

**REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL**

***“Diseño de Imagen corporativa y sistema señalética para el  
Hospital de la Mujer”***

**Autor: Landy Kukene Estefanía Liahut García**

**Tesis presentada para obtener el título de:  
Licenciada en Diseño Gráfico**

**Nombre del asesor:  
Gerardo Vinicio Rochín Lámbrey**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





**UVAQ** M.R.

# **UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA**

FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO

## **“DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y SISTEMA SEÑALÉTICO PARA EL HOSPITAL DE LA MUJER”**

### **TESIS**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTA:

**LANDY KUKENE ESTEFANÍA LIAHUT GARCÍA**

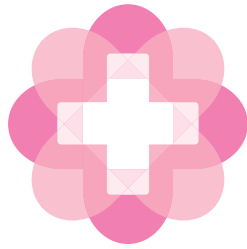
ASESOR:

**MTRO. GERARDO VINICIO ROCHÍN LÁMBARRY**

ACUERDO: LIC100842

CLAVE: 16PSU0010U

MORELIA, MICH., DICIEMBRE 2013



---

HOSPITAL  
DE LA MUJER

*“Diseñar para los ojos es diseñar para el cerebro, el órgano más complejo y el que rige todas nuestras actividades y nuestra conducta. El ojo y el cerebro hacen un todo. El diseño hecho para los ojos constituye hoy, el medio fundamental de la comunicación social. Su designio más noble es trabajar para mejorar nuestro entorno visual, hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida; aportar informaciones y mejorar las cosas; difundir las causas cívicas y de interés colectivo y la cultura. Su especificidad como disciplina es transmitir sensaciones, emociones, informaciones y conocimiento.”*  
COSTA (2009)



## AGRADECIMIENTOS

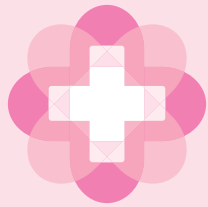
A mi papá y a mi mamá, porque sin ellos nada sería posible, por su amor y apoyo incondicionales, por su paciencia y por nunca perder la fe en mi.

A Alfonso, por impulsarme a ser mejor persona, por enseñarme a diseñar con el corazón y por su amor y comprensión en los malos ratos.

A mis amigas, Tania, Joanna y Janni, porque se convirtieron en mi familia durante los años de universidad y en apoyo en tiempos difíciles.

A mis maestros, que se esforzaron por enseñarme de la mejor forma.

A Dios, porque siempre ha encontrado la forma de demostrarme que puedo dar más.



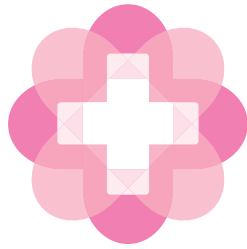


## ÍNDICE

<b>1. Presentación</b> .....	9
<b>a. Justificación</b> .....	10
<b>b. Planteamiento del problema</b> .....	11
<b>c. Preguntas directrices</b> .....	12
<b>d. Objetivos</b> .....	12
<b>I. Marco teórico</b>	
<b>I.I Servicios de salud</b>	
I.I.I Antecedentes del Hospital de la Mujer .....	15
I.I.II Hospital de la Mujer .....	17
I.I.III Área hospitalaria enfocada a la mujer en México .....	20
<b>I.II Identidad Corporativa</b> .....	23
I.II.I Identificador y logotipo .....	27
I.II Clasificaciones .....	28
I.II.III Símbolos y semiótica .....	31
<b>I.III Señalética</b>	
I.III.I ¿Qué es? .....	34
I.III.II Naturaleza y clasificaciones .....	35
I.III.III Sustratos .....	41
I.III.IV Lineamientos del Diseño Universal	
I.III.IV.I Usabilidad .....	43
I.III.IV.II Accesibilidad .....	44
I.III.IV.III Diseño Universal .....	46
<b>II. Proceso metodológico</b>	
<b>II.I Diseño de Instrumentos</b>	
II.I.I Encuesta .....	55

II.I.II Entrevista .....	56
II.I.III Analisis comparativo .....	57
<i>II.II Presentación e interpretación de resultados</i>	
II.II.I Encuesta .....	59
II.II.II Entrevista .....	63
II.II.III Analisis comparativo .....	65
<b>III. Desarrollo de proyecto</b>	
<i>III.I Creación de logotipo .....</i>	<i>72</i>
<i>III.II Propuesta de sistema señalético .....</i>	<i>88</i>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>106</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>107</b>





---

HOSPITAL  
DE LA MUJER



## *PRESENTACIÓN*

El presente proyecto se realizará partiendo del diagnóstico de una problemática de diseño en el identificador del Hospital de la Mujer en la ciudad de Morelia. Contar con una identidad corporativa eficaz es básico al momento de planear cualquier institución. Si la necesidad de tener un hospital dedicado especialmente a la mujer ya se ha cubierto, entonces también es necesario comenzar a ubicar las necesidades de imagen que dentro de éste surgirán.

A través del desarrollo de este proyecto se pretende dar un identificador de más fuerza al Hospital de la Mujer, que si bien, actualmente cuenta ya con una identidad, resulta poco apegado a los principios del diseño gráfico. Además, no solo se trata del diseño de un identificador, sino de la aplicación de esta identidad a un sistema señalético, el cual será para beneficio de todas aquellas personas que día a día visitan la institución.



## JUSTIFICACIÓN

Una de las ventajas de ser diseñador gráfico es desarrollar una sensibilidad perceptiva en cuanto al entorno visual. Así mismo, el crear conciencia acerca de la importancia del diseño dentro de la sociedad, que no solo consiste en una función estética, sino también funcional.

Por tal motivo, decidí desarrollar este proyecto. No fue difícil identificar la necesidad del Hospital de la Mujer de contar con un identificador adecuado, ya que la imagen actual no resulta equilibrada visualmente, mucho menos del todo funcional, por lo que se dificulta la navegación en los usuarios. No por ser una institución de salud pública se tiene que dejar de lado la parte estética de la imagen, ya que se puede tener un buen diseño que cubra los lineamientos de imagen gubernamental; ni hablar de la parte funcional del diseño, que puede ayudar a mejorar la usabilidad y accesibilidad.

Al término del proyecto se espera cubrir los objetivos propuestos, así como tener un resultado favorable que resuelva la problemática previamente detectada. Así mismo, se pretende presentar la propuesta en el hospital para que consideren llevarla a la práctica y mejorar la imagen que tienen hoy día.



## *PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA*

Hoy en día el Hospital de la mujer, siendo una de las principales instituciones de salud en Morelia, no cuenta con un identificador adecuado. El que actualmente tiene no es completamente efectivo, ya que no sigue los principios básicos del diseño, dificultando la navegación del mismo en los usuarios. Además, no tiene unidad con la imagen gráfica de la señalética dentro del hospital, sumándose a la necesidad de que ésta cubra ciertos lineamientos para las personas con discapacidad visual.



## *PREGUNTAS DIRECTRICES*

- ¿Qué elementos se requieren para crear un identificador para el Hospital de la Mujer?
- ¿De qué manera se puede lograr unidad visual interna y externa en el hospital?
- ¿Qué lineamientos se necesitan cubrir en un sistema señalético dentro de un hospital?



## *OBJETIVO GENERAL*

- Unificar la imagen gráfica del Hospital de la Mujer através del diseño de una identidad que conjunte todos los elementos, así como generar una señalética apegada a los lineamientos del diseño universal.

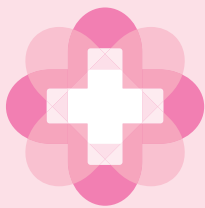


## *OBJETIVOS PARTICULARES*

- Analizar congruentemente la identidad visual de otros hospitales para identificar los elementos necesarios para una identidad de esta naturaleza.
- Identificar los posibles elementos gráficos necesarios dentro del Hospital de la Mujer.
- Conocer los lineamientos del diseño universal necesarios para el sistema señalético.



# Marco Teórico



*I.I SERVICIOS  
DE SALUD*

## ANTECEDENTES DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y HOSPITAL DE LA MUJER

Desde la antigüedad, el tema de la salud ha sido de gran preocupación. En tiempos remotos, cientos de personas morían a causa de una enfermedad mal tratada o simplemente desconocida.

En el siglo XIV, en Europa, una tercera parte de la población murió a causa de la peste negra, enfermedad que se expandió con rapidez y no dio tregua hasta varios años después. Con casos como éste, podemos darnos cuenta de la necesidad de contar con un organismo que se encargara de manejar asuntos de salud pública. Atendiendo a este tipo de carencias, en 1938, y bajo el gobierno de Lázaro Cárdenas del Río, se funda en México la Secretaría de Asistencia Social, que se encargaría de asuntos de salud dentro de la población. Es hasta 1982 que cambiaría su nombre a como la conocemos hoy en día: Secretaría de Salud.

La Secretaría de Salud es el principal organismo de salud pública, promoviéndola como objetivo social, así como también promueve el acceso universal a servicios que satisfagan las necesidades de la población.

Por otro lado, en Michoacán desde 1825 se realizaron decretos en los que se determinaba que era parte de la labor de los Ayunta-

mientos el mantener las calles limpias, cuidar la calidad de los alimentos, tener panteones, entre otras cosas. Aparte de eso, también se decretó que se debía tener un control de nacimientos, defunciones y matrimonios, así como dar noticia de cualquier enfermedad extraña que surgiera en el pueblo. Es en 1868 cuando se da lugar a la junta de Salubridad, en la que se establecen cuestiones de medicina legal y consultas que se le podían hacer al respecto al gobierno. Con esta junta, que en 1884 se convierte en el Consejo Superior de Salubridad, llega en 1895 el Primer Código Sanitario de Michoacán.

Con la llegada de este sistema de salud aparecieron diversos problemas, ya que la gente durante años había practicado herbolaria y medicina alternativa, por lo que lograr que aceptaran medicamentos y vacunas fue labor complicada, además el gobierno estableció la vacunación como algo de carácter obligatorio.

Por medio del Consejo Superior de Salubridad se pudieron combatir efectivamente algunas epidemias, como la de cólera en 1833, además de las recurrentes viruela y tifoidea. Exitosamente combatieron la sífilis, difteria y sarampión, enfermedades que venían diezmado a la población.





*Imagen 1. Periodo de la peste negra en Europa en el siglo XIV*

*Fuente: <http://www.davidparcerisapuig.com.ar>*

A partir de 1917 la política sanitaria cambia con la organización del Departamento de Salubridad Pública como la más importante dependencia del Consejo Superior de Salubridad. Lázaro Cárdenas, siendo Presidente de la República, señaló: “Acción sanitaria en pro de la higiene, cuyos puntos principales consisten en la introducción de servicios fundamentales para la vida y las colectividades y en combatir las causas de epidemias y de mortalidad infantil, ya que mientras no desaparezcan las lamentables condiciones higiénicas que prevalecen, resulta infructuosa la lucha por medio de medicamentos, cuya acción es sólo uno de los factores que pueden resolver el problema de manera restringida.” Fue el 1º de enero de 1917, y de acuerdo con la Ley Orgánica de la Administración Estatal, que se crea la dependencia “Secretaría de Salud de Michoacán”.

## HOSPITAL DE LA MUJER

Con un sistema de salud bien estructurado dentro de Michoacán, en la Cuarta Sesión Ordinaria de la Junta Directiva de los Servicios de Salud de Michoacán, llevada a cabo el día 30 de 1998, se aprobó la construcción del Hospital de la Mujer, obedeciendo a la necesidad de subsanar los requerimientos de salud de la población femenina.

De acuerdo a la información proporcionada en entrevista por la Dra. Yara Pineda Márquez, directora del hospital, sabemos que por iniciativa del Lic. Víctor Manuel Tinoco Rubí, gobernador en turno de Michoacán, y bajo la dirección del Dr. Roberto Robles Garnica, a partir del 2001 la red de servicios de la Secretaría de Salud de Michoacán cuenta con una nueva unidad de salud: el Hospital de la Mujer. La institución no solamente atiende a la mujer michoacana, sino también de la región en la que se ubica esta entidad federativa.

La construcción se llevó a cabo con recursos del Gobierno Estatal y de la Secretaría de Salud del Gobierno Federal, iniciándose el 28 de mayo de 1999 en una superficie de 50,000 m<sup>2</sup>, de los cuales se construyeron 10,240 m<sup>2</sup>. La obra se concluyó en septiembre del 2001, convirtiéndose en un hospital con 90 camas censables.

El Hospital de la Mujer inicia actividades el 15 de octubre del 2001. Sin embargo las funciones de atención médica a la población se iniciaron, en los servicios de urgencias y consulta externa, oficialmente el 12 de diciembre del 2001; siendo inaugurado por el presidente Vicente Fox Quesada. El Hospital de la Mujer abrió sus puertas bajo la dirección del Dr. Francisco Tenorio González, sucedido a partir del 22 de enero del 2003 por el Dr. José Inés González Tapia.

La Dra. Márquez nos dice que el hospital está planeado para la atención integral de la mujer que no está protegida por los servicios de seguridad social. Se cuenta con 18 especialidades médicas agrupadas en cuatro servicios básicos: Ginecología y Obstetricia, Medicina Interna, Cirugía y Neonatología; además de una sólida infraestructura física, técnica y humana para proporcionar atención de calidad.



Las actividades médicas y paramédicas se llevan a cabo a través de diferentes áreas:

- Urgencias generales y gineco-obstétricas
- Tococirugía
- Hospitalización
- Consulta externa
- Clínica de atención del embarazo de alto riesgo
- Clínica de ginecología
- Clínica de displasias
- Clínica de mama
- Departamento de terapia intensiva
- Departamento de anestesiología
- Departamento de cuidados intensivos neonatales
- Departamento de cuidados intermedios al recién nacido
- Alojamiento conjunto
- Departamento de anatomía patológica
- Laboratorio clínico
- Departamento de imagenología
- Departamento de epidemiología y medicina preventiva
- Departamento de trabajo social
- Departamento de psicología
- Departamento de nutrición



*Imagen 2. Área de consulta externa del Hospital de la Mujer*

Para el cumplimiento de sus objetivos, el Hospital de la Mujer cuenta con tres ámbitos de acción, en los cuales se llevan a cabo sus funciones sustantivas: asistencia médica, enseñanza e investigación, enmarcadas por el apoyo administrativo, jurídico, organizacional y de control interno.

El Hospital de la Mujer cuenta con una edificación que da albergue al equipo básico y de alta tecnología con el que cuenta para sus funciones, clínicas de enseñanza, de investigación y administrativas. Para su operatividad cuenta con un cuerpo directivo conformado por: su director, apoyado por los asistentes de dirección, las subdirecciones médica y administrativa, las coordinaciones de Enseñanza e Investigación y de Calidad de la Atención de los Servicios de Salud, así como del cuerpo de gobierno y los comités técnicos. De este nivel se desprenden los servicios de Gineco-Obstetricia, Neonatología, Medicina Interna y de Cirugía, apoyados por el Departamento de Enfermería y las diversas áreas administrativas y servicios paramédicos y de auxiliares de diagnóstico y tratamiento.

Con el apoyo de las gestiones de las oficinas centrales de la Secretaría de Salud de Michoacán, el Hospital de la Mujer ha in-

crementado su plantilla de personal en diferentes perfiles profesionales: enfermeras, médicos generales, médicos especialistas, personal paramédico y personal administrativo.

A fin de optimizar la infraestructura hospitalaria de la Secretaría de Salud de Michoacán y de enfrentar con calidad los nuevos retos en la salud de la mujer, la prestación de los servicios del hospital se ha orientado con particular enfoque hacia la atención de la mujer embarazada con complicaciones en parto o cesárea de riesgo, del recién nacido complicado in útero, de la mujer en el periodo climatérico y con problemas crónico degenerativos y/o quirúrgicos; así como de aquellas que requieren estudios diagnósticos y de tratamiento conservador para el cáncer cérvico uterino y mamario.

## ÁREA HOSPITALARIA ENFOCADA A LA MUJER EN MÉXICO

Dentro del área hospitalaria enfocada a la mujer, nos encontramos con diversos hospitales dentro de todo el país. A continuación se enlistan algunos:



Hospital de la Mujer

● **Hospital de la Mujer (México, D.F):**

Dependiente de la Secretaría de Salud, fundado en 1582. Proporciona atención ginecológica, obstétrica y oncología ginecológica. Cuenta con las siguientes especialidades:

- Ginecología
- Embarazo de alto riesgo
- Oncología ginecológica
- Clínica de displasias
- Climaterio
- Medicina interna
- Cardiología
- Planificación familiar (solo cirugía)
- Esterilidad



● **Hospital de la Mujer y el Niño (Tijuana, B. C):**

Institución privada de salud que abrió sus puertas el 30 de noviembre del 1990. Es un hospital dedicado especialmente a la atención de la mujer y el niño. Cuenta con las siguientes áreas de especialidad:

- Ginecología – Obstetricia
- Esterilidad
- Pediatría
- Cirugía general
- Cirugía plástica
- Endoscopia





● **Hospital Ginequito (Monterrey, N.L.):**

Institución de salud privada que se especializa en la atención de la mujer y su familia. El Hospital Ginequito abre sus puertas un 28 de julio de 1976 en Monterrey, logrando ser el único hospital especializado en el cuidado de la mujer y el recién nacido. Cuenta con las siguientes especialidades:

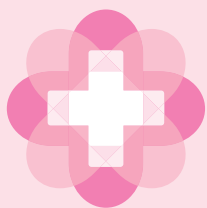
- Ginecología y obstetricia
- Laparoscopia
- Traumatología y ortopedia
- Otorrinolaringología
- Urgencias



● **Hospital para la mujer Médica Sur (Cd. De México):**

Institución privada especializada en la atención para la mujer. Fundado en 1947, con el auxilio de las enfermeras religiosas de la Orden de Carmelitas Descalzas de México, se dedicó en forma exclusiva a la atención de la mujer con patología ginecológica y obstétrica. Cuenta con las siguientes áreas de especialidad:

- Obstetricia
- Ginecología
- Neonatología
- Radiología e imagen



*I.II IDENTIDAD  
CORPORATIVA*

Dentro de nuestra sociedad nos encontramos con una sobresaturación de símbolos, signos y una serie de elementos que conforman la imagen visual que día a día percibimos. La necesidad de una identidad visual nace dentro del contexto de la Revolución Industrial, con la llegada de la producción en serie y el nacimiento de empresas mejor estructuradas.

***“La identidad corporativa es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir –facilitar el reconocimiento y la recordación – a una empresa u organización de las demás. Su misión es, pues, asociar ciertos signos con determinada organización.” (COSTA, 1993)***

Basado en esta definición entendemos que la identidad corporativa son todos aquellos signos visuales que conforman la imagen de una empresa, es decir, lo que permite que la gente la identifique entre las demás. De aquí parte la importancia de la correcta planeación y diseño de una imagen corporativa, ya que si ésta resulta inadecuada o ineficaz, la empresa no logrará ser reconocida e identificada.

Para poder comenzar a diseñar o planear un sistema de identidad corporativa, o un

identificador, es necesario definir quién es la empresa, su filosofía y objetivos, ya sean instituciones o comerciales; con la finalidad de poder transmitir estos ideales por medio del identificador. Posterior a esa definición, se requiere hacer un análisis de la imagen actual, para poder definir qué es lo que queremos corregir o mejorar. Teniendo entonces los puntos bien identificados, y los objetivos bien definidos, poner en práctica la teoría no resulta difícil. El resultado deberá atender los aspectos previamente identificados, para poder asegurar que se cubrieron adecuadamente las necesidades de imagen.

Aunado a lo anteriormente descrito, tenemos que la identidad corporativa es una imagen global. Esto se refiere a que es el resultado de la coordinación de las diferentes aplicaciones del diseño – y no solo el grafismo – bajo un criterio integrador y a través de todos los medios de expresión (COSTA, 1987). En su aspecto formal, imagen global abarca desde la marca hasta la aplicación en identidad corporativa. Al diseñar una identidad corporativa se deben tener en cuenta algunas variantes de la empresa, como la adaptabilidad del identificador a las aplicaciones prácticas, así como también la adaptabilidad que tendrá para reproducirse en diversos soportes.





Imagen 3. Identidad corporativa “ESA Sportswear”  
Fuente: <http://schizofre3n.deviantart.com/>



Imagen 4. Identidad corporativa “Ocean”  
Fuente: <http://desigg.com>



Imagen 5. Identidad corporativa “Pop Merchandising”  
Fuente: <http://weandthecolor.com/>

Signo proviene del latín *signum*, que significa marca, señal o prueba que identifica a alguien (COSTA, 2004). Por lo tanto, los signos de toda identidad corporativa responden a diferentes naturalezas, teniendo como principales las siguientes:

- **Lingüística:** Se compone por el nombre de la empresa, elemento verbal que posteriormente el diseñador convertirá en un modo de escritura exclusiva, conocida como logotipo.



- **Icónica:** Proveniente de la antigua costumbre del marcaje, es decir, del acto de marcar por medio de una señal los objetos y las cosas. Es la parte de la identidad corporativa que le asigna un distintivo figurativo o icónico a la empresa. Esto se conoce como marca, la cual sirve para fines de marketing y de imagen pública.









- **Cromática:** Se conforma por los colores que la empresa adopta para su identificación o como distintivo.



Con estas clasificaciones nos encontramos con que los signos que constituyen una identidad corporativa son el logotipo (tipografía), el símbolo (isotipo) y la gama cromática (color). Sin embargo, el que sean estos 3 los elementos básicos no significa que deban aparecer juntos dentro de la identidad. Es necesario hacer un análisis para convenir qué es lo más adecuado para ser utilizado en la empresa. Para esto, se deben tomar en cuenta las siguientes variables:

- La naturaleza y filosofía de la empresa.
- El sector en el que se inscribe.
- La imagen pública
- El tipo de servicio, bien o producto que ofrece.
- El tamaño de la audiencia.
- La magnitud de la difusión de sus mensajes.

Cada uno de estos elementos posee una escala de significación, por lo que es importante que sean consideradas al momento de comenzar la planeación de diseño de una nueva identidad.

<b>Signo</b>	 Tiene un solo significado	
<b>Símbolo</b>	 Tiene varios significados posibles	
<b>Cromatismo</b>	 Significa de acuerdo a la gama cromática (psicología del color)	

## IDENTIFICADOR Y LOGOTIPO

Llamamos identificador al conjunto que integra los signos básicos de identidad visual y forma una totalidad (COSTA, 1993). El identificador se utiliza sistemáticamente en la identidad visual de una empresa o institución; es el conjunto que forman el símbolo y el logotipo —con inclusión o no del color—, constituyendo una estructura significativa.

John Murphy (1989) describe logotipo como la versión gráfica estable del nombre de la marca, aparte de su función verbal. El logotipo ayuda a un grupo de personas a representarse, suelen encerrar indicios y símbolos acerca de la empresa, de igual forma puede ser parte de la identidad visual de una empresa o institución, al representarla.



ZARA



Calvin Klein

## CLASIFICACIONES

Existen diferentes clasificaciones de logotipos de acuerdo a Norberto Chaves (2003):

- **Logotipo tipográfico estándar:**

El nombre de la empresa está escrito de manera normal con alguna familia tipográfica preexistente y de uso libre.

# Jeep®

- **Logotipo tipográfico “retocado”:**

El nombre se escribe con una tipografía regular pero se le aplican arreglos particulares para aumentar su singularidad: modificación de los espaciados, tamaños y proporciones habituales de los cuerpos, estiramiento o compresión de algunos trazos, exageración de acentos, ligaduras especiales, cortes o muescas en los caracteres, etc.



MILK

- **Logotipo tipográfico exclusivo:**

El logotipo se ejecuta con una familia tipográfica propia y diseñada por encargo y especialmente para el caso.



- **Logotipo tipográfico iconizado:**

En este modelo de identificación se reemplaza alguna letra del logotipo por un ícono formalmente compatible con dicha letra o con la actividad de la empresa.



STAPLES®

● **Logotipo singular:**

El logotipo es una pieza única diseñada como un todo, como una forma excepcional que no corresponde a ningún alfabeto ni estándar ni creado ad hoc.



● **Logotipo con accesorio estable:**

Para aumentar la capacidad identificadora del logotipo se refuerzan algunos de sus aspectos técnicos (pregnancia, diferenciación, llamado de atención). Todos los tipos anteriormente descritos pueden completarse con:

a) Algún elemento visual externo a ellos: rúbrica, subrayado, asterisco, punto, etcétera.



b) Un fondo normalizado, casi siempre geoméricamente regular.



Murphy y Rowe (1989) mencionan, dentro del diseño de logotipos, varios tipos de éstos, tales como:

● **Logotipo con nombre:** Estilo de logotipo cuyo carácter único deriva exclusivamente de un nombre utilizado con un estilo gráfico particular y transmite al consumidor un mensaje inequívoco y directo. Los logotipos sólo con el nombre son apropiados cuando el nombre es relativamente breve y fácil de utilizar, y cuando es adaptable y relativamente abstracto.



● **Logotipo con nombre y símbolo:** Estos logotipos tratan el nombre con un estilo tipográfico característico, pero lo sitúan dentro de un simple símbolo visual: un círculo, un óvalo, un cuadrado. Igual que en los logotipos sólo con el nombre, el nombre debe ser relativamente breve y adaptable, pues el símbolo abstracto no será lo bastante distintivo por sí solo.



● **Logotipo con nombre en pictograma:** El nombre del producto o de la organización es un elemento destacado e importante del logotipo, pero el estilo global es muy distintivo. Aunque en el logotipo figurase un nombre diferente, seguirá siendo claramente el de su propietario. La combinación nombre y forma crean un estilo de logotipo tan distintivo que no permite cambios.



● **Logotipo con iniciales:** La empresa decide que el nombre es demasiado rígido, y opta por utilizar tan sólo las iniciales. Entonces recurre a un conjunto de iniciales con carácter distintivo, logrando así la adopción de un logotipo atractivo.



● **Logotipo abstracto:** Esta clasificación puede basarse en la abstracción de algún concepto relacionado con la empresa, lo cual podría resultar de difícil comprensión e interpretación muy subjetiva.



## SÍMBOLOS Y SEMIÓTICA

Cuando hablamos de “símbolo” lo entendemos como la forma abstracta a la que se le atribuye un significado convencional en donde tiene relación lo real con el significado. Costa (1993) nos dice que el símbolo en la identidad visual es una representación gráfica, a través de un elemento exclusivamente icónico. Tenemos varios tipos y clasificaciones de símbolos, entre ellas:

- **Símbolos Icónicos:** Diseñado con una imagen que representa algún referente reconocible del mundo real o imaginario, tanto por su semejanza formal evidente, como por su codificación.
- **Símbolos abstractos:** Formas que no representan objetos o conceptos conocidos. Por medio de las características formales y cromáticas evocan algún tipo de sensación.
- **Símbolos alfabéticos:** Constituidos por aquellos que utilizan cualquier letra como motivo central sin confundirse con “sigla”.

El isotipo, por su parte, se refiere a esta parte simbólica o icónica de las marcas. En branding, isotipo es cuando reconocemos la marca sin necesidad de acompañarla de tipografía. Isotipo sería únicamente un símbolo entendible por sí mismo.



Imagen 6. Logotipo icónico



Imagen 7. Logotipo abstracto



**MOTOROLA**

Imagen 8. Logotipo alfabético



Imagen 9. Isotipo



Por su parte, tenemos que la semiótica es la ciencia que estudia el significado de los signos y su objetivo es estudiar todos los sistemas de signos que nos envían cualquier tipo de mensajes visuales.

Lo que al diseño gráfico compete, dentro de la semiótica, es el estudio de la comunicación por medio de imágenes. El estudio de la semiótica se integra en tres partes principales:

**a) La semántica:** relación signo-sujeto o concepto que representa.

**b) La sintáctica:** relación signo-sistema y relación entre símbolos.

**c) La pragmática:** relación signo-usuarios.

Tenemos entonces que los conceptos previamente mencionados pueden combinarse de acuerdo a las necesidades de cada proyecto para poder alcanzar la finalidad del mismo, que es convertirse en la “cara” de una institución y el elemento identificador con el cuál el usuario tiene el primer contacto en lo que a imagen gráfica se refiere. Para este proyecto en particular se desarrollará un identificador compuesto del nombre de la institución junto con un símbolo (imagotipo), para

lograr una mayor identificación por parte de los usuarios. El nombre de la institución ya está predeterminado, no puede realizarse ninguna modificación al mismo, por lo que se trabajará sobre eso, agregando un símbolo que refuerce claramente al nombre.



*I.III*  
*SEÑALÉTICA*

## ¿QUÉ ES?

***“Señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones” (COSTA, 1987)***

Lo primero que tenemos que dejar en claro es que la señalética, como será abordada en este proyecto, no tiene ninguna relación con la señalización urbana, ya que en ese tipo de señales, el diseño que se realiza está acordado internacionalmente y regido por estatutos previamente establecidos. La señalética tiene como objetivo hacer inteligibles los espacios en los que interactúan los usuarios o individuos, especialmente en el área de servicios.



*Imagen 10. Ejemplo de señalética dentro de un área de servicios*

*Fuente: <http://pablogenovese.blogspot.com>*



## NATURALEZA Y CLASIFICACIONES

La señalética responde a la necesidad de información o de orientación que está provocada por el fenómeno de la movilidad social y la proliferación de servicios públicos y privados, que se genera en diversos ámbitos, como la seguridad, sanidad y transportes. Por tanto, señalética se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio o un lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones (COSTA, 1987).

La naturaleza de la señalética puede definirse dentro de varios conceptos básicos:

- **Sistema:** Es un conjunto de elementos que al volverse un todo emergen propiedades que hacen que la suma de las partes sea más que el todo.
  - **Señales:** Estímulos breves que inciden inmediatamente en el usuario dependiendo del lugar en el que se ubiquen, funcionando como indicios de lo que éste busca.
  - **Visuales:** Por ser percibida a través del órgano de la visión.
  - **Mensajes informativos:** Responde a necesidades de orientación del usuario.
  - **Espaciales:** Se incorpora al entorno significándose alrededor de él.
  - **Comportamentales:** Orienta y a la vez propicia determinadas acciones o decisiones.
- Las características principales con las que cuenta la señalética son:
- **Finalidad funcional-organizativa:** Estructura y organiza el espacio dentro de la mente del usuario para que pueda orientarse y tomar una decisión respecto a sus necesidades direccionales.
  - **Orientación informativo-didáctica:** Permite al usuario informarse acerca de la ubicación espacial.
  - **Procedimiento visual:** La orientación se da principalmente por medio de señales visuales.
  - **Lenguaje icónico universal:** La señalética debe utilizar íconos que puedan ser leídos, entendidos y procesados por cualquier persona, en cualquier lugar.
  - **Mensajes fijos in situ:** Permanece estática, no tiene ningún cambio de lugar.

- **Presencia puntual:** Debe encontrarse en el lugar y momento exacto, para que al usuario no se le dificulte encontrarla.

- **Percepción selectiva:** El usuario percibe aquellas señales que le son útiles en el momento, es decir, las que le ayudarán a encontrar una respuesta a su necesidad.

- **Funcionamiento automático-instantáneo:** La respuesta que se espera del usuario es instantánea. Éste tomará una decisión al momento, ya que la señalética funciona solo dentro de ese espacio.

- **Espacialidad secuencial:** El sistema señalético se ubica dentro de un espacio en forma secuencial, es decir, una señal puede conducirnos a otra que se encuentra siguiendo el mismo recorrido que la anterior nos indica.

- **Extinción instantánea de la memoria:** Después de cumplir con su función orientativa, la señalética no permanecerá dentro de nuestra memoria. Funciona en el momento y posteriormente se olvida.

La señalética debe contribuir a destacar la imagen pública o la imagen de la marca que se quiere transmitir en los espacios en los que la empresa opera. Se podría llamar

señalética de la marca cuando se extiende a todo los soportes y medios de comunicación dentro del espacio. El sistema señalético se incorpora a un aspecto global, adaptándose a la imagen que se quiere transmitir por medio de la identidad corporativa.



Imagen 11. Ejemplo de señalética  
Fuente: <http://www.trazacultura.es>

Las señales las podemos clasificar de acuerdo a dos criterios. Primero de acuerdo a su objetivo, y segundo de acuerdo a su sistema de colocación o ubicación.

● **De acuerdo a su objetivo**

● **Orientadoras:** Tienen por objeto situar a los individuos en un entorno: mapas o planos de ubicación.

● **Informativas:** Están en cualquier lugar del entorno e informan, por ejemplo, de horarios o de servicios.

● **Direccionales:** Instrumentos específicos de circulación: flechas o prohibiciones de paso.

● **Identificativas:** Son instrumentos de designación que confirman la ubicación.

● **Reguladoras:** Para salvaguardar y proteger a los usuarios. Encontramos tres tipos:

1. Preventivas
2. Restrictivas
3. Prohibitivas

● **Ornamentales:** De adorno, pero identifican de algún modo.



Imagen 12. Señalética orientadora

Fuente: <http://www.behance.net>

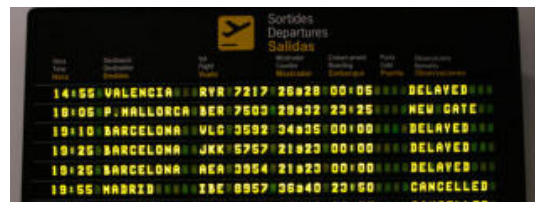


Imagen 13. Señalética informativa

Fuente: <http://www.trazacultura.es>

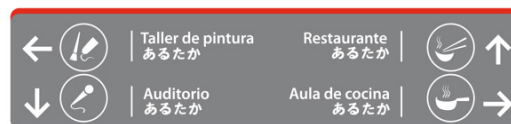


Imagen 14. Señalética direccional

Fuente: <http://www.behance.net>



Imagen 15. Señalética reguladora

Fuente: <http://www.prograf.com.mx>



● **De acuerdo a su sistema de sujeción o colocación**

- **Adosada:** Pegada, apoyada en un muro.
- **Autotransporte:** Anclada en el piso o detenida con postes.
- **De banda:** Sujeta a dos muros, columnas o postes de manera perpendicular
- **De bandera:** Anclada perpendicularmente al muro o columna de un lado.
- **Colgante:** Cuelga de arriba hacia abajo.
- **Estela de identidad:** Señal con volumen.
- **Estela directorios:** Con volumen pero solo de directorios.
- **Tijeras:** Señal doble provisional.
- **Rótulo de caja:** Caja de luz o bastidor con luz interior.
- **Pantalla terminal de datos (V. D. T.):** Volumétrica, electrónica y a base de rayos catódicos que aparecen en la pantalla.



Imagen 15. Señalética adosada  
Fuente: <http://www.utilidades.ifema.es/>



Imagen 16. Señalética colgante  
Fuente: <http://vangart.com.mx>



Imagen 18. Señalética estela de directorios  
Fuente: <http://www.prograf.com.mx>

- *Exhibidores reflectores de luz:* Se forma por medio de discos de color que responden a una corriente eléctrica.
- *De cristal líquido:* Para leerse a distancias cortas, con tipografía digital.
- *De cátodo frío:* Señales de neón (tubos de vidrio con gas, el color depende del tipo de gas).





*Imagen 19. Señalética de rótulo de caja*  
Fuente: <http://www.letrosyexhibidores.com>



*Imagen 20. Señalética de bandera*  
Fuente: <http://forum.skyscraperpage.com>



En un compilado realizado por el Lic. Rafael Quintana Orozco para la Universidad de Londres, se realizó un cuadro comparativo y distintivo entre el término señalética y señalización, con la finalidad de dejar más clara la función de la primera.

Señalización	Señalética
<p style="text-align: center;"></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior.</li> <li>2. Es un sistema determinante de conductas.</li> <li>3. El sistema es universal y está ya creado como tal íntegramente.</li> <li>4. Las señales preexisten a los problemas.</li> <li>5. Las señales han sido ya normalizadas y homologadas, y se encuentran disponibles en la industria.</li> <li>6. Es indiferente a las características del entorno.</li> <li>7. Aporta al entorno factores de uniformidad.</li> <li>8. No influye en la imagen del entorno.</li> <li>9. La señalización concluye en sí misma.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La señalética tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un entorno definido.</li> <li>2. Es un sistema optativo de acciones. Las necesidades particulares determinan el sistema.</li> <li>3. El sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular.</li> <li>4. Las señales son consecuencia de los problemas específicos.</li> <li>5. Las señales deben ser normalizadas y homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente.</li> <li>6. Se supedita a las características del entorno.</li> <li>7. Aporta factores de identidad y diferenciación.</li> <li>8. Refuerza la imagen pública.</li> <li>9. Se prolonga en los programas de identidad más amplios.</li> </ol>



## SUSTRATOS

Mitzi Sims (1991) menciona que existen diferentes materiales usados comunmente para la señalética, destacándose los siguientes:

- **Plástico:** Puede adoptar múltiples formas y sus aplicaciones son casi infinitas. Se le añaden aditivos como pigmentos, modificadores de impacto, agentes antiestáticos, etc. Es ligero, resistente a la rotura, aislante, versátil, reciclable, sencillo, económico e impermeable.

- **Acrílico:** Resistente al impacto, permite la transmisión de luz, peso ligero, resistencia química, resistencia a la intemperie, estable dimensionalmente, conduce la electricidad, se puede termoformar y moldear en frío.

- **PVC:** Sus características son resistencia, rigidez y dureza mecánicas elevadas, buen aislante eléctrico, elevada resistencia a sustancias químicas, autoextingible, impermeable a gases y líquidos, mínima absorción de agua, resistente a la acción de hongos, bacterias, insectos y roedores, fácil de pegar y soldar, resistente a la intemperie (sol, lluvia, viento y aire marino).

- **Policarbonato:** Resistencia a golpes extremadamente elevada, transparente, rigidez elevada, elevada dureza, elevada resistencia

a la deformación térmica, elevada estabilidad dimensional, buenas propiedades de aislamiento eléctrico y elevada resistencia a la intemperie.

- **Polipropileno:** Posee una gran capacidad de recuperación elástica, resiste al agua hirviendo sin deformación, gran resistencia a la penetración de los microorganismos, gran resistencia a los detergentes comerciales y debido a su densidad flota en el agua.

- **Plástico reforzado con fibra de vidrio:** Debido a su alta resistencia a la compresión, flexión e impacto, muchas veces son utilizados en estructuras; es ligero, rígido, puede ser utilizado como aislante estructural, debido a que la fibra de vidrio no conduce electricidad. Es un material que puede utilizarse como aislante para las altas temperaturas, impidiendo la transferencia de calor.

- **Fibra de vidrio:** Es posible hacer productos complejos mediante el moldeo de la fibra de vidrio, permitiendo un gran valor estético y funcional a los diseños de las piezas. Se mantiene inalterado en dimensión y forma incluso en condiciones extremas. La fibra de vidrio no se oxida, así como también muestra una excepcional resistencia a los ambientes agresivos.

- **Metal:** Bajo poder de ionización, alto peso específico, brillante, buen conductor de electricidad, dúctil y maleable. El metal tiene dos propiedades importantes: resistencia y versatilidad de formas y tamaños. Los metales más usados para los señalamientos son el acero y el aluminio.

- **Madera:** La madera se subdivide en dos grupos, la blanda y la dura; la madera debe protegerse siempre de la putrefacción y de los insectos, se puede barnizar o lacar, teñir, blanquear, pulir, aplicar con chapeado y usar combinación con otros materiales, se puede imprimir y transferir.

- **Hormigón:** Es un material dócil, durable y con resistencia térmica. Es también conocido como concreto.

- **Cerámica:** Es resistente a los cambios de temperatura, posee dureza y no se deforma.

- **Vidrio:** Es resistente a la flexión, transparente, resistente a los cambios bruscos de temperatura, permite el paso de la luz y con algunos tratamientos puede colorearse.

Cada uno de estos materiales puede ser sometido a diferentes técnicas o tratamientos para lograr el resultado deseado. Para su elección es necesario considerar el entorno en el que el sistema señalético será utilizado, con la finalidad de que no se deteriore con rapidez o pierda su efectividad.

## LINEAMIENTOS DEL DISEÑO UNIVERSAL

### I.III.IV.I USABILIDAD

Uno de los conceptos que se encuentran íntimamente ligados al diseño de señalética es la usabilidad.

De acuerdo a lo escrito por la Asociación Española de Documentación en Información, la usabilidad (anglicismo que significa “facilidad de uso”), como indican Bevan, Kirakowski, y Maissel (1991) parece tener su origen en la expresión “user friendly”. La definición más extendida es la ofrecida por la ISO, que define usabilidad como:

***“Grado de eficacia, eficiencia y satisfacción con la que usuarios específicos pueden lograr objetivos específicos, en contextos de uso específicos”.***

En la definición se puede observar que la usabilidad se compone de dos tipos de atributos:

- ***Atributos cuantificables de forma objetiva:*** como son la eficacia o número de errores cometidos por el usuario durante la realización de una tarea, y eficiencia o tiempo empleado por el usuario para la consecución de una tarea.

- ***Atributos cuantificables de forma subjetiva:*** como es la satisfacción de uso, medible a través de la interrogación al usuario, y que tiene una estrecha relación con el concepto de Usabilidad Percibida.

Como se indica, la usabilidad de una aplicación debe ser entendida siempre en relación con la forma y condiciones de uso por parte de sus usuarios, así como con las características y necesidades propias de estos usuarios. Un diseño no es en sí mismo usable: “lo es para usuarios específicos en contextos de uso específicos”.

### I.III.IV.II ACCESIBILIDAD

Un concepto íntimamente ligado al de usabilidad es el de accesibilidad. Éste ya no se refiere a la facilidad de uso, sino a la posibilidad de acceso; en concreto, a que el diseño, como prerrequisito imprescindible para ser usable, posibilite el acceso a todos sus potenciales usuarios, sin excluir a aquellos con limitaciones individuales – discapacidades, dominio del idioma, etc. – o limitaciones derivadas del contexto de acceso.

***Usabilidad se refiere a la capacidad que tiene un objeto para lograr efectivamente que un usuario específico, en un contexto específico, alcance un objetivo, lo que nos lleva a concluir que el diseño señalético debe estar enfocado a facilitar al usuario la ubicación y accesibilidad de los servicios dentro de la institución pública.***

Enfocado a lo anterior, tenemos que en el 2001 se hizo una reforma al artículo primero de la Constitución Política de nuestro país, en el cual se estipulaba lo siguiente: *Queda prohibida toda discriminación motivada por el origen étnico o nacional, el género, la edad, las capacidades diferentes, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias, el esta-*

*do civil, o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.* Con esta modificación dentro de la Constitución es que, en el 2003, surge el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (Conapred). Este organismo promulga la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación (LFPD), publicada oficialmente en el 2004. En su artículo 9 esta ley señala lo siguiente:

*Queda prohibida toda práctica discriminatoria que tenga por impedir o anular el reconocimiento o ejercicio de los derechos y la igualdad real de las oportunidades. A efecto de lo anterior, se consideran como conductas discriminatorias (entre otras):*

*Fracción XX-II: Impedir el acceso a cualquier servicio público o institución privada que preste servicios al público, así como limitar el acceso y libre desplazamiento en los espacios públicos.*

Por otro lado, el art. 13 señala:

*Los órganos públicos y las autoridades federales, en el ámbito de competencia, llevarán a cabo, entre otras, las siguientes medidas propositivas y compensatorias a favor de la*

*igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad:*

*Fracción I: Promover un entorno que permita el libre acceso y desplazamiento.*

*Fracción VII: Promover que todos los espacios e inmuebles públicos o que presten servicios al público tengan adecuaciones físicas y de señalización para su acceso, libre desplazamiento y uso.*

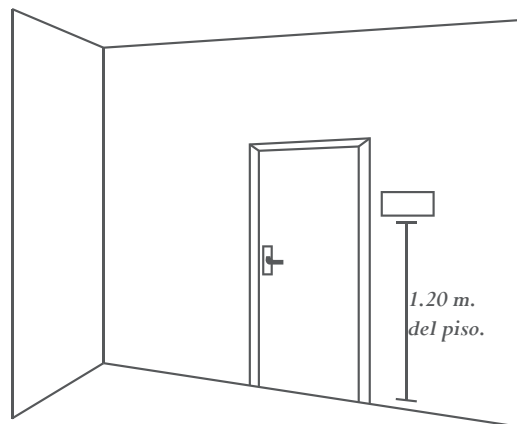
Estipulado lo anterior, en el año 2007, el Diario Oficial de la Federación publica la Norma Mexicana NMX-R-050-SCFI-2006, llamada “Accesibilidad de las personas con discapacidad a espacios construidos de servicio al público- Especificaciones de seguridad”.

En esta norma, dentro del punto 6.1.2.4, dice que:

*Los avisos táctiles deben seguir un mismo código en disposición y forma, independientemente del material utilizado.*

Por otro lado, dentro del punto 6.2. 2. 1, nos dice que:

*La señalización táctil debe ubicarse a una altura entre 0.90 m. y 1.20 m. del piso.*



*Imagen 21. Señalización táctil a 1.20 m. del piso.*

### I.III.IV.III DISEÑO UNIVERSAL

Es necesario que hablemos, así como de usabilidad, del diseño universal. De acuerdo a la Fundación SIDAR, en su artículo “Acceso Universal” (2007) el diseño universal, o diseño para todos, se centra en el diseño utilizable universalmente o por todos. El diseño universal cuenta con varios principios:

- **Uso equiparable:** El diseño es útil y vendible a personas con diferentes discapacidades.

- Que proporcione las mismas maneras de uso para todos los usuarios: idénticas cuando es posible, equivalentes cuando no lo es.
- Que evite segregación o estigmatizar a cualquier usuario.

- **Uso flexible:** El diseño se acomoda a un amplio rango de preferencias y habilidades individuales.

- Que ofrezca posibilidades de elección en los métodos de uso.
- Que pueda accederse y usarse tanto con la mano derecha como con la izquierda.
- Que facilite al usuario la exactitud y precisión.
- Que se adapte al paso o ritmo del usuario.

- **Simple e intuitivo:** El uso del diseño es fácil de entender, atendiendo a la experiencia, conocimientos, habilidades lingüísticas o grado de concentración actual del usuario.

- Que elimine la complejidad innecesaria.
- Que sea consistente con las expectativas e intuición del usuario.
- Que se acomode a un amplio rango de alfabetización y habilidades lingüísticas.
- Que dispense la información de manera consistente con su importancia.
- Que proporcione avisos eficaces y métodos de respuesta durante y tras la finalización de la tarea.

- **Información perceptible:** El diseño comunica de manera eficaz la información necesaria para el usuario, atendiendo a las condiciones ambientales o a las capacidades sensoriales del usuario.

- Que use diferentes modos para presentar de manera redundante la información esencial (gráfica, verbal o táctilmente).
- Que proporcione contraste suficiente entre la información esencial y sus alrededores.
- Que amplíe la legibilidad de la información esencial.
- Que diferencie los elementos en formas que puedan ser descritas (por ejemplo, que

haga fácil dar instrucciones o direcciones).

- Que proporcione compatibilidad con varias técnicas o dispositivos usados por personas con limitaciones sensoriales.

- **Con tolerancia al error:** El diseño minimiza los riesgos y las consecuencias adversas de acciones involuntarias o accidentales.

- Que disponga los elementos para minimizar los riesgos y errores: elementos más usados, más accesibles; y los elementos peligrosos eliminados, aislados o tapados.

- Que proporcione advertencias sobre peligros y errores.

- Que proporcione características seguras de interrupción.

- Que desaliente acciones inconscientes en tareas que requieren vigilancia.

- **Que exija poco esfuerzo físico:** El diseño puede ser usado eficaz y confortablemente y con un mínimo de fatiga.

- Que permita que el usuario mantenga una posición corporal neutra.

- Que utilice de manera razonable las fuerzas necesarias para operar.

- Que minimice las acciones repetitivas.

- Que minimice el esfuerzo físico continuo.

- **Tamaño y espacio para el acceso y uso:**

Que proporcione un tamaño y espacio apropiados para el acceso, alcance, manipulación y uso, atendiendo al tamaño del cuerpo, la postura o la movilidad del usuario.

- Que proporcione una línea de visión clara hacia los elementos importantes tanto para un usuario sentado como de pie.

- Que el alcance de cualquier componente sea confortable para cualquier usuario sentado o de pie.

- Que se acomode a variaciones de tamaño de la mano o del agarre.

- Que proporcione el espacio necesario para el uso de ayudas técnicas o de asistencia personal.

Para el diseño del sistema señalético, cubriendo los aspectos del diseño universal, resulta fundamental el lenguaje Braille. Los ciegos y débiles visuales requieren en los accesos señalización en alto relieve o en alfabeto braille, áreas libres de obstáculos que pudiesen dañarlos y avisos que les permitan conocer la presencia de bordes, rampas, escalones, etcétera.

De acuerdo a lo investigado en el sitio web del mismo, el sistema Braille es un alfabeto especialmente ideado por Louis Braille



(1809- 1852) para los invidentes. Consta de un sistema de lectura y escritura por medio de puntos. La forma de leer el alfabeto Braille es mover la mano de izquierda a derecha pasando por cada línea. En promedio los lectores de Braille pueden leer de 104 a 125 palabras por minuto. El tamaño y distribución de los 6 puntos que forman el signo generador es un proceso investigado por Louis Braille, ya que las terminaciones nerviosas de la yema de los dedos están capacitadas para captar ese tamaño. El signo generador solo permite 64 combinaciones de puntos siendo insuficientes para la variedad de letras, símbolos y números de cada idioma.

Actualmente algunos países han implementado de manera obligatoria la señalización Braille, situación que no debería de hacerse por norma u obligación ya que el sector de la población de invidentes es un sector que debemos de apoyar con herramientas necesarias para tener una calidad de vida óptima y amplias posibilidades de desarrollo en la vida cotidiana, y no ser apartados o separados de actividades que son tan capaces de realizar como los que somos afortunados de poder ver.

Considerando la falta de especificaciones en la Norma Federal para la señalización ade-

cuada para las personas con discapacidad visual dentro de espacios públicos, Muriá Vila y Olivares Villagomez (2001) publicaron un artículo de investigación en la UNAM, el cual señala que:

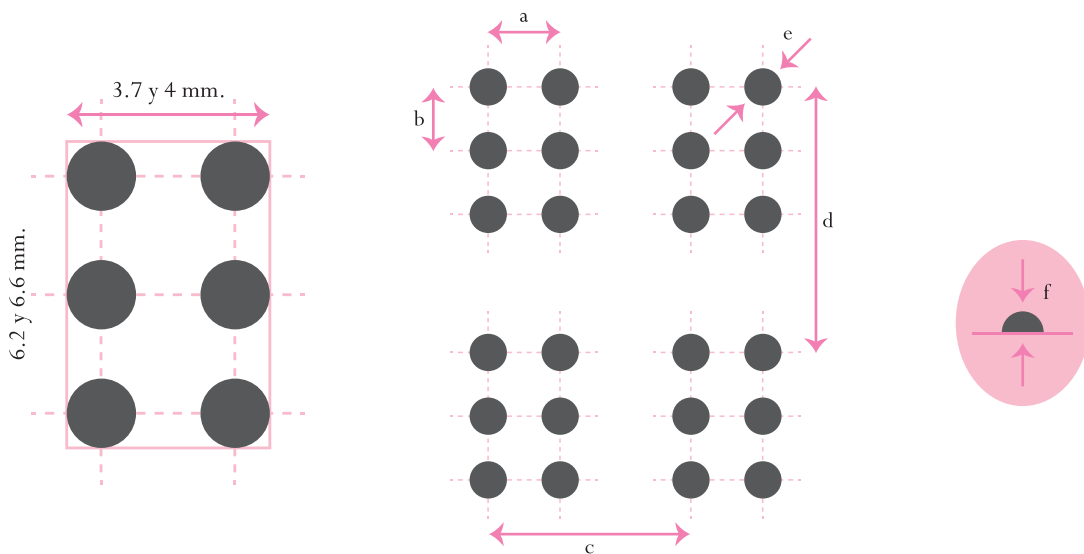
*“Los requerimientos para las personas con discapacidad visual dentro de una institución de salud pública son:*

- *Señalización en lenguaje Braille a 140 cm de altura del nivel de piso terminado.*
- *Las señales táctiles deberán realizarse en relieve contrastado, no lacerante y de dimensiones abarcables.*
- *Pasamanos tubulares continuos de 3.8 cm de diámetro, colocados a 75 y 90 cm de altura, separados 5 cm de la pared.*
- *Señalización conductiva.”*

Como se menciona anteriormente, la escritura en lenguaje Braille mantendrá siempre un tamaño estándar dentro de sus caracteres, con la finalidad de que la lectura no se dificulte ni presente variaciones para las personas ciegas. De acuerdo a la Organización Nacional de Ciegos Españoles, ONCE (2006), las medidas de las inscripciones en Braille dentro de la señalización serán las siguientes:

### Dimensiones de la celda braille:

- **Alto:** entre 6,2 mm y 6,6 mm.
- **Ancho:** entre 3,7 mm y 4,0 mm.
- A = Distancia horizontal entre los centros de puntos contiguos de la misma celda: de 2,5 a 2,6 mm.
- B = Distancia vertical entre los centros de puntos contiguos de la misma celda: de 2,5 a 2,6 mm.
- C = Distancia entre los centros de puntos en idéntica posición en celdas contiguas: de 6,0 a 6,1 mm.
- D = Distancia entre los centros de puntos en idéntica posición en líneas contiguas: de 10,0 a 10,8 mm.
- E = Diámetro de la base de los puntos: entre 1,2 y 1,5 mm.
- F = Altura del relieve de los puntos: de 0,50 mm a 0,65 mm.



*\*El espacio en blanco que separa palabras debe ser considerado como un carácter braille y, por tanto, reproducir las dimensiones del mismo aunque no contenga ningún punto en relieve.*

## ALFABETO BRAILLE

Signo      ● ●  
generador   ● ●  
Braille     ● ●

a	b	c	d	e	f	g
h	i	j	k	l	m	n
o	p	q	r	s	t	u
v	w	x	y	z		

## EJEMPLOS DE BRAILLE APLICADO A SEÑALÉTICA

Con lo anterior tenemos que para diseñar un sistema señalético para el Hospital de la Mujer, además de considerar la coherencia en la imagen visual, es necesario tener en cuenta las especificaciones que por ley se necesitan. El sistema señalético deberá facilitar el uso de las instalaciones de la institución a las personas con discapacidad visual, por lo que dentro del proyecto no solamente se realizará el diseño sino que se propondrá la ubicación del mismo dentro del Hospital.



*Imágenes tomadas dentro del “Hospital amigo del niño y de la madre” en la ciudad de Poza Rica, Veracruz.*

## SEÑALÉTICA SIN LINEAMIENTOS DE DISEÑO UNIVERSAL DENTRO DEL HOSPITAL DE LA MUJER



Imágenes tomadas dentro del "Hospital de la mujer". Se observa una altura inadecuada en la ubicación de la señalética, falta de unidad gráfica con el identificador actual y no cuenta con señalización en Braille.



# Proceso metodológico



*II.1 DISEÑO DE  
INSTRUMENTOS*



## ENCUESTA

Para poder contextualizar la situación actual de la imagen del hospital se desarrollaron una serie de instrumentos de investigación y análisis para conocer el posicionamiento del identificador en los usuarios, el origen y descripción del mismo, así como la comparativa con otros hospitales similares.

El primer instrumento diseñado fue una encuesta, compuesta de cuatro sencillas preguntas para conocer la opinión del público. No se les cuestiona acerca de aspectos de diseño, ya que lo único que se pretende es saber qué tan posicionada está la imagen gráfica del hospital.

### ● **Encuesta:**

1.- *¿Conoce usted el logotipo del Hospital de la Mujer?*

SÍ \_\_\_\_\_ ¿Podría describirlo?  
NO \_\_\_\_\_

2.- *¿Considera que el logotipo es atractivo?*

SÍ \_\_\_\_\_  
NO \_\_\_\_\_

3.- *¿Ha visto el logotipo del Hospital de la Mujer en la televisión u otro medio de comunicación?*

SÍ \_\_\_\_\_ ¿En cuál? \_\_\_\_\_  
NO \_\_\_\_\_

4.- *¿Cree que el logotipo necesite un cambio?*

SÍ \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
NO \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

*\*Se utiliza el término “logotipo” ya que el público está familiarizado con él, no así con el término adecuado que sería “identificador”.*





## ENTREVISTA

El segundo instrumento diseñado fue una entrevista, la cual, por su naturaleza, sería aplicada a la directora del hospital, por considerarse la más calificada para responder. La entrevista consta de ocho preguntas por medio de las cuales se pretende conocer más acerca del origen del identificador. Así mismo esta entrevista funcionaría como brief para el rediseño.

### ● **Entrevista:**

Nombre: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

- 1.- ¿Quién realizó el logotipo actual del hospital?
- 2.- ¿Desde cuándo se utiliza este logotipo dentro del hospital?
- 3.- ¿Qué se pretende comunicar/transmitir con esta imagen?
- 4.- ¿El logotipo actual es utilizado en todas las aplicaciones, como en medios de comunicación, artículos promocionales, uniformes del personal, etc.?
- 5.- ¿Se ha pensado en realizarle alguna modificación? ¿Por qué?
- 6.- ¿Conoce los logotipos de otras instituciones de salud similares al Hospital de la Mujer?  
¿Cuáles?
- 7.- ¿Existe un manual de identidad corporativa?
- 8.- ¿Qué aplicaciones del logotipo se han hecho?

*\*Se utiliza el término “logotipo” ya que el público está familiarizado con él, no así con el término adecuado que sería “identificador”.*



## ANÁLISIS COMPARATIVO

El último instrumento diseñado fue el de análisis de imagen. A través de este instrumento se realiza la observación del identificador de otros hospitales con especialización similar, así como también se haría un análisis del actual del Hospital de la Mujer, para poder identificar claramente sus fallas.

- **Análisis:**

INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN DE FORMA DEL IDENTIFICADOR	TIPOGRAFÍA	COLORES	¿RESULTA ATRACTIVO VISUALMENTE?	OTROS DATOS
Hospital de la Mujer (Morelia, Mich.)					
Hospital de la Mujer (México, D.F)					
Hospital Ginequito (Monterrey, N.L)					
Hospital de la Mujer y el Niño (Tijuana, B.C)					

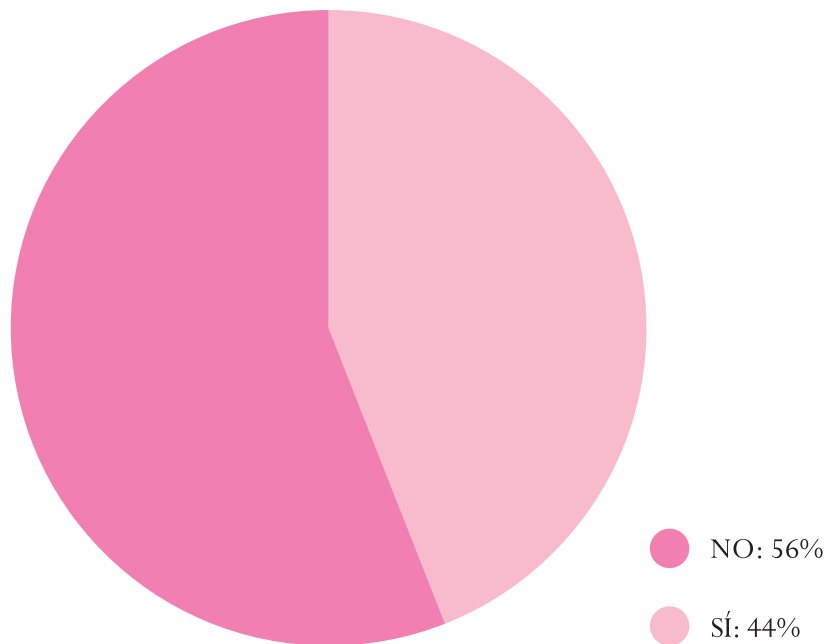


*II.II  
PRESENTACIÓN E  
INTERPRETACIÓN  
DE RESULTADOS*

## ENCUESTA

Se considera que el hospital recibe un promedio de 250 pacientes al día, por lo que la muestra para ser encuestada se conformó de un 10% de esta cifra. Así tenemos que 25 personas fueron las que participaron de la encuesta. Los encuestados fueron elegidos al azar, con el único requisito de encontrarse dentro de las instalaciones del hospital.

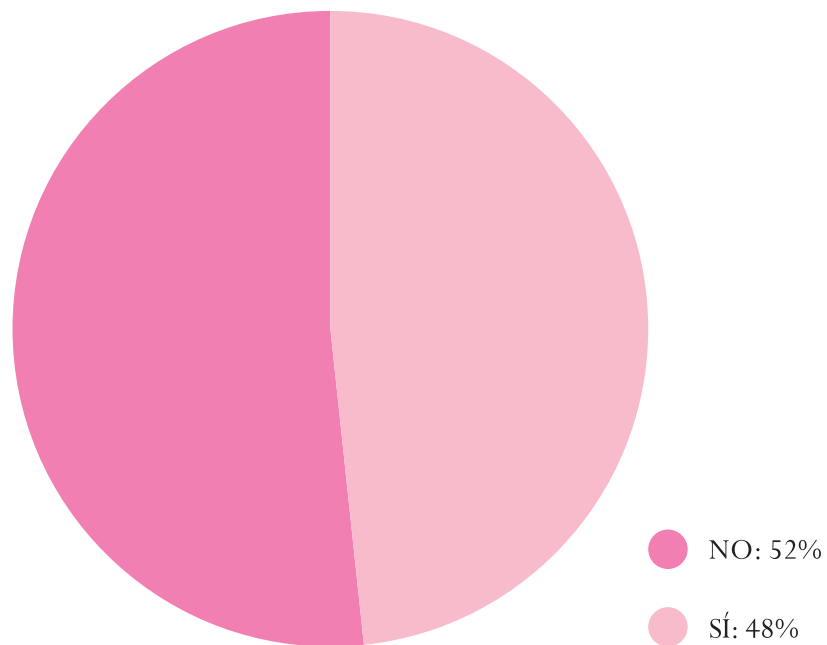
● **PREGUNTA No. 1: ¿Conoce usted el logotipo del Hospital de la Mujer?**



De acuerdo a la encuesta, tenemos que el 56% de la muestra encuestada no conocen el identificador del hospital; mientras que el 44% sí tienen conocimiento del logotipo del hospital. Al 44% que contestó positivo y se le

pidió describirlo, en su mayoría el único dato que pudieron aportar fue que contenía la imagen de una mujer. Al 56% que respondió negativo se le mostró el logotipo para que pudieran responder las siguientes preguntas.

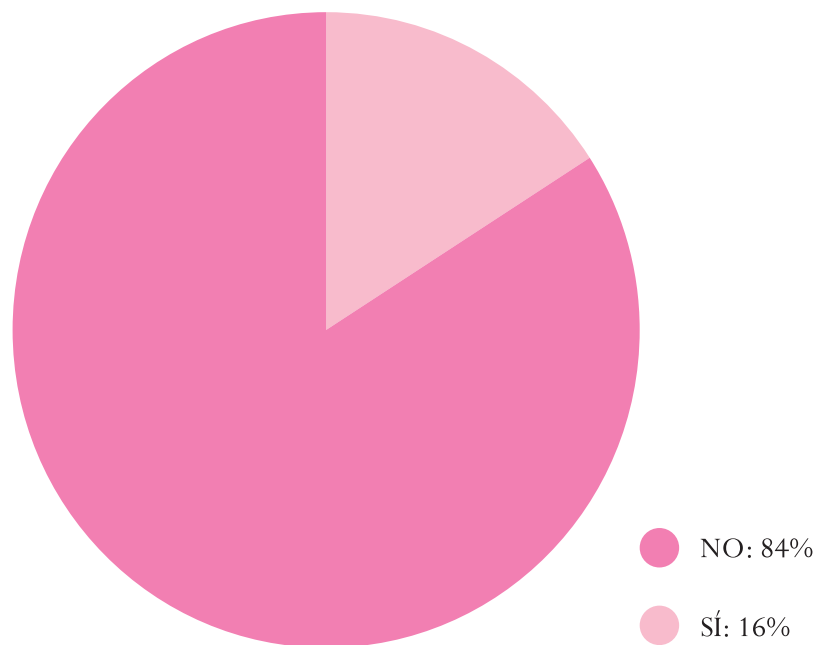
● **PREGUNTA No. 2: ¿Considera que el logotipo es atractivo?**



De acuerdo a los encuestados, el 52% no considera atractivo el identificador del hospital. Por el contrario, al 48% sí les resulta atractivo. Esta opinión es basada en un criterio personal, tomando en cuenta los colores, la

imagen, el tipo de letra, etc. No se da ningún motivo que haga referencia a que el diseño está mal aplicado, que no resulta fácilmente reproducible, etc.

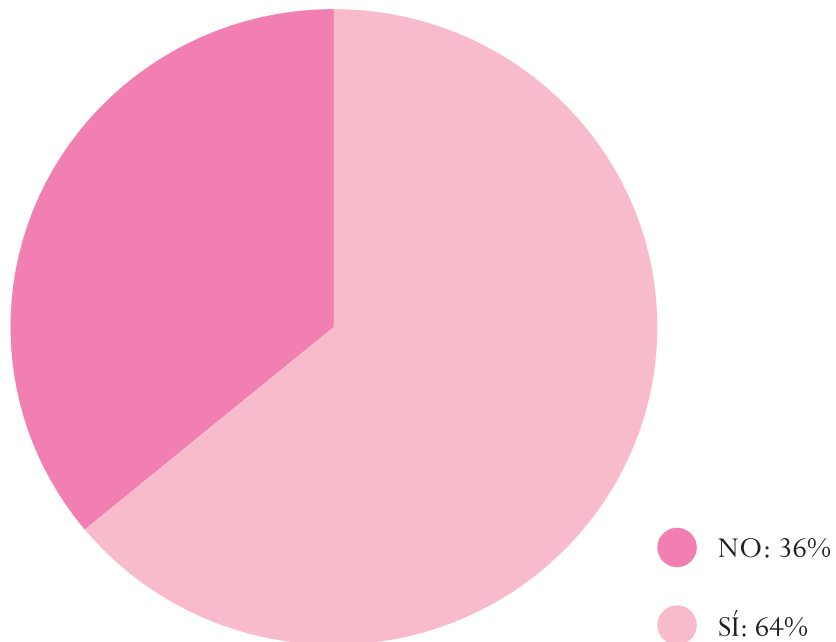
● **PREGUNTA No. 3: ¿Ha visto el logotipo del Hospital de la Mujer en la televisión u otro medio de comunicación?**



Los resultados de la encuesta arrojan que el 84% de la muestra no han visto que el identificador aparezca en algún medio de comunicación; mientras que el 16% en alguna ocasión lo han visto en algún medio. En las

respuestas positivas se mencionaron algunos artículos publicitarios, así como material informativo (folletos, pósters, trípticos).

● **PREGUNTA No. 4: ¿Cree que el logotipo necesite un cambio?**



El 36% de la muestra encuestada coincide en que el identificador no necesita ningún cambio. El porcentaje restante, 64% considera que sí es necesario un cambio. Las respuestas positivas mencionan que necesita un cambio para llamar más la atención o simplemente porque no les gusta tal como está en la actualidad.

De lo observado al analizar los datos de la encuesta, nos damos cuenta de que el identificador actual del Hospital de la Mujer tiene poco posicionamiento. La gente no cree que necesite un cambio, a pesar de que en su mayoría los encuestados no consideran que sea un identificador atractivo.

## ENTREVISTA

**Nombre:** Dra. Yara Pineda Márquez

**Cargo:** Directora del hospital

**1.- ¿Quién realizó el logotipo actual del hospital?**

No cuento con el dato exacto de quién fue el encargado de realizar el logotipo.

**2.- ¿Desde cuándo se utiliza este logotipo dentro del hospital?**

Desde que comenzó el hospital se ha tenido ese logo, fue poco después de que se fundó cuando lo realizaron.

**3.- ¿Qué se pretende comunicar/transmitir con esta imagen?**

Pues se pretende que las mujeres se identifiquen, ya que la imagen utilizada es la de una mujer, además de que está bajo el resguardo de un arco, por lo que las mujeres pueden sentirse protegidas.

**4.- ¿El logotipo actual es utilizado en todas las aplicaciones, como en medios de comunicación, artículos promocionales, uniformes del personal, etc.?**

Básicamente sí, lo utilizamos en todo lo que se ocupe, dentro del hospital o fuera de él.

**5.- ¿Se ha pensado en realizarle alguna modificación? ¿Por qué?**

Pues ahorita no, no tenemos problema con él. Aparte la gente ya se acostumbró a verlo.

**6.- ¿Conoce los logotipos de otras instituciones de salud similares al Hospital de la Mujer? ¿Cuáles?**

Honestamente no, sólo he visto el logotipo de la Cruz Roja, Star Médica y otros hospitales, pero de uno como éste no.

**7.- ¿Existe un manual de identidad corporativa?**

Creo que no, solo contamos con el logotipo y ya.



**8.- *¿Qué aplicaciones del logotipo se han hecho?***

Pues en cosas del hospital, pósters o ese tipo de cosas.

De acuerdo a los datos recolectados en esta entrevista, podemos darnos cuenta de que no se tiene demasiada información acerca del identificador actual; así mismo, es claro que no existió una metodología previa al diseño del mismo, por lo que ahora presenta deficiencias de imagen. También, a partir de esta entrevista podemos conocer qué es lo que se pretende transmitir al público con el logotipo del hospital.

## ANÁLISIS COMPARATIVO



Hospital de la Mujer (Morelia, Mich.)	
<b>DESCRIPCIÓN DE FORMA DEL IDENTIFICADOR</b>	Lo que observamos en el isotipo es la fotografía de una escultura inspirada en una obra de Alfredo Zalce, representando a una mujer sentada con el torso desnudo, proyectando su sombra en la parte de atrás. La fotografía tiene un arco envolvente, el cual forma el rostro de perfil de una mujer.
<b>TIPOGRAFÍA</b>	Utiliza tipografía de palo seco light para la primera parte del nombre y bold para la segunda. Divide el nombre con una línea entre la primera parte y la segunda.
<b>COLORES</b>	El color que capta más la atención es el rojo oscuro del nombre. También tiene un degradado de gris a azul en la parte superior, específicamente en el arco.
<b>¿RESULTA ATRACTIVO VISUALMENTE?</b>	Al ser un identificador que utiliza una fotografía, dificulta un poco su identificación. Carece un poco de unidad visual, ya que el acomodo del nombre no es el más óptimo.
<b>OTROS DATOS</b>	Es un identificador que resulta de difícil reproducción por la utilización de una fotografía como elemento principal.



**Hospital de la Mujer**

Hospital de la Mujer (México, D.F)	
<b>DESCRIPCIÓN DE FORMA DEL IDENTIFICADOR</b>	El isotipo del hospital es una imagen de apariencia azteca. Simula la forma de una persona vestida con traje característico de esa cultura. Al parecer es un médico o chamán, ya que se encuentra frente a una planta, observándola y analizándola.
<b>TIPOGRAFÍA</b>	La tipografía utilizada es de palo seco. El nombre aparece en la parte de abajo de forma sencilla.
<b>COLORES</b>	La tipografía está en color negro, contrastando con la gama de colores cálidos del isotipo, destacando el rojo y el amarillo.
<b>¿RESULTA ATRACTIVO VISUALMENTE?</b>	Visualmente resulta complicado de descifrar, ya que tiene muchos elementos y formas rebuscadas. Le falta unidad visual, ya que la tipografía y el isotipo parecen ajenos el uno del otro.
<b>OTROS DATOS</b>	No resulta fácil pensar en un hospital al observar este identificador. La imagen no guarda aparente relación hacia el tipo de institución que se trata.



Hospital Ginequito (Monterrey, N.L.)	
<b>DESCRIPCIÓN DE FORMA DEL IDENTIFICADOR</b>	El isotipo del hospital es una letra G mayúscula modificada en el brazo para formar una cruz. Las líneas que conforman la G son suaves, con terminaciones redondeadas.
<b>TIPOGRAFÍA</b>	Siguiendo la línea de la G del isotipo, se utiliza una tipografía redondeada, de caja alta y palo seco, tanto en el nombre como en la descripción en la parte inferior.
<b>COLORES</b>	Se utiliza el color verde claro para el isotipo, junto con un azul también claro. La tipografía maneja el color azul marino y gris, dándole más peso al primero, por ser el que se utiliza en el nombre.
<b>¿RESULTA ATRACTIVO VISUALMENTE?</b>	Resulta atractivo visualmente y equilibrado tanto en la gama cromática como en la composición.
<b>OTROS DATOS</b>	Si bien son pocos los elementos utilizados, el logotipo logra de forma sencilla atraer visualmente y asociarlo al tipo de empresa que representa. Está bien diseñado y funciona perfectamente.



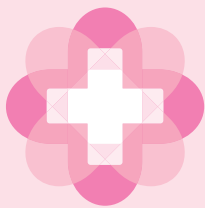
Hospital de la Mujer y el Niño (Tijuana, B.C)	
<b>DESCRIPCIÓN DE FORMA DEL IDENTIFICADOR</b>	El isotipo es una abstracción de una mujer con un niño en brazos. Utiliza líneas suaves y curvas. La imagen tiene algunos problemas de trazo.
<b>TIPOGRAFÍA</b>	Maneja una tipografía de palo seco. La letra H y N del logotipo están modificadas, utilizando una extensión de las líneas del isotipo para formarse y darle unidad. La palabra "hospital" utiliza negritas. La M en las iniciales de la parte superior se ve modificada para servir de soporte al isotipo.
<b>COLORES</b>	El color predominante es el verde oscuro, utilizado para resaltar la tipografía. El isotipo aparece en color rosa oscuro y rosa claro, siendo este último poco visible. Maneja un contraste cálido y el color en el texto de la parte inferior dificulta un poco la lectura.
<b>¿RESULTA ATRACTIVO VISUALMENTE?</b>	Visualmente tiene unidad entre isotipo y tipografía. La legibilidad es buena y se asocia fácilmente al tipo de institución. Los colores aportan seriedad y las líneas curvas del isotipo se equilibran con lo cuadrado de la tipografía.
<b>OTROS DATOS</b>	Quizá las modificaciones en la letra H y N no están bien ejecutadas, ya que no se distingue que se trata de esas letras a primera vista.

De acuerdo a lo analizado en los identificadores podemos darnos cuenta de que la mayoría de ellos no se apegan a los lineamientos de diseño. Las tipografías, colores y formas utilizadas no favorecen adecuadamente la identificación y asociación de las instituciones.

En el caso particular del Hospital de la Mujer de la ciudad de Morelia, objeto de estudio para esta tesis, el identificador se sale completamente de los lineamientos estéticos y funcionales. La reproducción del mismo en diversos sustratos se ve comprometida por la utilización de una fotografía como isotipo. La tipografía, si bien es legible, no se apegan a ninguna retícula. En cuanto a la gama cromática, no es fácil asociarla con la naturaleza de la institución. Con el rediseño se pretende lograr un identificador cuyo isotipo, tipografía y gama cromática se apeguen a los principios del diseño, así como también se pretende dejar una imagen más limpia, estética, pregnante y comprensible.



# Desarrollo de proyecto



*III.1 CREACIÓN  
DE LOGOTIPO*



Hospital  
de la Mujer

Seguridad  
Salud  
Confianza  
Cuidados  
Atención  
Responsabilidad  
Respeto  
Accesibilidad

## Conceptos



Cruz griega: Desde tiempos remotos, el área hospitalaria y tema de salud se han asociado a este símbolo. En cualquier lugar que se coloque, inmediatamente nos hace asociarlo con cuidados y atenciones médicas.



Curitas/ banditas adhesivas: Es fácil relacionar este elemento con la salud y cuidados a la misma. Nos hace pensar en la pronta atención y precauciones que se tienen cuando hay una emergencia.



Cápsula de medicina: Cuando acudimos a un hospital buscamos que se nos atienda y se nos de lo necesario para continuar con el tratamiento. Por eso siempre va ligada la imagen de medicina a la idea de atención hospitalaria.

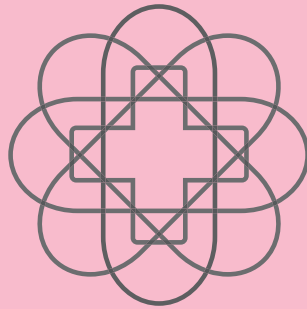


Corazón: Asociado a la mujer, el amor, el cuidado, lo maternal.



Flor: La abstracción de la flor siempre se ha asociado a la femineidad, desde la antigüedad. La flor representa la anatomía de la mujer, lo saludable de ésta, lo fecundo.

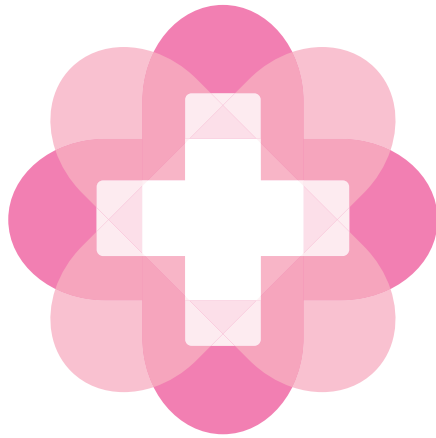
Isotipo



Logotipo

HOSPITAL  
DE LA MUJER

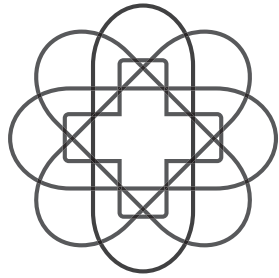
*IMAGOTIPO*



---

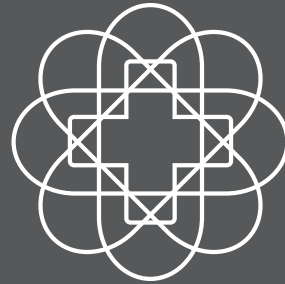
HOSPITAL  
DE LA MUJER

*POSITIVO, NEGATIVO Y  
ESCALA DE GRISES*



---

HOSPITAL  
DE LA MUJER



---

HOSPITAL  
DE LA MUJER



---

HOSPITAL  
DE LA MUJER

# TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL



*Trajan Pro Regular*

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

.,;:-\_+!¿?&\${%/()=<>



*Trajan Pro Bold*

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

.,;:-\_+!¿?&\${%/()=<>

# TIPOGRAFÍA SECUNDARIA



*Perpetua Regular*

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

.,;:-\_+!¿?&\$%/()=<>



***Perpetua Bold***

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**

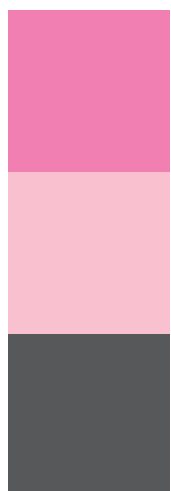
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

**.,;:-\_+!¿?&\$%/()=<>**





*CÓDIGO  
CROMÁTICO*

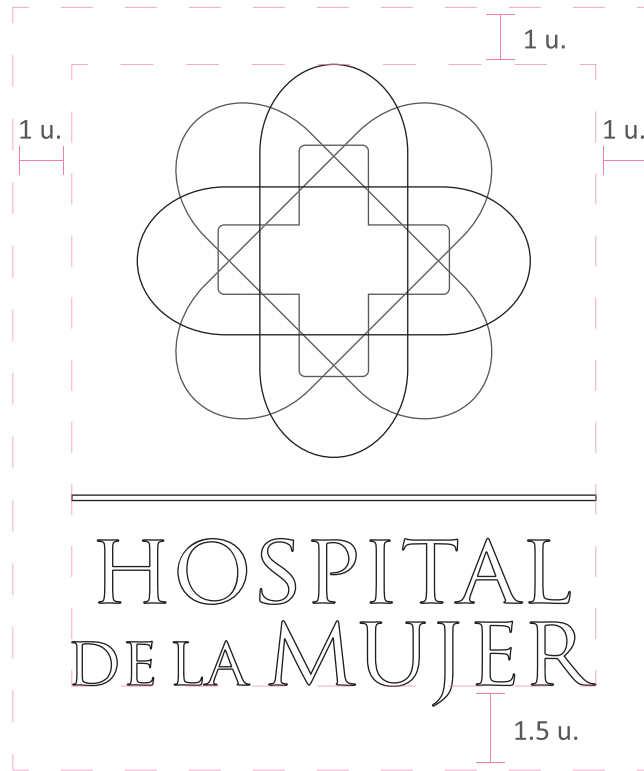
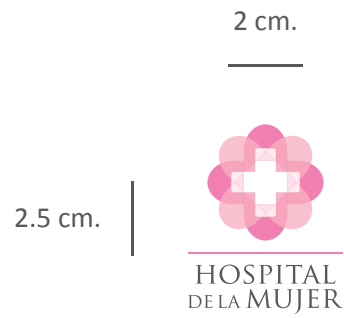


PANTONE 211 C

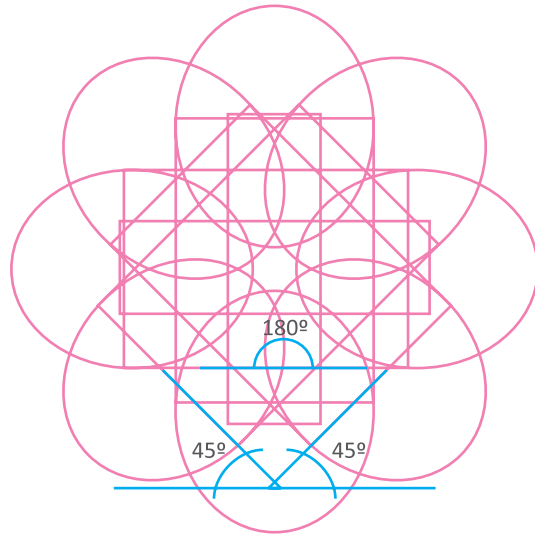
PANTONE 182 C 80%

PANTONE 425 C

## REDUCCIÓN MÍNIMA Y ÁREA DE AISLAMIENTO



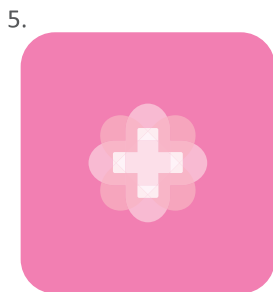
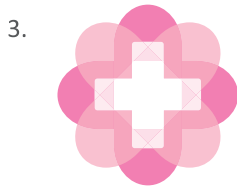
RED DE TRAZO



---

HOSPITAL  
DE LA MUJER

## USOS ADECUADOS



1. Uso vertical / 2. Uso horizontal / 3. Uso del imagotipo / 4. Uso sobre fondo de color  
5. Sobre fondo color PANTONE 211C / 6. Sobre fondo color PANTONE 182C 45%

*HOJA MEMBRETADA  
TAMAÑO CARTA*



HOSPITAL  
DE LA MUJER

21.6 cm

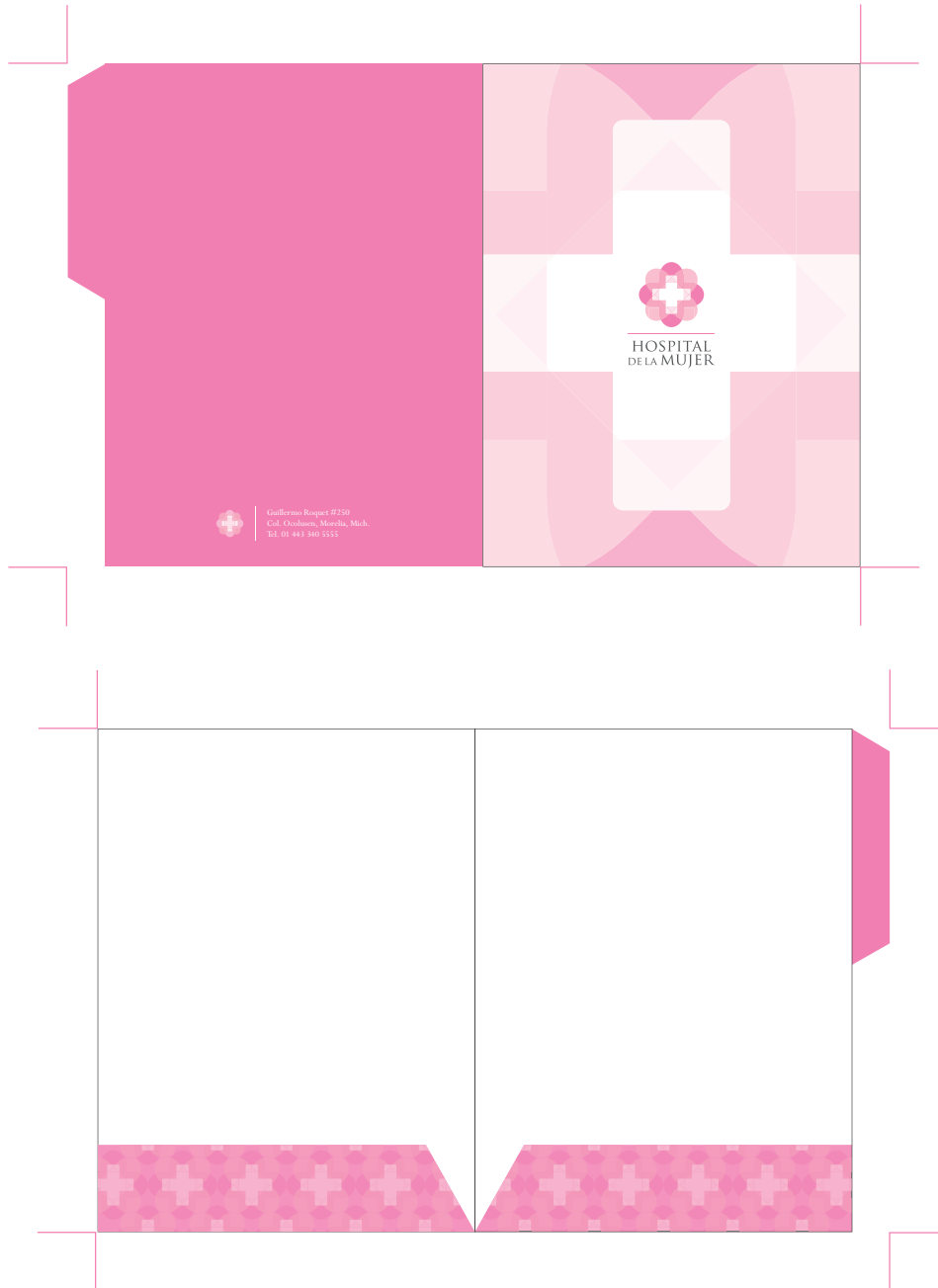


Guillermo Roquet #250  
Col. Ocolusen, Morelia, Mich.  
Td. 01 443 340 5555

28 cm

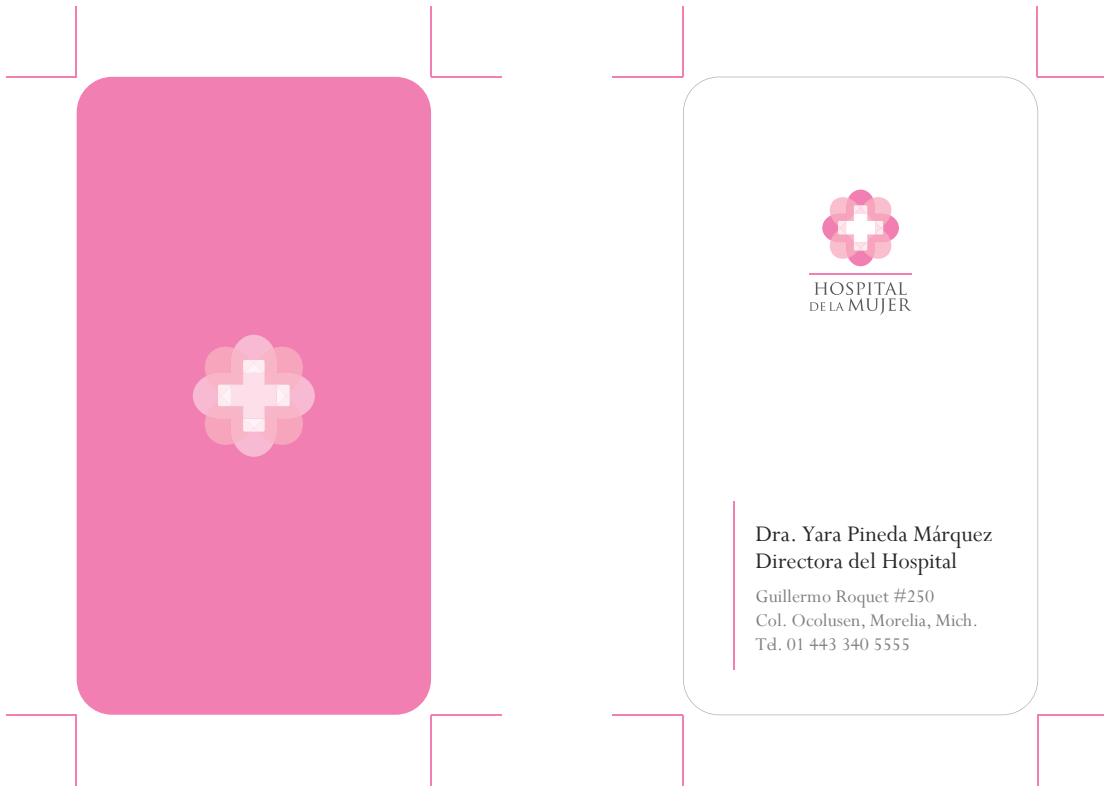
En papel bond de 90 grs. y en modo de impresión selección de color o digital.

## FOLDER TAMAÑO CARTA



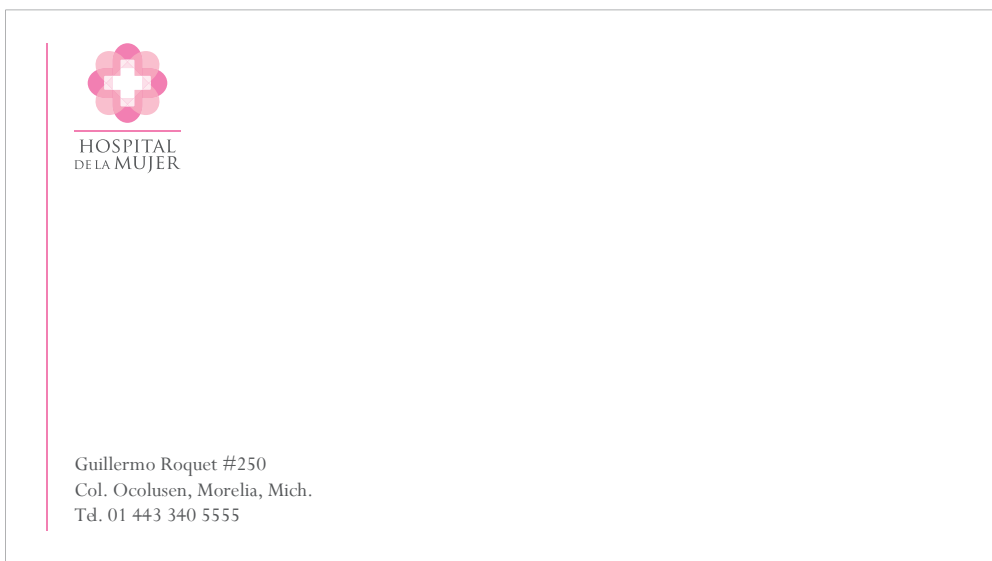
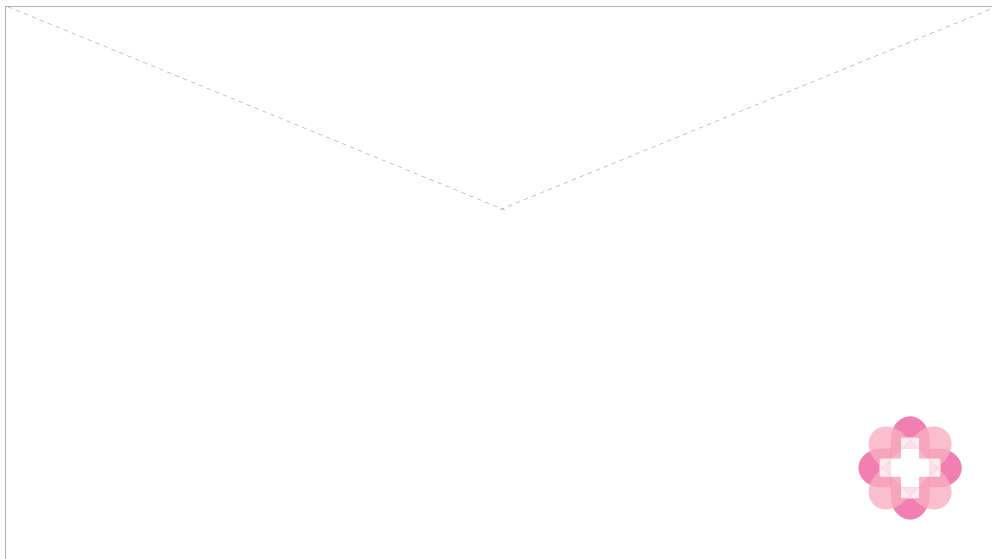
Tamaño extendido: 22.8 cms. x 61 cms. Impreso en couché de 250 grs. con acabado laminado, a selección de color o digital, con los respectivos suajes.

## TARJETA DE PRESENTACIÓN



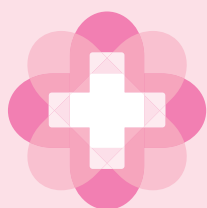
Tamaño 9 cms. x 5 cms. Cartulina couché de 300 grs. y laminado a selección de color, con suaje redondo en las esquinas.

## *SOBRE TAMAÑO CARTA*



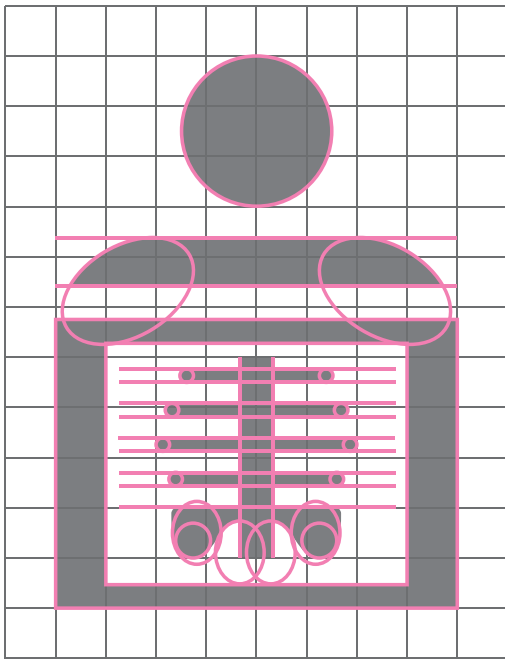
En papel bond de 90 gr. y en modo de impresión selección de color o digital.



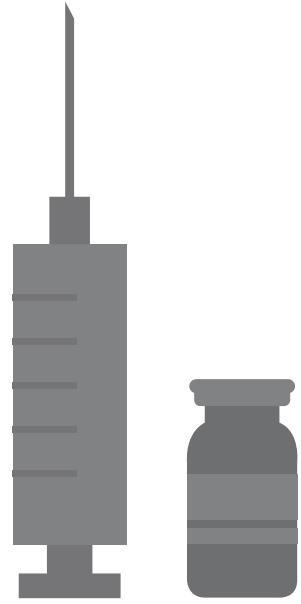
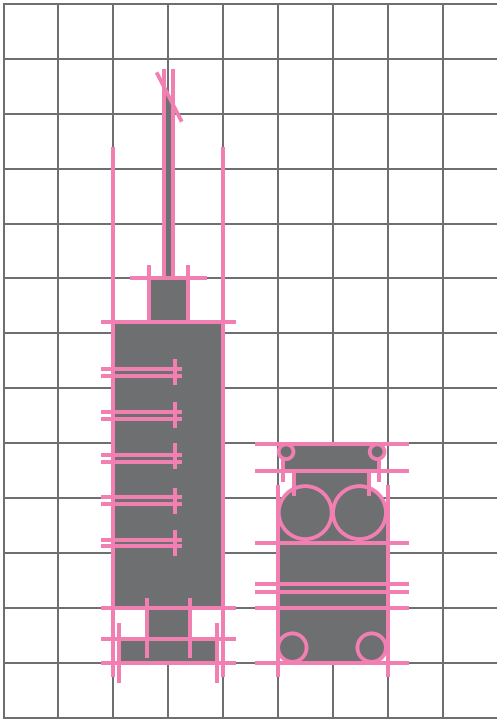


*III.II PROPUESTA  
DE SISTEMA  
SEÑALÉTICO*

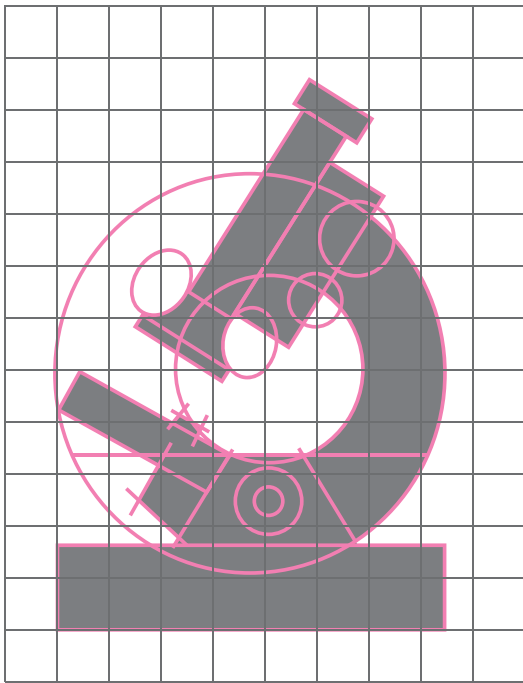
## PICTOGRAMAS



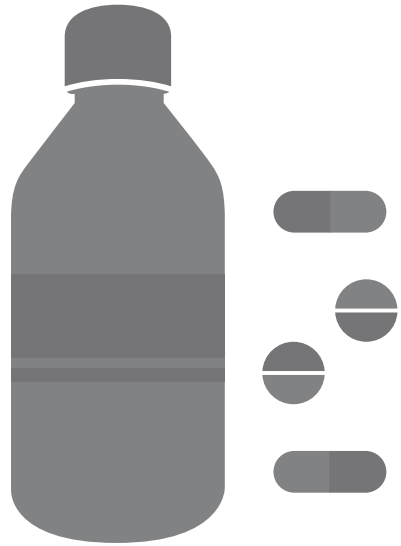
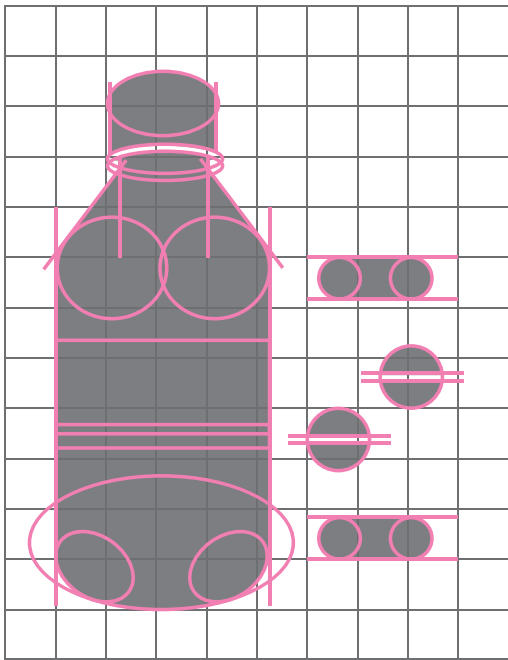
Sala de rayos X



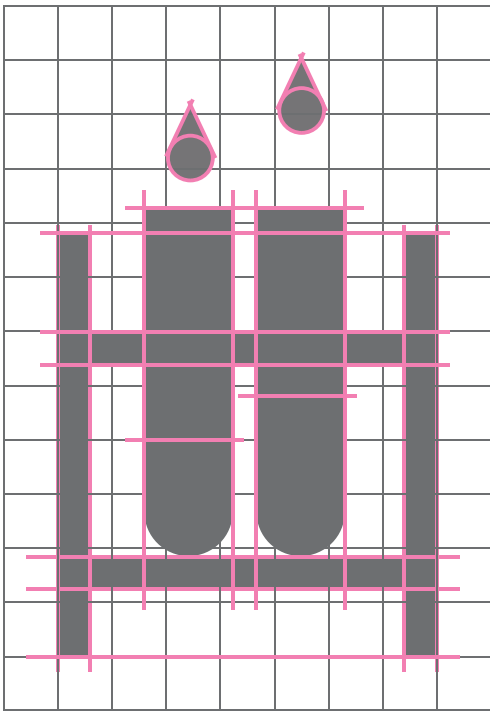
Vacunación



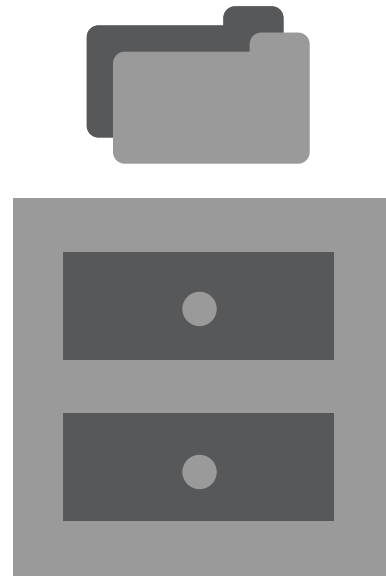
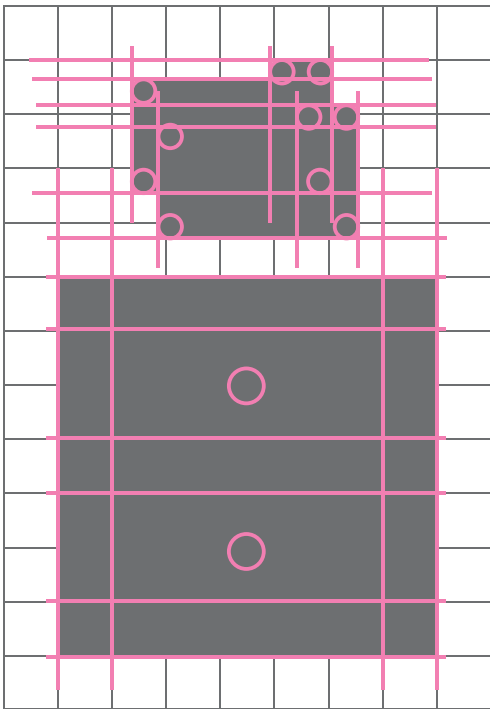
Laboratorio clínico



Farmacia



Toma de muestras sanguíneas



Archivo clínico

## TIPOGRAFÍA



*Arial Rounded MT Bold*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

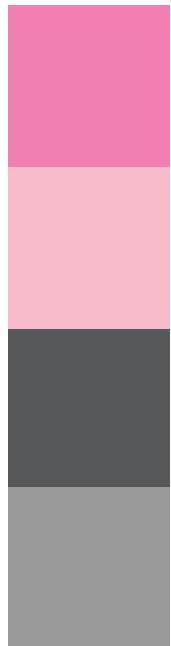
**1234567890**

**.,;:-\_+!¿?&\$%/()=<>**





*CÓDIGO  
CROMÁTICO*



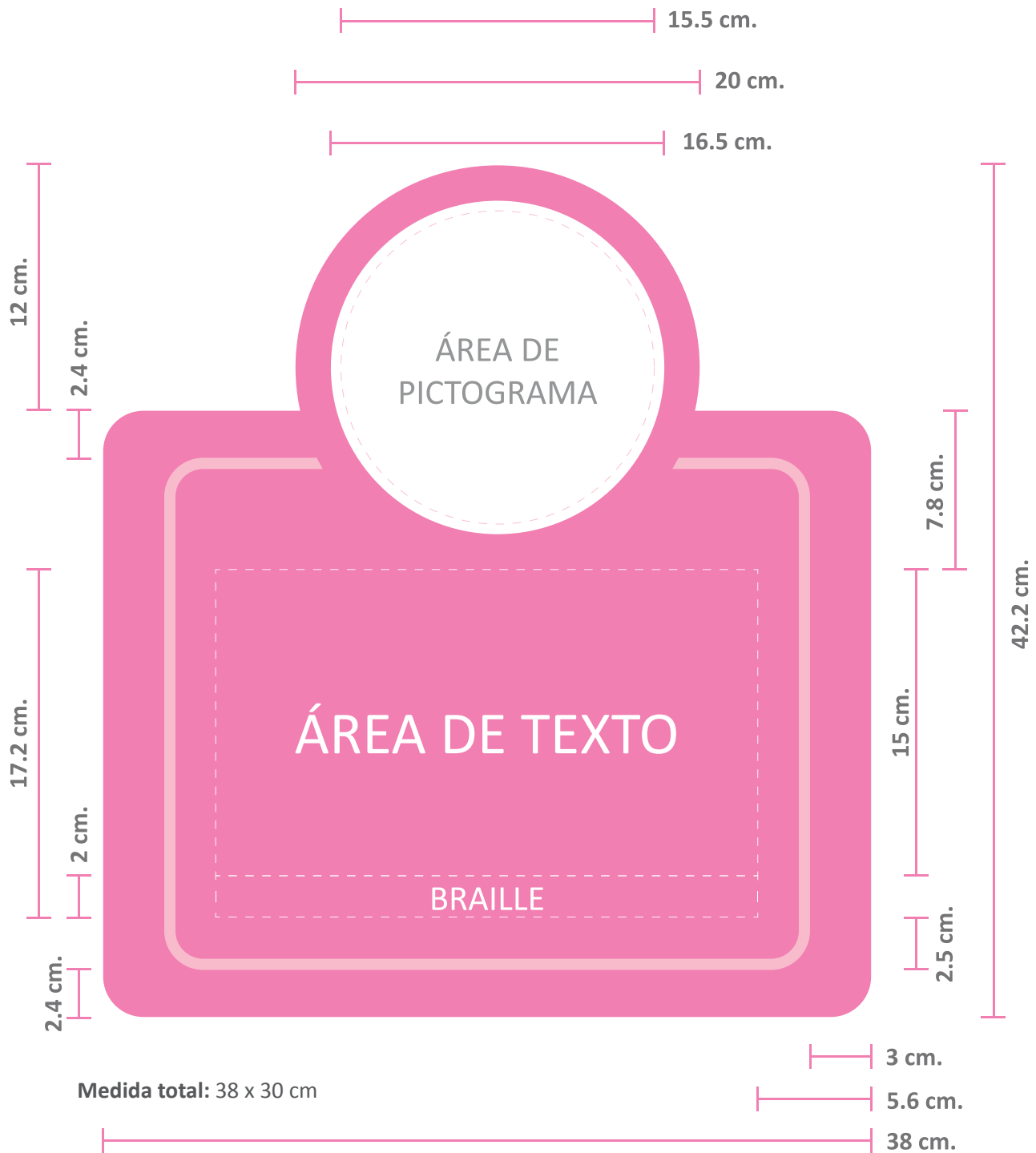
PANTONE 211 C

PANTONE 182 C 80%

PANTONE 425 C

PANTONE 425 C  
al 75%

## CONSTRUCCIÓN DE SEÑALÉTICA

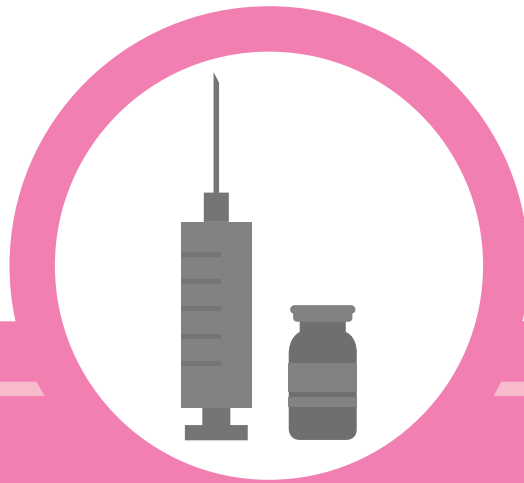


## SEÑALÉTICA



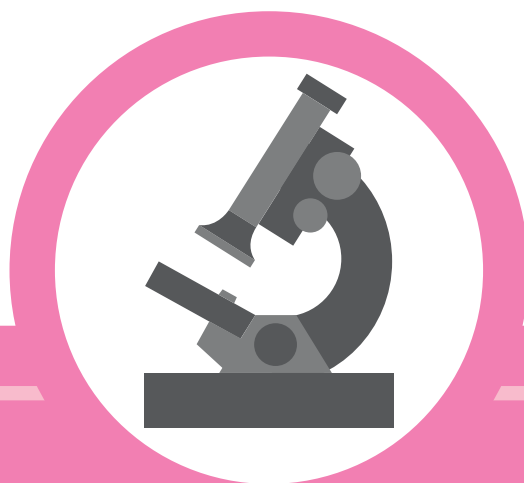
### ESPECIFICACIONES:

*Señalética identificativa in situ* / **Material:** Acrílico / **Montaje:** Adosada en pared



# VACUNACIÓN

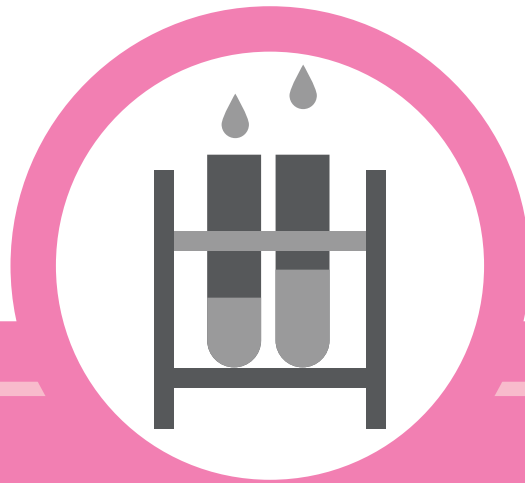
U77777777



# LABORATORIO CLÍNICO

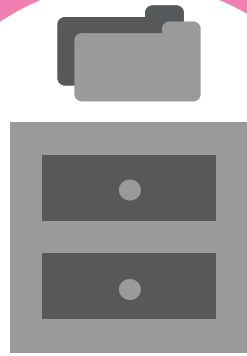
PROFESORADO: ALBERTO





# TOMA DE MUESTRAS SANGUÍNEAS

CON EL MÉTODO ESTÁNDAR

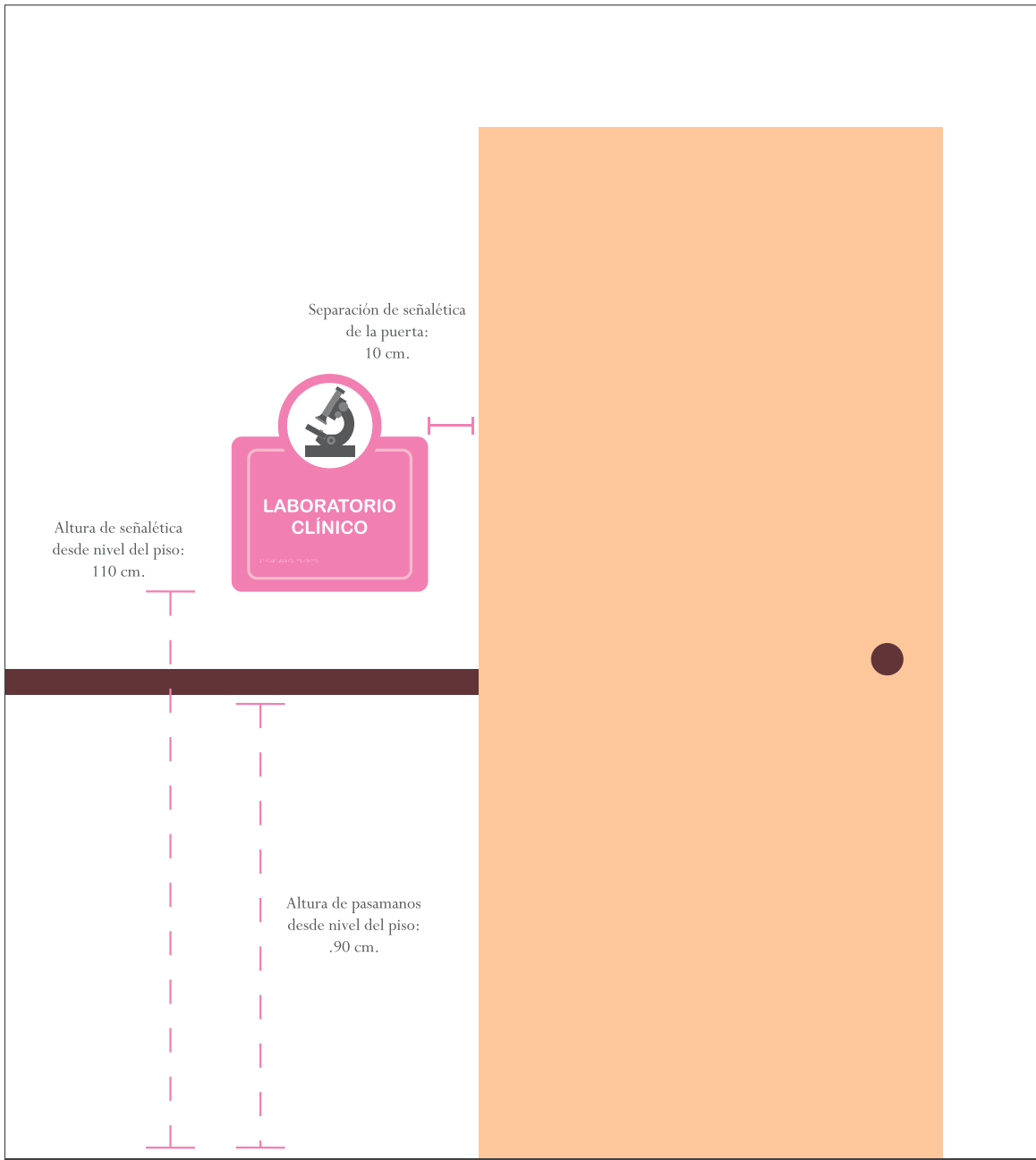


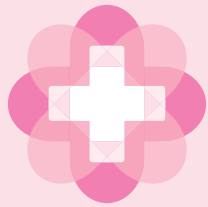
# ARCHIVO CLÍNICO

1874070707070



## MONTAJE ILUSTRATIVO DE UBICACIÓN DE SEÑALÉTICA







## CONCLUSIONES

A lo largo de esta investigación el principal objetivo fue realizar un identificador acorde al Hospital de la Mujer, así como un sistema señalético cuyos lineamientos se apegaran a los del diseño universal. Partiendo de la premisa de que el actual identificador de la institución no cumple los requerimientos básicos de diseño para una imagen de este tipo, y después de realizar una investigación teórica a fondo, se diseñó una serie de instrumentos metodológicos por medio de los cuáles se conocería la situación actual de la imagen desde la perspectiva del público meta y su posición respecto a la competencia dentro del área hospitalaria en el país.

Después de aplicados los instrumentos, y junto con la teoría previamente mencionada, se reveló que la premisa era acertada y que se requería un cambio; así mismo se determinaron los lineamientos para poder realizar tanto identificador como sistema señalético. Dentro de este último, lo más importante a considerar eran los aspectos de accesibilidad necesarios para personas con discapacidad visual, esto es, lenguaje Braille y cuestiones de ubicación.

Así es como se llegó al resultado final, obteniendo un identificador que, primeramente, cumple con las funciones estéticas del diseño

gráfico; así mismo, cubre los aspectos comunicacionales de la imagen, al utilizarse una gama de colores que permite una asociación más directa con la naturaleza de la institución a la cuál representa. Las aplicaciones del mismo mantienen armonía visual y estilo gráfico, dando continuidad a la cromática y sistema tipográfico, permitiendo así una unidad global dentro de la identidad del hospital.

Sin duda alguna el mayor reto lo representó el sistema señalético, debido a que no solo eran cuestiones gráficas las cuales debían considerarse, sino también de ubicación dentro del espacio, tomando en cuenta el entorno arquitectónico del hospital. El resultado fue satisfactorio, permitiendo un sistema que no solo se apega al diseño de imagen e identidad previamente conceptualizado, sino que también incluye aquellos lineamientos investigados y mencionados en un principio respecto a diseño universal y accesibilidad.

Es por eso que, la metodología tanto del marco teórico como práctico, permitió que los objetivos de investigación de esta tesis pudieran resolverse con éxito, dando como resultado una imagen adecuada, estética y funcional, para el Hospital de la Mujer.



## BIBLIOGRAFÍA

BEVAN N., KIRAKOWSKI J. y MAISSEL J. (1991). *“What is Usability? Proceedings of the 4 International Conference on Human Computer Interaction”*. Elsevier Science & Technology Books, Alemania.

CHAVES, Norberto (2003). *“La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos”*. Editorial Paidós Ibérica. Argentina.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

COSTA, Joan (1993). *“Identidad corporativa”*. Editorial Trillas SIGMA, México.

COSTA, Joan (1987). *“Señalética: de la señalización al diseño de programas”*. Ediciones CEAC. Barcelona.

COSTA, Joan (2004). *“La imagen de marca. Un fenómeno social”*. Editorial Paidós, Barcelona.

COSTA, Joan (1987). *“Imagen global. Evolución del diseño de identidad”*. Ediciones CEAL. Barcelona.

MURPHY, John (1989). *“Cómo diseñar marcas y logotipos”*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

NORMA MEXICANA NMX-R-050-SCFI-2006 (2007), *“Accesibilidad de las personas con discapacidad a espacios construidos de servicio al público- Especificaciones de seguridad”*. México

SIMS, Mitzi (1991). *“Gráfica del entorno”*. Editorial GG. Barcelona.

## SITIOS DE INTERNET:

Servicio de Salud (1994). *“Norma oficial mexicana NOM-001-SSA2-1993 que establece los requisitos arquitectónicos para facilitar el acceso, tránsito y permanencia de los discapacitados a los establecimientos de atención médica del sistema nacional de salud”*. Recuperado el 25 de febrero 2012, de: <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/001ssa23.html>

Fundación SIDAR (2007). *“Acceso Universal”*. Recuperado el 18 de mayo del 2012, de: <http://www.sidar.org/recur/desdi/usable/dudt.php>

Asociación española de documentación e información SEDIC. *“Usabilidad y accesibilidad: conceptos relacionados”*. Recuperado el 20 de junio del 2012 de: <http://www.sedic.es/autoformacion/accesibilidad/11-usabilidad-accesibilidad.html>

Braille. *“¿Qué es Braille?”*. Recuperado el 05 de noviembre del 2011, de: <http://www.braille.com.mx/queesbraille.html>

MURIÁ Vila Rafael, OLIVARES Villagómez Alelí (Enero, 2001). *“Criterios de Diseño de Elementos Arquitectónicos de Apoyo para Personas con Necesidades Especiales”*, Revista UNAM. Recuperado el 15 de abril del 2012, de: <http://www.revista.unam.mx/vol.1/num3/proyec1/>

CONAPRED (2004). *“Ley Federal para prevenir y evitar la discriminación”*. Recuperado el 12 de marzo del 2013 de: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/262.pdf>

QUINTANA Orozco Rafael. *“Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética”*, Universidad de Londres. Recuperado el 22 de octubre del 2011, de: [http://taller5a.files.wordpress.com/2010/02/senaletica\\_universidadlondres.pdf](http://taller5a.files.wordpress.com/2010/02/senaletica_universidadlondres.pdf)

Organización Nacional de Ciegos Españoles ONCE (2006). *“Características de la rotulación para personas con discapacidad visual”*. Recuperado el 08 de octubre del 2013 de: <http://guiaaccesibilidad.periodismoinclusivo.com/Fuentes/rotulacion.pdf>