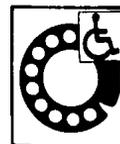
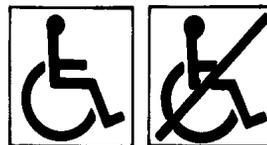
FORMAS DE VER LAS SEÑALES

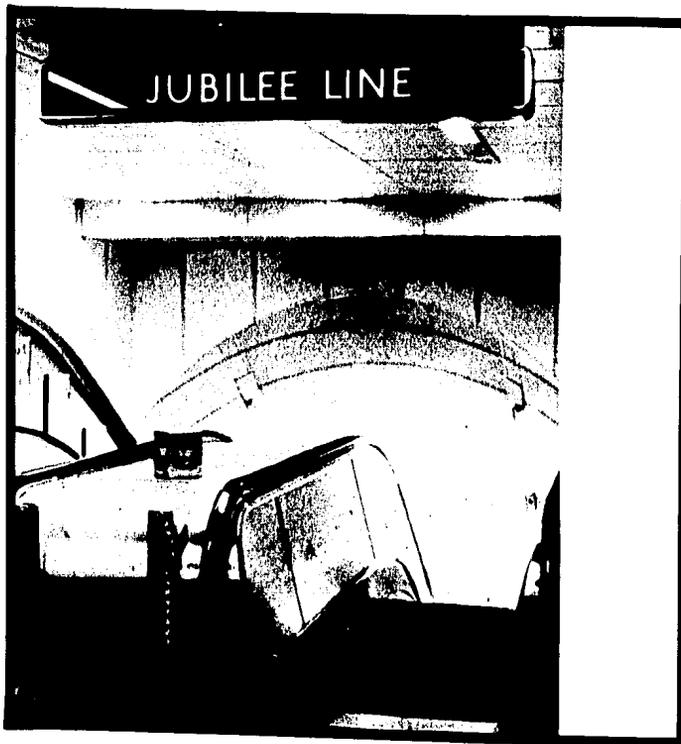
EL PODER DEL LENGUAJE VISUAL

El mayor poder del lenguaje visual estriba en su inmediatez, en su evidencia espontánea, podemos ver simultáneamente el contenido y la forma.

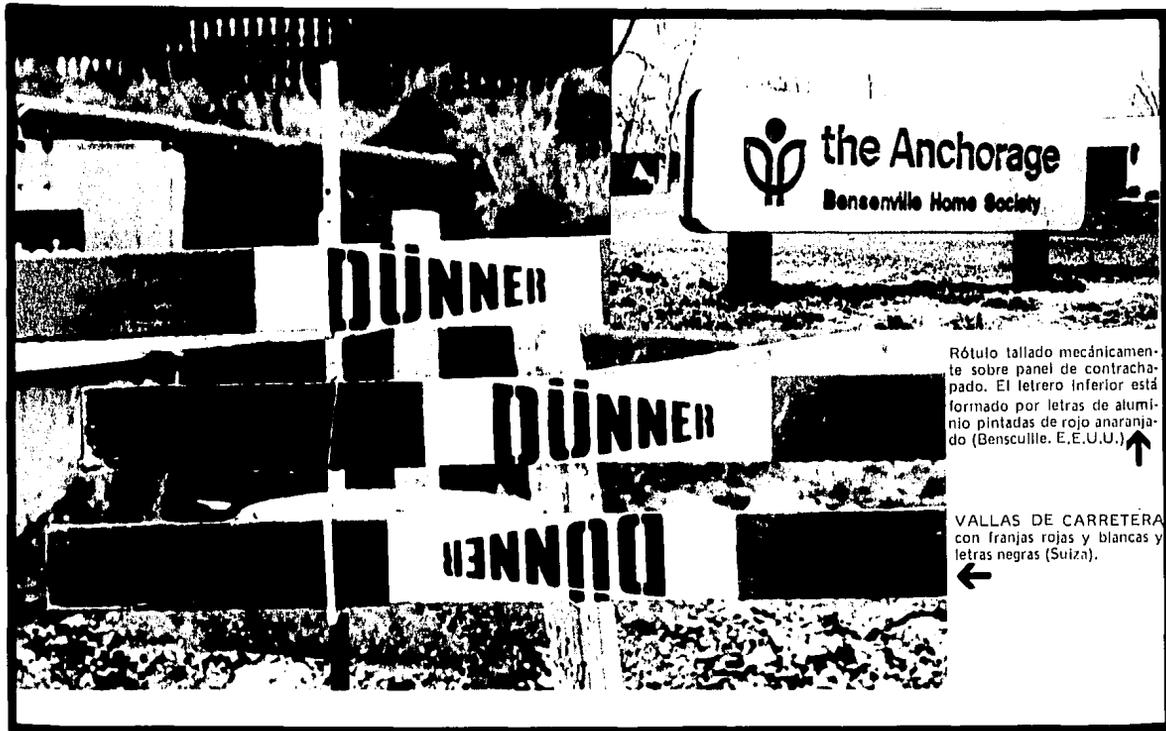
En nuestro tiempo, junto al lenguaje hablado y escrito, los símbolos visuales y especialmente los símbolos gráficos se han convertido en medio de entendimiento indispensable.

Imágenes gráficas internacionales.
Símbolos para placas indicadoras DIN 18024.



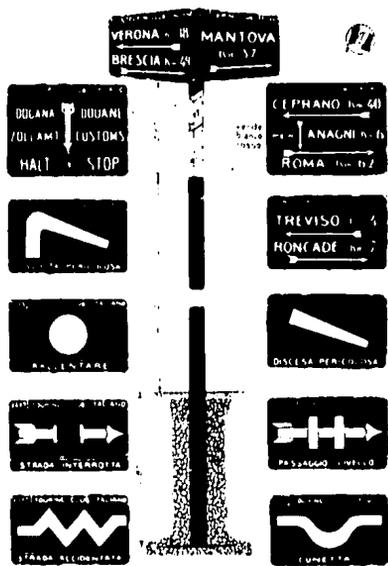


Rótulo de una línea del Metro londinense.



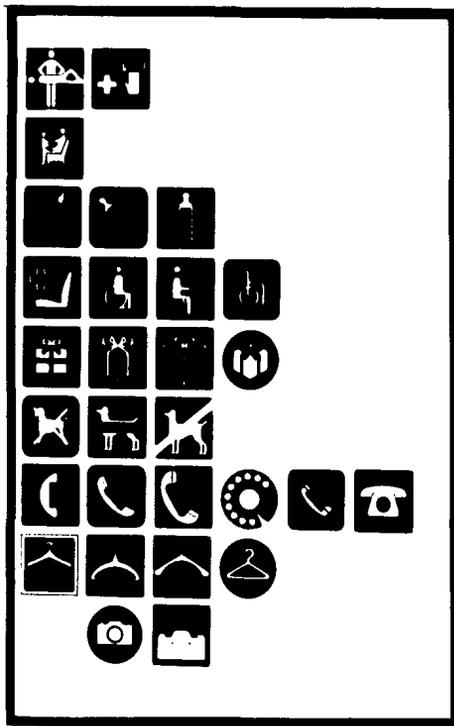
Rótulo tallado mecánicamente sobre panel de contrachapado. El letrero inferior está formado por letras de aluminio pintadas de rojo anaranjado (Benscullie, E.E.U.U.) ↑

VALLAS DE CARRETERA con franjas rojas y blancas y letras negras (Suiza). ←



Facsimil de los indicadores del TCI, 1910

Comparación de pictogramas
 Facsimil de los Indicadores
 del TCI, 1910
 Historia del desarrollo de los
 sistemas de signos de la circun-
 lación viaria.





SEÑALES DE TRANSITO

Para el control de la circulación de vehículos y peatones en las vías públicas, existen cuatro clases de señales que son:

- 1.- Señales humanas: Las que hace el Agente de Tránsito cuando dirige la circulación y las que deben hacer los conductores de vehículos.
- 2.- Señales electromecánicas: Las que proyectan las luces de los semáforos y las luces de los vehículos.
- 3.- Señales fijas: Las banderolas que se colocan en estructuras; postes y paredes y las líneas y letras que se pintan en el piso y machuelo de las banquetas.
- 4.- Señales sonoras: Las que emiten los agentes de tránsito con el silbato, las sirenas de los vehículos de emergencia y el claxon de los demás vehículos. Las banderolas de las señales fijas se dividen en tres grupos:
 - a) Señales Restrictivas, que sirven para restringir o Prohibir.
 - b) Señales Preventivas, que avisan y previenen.
 - c) Señales Informativas, que guía e informan.

Las Señales Restrictivas son de color blanco, rojo y negro.

Las Señales Preventivas son de color amarillo y negro.

Las Señales Informativas son de color azul, blanco, verde y negro.

La pintura en el piso es de color rojo, amarillo y blanco. El Semáforo consta de tres colores que son: Rojo que indica ALTO, Ambar que significa espere o preventiva y Verde que significa pase o siga. En el lugar donde vivas, es necesaria la planificación y ejecución de las medidas encaminadas a la regularización del tránsito,

tales como la colocación de toda clase de señales, incluyendo semáforos, pinturas, balizamientos, etc.

La imagen es muy importante, es más fácil de persuadir a la gente por medio de ella. El número de palabras que vemos en un solo día, o en unas pocas horas, es colosal, pero a pesar de todo, casi siempre somos capaces de imponer sentido a ese maremágnum que fluye ante nosotras sin orden ni concierto, fuera de todo control ¿De qué forma comunican los mensajes su contenido? ¿Cómo sobrevivir a semejante contaminación visual?

Si un símbolo se ve tantas veces, la asociación de nombre e imagen surge de inmediato. La forma y las circunstancias en que se presenta la información son extraordinariamente importantes. Para comunicar la información eficazmente es preciso elegir el estilo adecuado a cada caso. No sólo las empresas son las únicas entidades que han adquirido una identidad visual específica, sino que hay áreas enteras de la vida social y laboral.

Existen problemas en el diseño, como es el tamaño y el color en la creación de una señal de tráfico clara e inequívoca.

Los elementos en juego son:

- 1.- La superficie,
 - 2.- La información de la superficie.
 - 3.- El tamaño de esa información,
 - 4.- Su color.
- a) Superficie rectangular al colocarla parada es demasiado estrecha. No llama la atención,
 - b) Superficie rectangular en forma horizontal el mismo defecto que (a) pero más acentuado.

SENALES HUMANAS



ALTO



SIGA



PREVENTIVA
SIMPLE



PREVENTIVA
DOBLE



ALTO
GENERAL



CAMBIO DE
CIRCULACION



ALTO



VUELTA
IZQUIERDA

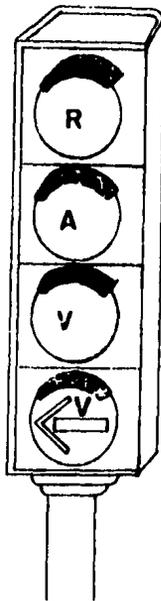
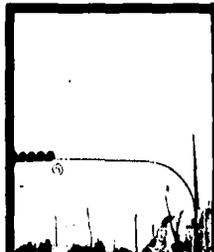


VUELTA
DERECHA



SENALES

ELECTROMECAICAS
EL SEMAFORO: consta de 3
luces que son:
ROJO — que indica ALTO
AMBAR — preventiva o espera
VERDE — pase o siga.



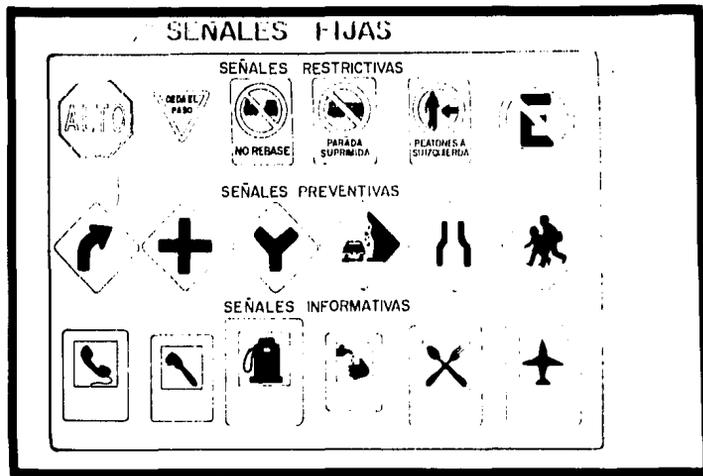
SEMAFOROS







Cualquier sitio es bueno para soporte de mensajes publicitarios; en cada caso han de tenerse presentes las circunstancias propias del emplazamiento elegido.



SEÑALES RESTRICATIVAS



SR-6



SR-7



AQUANA

SR-8



SR-9



CONTINUA

SR-10



CIRCULACION

SR-11



SOLO IZQ

SR-12



CONSERVE SU DERECHA

SR-13



DOBLE CIRCULACION

SR-14



ALTURA LIBRE

SR-15



ANCHURA LIBRE

SR-16



PESO MAXIMO

SR-17



NO REBASE

SR-18



PEATONES A SU IZQUIERDA

SR-19



PARADA SUPRIMIDA

SR-20



8 o 21h

SR-21

SEÑALES RESTRICATIVAS



SR-22



PRINCIPIA

SR-23



TERMINA

SR-24



SR-25



SR-26



SR-27



SR-28



SR-29



SR-30



SR-31



SR-32



SR-33



SR-34



SR-35

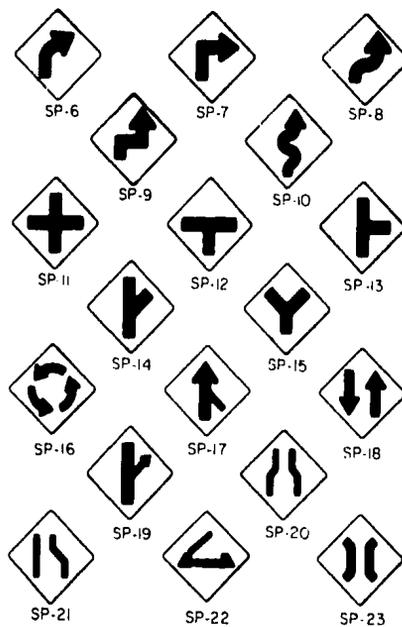


SR-36

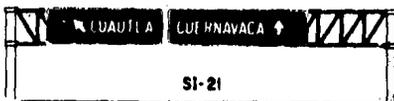
SEÑALES PREVENTIVAS



SEÑALES PREVENTIVAS



SEÑALES INFORMATIVAS



SI-21



SI-21



SI-21



SI-26 27 SI-28 SI-29 SI-30



SI-31 SI-32 SI-33 SI-34 SI-35



SI-36 SI-37 SI-38 SI-39 SI-40 SI-41

SEÑALES INFORMATIVAS



SI-15



SI-20



SI-17



SI-23



DP-18



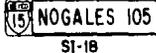
DP-21



SI-16



SI-14



SI-15

SI-25



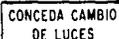
SI-22



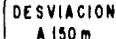
SI-24



SI-42



SI-42



DP-22

LOS SIGNOS

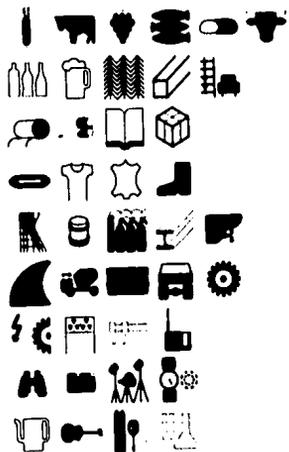
SIMBOLOS GRAFICOS

PICTOGRAMAS

¿QUE ES UN SIGNO?

Es una señal que se utiliza en la escritura y que evoca en el entendimiento la idea de otra.

A) Signos de Economía, Industria.

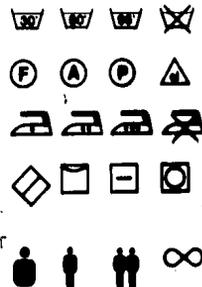


SEMIOLOGIA

PARA QUE NOS ES UTIL

Buena la semiología, es la enseñanza de señales y mensajes que forman signos a partir de la unidad "dual" de significado y significante, el problema de la relación entre lo abstracto y lo concreto es de una gran importancia.

Cuando se trate de señales gráficas, debemos emplear en contraposición a la terminología, símbolo, apictogramas.



SIGNOS

SUS TRES DIMENSIONES

- * La dimensión sintáctica.- Es en la que se considera la relación de signo a signo.
- * Dimensión semántica.- En la que se considera la relación entre el signo y sus significados (objetos en última instancia).
- * Dimensión pragmática.- Es en la que se considera la relación entre el signo y sus usuarios.

ASPECTOS DEL SIGNO

- * La cualidad material (su textura, su color, etc.).
- * La formación individualizada (su especial intensidad, su determinada magnitud).
- * El "arquetipismo" de su forma (su pertenencia a un sistema, etc.).

A) Signos para uso Doméstico.

SU RELACION DIADICA

Tres tipos de signos:

- * El icono.- Que se forma a imagen del objeto y que por tanto tiene ciertas características comunes como la silueta de un peatón en una señal de tráfico).
- * El índice.- Que se representa la relación directa con el objeto y su circunstancia. (Como la indicación "si" en un disco de prohibición de circulación a camiones de más de cinco toneladas de peso).
- * El símbolo.- Que representa al objeto independientemente de las características externas o materiales según una norma convencional (como la colocación del triángulo para "peligro" el círculo para "prohibición", "orden" el cuadrado para "indicación").

DIEZ COMBINACIONES COHERENTES O CLASES DE SIGNOS

- 1.- Icono que representa cualidad material con interpretación abierta. Ejemplo: un color.
- 2.- Icono que representa forma individual con interpretación abierta. Ejemplo: dibujo de una flor.
- 3.- Icono que representa forma arquetípica con interpretación abierta. Ejemplo: Pictograma (Silueta estandarizada) de un peatón en una señal de tráfico).
- 4.- Índice de formación individualizada con interpretación abierta. Ejemplo: Eflorescencia en una

pared cuya causa podría ser la presencia de humedad en este lugar.

- 5.- Índice de formación individualizada con interpretación concluyente. Ejemplo: Determinado indicador en un punto concreto de una red de carreteras.
- 6.- Índice de forma arquetípica con interpretación abierta. Ejemplo: Flecha indicadora de dirección en una pared.
- 7.- Índice de forma arquetípica con interpretación concluyente. Ejemplo: Alarma de incendios.
- 8.- Símbolo de forma arquetípica con interpretación abierta. Ejemplo: Triángulo para "peligro" "círculo para prohibición".
- 9.- Símbolo de forma arquetípica con interpretación concluyente. Ejemplo: Distintivo rojo en el grifo para el agua caliente.
- 10.- Símbolo de forma arquetípica con interpretación completa y sistemática. Ejemplo: Sistema de signos alfabético.

SISTEMAS DE SIGNOS

Se tiene la impresión como si cada acontecimiento internacional debiera inventar su propio sistema de signos.

Los diseñadores gráficos nos debemos dar cuenta de lo que es nuestra psicología publicitaria de cada señalamiento, donde está ciento por ciento destinado a lo mismo o bien persuadir.

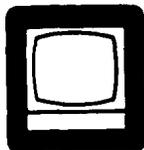
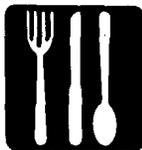
Cada señalamiento es un paso adelante sin retroceso posible, sin alto en el camino, en la mente del receptor

del mensaje.

Debe impulsar el espíritu del receptor humano hacia un mayor deseo, interés o acción.

SISTEMA DE SIGNOS ESTETICOS

Los sistemas de signos estéticos.- Conciernen a la disciplina de la semiología del arte, es difícil de aprender los signos estéticos, se basan en la definición de acuerdos convencionales sólo son comprensibles a través de métodos intuitivos de carácter interpretativo basados en aproximaciones. De hecho aportan muy poco al entendimiento internacional.



	Vega		Manantial	
	Gravera		Zanjas	
	Pastos		Arroyo	
	Prados permanentes		Rio	
	Vñedos		Rio navegable	
	Cultivo de lupulo		Canal	
	Cultivo fruticola		Canal navegable	
	Otros cultivos		Dique	
	Tierra de labranza		Lago natural	
	Explotación agricola		Presá	
	Concentración parcelana		Embalse	
			Estanque excavado	



SISTEMAS DE SIGNOS SOCIALES

Son generalmente muy limitados en su radio de acción. Están ligados a grupos, clases o naciones, entorpeciendo por tanto al entendimiento internacional.

Se manifiestan con frecuencia como modelos de comportamiento de tal manera que el entendimiento queda reducido a aquellas situaciones en las cuales concurre las personas físicas del "emisor" y del "receptor".

SISTEMAS DE SIGNOS "LOGICOS"

Están orientados hacia la descripción, explicación y pronóstico del entorno natural y humano.

EL DESARROLLO DE LA PRODUCCION GRAFICA

El desarrollo de la producción gráfica del signo discurre desde la escritura ideográfica, pasando por la escritura fonética, hasta la escritura alfabética.

Las ideas de un señalamiento son transplantados directamente a una imagen (pictograma).

Los signos gráficos pueden transformarse en formas abstractas.



SIMBOLOS

Los símbolos visuales y especialmente los símbolos gráficos se han convertido en medios de entendimiento indispensable como medio de comunicación gráfica.

SU IMPORTANCIA

En un proceso de comunicación, el emisor cifra un mensaje que desea transmitir, asignándole una señal. En este caso la señal la tomamos como todo elemento que se originó exclusivamente para la transmisión de mensajes.

PROCESO DE COMUNICACION

En un proceso de comunicación, el emisor cifra un mensaje que tiene en su haber y desea transmitir, asignándole una señal.

La comunicación visual establecida a través de modelos e imágenes se diferencian obviamente de la comunicación verbal.

Ambos tipos de comunicación se basan en las señales que pueden indicar dos cosas distintas: la intención del emisor de transmitir un mensaje y el tipo de mensaje que el emisor quiere transmitir.

Correo, prensa
Conferencias →



Señales de prohibición. →





Ponga título a sus fotografías aprovechando los símbolos o carteles de la carretera. Así se sabrá dónde fue usted y cómo llegó allí.

CLUB LAS HADAS

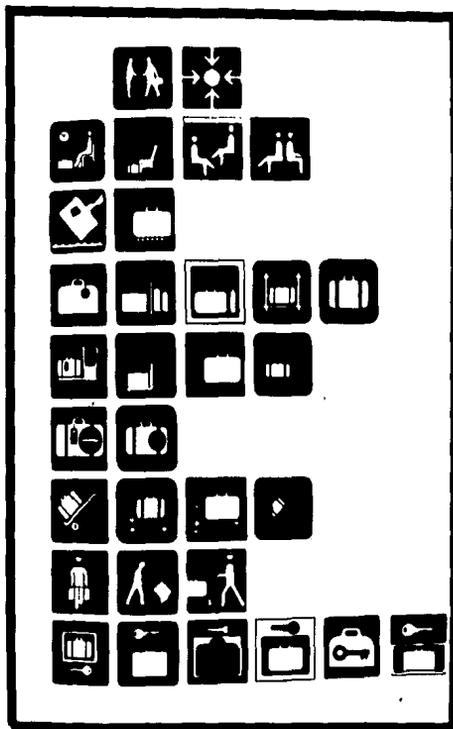
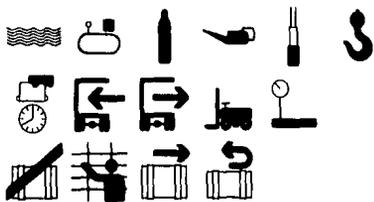
MEXICANA

INVESTIGACIONES SOBRE COMUNICACION DE SIMBOLOS GRAFICOS

La investigación sobre comunicación mediante símbolos gráficos, debe ser con la ayuda de métodos que hagan a los símbolos gráficos comprensibles por el grupo de población analizada.

El contenido de los dibujos los elementos gráficos utilizados con mayor frecuencia para la expresión de cada concepto. Es de gran valor para todos aquellos diseñadores que pretendemos proyectar símbolos gráficos de uso público.

→
Símbolos olímpica, deportes
Comparación.

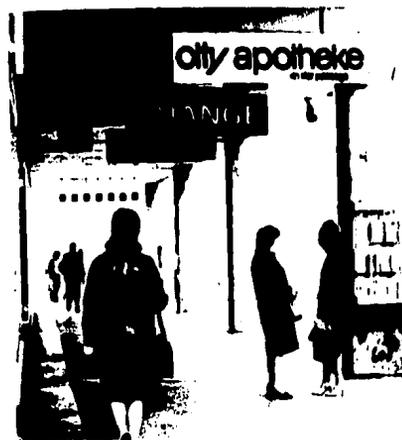




El símbolo dentro del diseño gráfico, es una imagen gráfica que se utiliza en lugar del nombre de la empresa y que tiene como finalidad, además de representarla, contener y clarificar el objeto de su competencia si fuera necesario.



Combinación de pictogramas e informaciones escritas para la orientación en las estaciones de ferrocarril (ferrocarriles de los países bajos). ↑



COMO DEBE SER UN PICTOGRAMA

Un pictograma deberá ser enteramente comprensible con sólo "tres miradas"

1o.- Mirada percibirse las propiedades más importantes

2o.- Mirada los detalles adicionales.

Se deben suprimir todos los detalles.

CONCISION GRAFICA

LA CONCISION GRAFICA DE UN PICTOGRAMA

Esta no hace referencia a la estética sino a la claridad visual. Se trata de entender la forma más clara que de la manera más eficaz eleve un signo a partir de la expresión y el contenido, hasta una globalidad.

Un idioma consta de palabras habladas y la gramática regula la coordinación de estas palabras, su sucesión para llegar a partir de términos individuales a un mensaje coherente.

Un lenguaje de signos también necesita estar dos funciones: los elementos semánticos que sirven para la expresión de una circunstancia y la función sintáctica que asocia la expresión de una circunstancia particular a una proposición.

Así aparece un cigarrillo humeante como símbolo de la acción de fumar. Una línea transversal significa prohibición. Estas dos señales al ser coordinadas sintácticamente dan como resultado: prohibido fumar. Una frase es una conecatenación de símbolos individuales que se leen linealmente uno detrás de otro, analíticamente. El sentido se obtiene a partir

de la sucesión. La lectura de una imagen o de un símbolo gráfico es, por principio, diferente.

Existe en su totalidad, se capta simultáneamente, se percibe sintéticamente.

Cada proceso de percepción tiene sus ventajas y sus inconvenientes.

El pensamiento gráfico desarrolla el sentido de lo general a lo particular; el pensamiento escrito de lo particular a lo general.

Sin duda, nuestro mundo ha devenido tan complejo que ya no podemos continuar exclusivamente con el idioma hablado o escrito. Así tendremos que ver al idioma gráfico, como un acceso a los contenidos de nuestro mundo.

Las señales de circulación escritas son peligrosas, porque tienen que leerse y dada a la actual velocidad de circulación es mucho mejor una imagen simplificada.

Aunque todavía no se está seguro de que muchos símbolos gráficos, sean percibidos con facilidad.

Concisión gráfica no es una cualidad que haga referencia a la estética, sino a la claridad visual. Se trata de entender la forma más clara que de la manera más eficaz releve un signo, a partir de la expresión y el contenido, hasta una globalidad.



Zapatero especializado en botas de montar (París).



Guantería (Aarhus, Dinamarca).

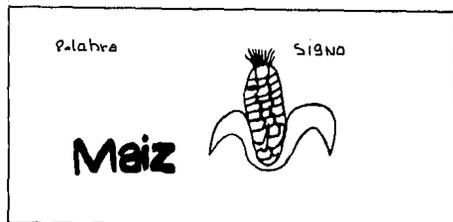


SIGNO: Cosa que trae algo a la memoria o a la imaginación, al entendimiento la idea de otra.

Cualquiera de los caracteres que se emplean en la escritura y en la imprenta.

Es cualquier indicio o señal, signo natural que nos hace conocer, una cosa por la relación de semejanza entre cosas distintas, o la relación afinidad o correspondencia o dependencia natural que tiene ella. Ejemplo: El humo es signo de fuego;

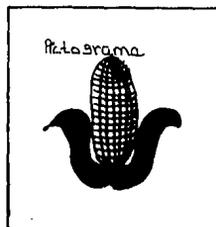
La mazorca es el signo del maíz.



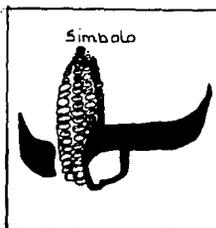
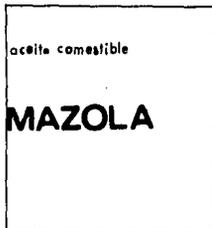
PICTOGRAMA

Pictus - pintado y grama - signo de escritura de figuras, o símbolos, ideogramas. (Es cada uno de los signos de la escritura ideográfica y la ideografía es: Expresión Gráfica de las ideas promedio de figuras o símbolos.

SIMBOLO: Imagen, figura o divisa (señal exterior para distinguir personas o grados) con que se representa materialmente o de palabra un concepto moral o intelectual por alguna semejanza que el entendimiento percibe entre ese concepto y aquella imagen.



Un pictograma puede ser un signo o un símbolo, todo signo puede ser símbolo pero no todo símbolo puede ser signo.



LA FLECHA

LA FLECHA

HISTORIA

Probablemente la flecha fue empleada como indicador de dirección sujetándola para ello a árboles o postes, donde aún servía de arma.

Las puntas de la flecha debieron ser utilizadas como plomada y como taladro.

COMO SE PERCIBE LA FLECHA

El significado direccional de la flecha se fija a la memoria y al subconciente de las personas en la circulación varía los rótulos con flechas.

La forma más agradable de flecha corresponde a la del triángulo equilátero con un ángulo de 60 grados en la punta.

Se deben evitar las flechas cuya cabeza tenga un ángulo superior de 90 grados, ya que carecen de flujo.

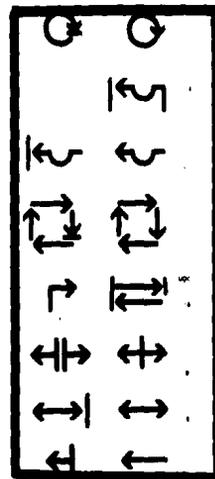
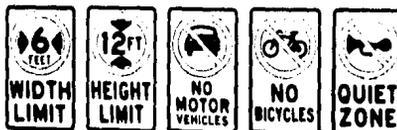
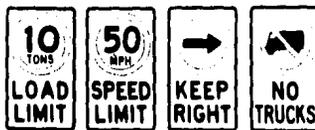
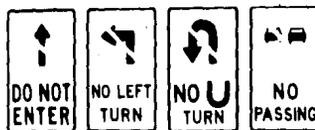
FORMA IDEAL DE LA FLECHA

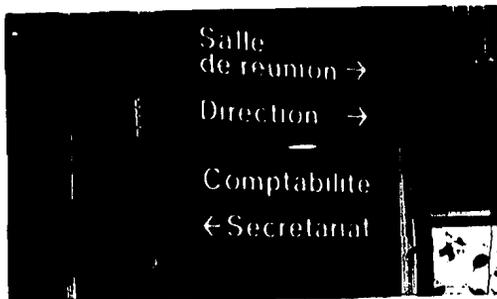
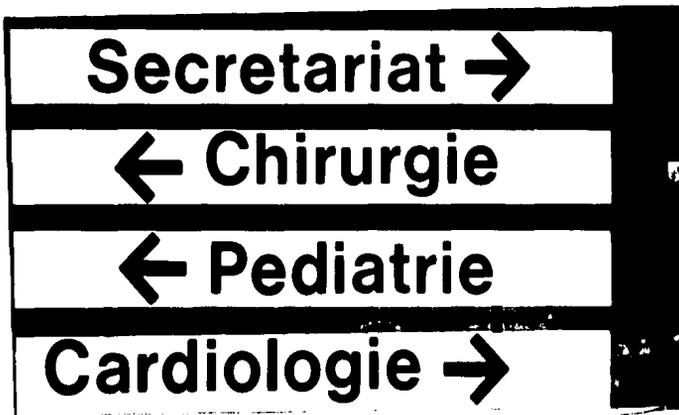
Las flechas de cabeza obtusa no fluyen, las flechas de cabeza excesivamente aguda se disipan.

Una forma ideal de flecha es aquella cuya cabeza está formada por un triángulo equilátero, situándose a continuación la flecha con cabeza en ángulo recto, ya que si su grosor es el adecuado la impresión visual que se obtiene.



Para los signos de prohibición se utiliza el círculo con orla roja y pictogramas del Sistema Europeo, pero con la incorporación de la descripción escrita, sistema hasta ahora usual exclusivamente en Estados Unidos.





FACTORES QUE INFLUYEN EN EL PROCESO PERCEPTIVO

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL PROCESO PERCEPTIVO

Nuestros órganos sensoriales son alcanzados posimultáneamente por una gran variedad de estímulos.

La familiaridad con las imágenes crea una disposición a la respuesta inmediata.

Existen problemas de comunicación entre personas de diferentes culturas y ambientes educacionales, y otra dificultad que se presentan frecuentemente una misma imagen es percibida en forma semejante por dos personas.

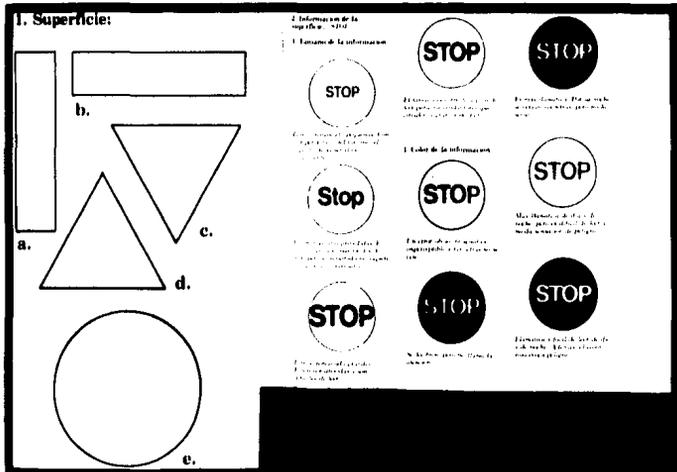
PSICOLOGIA DE PERCEPCION DE LA IMAGEN

El mensaje transmitido, debe ser presentado de forma tan clara, que dificulte las distorsiones de los procesos psicológicos.

Cuanto más específico es el estímulo distante y mejores las condiciones mediadoras, el auditorio percibirá el estímulo distante tal y como es en realidad. No deben de carecer de importancia.

El estímulo relativamente ambigüo dará lugar a los procesos psicológicos que influyen en el fenómeno entren en acción.

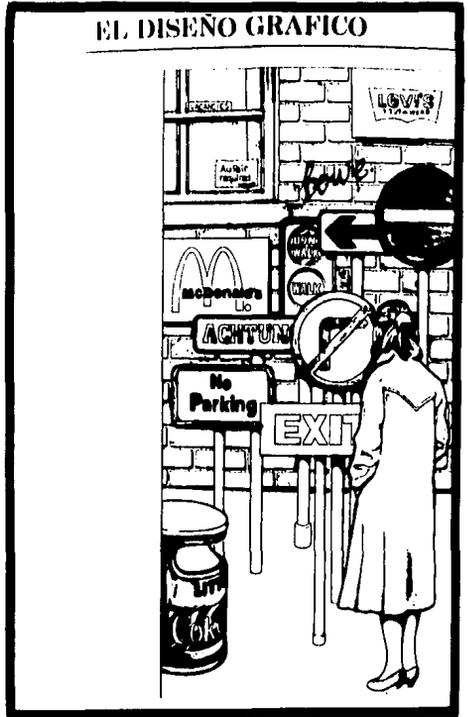
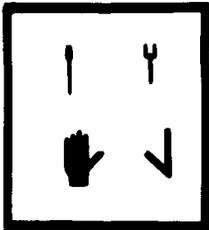
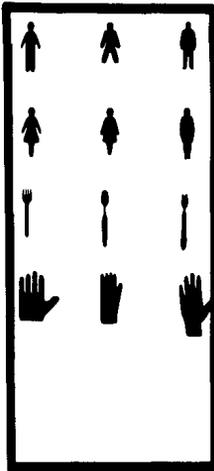
Se denomina asimilación de imagen al fenómeno de la modificación del objeto del mensaje transmitido asimilación de la buena forma, buena configuración.



- Demasiado estrecha. No llaman la atención. ←
- El mismo defecto que "a" pero más acentuado.
- No está mal, pero es difícil colocarles letras dentro de un triángulo.
- Como antes, para centrar bien las letras, la señal tendría que ser muy grande y en ese caso el mensaje se perdería en la superficie.
- Mejor las letras son fáciles de centrar manteniendo unas proporciones adecuadas para una señal de tráfico. ↑

Los elementos en juego son:

- La superficie.
- La información de la superficie.
- El tamaño de esa información.
- Su color.





Contaminación Visual de anuncios a veces la mente soporta tanto anuncio, pero esto es exceso y un acamodo de mal gusto.

PERCEPCION SOCIAL

INTERACCION

La existencia de la interacción social es necesario que las personas se perciban mutuamente.

Vías públicas son las arterias que sirven para el tránsito de vehículos y peatones.

Hay dos clases de vías públicas que son: Urbanas y foráneas.

Vías públicas urbanas son las que se encuentran dentro de las poblaciones y son las calzadas, avenidas y calles.

Vías públicas foráneas son las que se encuentran fuera de las poblaciones y son: carreteras, brechas y caminos de herradura; dentro de éstas se encuentran las vías de ferrocarril.

La comprensión de un mensaje entre los participantes en un proceso de comunicación tiene lugar cuando el emisor y el receptor emplean un mismo código, o lo que es lo mismo, cuando se asocian idénticos significados a una provisión de señales determinadas.

La investigación sobre comunicación mediante símbolos gráficos debe ser llevada a cabo con la ayuda de métodos tales que hagan asequible a los símbolos gráficos comprensibles por el grupo de población analizado.

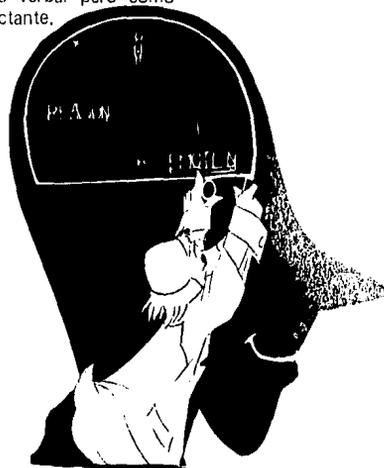
De la teoría de la percepción derivada de la psicología de la forma (Gestalpsychologie) puede deducirse que los símbolos "simplificados" deberían ser más rápidamente reconocibles desde lejos que aquellos otros más "realistas" con un contenido excesivamente detallado. Sin embargo, el alcance de esta hipótesis todavía no ha sido fundamentada en el campo

concreto de los símbolos gráficos a través de ningún análisis inequívoco de resultados.

El resultado directo de los procesos de persuasión y sugestión es que en la conciencia del auditorio se forman actitudes respecto a los objetos que son afectados por los temas de la comunicación porque si se absolutiza una de ellas se llega ya a una fría logización.

Nos obliga a saber el mecanismo psico-social para una comunicación eficaz y dedicarle atención por su significación social.

Aquí se dice que es mejor lo verbal pero como diseñador la imagen es más impactante.



IMPORTANCIA DE LA IMAGEN

La imagen es la unidad de representación sensible que evocan las palabras.

La capacidad significativa de la imagen, adquiere en los terrenos de la publicidad y comunicación visual un carácter sustantivo. La imagen contiene signos, conformándose en función de una mejor lectura y de una más clara y profunda significación.

Jugar con las emociones, generalmente mediante la combinación de imágenes y música, es una de las técnicas más elementales.

En el panorama del Diseño Gráfico; con respecto a la imagen, es representada como síntesis entre creatividad controlada por un rigor de replanteo hasta lograr la perfección de los detalles formales y un método alimentado por una materia prima fresca en forma de ideas visuales.

Como sabemos que la imagen es una representación mental de una cosa percibida por los sentidos comunicar a través de imágenes, es una forma de comunicación visual, quizá la de mayor trascendencia hoy día si se piensa. En cuanto a diseño, se trata de organizar, tomando como base el espacio-formato, los elementos y signos según una idea prefijada, de manera que se logre el efecto pretendido por la presentación en forma estéticamente agradable y la fácil comprensión de la imagen.

El mensaje es la parte esencial, y todo debe organizarse en función suya; es, en definitiva, el motivo y justificación del diseño, y la imagen será el modo de estructurar, disponer y organizar todo el conjunto. In-

tervendrán en ello aspectos técnicos objetivos, como el conocimiento de las leyes de composición, y subjetivos como la habilidad, audacia, o sensibilidad del Diseñador.

La imagen también debe estructurarse en base, sobre el soporte, o sea la base sobre la que se dispondrán los elementos o imágenes.



ESTA TESIS NO DEBE 79
SALIR DE LA BIBLIOTECA



COMUNICACION SOCIAL

La Comunicación Social, o intercambio de los mensajes contenidos de índole diversa entre un emisor, en este caso, los señalamientos y un receptor, de cualquier clase social, debe haber una comunicación verdadera, entre emisor y receptor. Entonces es pensar en una idea que todos podamos captar por qué a un parque o jardín, ocurren gente de todo tipo social, aún estando en diferentes colonias, claro que a veces suele cambiar el tipo de gente, según donde se encuentren ubicados, pero en sí, los señalamientos deben ser los mismos para cualquier tipo de Jardín o Parque.

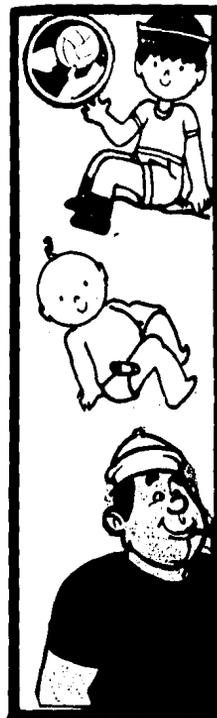
Desde las manifestaciones representacionales o simbólicas del hombre prehistórico, se observa el hecho del lenguaje visual en la mayoría de las culturas y pueblos.

Puede decirse que todavía no se ha llegado a una cultura visual y a una civilización plena de la imagen, sino que se ha iniciado.

Se trata, de lo difícil es que todos percibamos igual una cosa, en estos casos, de comunicación casuales y de contenido no absoluto, ya que para cada persona según su edad o nivel cultural pueden encerrar significados cada vez diferentes.

El emisor es el señalamiento y el receptor el público en general; o un determinado sector: juventud, hombres del medio rural, clases económicamente fuertes, etc. Según a quien vaya dirigido el mensaje, deben seleccionarse los medios o formas más adecuadas, sabiendo en este caso el diseñador, que el público se en-

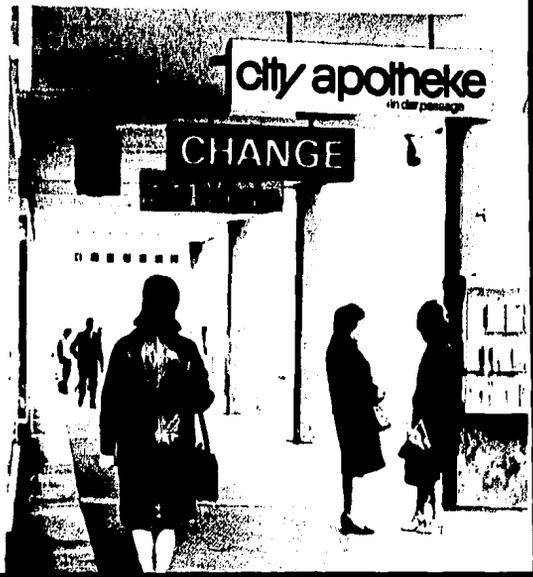
cuentra indefenso, y que lo que se trata de emitir sea algo adecuado para no alterar el cerebro del ser humano, también el diseñador debe tener conciencia de lo que diseña, el mediador entre el emisor y el receptor, y trata de elegir, disponer y estructurar los elementos y signos del lenguaje según las técnicas que mejor expresen el fondo del comunicado y, a su vez, impacten con mayor eficacia en el receptor.





ARRIBA: Diferentes clases sociales perciben todo lo visual.

Paneles iluminados colgantes
Zurich.



EL COLOR

LA BRILLANTEZ O POTENCIA DE UN COLOR

Todos los colores son modificados por el contraste y se alteran por la influencia de los colores adyacentes; un azul se hace más azul junto a un naranja y éste parecerá aún más naranja.

Las grandes áreas de un color son más interesantes cuando intervienen otros colores.

La distancia debilita la potencia del color y lo modifica un amarillo, a medida que se aleja, es transformado en un gris amarillento; un rojo deriva a un matiz más oscuro y pardo; el naranja se hace más oscuro y rojo; el verde se va haciendo más azulado, etc.

El color puede ser medido por tres cualidades: color, valor e intensidad. La cualidad de color es el propio color: rojo, azul, naranja, etc. lo del valor es el grado de claridad u oscuridad que tiene el color con relación a la escala de blanco a negro: la intensidad es la brillantez o potencia de un color.

Cuanto más grandes sean las áreas tanto menos intensos habrán de ser los colores, y cuanto más pequeñas sean aquellas, tanto más brillantes puede ser el color. Un excelente medio para armonizar los colores, de un conjunto es el de clasificarlos en dos familias, regidas cada una por un primario. La familia del amarillo está supuesta por amarillo, amarillo - naranja, naranja, rojo - naranja, amarillo - verde, verde, azul - verde, etc. desde el punto de vista teórico hay tres primarios —amarillo, rojo y azul— que al ser combinados en una gran variedad de partes entre sí o con blanco y negro, pueden producir una amplia gama de colores resaltantes.

Los tres primarios son distintos en cada fabricante y

difieren según sea su origen, propiedades y los medios de que se han valido para obtenerlos.

El color no puede ser comprendido si no se considera la luz y el tono.

El color posee, al margen de sus propias cualidades y de su significación, una gran potencia atractiva, porque está asociado con la luz y la vida; cada color es gozado por sus propios valores oscuros y el punto de interés destaca por una sensación. El color tiene dos cualidades: la subjetiva de sus propios valores de atracción y la más concreta y objetiva sobre el interés.

El destaque por el color se realiza por tres métodos;

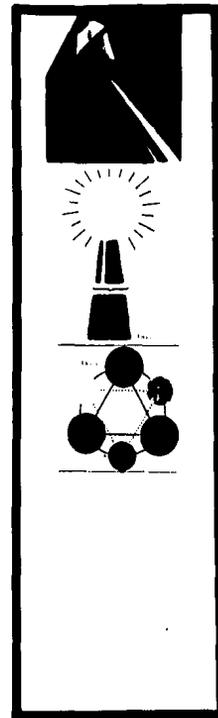
a) Utilizando un matiz de baja intensidad por todo el dibujo y pintando el elemento principal u objeto que ha de ser anunciado con un color brillante; de esta manera queda establecido un punto focal intenso y muy requiriente.

b) Realizando todo el dibujo en una armonía de análogos y colores de saturación mediana y situando el elemento focal en un color fuerte de contraste.

c) Haciendo uso del contraste tonal, el punto de interés destaca por una mancha más clara o viceversa.

La cualidad psíquica de cada color tiene gran potencia en las reacciones y es aprovechada por el diseñador gráfico para reforzar la sensación, impresionar el sentimiento y expresar mejor un ambiente.

Considérese, asimismo, que el color de que se hace uso para la ejecución de un gráfico es distinto a la línea de color que se emplea en la impresión, porque también depende del material en el cual se vaya a utilizar.



CUALIDADES

El color es la cualidad que permite reflejar o absorber las ondas de la luz produciendo en la retina una sensación, ya que no tiene existencia por sí mismo. Esa sensación es generada por ondas electromagnéticas que al ser registradas por el ojo y percibidas por el cerebro producen el color.

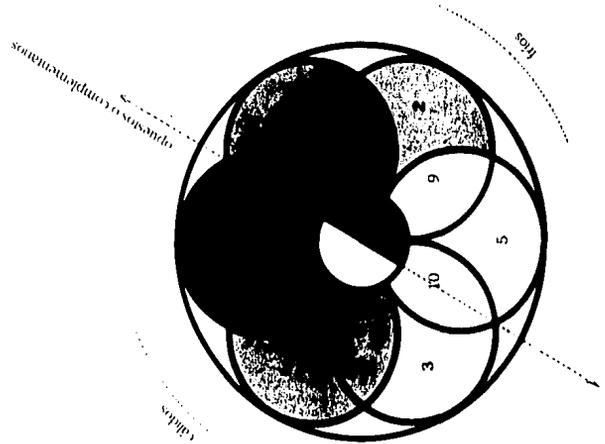
Por el color pueden ser creadas sensaciones y ejercer una gran atracción cuando son conocidas sus potencias, cualidades y reacciones; también se podrá producir una impresión de gran belleza si se sabe organizar armónicamente su distribución y es aplicado en la intensidad conveniente.

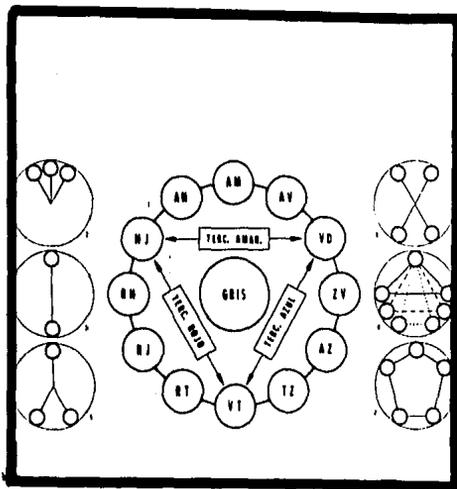
Los colores son las fracciones de la luz que se producen cuando ésta es descompuesta sobre un prisma, triangular. El color propio de un cuerpo es la facultad que éste posee para absorber una parte de la luz que recibe y de reflejar las restantes. Si un objeto parece rojo es porque absorbe todas las radiaciones de luz solamente refleja las del rojo; si parece negro es porque las absorbe todas y no refleja ninguna. Un cuerpo absorbe aquellas radiaciones que, mezcladas con su propio color, determinan un efecto neutro y reflejan las que producen la sensación de su propio color. La diferencia entre el color luz y el color pigmentario es muy importante.

Los colores se dividen en cálidos y fríos y varían en su potencia de atracción. Los cálidos son todos aquellos que participan del rojo y los fríos, del azul; los primeros son estimulantes y alegres, parecen adelantarse y crean una reacción potente y positiva. Los segundos son apagados y tranquilos, parecen alejarse y son menos positivos.

EL DESTAQUE DEL COLOR

El amarillo y el naranja expresan luz y alegría; el rojo calor, energía y vida; el azul frialdad y reposo; el verde vegetación y frescura; el violeta púrpura, majestad y poder; el blanco pureza, máxima luz; el gris peso y solidez, y el negro tristeza y negación.





- 1.-Círculo de los colores fundamentales con indicación de la composición o mezcla de los terciarios.
- 2.- Análogos.
- 3.- Complementarios.
- 4.- Complementarios divididos.
- 5.- Tríos armónicos
- 6.- Quinteto.

COLORES COMPLEMENTARIOS

Proporcione los colores de luz, uno rojo, otro verde y otro azul. Luego, recomponerlos en los mismos, aplicación uno por blanco. Verificando entonces el haz azul, que se proyecta al color complementario del azul.

+

● = ○

EL AMARILLO ES COMPLEMENTARIO DEL AZUL

● + ● = ○

EL PURPURA ES COMPLEMENTARIO DEL VERDE

● + ● = ○

EL AZUL CIAN ES COMPLEMENTARIO DEL ROJO (y magenta)

COLORES PIGMENTO COMPLEMENTARIOS

+

● = ●

Son los mismos que los colorantes, pero con la particularidad de que al ser mezclados proporcionan negro, produciendo con ellos una gran variedad de colores entre los

PERCEPCION Y PSICOLOGIA DEL COLOR

La percepción en base a señalamientos o paneles para un Jardín de Infantes.

La percepción del niño, cuanto menor edad tiene éste, es más sincrética, o sea, que percibe la totalidad de las figuras, su colorido y movimiento, antes que sus detalles. Por ello, cuando se ilustran paneles para Jardines de Infantes debe cuidarse antes que las verosimilitud de las escenas, su carácter global, de totalidad, y la vivacidad del colorido.

Se acepta sin más, de forma pasiva, y se escapa la posibilidad de que el proceso de percepción puede ser perfeccionado y ampliado hasta convertirlo en instrumento incomparable de comunicación humana.

El Mundo del Color envuelve una simbología digna de conocerse. En la aplicación práctica y moderna, el color tiene una importancia inmensurable, todo el quehacer humano depende de él.

La percepción, es recibir las impresiones que te causa el color por medio de los sentidos.

Y psicología del Color es el fenómeno psíquico que el color produce en la conciencia y la conducta y reacciones en el organismo tanto mental como físico.

Los estudios aseguran que se debe a que cada color tiene su razón de ser y cada uno es un representante de las emociones y valores humanos.

Los siete colores del espectro se correlacionan con los siete centros principales de energía del cuerpo humano.

Ellos son: Rojo, naranja, amarillo, verde, azul, índigo y violeta.





PANELES DE UN JARDIN DE INFANTES



Los colores pueden repercutir fuertemente sobre el desarrollo del individuo. En efecto, se ha demostrado que éstos llegan a alterar los estados de ánimo más allá de las preferencias personales.

Los colores actúan en áreas determinadas del cuerpo, y su efecto repercute tanto en la salud física como mental y cada una de ellas tienen su propia vibración respecto a los colores.

El rojo, es el de mayor fuerza, es un elemento más cálido de la luz solar, destacando la gran influencia de ese color en el sistema circulatorio y en el nervioso. Además posee un alto contenido de energía, combatiendo así el decaimiento.

Anaranjado: ayuda al procesamiento de los alimentos, como se sabe el anaranjado es la mezcla de los colores, rojo y amarillo, e influye en la mente humana, estimulándola a aceptar nuevas ideas, luminándola y promoviendo su vitalidad, haciendo sentir a la persona rejuvenecida, sin embargo no se recomienda su uso durante un estado depresivo intenso.

Amarillo: es el color más alegre del espectro, recuerda la luz del sol y, desde tiempos inmemoriales ha estado considerado como el símbolo del conocimiento y de la claridad, tiene un innegable efecto sobre el sistema nervioso y su fuerza positiva ayuda a la claridad de pensamiento, los estudios y la toma de decisiones.

El verde: es asociado con la armonía y el renacimiento del cuerpo y del espíritu, fomenta el amor y equilibrio en la vida, es uno de los colores más apacibles.

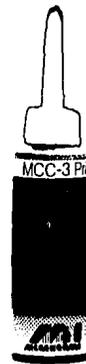
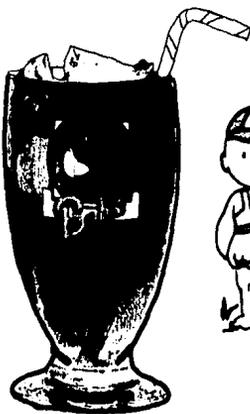
Azul: da sensación de paz y serenidad, lo relaciona mos con el color del cielo y del mar.

Indigo o Añil: influye en los sentidos de la vista, oído

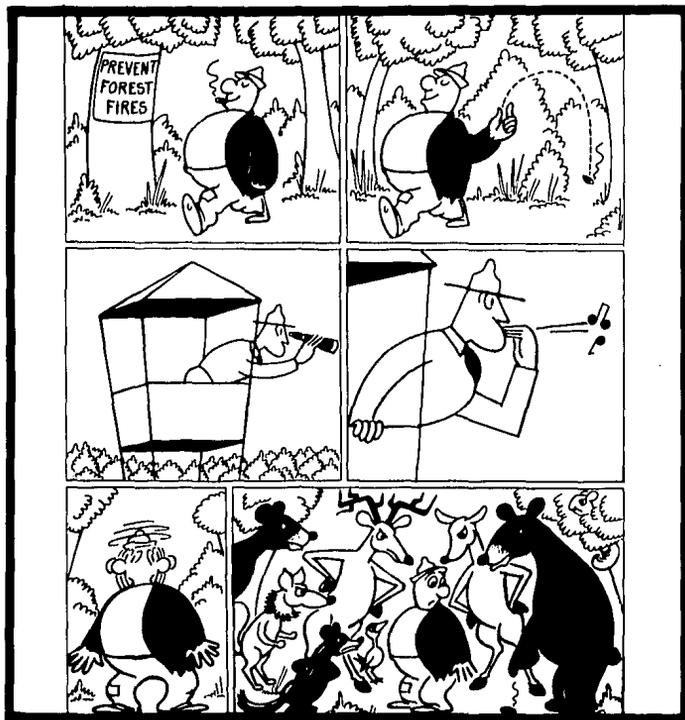
y olfato, promueve el pensamiento intuitivo y el alto nivel de conciencia. Este color es absorbido por el cerebro y apoya las actividades no verbales.

La claridad y estabilidad del índigo son de gran ayuda para eliminar las crisis ocasionadas por la frustración que nace cuando se lucha mucho por una meta sin alcanzarla en el plazo propuesto.

Violeta: Influye directamente en el cerebro, ayuda dos problemas cerebrales, desórdenes mentales y nerviosos. Los rayos violetas otorgan una cualidad espiritual a la creatividad, además, favorecen la armonía y la salud en general.



**PARQUES
Y
JARDINES**



GRACIAS POR AMAR LA NATURALEZA
ES PORQUE TE AMAS A TI MISMO.
LAS AREAS VERDES, SON TU VIDA,
Y LOS ANIMALES, TU SUSTENTO Y TUS AMIGOS



QUE ES UN PARQUE

Parque. El parque es un terreno cercado con árboles o jardines para recreo, generalmente inmediato a un palacio o una población.

Y un parque nacional es un terreno extenso destinado a la conservación de la flora y la fauna de una región.

QUE ES UN JARDIN

Jardín.- Es un terreno en donde se cultivan flores y plantas de adorno.



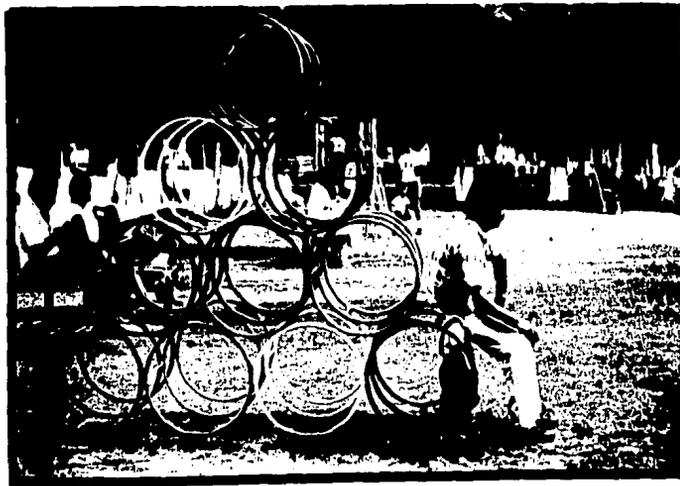
Ejemp. de un jardín



Area de Juegos, Parque la Calma.



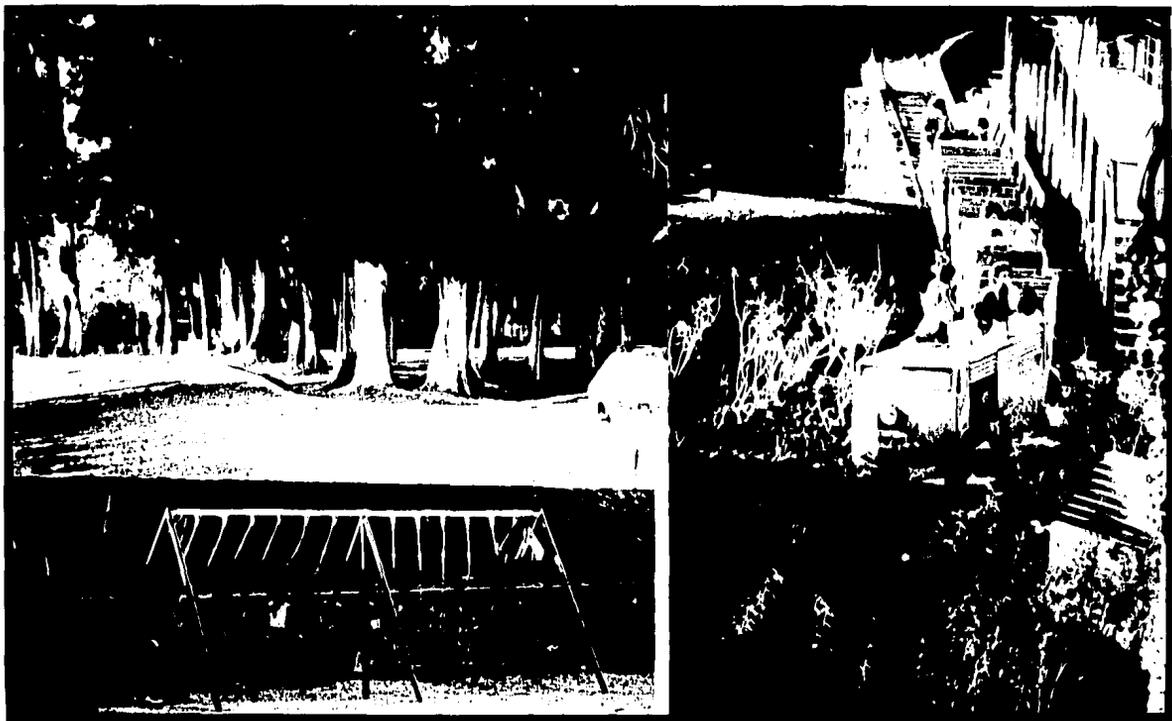
Así cuidamos el parque.



TIPOS DE PARQUES URBANOS

Los parques, bajo su función social pueden clasificarse en diferentes tipos, según su finalidad específica al servicio de los habitantes.

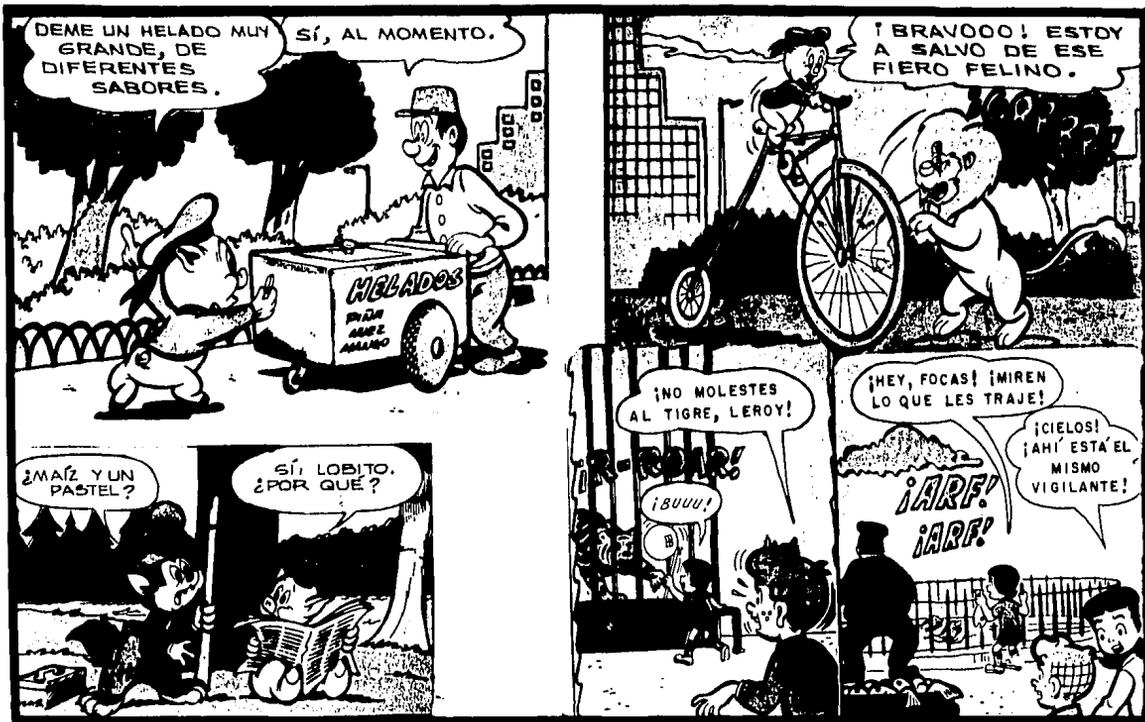




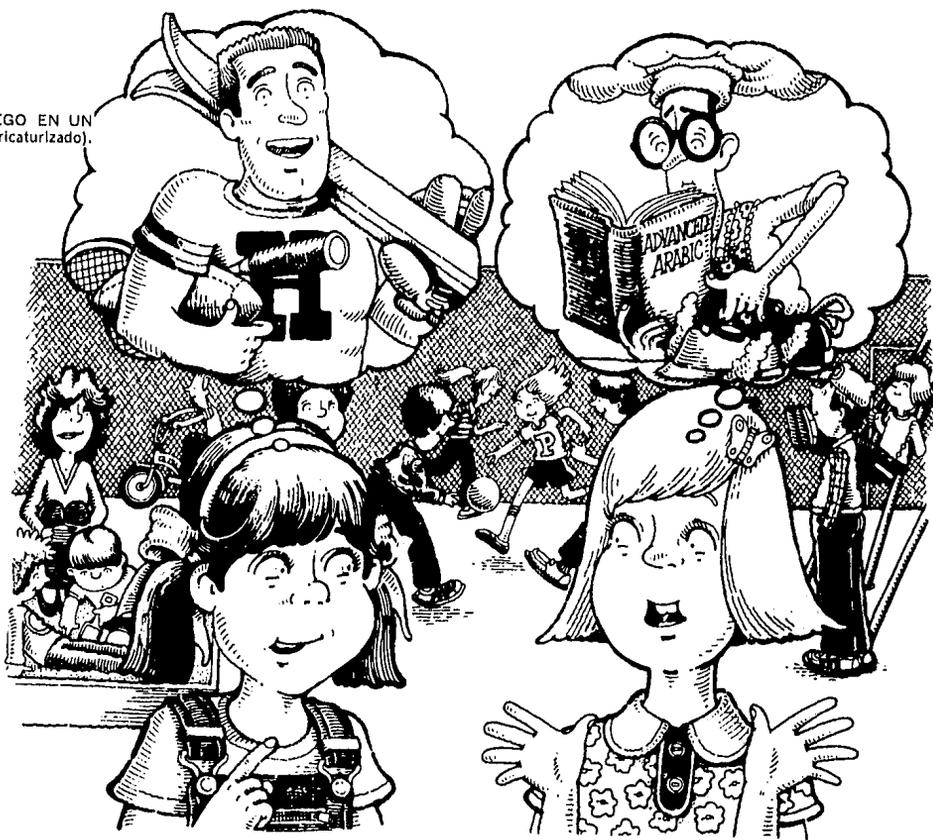




Tira cómica, ejemplificación de un parque.

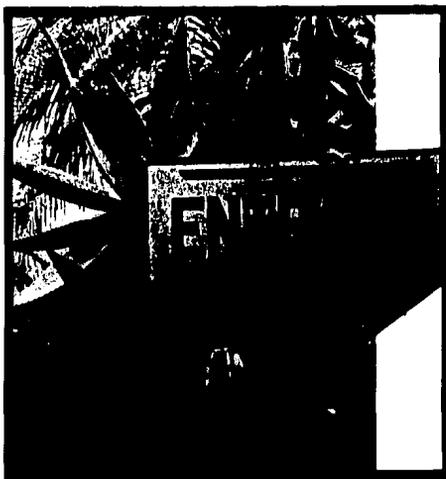


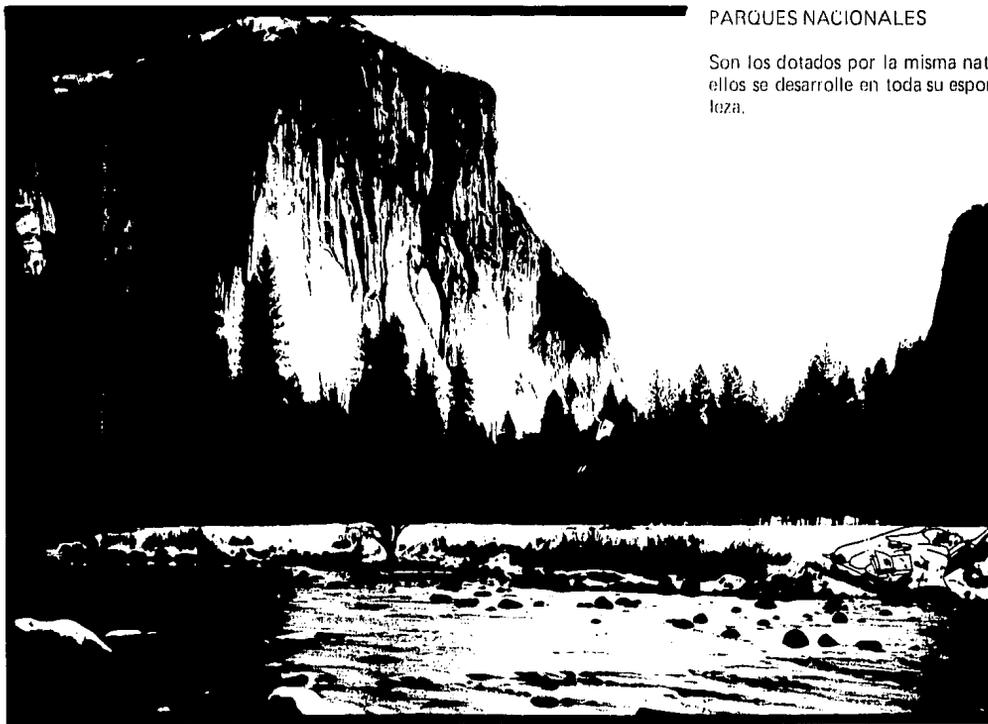
AREA DE JUEGO EN UN
PARQUE (Caricaturizado).



PARQUES RURALES O EXTRAURBANOS AL SERVICIO DE LA CIUDAD

La superficie no debe ser nunca menor que la del casco total de la misma. Todo espacio próximo a la ciudad que posea un interés particular en el aspecto natural, paisajista, forestal, etc., es reservado como parque de este tipo.





PARQUES NACIONALES

Son los dotados por la misma naturaleza y se deja en ellos se desarrolle en toda su espontaneidad la naturaleza.





SU CONSERVACION

Ha sido lamentable la desaparición de parques y jardines urbanos, para dar cabida a equipamientos urbanos principalmente mercados.

Los parques y jardines, elementos indispensables para el desarrollo de la comunidad, resulta escasa su conservación.

Muchas veces se ha dicho que las áreas verdes de la ciudad son sus pulmones, así es que, en gran parte esto es cierto, ya que un árbol produce al día la misma cantidad de oxígeno que consume un ser humano. Para que lo anterior se cumpla, los árboles deberán existir en forma masiva.

Los psicólogos han enfatizado el hecho de que la función de los espacios abiertos es esencial para la estabilidad emocional de los habitantes.

Es por eso que recalco como diseñadora gráfica, en la importancia de los señalamientos, dentro de los parques y jardines, y el efecto que éstos causan para bien de su conservación.

La atención que se les tiene en nuestra ciudad a los espacios verdes se han venido relegando a un tercer plano.

Dentro del funcionamiento de planeamiento que se estipulan para el ejecutivo del estado en la Ley de Asentamientos Humanos del Estado de Jalisco, el artículo 6o. establece entre otras cosas; "La conservación y mejoramiento del territorio y su ecología"; y el artículo 40 del Plan Estatal del Desarrollo Humano, establece a su vez que "Es el conjunto de disposiciones relativas al desarrollo integral de los asentamientos

humanos, a la preservación y mejoramiento del territorio y del medio ambiente rural y urbano, para lograr el bienestar general de sus habitantes"; así mismo el artículo 43 en relación a los objetivos del plan de Ordenación y Regulación de los Asentamientos Humanos, estipula en su fracción 9 a que hay que "Preservar los recursos naturales y acrecentar aquellos que por su naturaleza lo permitan, a fin de mantener el equilibrio ecológico"; y en la fracción 15a, Enuncia las necesidad de "conservar, preservar y crear zonas arboladas, áreas recreativas y turísticas, así como centros deportivos, para el esparcimiento y la comunicación.



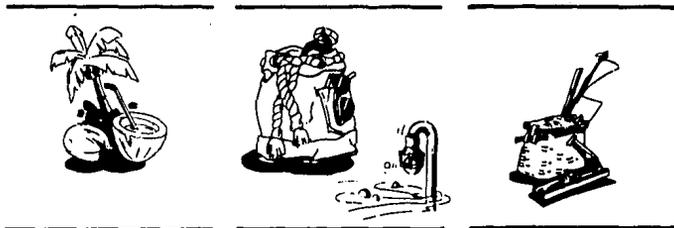
LAS AREAS VERDES TODOS LAS DISFRUTAMOS.



PROTECCION ESTETICO – HUMANA.

Al fin se logró comprender, que tantos años de depreciación y contaminación del medio ambiente, la humanidad ya está tomando conciencia de que es parte de la naturaleza, y que la debe conservar para sí misma.

Bajo el dominio estético lo podemos considerar como un valor cultural que hay que salvaguardar. Debemos salvar, los parques sub-urbanos, que son los conservadores de macizos arbolados, de manos que quieran urbanizarlos; por lo tanto estarían en peligro de su desaparición. Un parque protege fauna, flora y la presencia de acuíferos y cuerpos de agua y sobre todo una sana mentalidad y espíritu de la humanidad.



Protege los Parques y Jardines no los maltrates acostándote en el pasto, ni con escenas que nuestros pequeños se contaminen mentalmente, debemos respetarlos.



PARQUES Y JARDINES

La conciencia que se tiene de la necesidad de espacios abiertos, como los parques, surgen como el elemento más importante de la recreación del ser humano, tanto en lo físico como en lo mental. Es por eso que se ha creado una serie de señalamientos, para la conservación de los mismos. La zona verde conocida como los espacios libres plantados de vegetación emplazados dentro de la misma ciudad.



Los animales son parte de nuestra vida, cultura y diversión, cuidémoslos.

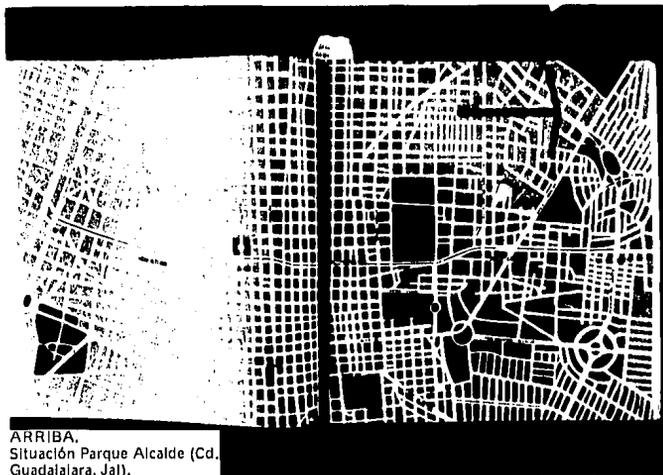


Tigres (Parque Agua Azul)



Situación del Parque Agua Azul (Guadalajara, Jal).

LA NATURALEZA DEN-
TRO DE LOS PARQUES.



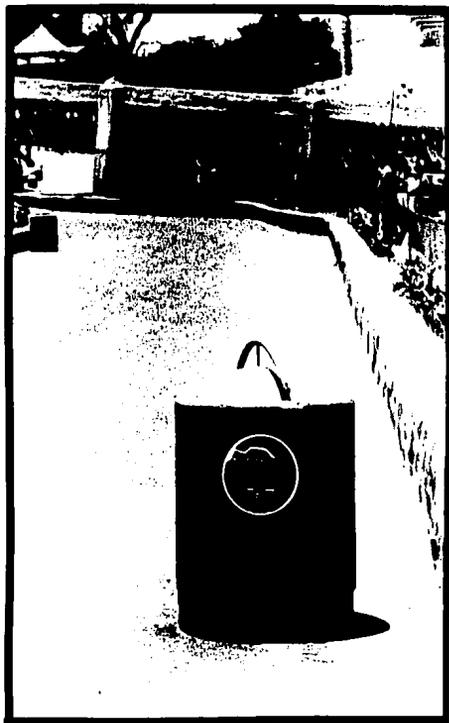
ARRIBA,
Situación Parque Alcalde (Cd.
Guadalajara, Jal).

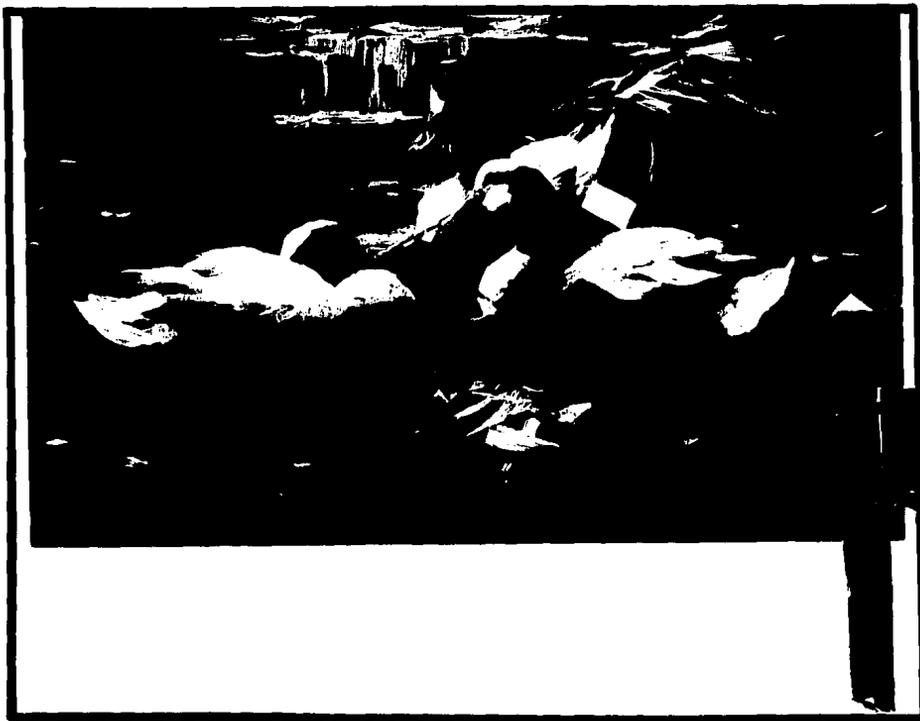




Los ARBOL:5 son los pul-
mones de nuestras ciudades.

Ejemplo de uno de mis Sena-
lamentos.





Las aves sólo son para mirar-
las y amarlas.

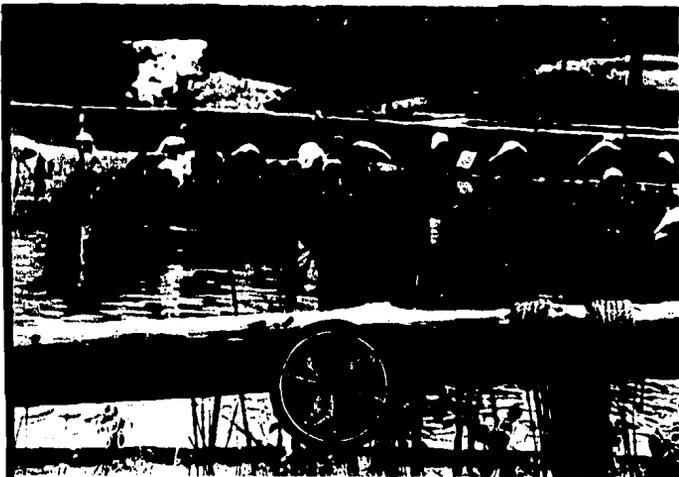




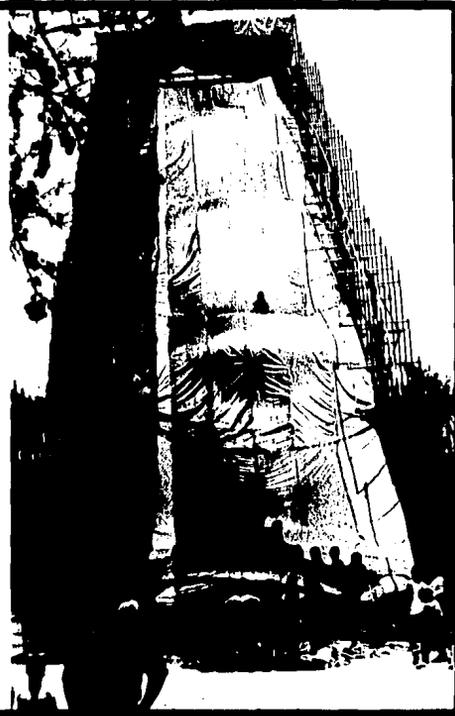
ARRIBA: Entrada zoológico.

DERECHA: La flecha que propongo usar en los Parques y Jardines.





ARRIBA: Ejemplo de otro de mis señalamientos.



DERECHA: Diversiones dentro del Parque Zoológico.



Niak

ZOOLOGICO. Es ahora considerado también como **PARQUE**; tiene todas las características y aparte sus animales que están en exhibición para nuestro deleite visual y cultural.

The Pigeon that Worked a Miracle

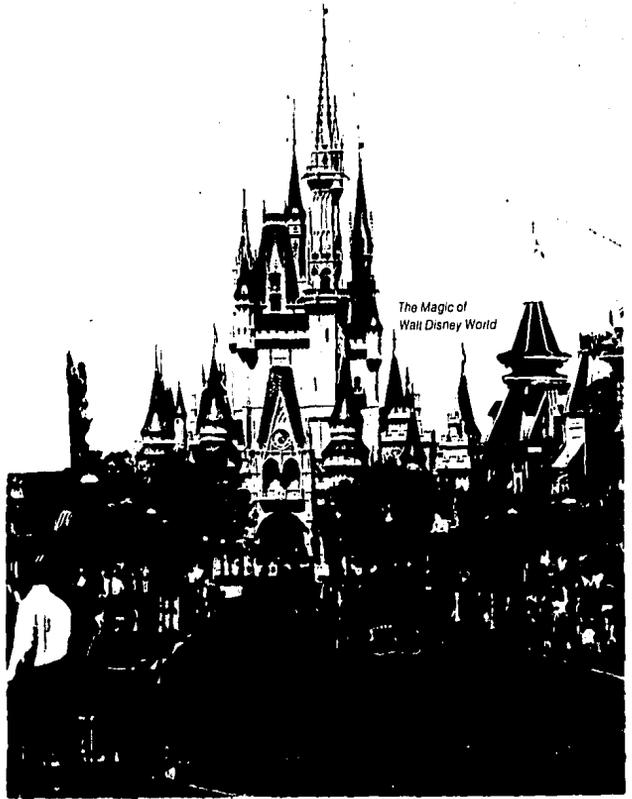
Rusty and the Falcon





ASPECTOS DE UN ZOOLO-
GICO



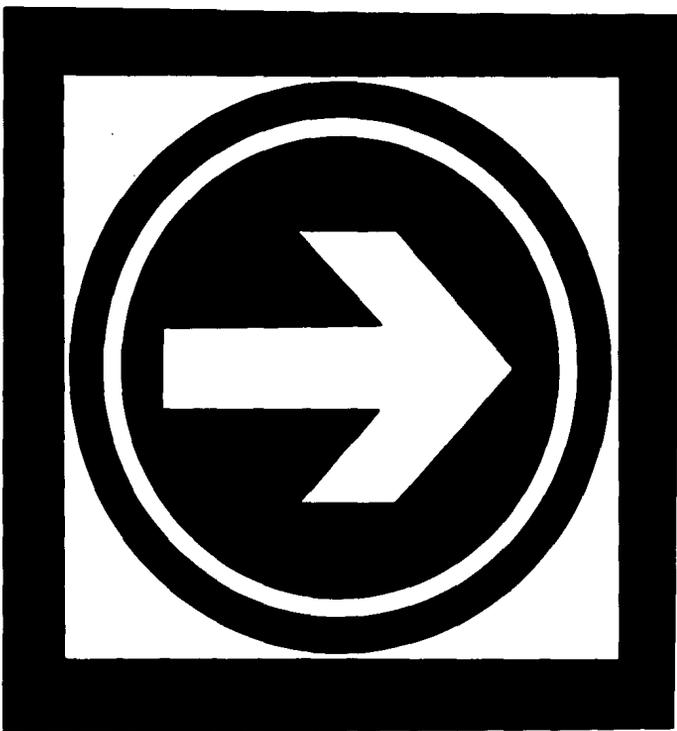


APORTACION



FORMA PRACTICA DE COMO DISEÑAR UN SEÑALAMIENTO

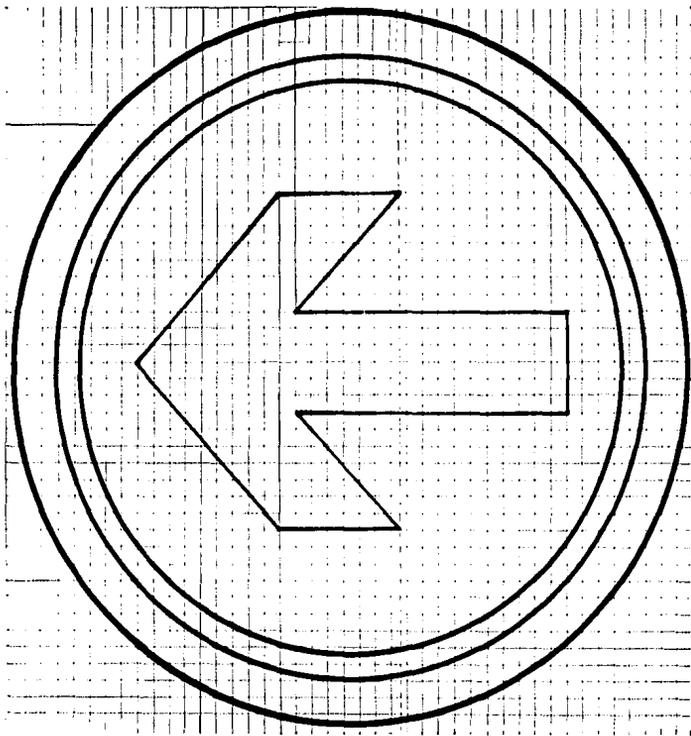
- 1.- Enterarnos para qué tipo de lugar se van a realizar los señalamientos.
- 2.- Que sea funcional, sencillo y estético.
- 3.- Adaptar una cuadrícula para nuestros diseños y realizarlos en ella. Ya con el tamaño adecuado, de tu presentación.
- 4.- Calcar sólo el diseño en un papel transparente.
- 5.- Pasarla a tu papel blanco, ya portado al tamaño de tu presentación.
- 6.- Pintarlo con tinta china negra, que no sea muy delgada, con un pincel redondo y con pelo suave para no rallarlo y dar buena presentación. El Original.
- 7.- Presentación en color: pensar en un color agradable que llame la atención y adecuado al lugar en el que va ser destinado y colocado.



APORTACION DE SEÑALAMIENTOS

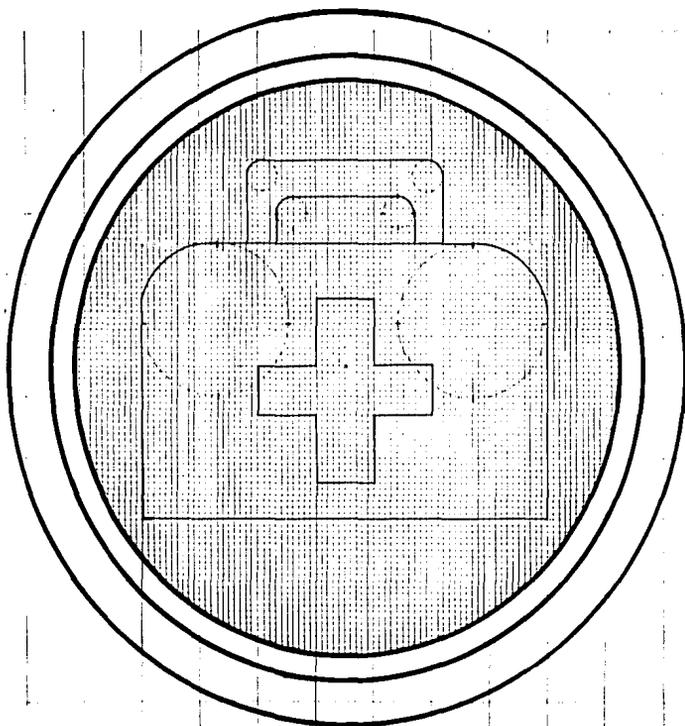
El Señalamiento de la Flecha los proporgo de varios colores: el fondo,y la flecha blanca al igual que el Círculo que lo rodea, los colores propuestos por ejemplo morado, anaranjado, rojo, amarillo, medio, verde limón, rosa mexicano, azul, etc. Todo esto es por dar más variedad y dinamismo.





MG

MATRIZ GEOMETRICA DE LA FLECHA



MG

MATRIZ GEOMETRICA DE UN SEÑALAMIENTO

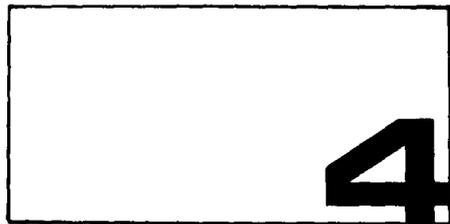
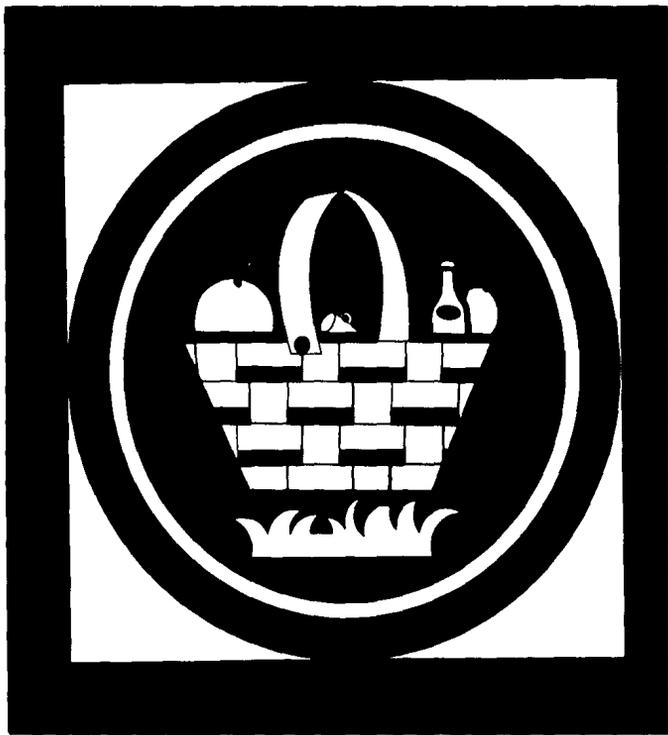


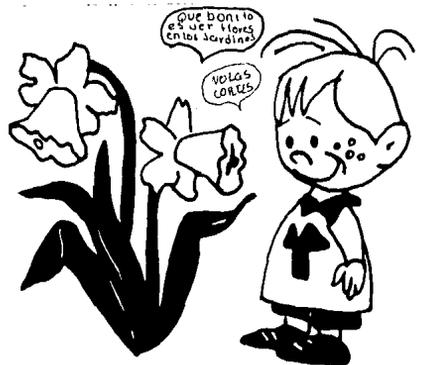
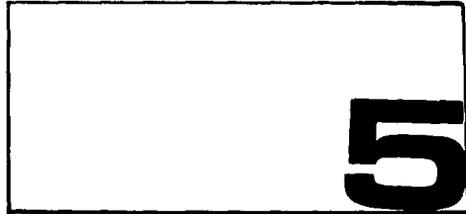


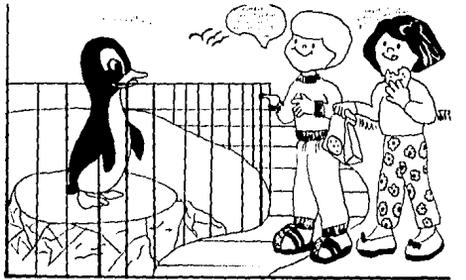
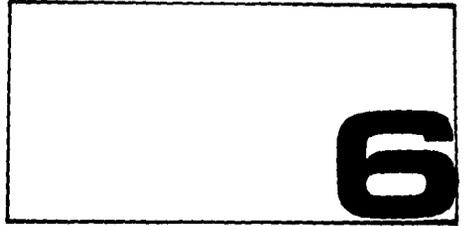


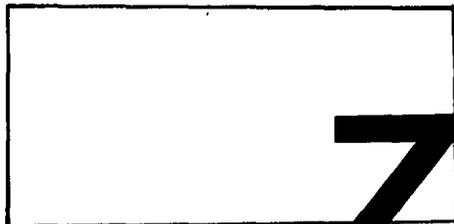
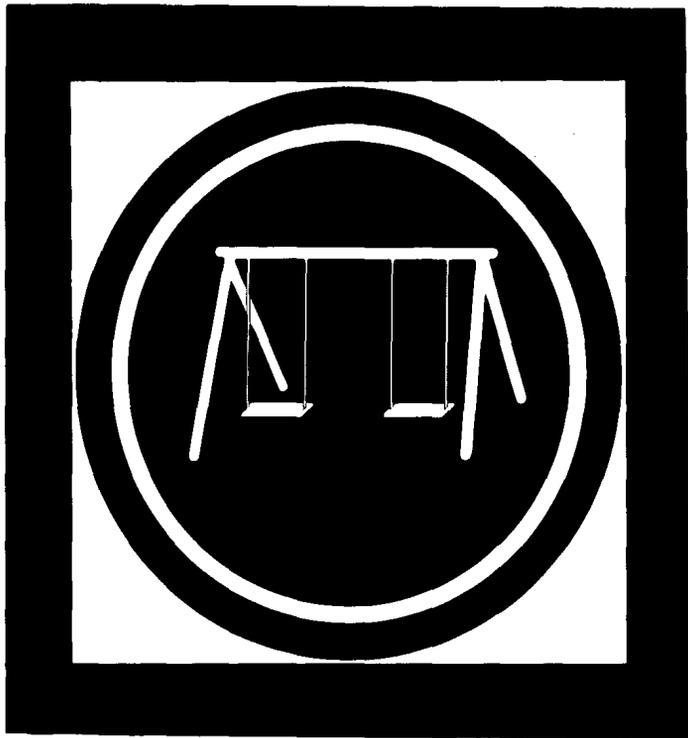


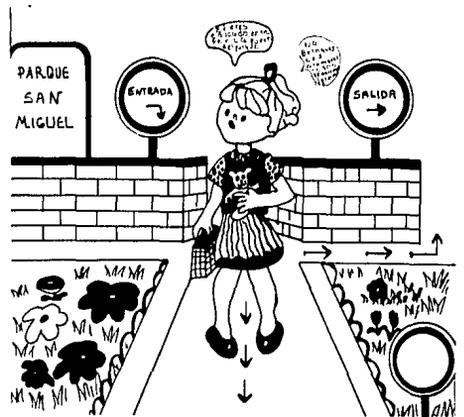
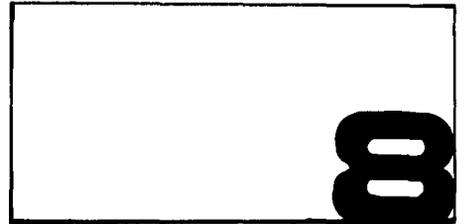
A veces no se pueden evitar los señalamientos de prohibición, porque un pictograma debe decir todo por sí solo en este caso sin la línea de prohibición, dice que es área de juego —y lo que quiero decir es— no pisar el pasto.

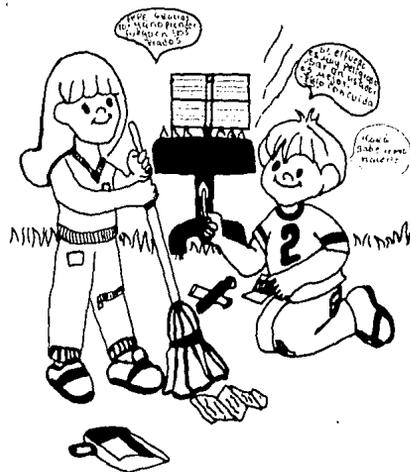














10



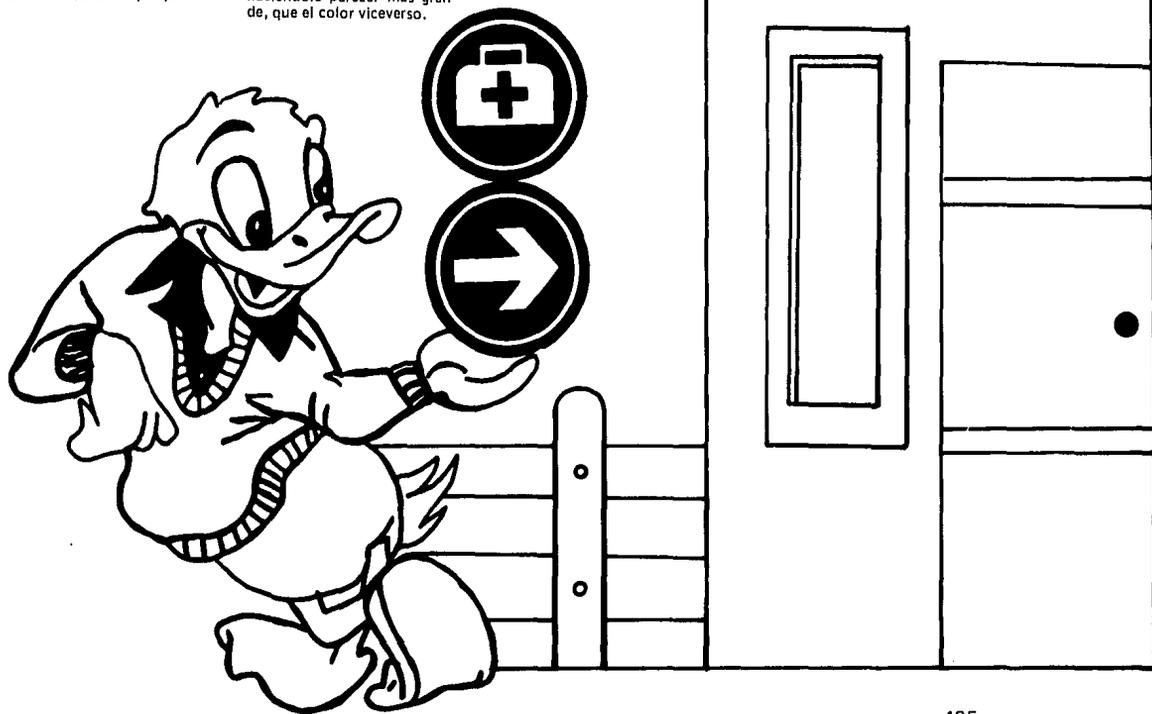


Ejemplo de mi proposición de Señalamientos dentro de Parques y Jardines con una altura de 2 metros con figuras de Walt Disney en lámina calibre 16. Por económica y duradera en exteriores.



Ejemplo de Ubicación de uno de los Señalamientos que diseñé dentro de un parque.

La figura clara siempre resalta más sobre un fondo oscuro, haciéndole parecer más grande, que el color viceverso.





Los Señalamientos los sugiero de color - naranja al fondo, la figura y la franja que lo envuelve son de color blanco. La figura clara siempre resalta más sobre un fondo claro, haciéndola parecer más grande, que el color visceverso. Naranja, Es con color alegre que contrasta con el verde de los parques y jardines, haciéndose notar más. De forma circular. Es más agradable, la figura más fácil de centrar.

SEÑALES PARA EXTERIORES

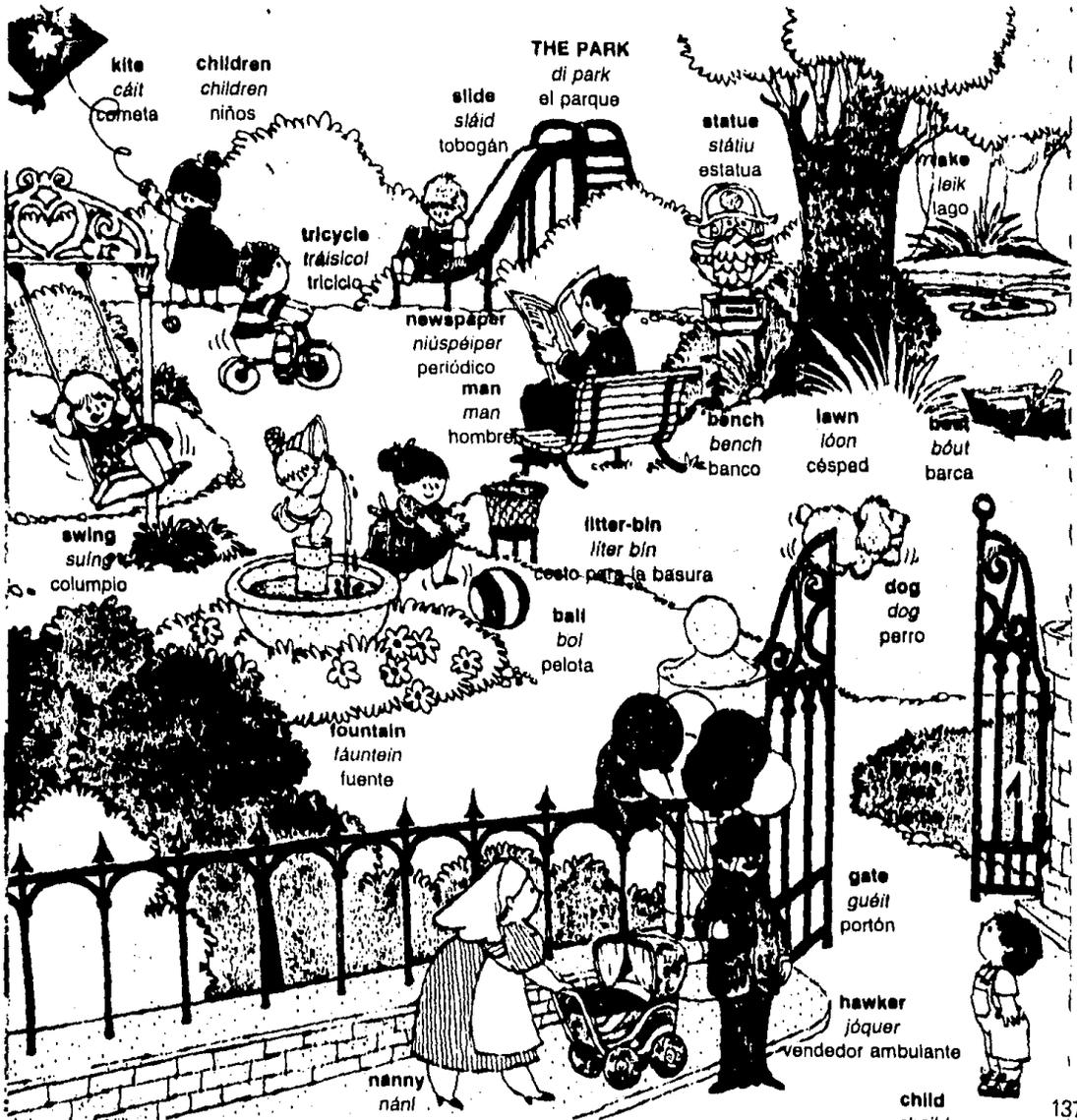
Esmaltado Vítreo. Sobre plancha de acero o cobre: es un material muy atractivo que se fabrica en gran diversidad de colores y acabados. La necesidad de cocción lo encarece.

Aluminio. Con motivos y letras confeccionados en plástico adhesivo. Es también un material caro.

Formica sobre Madera: como el aluminio, la formica acepta muy bien láminas y letras de plástico, pero sale más barata.

Contrachapado: Hay que usar contrachapado marino, impermeable y protegido con dos manos de barniz (el mejor es la laca de melamina, pero también resulta eficaz el corriente de poliuretano). No utilice películas plásticas ni transferibles, que a la interperie acaban por despegarse.

La mejor solución es la serigrafía o la pintura con un producto para exteriores. La señal acabada se protege con una última capa de barniz-transparente para exteriores. El contrachapado marino es el material más barato de todos los descritos.



kite
cáit
cometa

children
children
niños

THE PARK
di park
el parque

slide
sláid
tobogán

statue
státiu
estatua

lake
lèik
lago

tricycle
tráiscól
triciolo

newspaper
niúspéiper
periódico
man
man
hombre

bench
bench
banco

lawn
lónn
céspedes

boat
bóut
barca

swing
suíng
columpio

litter-bin
líteir bín
cesto para la basura

dog
dog
perro

ball
bol
pelota

fountain
fáuntein
fuente

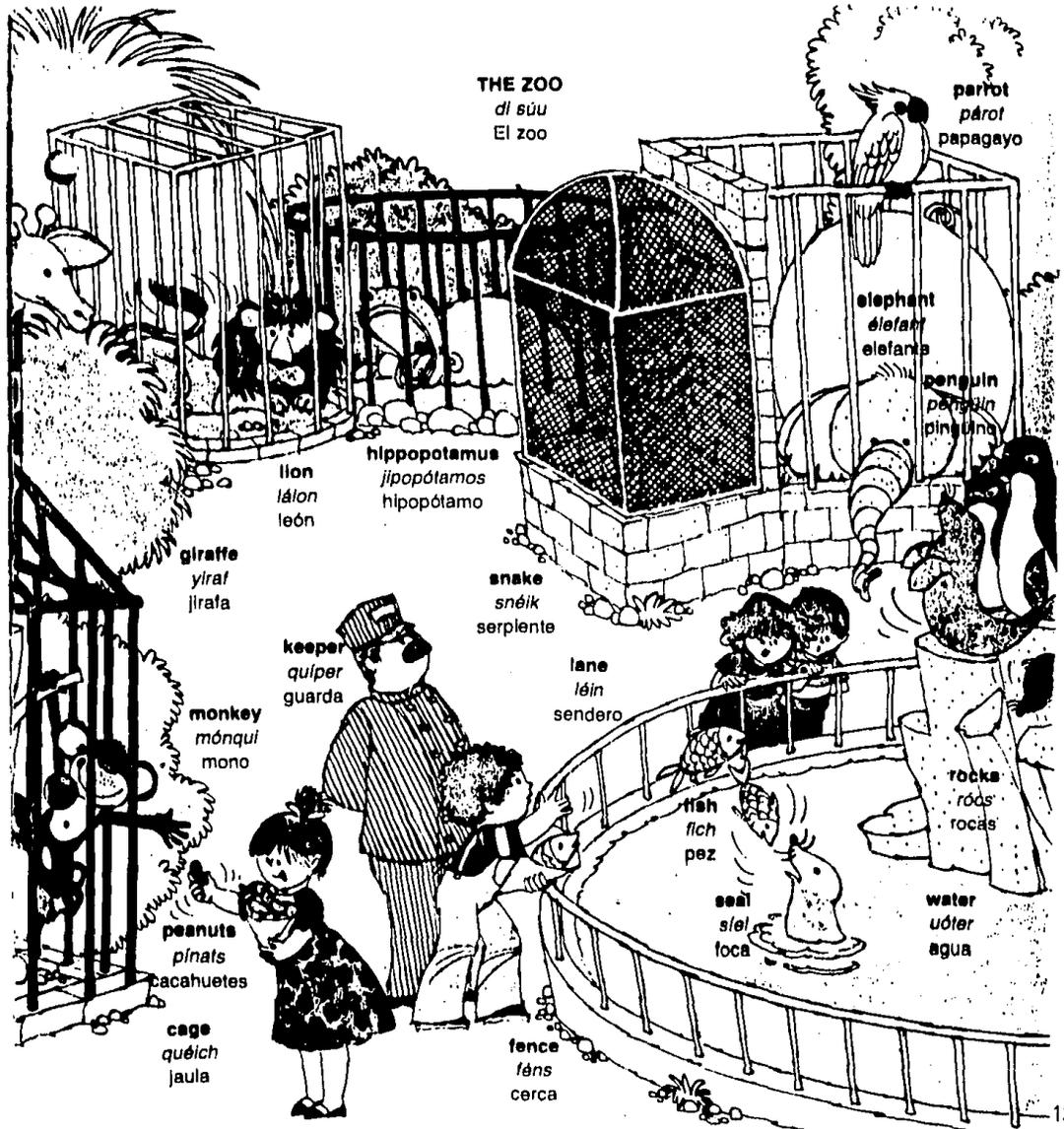
gate
guéit
portón

hawker
jóquer
vendedor ambulante

nanny
náni
niñera

child
chaild
niño

THE ZOO
di sùu
El zoo



parrot
párol
papagayo

elephant
élefant
elefante

penguin
penquin
pingüino

hippopotamus
jipopótamos
hipopótamo

lion
láion
león

giraffe
yiraf
jirafa

snake
snéik
serpiente

lane
léin
sendero

keeper
quíper
guarda

monkey
mónqui
mono

rocks
róas
rocas

fish
fich
pez

seal
sél
foca

water
úter
agua

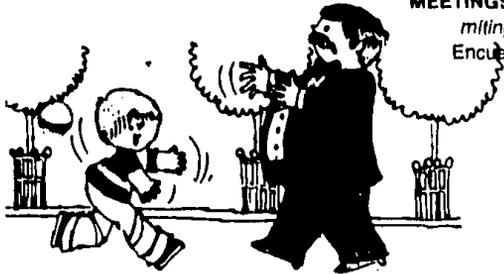
peanuts
pínats
cacahuetes

cage
quéich
jaula

fence
léns
cerca

MEETINGS AND GREETINGS

meetings and greetings
Encuentros y saludos



Good morning, sir!
gudmornin, ser!
¡Buenos días, señor!

Hello Tim!
jéiou, Tim!
¡Hola, Tim!



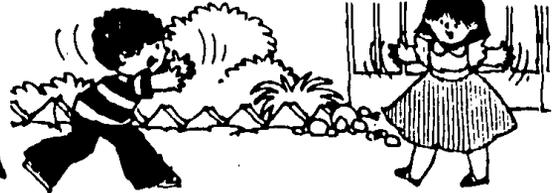
Good afternoon, madam!
gud áfternun, mádam!
¡Buenas tardes, señora!

Hello, Mary!
jéiou, Méri!
¡Hola, Mary!



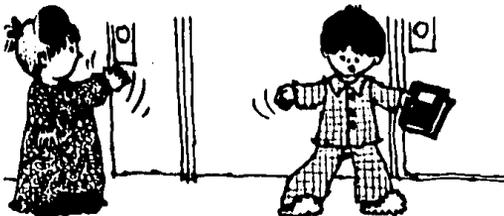
Good evening, miss!
gud ífinin, mis!
¡Buenas tardes, señorita!
(después de las cinco de la tarde)

Hello, Robert!
jéiou, Robert!
¡Hola, Roberto!



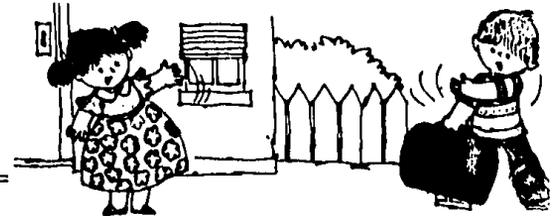
Hello, Anni!
jéiou, An!
¡Hola, Ana!

Hi, Peter!
jái, píter!
¡Hola, Pedro!



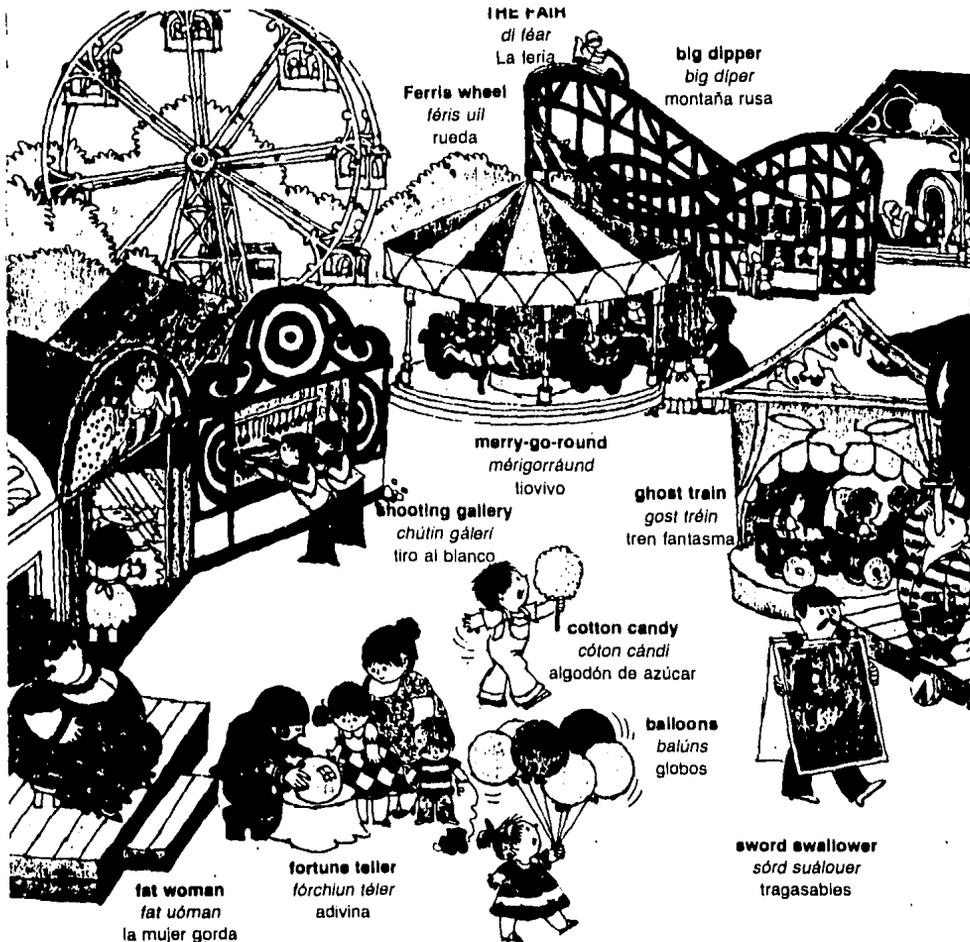
Good night!
gud náit!
¡Buenas noches!

See you tomorrow!
si yu tumórou!
¡Hasta mañana!



Good bye!
gud báil!
¡Adiós!

Bye-bye!
baibáil!
¡Adiós!



THE FAIR
di féar
La feria

Ferris wheel
féris uil
rueda

big dipper
big díper
montaña rusa

merry-go-round
mérigorráund
liovivo

shooting gallery
chúitín gálerí
tiro al blanco

ghost train
gost tréin
tren fantasma

cotton candy
cóton cándi
algodón de azúcar

balloons
balúns
globos

sword swallower
sórd suálover
tragasables

fat woman
fat uóman
la mujer gorda

fortune teller
fórchlun téler
adivina

SIGNS
sáins
Letreros



Keep off the grass!
quip of di gras!
¡No ande sobre la hierba!

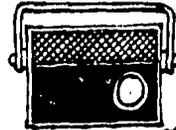


No ball games!
nóu bói guéims!
¡Prohibidos los juegos de pelota!



Dogs must be kept on a leash!
dógs mast bí quept on ei lich!
¡Lleve los perros con correa!

No radios allowed!
nóu réidious élaúd!
¡Prohibidas las radios!



Don't feed the animals!
dóunt fid di ánimais!
¡Prohibido dar de comer a los animales!



Keep the park tidy!
quip di park táid!
¡Conserve el parque limpio!

ASKING ABOUT HEALTH

ásquin abáut jéiz
Preguntando sobre la salud



How are you?
jáu ar yu?
¿Cómo estás?

How is life?
jáu is láif?
¿Cómo va tu vida?

How are you getting on?
jáu ar yu gueting on?
¿Cómo te va?

Fine thank you, and you?
fáin zékn yu, and yu?
Bien gracias, ¿y tú?

Not so bad, thanks!
not so bad, zéknks!
No mal, ¡gracias!

Not very well, I'm afraid.
not veri uéll áiam etréid.
No muy bien.



ASKING THE WAY

ásquin dí uéi

Preguntando por el camino



Excuse me, can you tell me where is the zoo, please?
exquíusmi, can yu téimi uéar is di súu, plis?
Excúseme, ¿puede indicarme donde está el zoo, por favor?

I'm sorry, I don't know.
am sóri, ai dónt nóu.
Lo siento, no lo sé.



Excuse me, is this the way to the museum?
exquíusmi, is dis di ráit uéi tu di miusium?
Excúseme, ¿es éste el camino hacia el museo?

Turn left at the bridge, you can't go wrong.
térn léft ai di brich, yu cant góu róng.
En el puente, tome la izquierda, no puede equivocarse.



Can you tell me the way to the park, please?
can yu téimi di uéi tu di park, plis?
¿Puede indicarme el camino hacia el parque, por favor?

Go straight on as far as the square, then turn right.
góu stréit on as far as di scuéar, den térn ráit.
Siga derecho hasta la plaza, entonces vaya hacia la derecha.



Where is the lion cage, please?

uér is di láion quéich, plis?

• ¿Dónde está la jaula del león, por favor?

It's over there.

Its óuver déar.

Está allá detrás.



It's up there.

Its ap déar

Está allá arriba.



It's down there.

Its dáun déar.

Está allá abajo.

Where is the parrot, please?

uér is di párot, plis?

¿Dónde está el papagayo, por favor?

Where is the seal, please?

uér is di síel, plis?

¿Dónde está la foca, por favor?

Is there a nanny on the bench?

is déar el náni in di bench?

¿Hay una niñera en el banco?

No, there isn't.

nóu, déar isent.

No, no la hay.



Is there a man in the lake?

is déar el man in di léik?

¿Hay un hombre en el lago?

No, there isn't.

nóu, déar isent.

No, no lo hay.



Is there a swing out of the park?

is déar el súing aut of di park?

¿Hay un columpio fuera del parque?

No, there isn't.

nóu, déar isent.

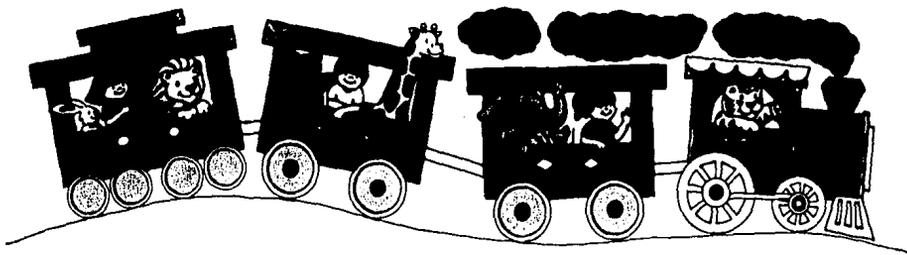
No, no hay.



Felicitación

a _____

*por saber formas
adecuadas de comportamiento*



Fecha

Firma del padre o maestro

Ejemplo de una felicitación a los niños, al final del Manual de Señalamientos.

Conclusión

Un manual de señalamientos, es muy necesario para la conservación de parques y jardines.

Los encargados de Mantenimiento de estas mismas, deberían de tomar más en cuenta, nuestros únicos pulmones de la ciudad.

Para eso es muy necesario la conservación por medio de señales, diseñadas a base de imágenes. Porque la imagen se envuelve en una magia especial; se dice que una imagen vale más que mil palabras.

Es que me dí cuenta que los sistemas de señales están más vinculadas a rutas que a lugares.

Deben ser señales explícitas, símbolos auténticos, no pictóricos, e ideas bien establecidas para el buen uso y navegación del público.

Como diseñadora pienso que algunos objetos fuera del lugar al que estamos acostumbrados a ver, son más interesantes siempre y cuando no confundamos lo bien planeado y atractivo un poco fuera de lo normal.

Al señalamiento es un paso adelante sin retroceso posible, sin alto en el camino, en la mente del receptor del mensaje.

El señalamiento, debe impulsar al espíritu del receptor humano hacia un mayor interés mayor deseo, interés o acción, juegan para ello diversos factores como son: la ubicación, visibilidad, circulación y cobertura.

El ojo siempre viaja sobre el campo visual a saltos, deteniéndose para una fijación breve y prolongadaç allí donde retiene la atención y el interés.

Un diseñador gráfico raramente ocurre a signos ya establecidos.

B I B L I O G R A F I A

- ARNOLDE EUGENE La Ilustración Atractiva
L. E. D. A. Las Ediciones de Arte. Barcelona, 122 p.p. Libro
- KINNIER JOCK Diseño Gráfico en la Arquitectura
Editorial Gustavo Gili, S. A.; Barcelona 1982, 191 p.p. Libro
- DE LUNA AGUILERA LILIA Diseño Gráfico. Manual para el Maestro
Compañía Editorial Continental, S. A. de C. U. México, 1984, 142 p.p. Libro
- AVALOS VARGAS PEDRO Ley de Tránsito y su Reglamento del Estado de Jalisco
Editorial Font, S. A. México, 1983, 177 p.p. Libro
- AICHER OTL,
KRAMPEN MARTIN Sistema de Signos en la Comunicación Visual
Editorial Gustavo Gili, S. A, Barcelona, 1981, 155 p.p. Libro
- WALTON ROGER, GILLIES KEITH
HEPPELL LINDSEY Diseño Gráfico.
Graficino, S. A., España 1986, 156 p.p. Libro
- PARRAMON VILASALO JOSE M. Artes Gráficas
Instituto Parramón, Ediciones, España, 1976, 127 p.p. Libro
- DALLEY TERENCE Ilustración y Diseño
J. Soto, España, 1981, 224 p.p. Libro
- EDUCACION VIAL (Depto. Tránsito)
Guadalajara, Jal. Programa de Educación Vial
Oficina Educación Vial - 27 páginas (Manual)

- LOURDES GARCIA JULIO
AVENAS PINEDA EDUARDO..... El Despertar de un Gigante
Imágenes de México, 303 p.p., Revista
- REDING MARTINEZ FERNANDO..... La Nueva Ciudad
Edición fuera de comercio, Guadalajara, Jal., 1976, 140 p.p. Libro
- READER'S DIGEST..... Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado
Editorial Mexicana, S. A. de C. V., México, 1978, 2080 p.p. Enciclopedia