

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social

DISEÑO DE UN PROYECTO DE SEÑALÉTICA
PARA EL MUSEO DE BELLAS ARTES

Alumno: John Da Silva
C.I: 15.343.274
Tutor: Orlando Luna
C.I: 3.732.800

Caracas, 9 de Mayo de 2006

AGRADECIMIENTOS

Ante todo a Dios.

A mi familia que siempre me ha apoyado.

A Aida de Franca, Alicia Vegas, Olga Römer, Rosmarbi Zambrano, y Rosana Iannelo, quienes sin su ayuda este trabajo no hubiese sido posible.

A Orlando Luna, mi tutor, por su apoyo durante la elaboración de todo el trabajo.

RESUMEN

Uno de los problemas actuales que confrontan los grupos humanos, los individuos y la sociedad en general, es el problema asociado con la necesidad de orientación e información en cualquier ámbito geográfico o arquitectónico, agravado por el ingente crecimiento poblacional, la movilidad social, y los cambios tecnológicos. En ese sentido, la presente investigación propone un diseño señalético para el Museo de Bellas Artes de Caracas, a fin de mejorar su actual señalización, y por ende, mejorar la comunicación interna de esa Institución para así facilitar la circulación y acceso de los visitantes a las áreas de su interés de manera expedita y segura.

Para lograr los objetivos propuestos se realizó una investigación documental, y de tipo transeccional descriptivo, apoyada en un estudio exploratorio mediante una encuesta realizada a los empleados del Museo de Bellas Artes, para conocer su opinión acerca de su señalización actual así como su apreciación sobre el comportamiento de los visitantes enmarcado en la búsqueda de orientación e información.

De la investigación se desprende de manera clara que el Museo de Bellas Artes no cuenta con una señalización adecuada y por esa razón en este trabajo se propone un proyecto alternativo que contribuya a resolver los problemas presentes de información y orientación dentro de esa Institución.

SUMMARY

One of the present problems that confront the human groups, the individuals and the society in general, is the problem associated with the direction necessity and information in any geographic or architectonic space, agravated scope by the enormous population growth, social mobility, and the technological changes. In that sense, the present investigation proposes a signaling design for the Museum of Beautiful Arts of Caracas, in order to improve its present signaling, and therefore, to improve the internal communication of that Institution thus to facilitate the circulation and access from the visitors to the areas of its interest of expeditious and safe way.

In order to obtain the proposed objectives I am made a documentary investigation, and of descriptive discretionary type, supported in an exploratory study by means of a survey made the Beautiful employees of the Museum of Arts, to know its opinion about its present signaling as well as its appreciation on the behavior of the visitors framed in the search of direction and information.

Of the investigation it is come off clear way that the Museum of Beautiful Arts does not count on a suitable signaling and for that reason in this work an alternative project sets out that contributes to solve the present problems of information and direction within that Institution.

PALABRAS CLAVE

Señalética: Es una “disciplina de la comunicación ambiental y de la información que tiene por objetivo orientar las decisiones y las acciones de los individuos en lugares donde se prestan servicios” (Costa, 2003)

Signo:

Lingüístico: Es la Unidad mínima de la oración, constituida por un significante y un significado.

Natural: Es el que nos hace venir en conocimiento de algo por la analogía que tiene con ello.

Símbolo: Es una representación sensorialmente perceptible de una realidad, en virtud de rasgos que se asocian con esta por una convención socialmente aceptada.

Color: Es una Sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda.

Tipografía: Calidad o forma de letra con que está impresa una obra.

Pictograma: Signo de la escritura de figuras o de símbolos.

KEY WORDS

Signilizing: It is a “discipline of the environmental communication and the information that it has by objective to orient the decisions and the accciones of the individuals in places where services are lent” (Coast, 2003)

Sign:

Linguistic: It is the minimum Unit of the sentence, constituted by significant and a meaning.

Natural: He is the one that makes us come in knowledge of something by the analogy that it has with it.

Symbol: It is a sensorially perceivable representation of a reality, by virtue of characteristics that are associated with this by a convention socially accepted.

Color: It is a Sensation produced by the luminous rays that impress the visual organs and that depend on the wavelength.

Typography: Quality or form of letter whereupon is printed a work.

Pictogram: Sign of the writing of figures or symbols.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	1
RESUMEN	2
SUMMARY	3
PALABRAS CLAVE	4
KEY WORDS	5
INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I	14
FUNDAMENTOS DEL TRABAJO	14
1.1 Planteamiento del Problema	14
1.2 Justificación del Tema	18
1.3 Objetivos	22
1.3.1 Objetivo General	22
1.3.2 Objetivos Específicos	22
CAPÍTULO II	23
MARCO CONCEPTUAL	23
2.1 Conceptos y teorías sobre el signo y el símbolo	23
2.2 Del signo gráfico al pictograma	34
2.3 El Color	43

2.4	La Tipografía	52
2.5	La Señalética	56
CAPÍTULO III		66
HISTORIA Y MORFOLOGÍA DEL MUSEO DE BELLAS ARTES		66
3.1	Breve Reseña Histórica del Museo de Bellas Artes	66
3.2	Morfología del Museo de Bellas Artes	69
CAPITULO IV		74
MARCO METODOLÓGICO		74
4.1	Introducción	74
4.2	Diseño de la investigación	74
4.3	Características de la muestra	74
4.4	Instrumento de medición	75
4.5	Objetivo General	75
4.6	Objetivos específicos	76
4.7	Plan de Tabulación	76
4.8	Gráficos, interpretación y análisis de los datos	77
4.9	Resumen de resultados	97
4.10	Conclusiones	99
CAPÍTULO V		100
PROYECTO DE SEÑALÉTICA PARA EL MUSEO DE BELLAS ARTES		
5.1	Introducción	100
5.2	Clasificación de los espacios del Museo de Bellas Artes	104
5.3	Componentes del diseño	104
5.3.1	Tipografía	105

5.3.2	Texto	105
5.3.3	El Pictograma	110
5.3.4	Fondos y Marcos	110
5.3.5	Flecha	111
5.3.6	Color	117
5.3.7	Montaje de las señales	117
5.3.8	Contenido de las señales	117
5.4	Dimensiones	118
5.5	Diseño y Ubicación	118
5.5.1	Diseño de las señales del piso 1	119
5.5.2	Ubicación de las señales del piso 1	126
5.5.3	Diseño de las señales del piso 2	127
5.5.4	Ubicación de las señales del piso 2	129
5.5.5	Diseño de las señales del piso 3	130
5.5.6	Ubicación de las señales del piso 3	132
5.5.7	Diseño de las señales del piso 4	133
5.5.8	Ubicación de las señales del piso 4	135
5.5.9	Diseño de las señales del piso 5	136
5.5.10	Ubicación de las señales del piso 5	138
	CONCLUSIONES	139
	BIBLIOGRAFIA	141
	ANEXOS	145
	Ubicación de áreas Planta Baja	146
	Ubicación de áreas Piso 2	148

Ubicación de áreas Piso 3	149
Ubicación de áreas Piso 4	150
Ubicación de áreas Piso 5	151
Diseño de los pictogramas de la Sala Experimental y Terraza de Esculturas	152
Manual de estilo	153
LISTA DE GRÁFICOS	160
LISTA DE FOTOS	162
LISTA DE CUADROS	163

INTRODUCCIÓN

La necesidad de orientación e información de los grupos humanos dentro de cualquier espacio geográfico o arquitectónico a raíz de fenómenos como el crecimiento poblacional y los cambios sociales, ha conducido a un proceso de evolución de los sistemas informativos tendientes a facilitar la circulación y el comportamiento de las personas dentro de los diversos escenarios que componen la vida cotidiana.

Superando los principios del empirismo y la redundancia de la señalización en materia vial, hoy día se cuenta con disciplinas como la señalética, cuyo concepto gira alrededor de la necesidad humana de información o de orientación estimulada por el fenómeno de la movilidad social así como por la proliferación de servicios públicos y privados generados tanto en el ámbito cívico y cultural, como en el comercial.

Se aplica, por tanto, al servicio de los individuos, de los grupos humanos, a su orientación en el espacio o un lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos así como para ofrecer mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones, sin que ello signifique imponer la estandarización del entorno ni el uso de códigos y señales preexistentes.

En ese sentido, el presente trabajo tiene como fin, proponer un proyecto de señalética para el Museo de Bellas Artes (MBA), como vía para mejorar la comunicación visual interna de esa Institución, la cual presenta problemas en cuanto a la falta de señalización para facilitar el acceso de los visitantes a las áreas destinadas a exposiciones, talleres, y otros servicios desvirtuando la esencia del objetivo prin-

cipal de esta institución.

El MBA, inaugurado en la década de los 30, es sin lugar a dudas un emblema cultural de la ciudad de Caracas, una de las galerías de arte más importantes del país. Sus amplias instalaciones contienen trascendentales manifestaciones de la plástica nacional, latinoamericana e incluso universal. En los últimos años, su espacio arquitectónico ha sufrido cambios derivados de decisiones oficiales, que han afectado no sólo su referencia geográfica como parte del entorno ciudadano, sino también la distribución de su espacio y consecuentemente el comportamiento de sus visitantes dentro del mismo.

Como centro cultural, el MBA tiene la función de captar la atención de los visitantes más allá de los elementos estéticos, para llevarlos a desarrollar acciones autodidactas orientadas a la información utilitaria, a la reflexión y la crítica. Para ello es necesario contar con elementos procedentes de disciplinas comunicacionales innovadoras, como en este caso la señalética, que contribuyan a optimizar la labor de este valioso museo.

La investigación se propone ofrecer un conjunto de elementos comunicacionales dirigidos a complementar la inteligibilidad y utilidad del MBA que la arquitectura del lugar, la iluminación y ambientación no pueden lograr totalmente, con la intención práctica de facilitar la circulación por las instalaciones así como la identificación y localización de los servicios requeridos por parte de los visitantes sin que éstos se vean impelidos a comportamientos impuestos, sino más bien tomando en consideración sus intereses y necesidades.

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó la metodología propia de la

investigación de campo, apoyada en la revisión de material documental relativo a la señalética así como a la vida del Museo de Bellas Artes, su historia, proyectos, distribución actual, servicios. El trabajo de campo consistió en la observación y evaluación del estado del lugar a investigar, y entrevistas a museólogos, comunicadores y arquitectos.

Igualmente se aplicó una encuesta a los empleados del Museo para obtener información “in situ”, empírica, acerca de los patrones de comportamiento del público visitante dentro del MBA. Asimismo se pretendió indagar acerca del conocimiento del sistema de señalización que tienen los empleados del Museo. Los resultados de la investigación se presentan en forma monográfica, con apoyo audiovisual.

La presentación está estructurada en cinco (5) Capítulos. El Capítulo I, Fundamentos del Trabajo contiene el planteamiento del problema, el cual constituye la estructuración formal de la relación entre la falta de señalización en el MBA y las dificultades de ubicación y el comportamiento de los usuarios. En este mismo capítulo se presenta la justificación del trabajo, destacando la conveniencia de la investigación, las consecuencias prácticas, el valor teórico y la utilidad metodológica. Por último, con la intención de exponer las aspiraciones de la investigación, se establecen los objetivos general y específicos.

En el Capítulo II, Marco Conceptual se exponen los elementos teóricos que sustentan la investigación, coordinados coherentemente a fin de ofrecer una visión amplia de los principios de la señalética y su aplicación práctica en la solución de problemas comunicacionales dentro del MBA. El conjunto de proposiciones expuesto en este capítulo, constituye un elemento teórico referencial para la realización de posteriores investigaciones.

El Capítulo III contiene una reseña histórica del Museo de Bellas Artes de Caracas, así como la morfología del mismo, a fin de conformar una representación más completa y amplia de la disposición de espacio de este centro artístico. El Capítulo IV está referido al aspecto metodológico. En él se describe la investigación de campo realizada, las características de la muestra e igualmente se presenta el instrumento aplicado, los resultados obtenidos y el análisis cuali-cuantitativo de los mismos. En el Capítulo V se presenta el diseño de un proyecto de señalética para el Museo de Bellas Artes, objetivo general de la presente investigación.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS DEL TRABAJO

1.1 Planteamiento del Problema

Desde su inauguración el 20 de febrero de 1938, hasta la construcción de su nueva ala ubicada al lado de su antigua sede erigida en el parque Los Caobos, actual Galería de Arte Nacional, diseñado por el arquitecto venezolano Carlos Raúl Villanueva, el Museo de Bellas Artes de Caracas (MBA) sigue siendo uno de los Museos de mayor importancia en el país, con una colección de más de 4000 piezas representativas del arte nacional y latinoamericano, hasta la Colección de Arte Egipcio.

Actualmente en el ala vertical, también diseñada por Villanueva (1974), está ubicada la sede oficial del Museo desde el año 1976, ya que su sede original, frente a la Plaza de Los Museos en la zona de Los Caobos, fue prestada provisionalmente a la Galería de Arte Nacional, lo cual ha traído inconvenientes al Museo tanto de referencia geográfica como de distribución del espacio para la exposición de sus colecciones.

A pesar de estos inconvenientes los cuales de alguna manera no pasan a ser determinantes para el desarrollo del presente trabajo, si existe una situación inadecuada de la señalización interna. Así, aún cuando el Museo dispone de alguna señalización en cuanto al comportamiento de los visitantes, tal es el caso de seguridad contra incendios, así como el nombre que identifica las salas o lugares del Museo, existe una marcada ausencia de señales en lo que respecta a la orientación del visitante dentro del lugar, como por ejemplo, para informar que al piso tres tanto donde se encuentran las tres salas de exposiciones como a la terraza sólo

se puede llegar a través de las rampas y no por los ascensores.

Asimismo, desde que el visitante ingresa al Museo por cualquiera de sus dos entradas, lo único que puede divisar a primera vista es la sala de exposiciones número uno, el cafetín y la tienda del Museo. En el vestíbulo no existe señal alguna que invite al visitante a subir al ascensor ni a la rampa, por medio de los cuales se puede acceder a las demás salas del Museo así como al auditorio y la terraza. Tampoco existe una señalización para ir a los baños. A esto vale añadir la apariencia de sede administrativa del edificio, cuyo color rojizo y paredes de concreto pulido le dan un aspecto algo peculiar para ser un lugar de exposiciones artísticas, que no propicia la atención de los potenciales visitantes del Museo.

Por otra parte, es de destacar que esta extensión vertical del Museo se hizo con la intención de no intervenir, o afectar lo menos posible al espacio del parque Los Caobos, siendo esa la razón por la cual se erigió un edificio armónico con el tono del parque que tiene a su costado, y no una ampliación horizontal que imitara a su antigua sede.

Este crecimiento vertical del edificio a la vez que permitió la ampliación de los espacios en general y en particular el lugar de exposiciones de las colecciones también evitó recortar terreno al Parque. Cuando Villanueva diseñó el edificio, concibió la manera de que el visitante tuviese la posibilidad de subir al quinto piso por el ascensor para tener acceso a la terraza de las esculturas, y poder bajar a través de las rampas para visitar todas las salas de exposiciones. (Jaua, 1989)

A pesar de ello, hoy día, la falta de un sistema comunicacional eficaz dirigió a facilitar la identificación, regulación y acceso a los servicios por parte de los

visitantes del MBA, es un factor a considerar en cuanto a la percepción y satisfacción de éstos, así como a la posibilidad de que retornen a este centro cultural. Tal situación es revalidada por la sentencia de Costa (1987), “Un servicio difícilmente asequible es difícilmente utilizable. Y esta dificultad, o inversamente, facilidad, es un elemento percibido por la sociedad como indicador de calidad de vida.” (p. 10)

Esta aseveración es fácilmente aplicable a la situación en la que puede encontrarse el visitante cuando ingresa al MBA, ante un ambiente ambiguo, complejo, carente de medios comunicacionales que le permitan ubicarse y orientarse convenientemente, con lo cual es factible que no consiga utilizar plenamente ni aprovechar adecuadamente los servicios que este centro cultural ofrece, rompiendo así con la intención con la cual fue creado, dificultando de esta manera el logro de los objetivos institucionales.

Las deficiencias anteriormente señaladas, son ejemplos del grado de atención que se presta en la conformación y utilización de algunos espacios públicos, a la percepción visual como medio de incuestionable relevancia en el proceso de interrelación del individuo con su medio ambiente. En la visión, como bien lo señala García (2000), “no abunda precisamente el descanso. El ojo está escudriñando constantemente el entorno, siguiendo los numerosos métodos de que dispone para absorber información visual.” (s/n)

A criterio de Goyes (2002), el mundo moderno está plagado de imágenes, de artefactos icónicos dotados de un poder comunicativo que necesariamente produce un discurso a través de una estructura referencial con la intención implícita de seleccionar a sus interlocutores potenciales. El desconocimiento de las imágenes como lenguaje, de su valoración tanto sensible como cognitiva y de la dinámica inherente

a la jerarquía sensorial, son elementos que no se conjugan hoy día con la necesidad de los individuos de la sociedad actual en cuanto al dominio de procesos preceptuales y culturales de naturaleza novedosa.

Conscientes como comunicadores que se debe optimizar la interacción de los espacios con el hombre, el presente trabajo tiene como fin proponer un proyecto de señalización alternativo para el Museo de Bellas Artes como una vía para mejorar la comunicación visual interna de esa Institución, la cual presenta problemas de señalización que contribuyen al desconocimiento por parte de los visitantes de las áreas destinadas a las exposiciones, a las áreas de taller, y demás servicios, tarea que favorece igualmente la labor de los empleados del Museo.

Para la realización de este trabajo se contó con la opinión de empleados del MBA, y se realizó un estudio del espacio del mismo aludiendo a los elementos del diseño gráfico y sobre todo de la señalética, ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos, a fin de darle a los visitantes del Museo una comunicación efectiva para su orientación dentro de éste.

En tal sentido, el proyecto se propuso no sólo contribuir a la corrección de fallas comunicacionales del MBA, sino también aportar elementos teóricos y prácticos referenciales que motiven la realización de otros proyectos señaléticos. En síntesis, con este proyecto se apoya una comunicación más fluida dentro del Museo a través de un plan señalético que incluye pictogramas, planos ilustrados para que el visitante no tenga inconvenientes y se atreva a explorar con seguridad y agrado este importante Museo.

1.2 Justificación del Tema

El Museo de Bellas Artes fue diseñado por el Arquitecto Carlos Raúl Villanueva, con el objeto de ofrecer a la ciudad capital venezolana un espacio para la presentación o exposición de las distintas manifestaciones de arte, tales como esculturas, pinturas y otras, para cuyo disfrute por parte de los visitantes fueron considerados diversos factores de índole geográfico, ambiental, arquitectónico e incluso conductual, los cuales han de ser considerados sobre todo cuando se producen modificaciones en su aspecto físico y distribución del espacio.

Cuando convergen cambios en los elementos arquitectónicos y ambientales, señala Costa (1987), que interfieren en la concepción original bajo la cual fue creado un determinado edificio o espacio, es menester proponer mecanismos de adaptación que permitan mantener la funcionalidad del lugar bajo nuevas condiciones. Es precisamente en este punto, cuando surge la señalética como una opción que supera el empirismo, la imposición de códigos y señales preestablecidos y la uniformidad del entorno que caracterizan a la señalización.

En el caso de los museos, es necesario destacar que tratándose de lugares visitados por un público heterogéneo, es menester considerar la importancia de un sistema de comunicación que responda a los intereses de personas de diversas edades, nivel educativo, e incluso nacionalidades e idiomas, como corresponde a toda institución de carácter público o privado que exige la regulación de actitudes y comportamientos a través de la uniformidad del lenguaje visual para resolver los diferentes problemas que se plantean.

El párrafo anterior refleja la significación del carácter intencional de todo

proceso comunicativo, que involucra elementos tanto informativos como emocionales. Hoy día, la interdisciplinaridad ofrece un enfoque amplio acerca de la función utilitaria derivada de las transformaciones de imagen y palabra, principales componentes del lenguaje humano, para dar paso a un proceso ajustado a los nuevos tiempos en los cuales “la red de comunicación audio-visual tiende a presentar una tasa de crecimiento sensiblemente igual a la de la red de comunicación escrita.” (Escarpit, en Thibault-Laulan, 1973, p.11)

Los cambios arquitectónicos suscitados en la sede del MBA a los cuales se ha hecho referencia, exigen ser considerados como elementos significativos al momento de evaluar el comportamiento de los usuarios y visitantes de las instalaciones, en tanto es una forma de velar no sólo por la funcionalidad sino también por la preservación de este importante museo nacional. De allí la importancia de un proyecto de señalética para el Museo de Bellas Artes desarrollado en el presente trabajo investigativo.

En Venezuela, la señalética no ha sido desarrollada con profundidad, y es evidente la escasa conciencia y desconocimiento sobre el particular; así, las fuentes bibliográficas y los textos de investigación que abordan esta herramienta comunicacional son escasos a diferencia de otros países como, por ejemplo, España donde existen publicaciones de textos de investigación y de postgrados sobre señalética.

En tal sentido, un proyecto de señalética para el Museo de Bellas Artes adquiere significado como medio destinado a estimular el estudio y aplicación de uno de los medios más importantes de la comunicación social contemporánea, a la vez que contribuye a solucionar un problema puntual de una institución representativa de la vida cultural venezolana.

En este punto, los conceptos de los nuevos enfoques en materia de comunicación visual pueden contribuir a enriquecer el proyecto señalético, propiciando un ejercicio de creatividad y expresividad, integrando los elementos del lenguaje icónico y el escrito, respetando la funcionalidad informativa sin dejar de lado el propósito estético.

La misma dinámica del Museo requiere de la disposición de medios de información adecuados para el cúmulo de visitantes que a diario asisten, ya sea por razones de estudio, trabajo, turismo, o por simple curiosidad. Ya lo señala Costa (1987):

Allí donde se concentra un flujo importante de individuos en tránsito, cada uno de ellos necesitado de una información adecuada para su desenvolvimiento, se hace imprescindible incorporar sistemas de señales orientativas que faciliten esa autonomía de los actos claramente explicitada en su época por Brousset (p.108)

La nota anterior resalta las razones de ser de la presente investigación, la cual tiene dentro de sus objetivos evaluar la disposición actual de espacio del MBA, y a la vez establecer los inconvenientes que pueden enfrentar los visitantes para acceder a los diferentes servicios y áreas de interés. La intención es ofrecer algo más que elementos comunicativos comunes a todo público, más bien respuestas a necesidades particulares de utilización del espacio por parte de los visitantes de este importante museo venezolano de arte. Se trata, tomando los conceptos de la Psicología Gestalt, de propiciar cambios perceptivos para hacer, como lo señala Goyes (2002), de “hacer de la comunicación visual un acto cognitivo y emotivo al mismo tiempo.” (s/n)

En este sentido, un proyecto de señalética para el MBA de Caracas intenta sustituir en forma sistemática la señalización verbal por un vocabulario que otorgue a cada unidad informacional elementos procedentes del diseño gráfico para facilitar la comunicación. Consecuentemente, la intención es colaborar con la ingeniería institucional, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía.

Tales fines reflejan el carácter interdisciplinario de la señalética. Por una parte, se pretende facilitar la orientación del visitante dentro del MBA, pero a la vez se busca lograr una reacción individual, la activación de un proceso reflexivo como respuesta comportamental de cada usuario ante el entorno.

Desde otro ángulo, la aplicación de los elementos provenientes de la señalética en el MBA, contribuye al cumplimiento de los objetivos que sustentaron la creación de este Museo, el cual como toda institución de carácter social sufre cambios constantes a los cuales debe adaptarse para no perder vigencia. Actualmente, los recursos comunicativos aplicados al ambiente buscan estrechar la relación hombre-ambiente a través de la mejor utilización de los elementos paisajísticos, estéticos, funcionales y utilitarios.

La propuesta de un medio de comunicación soportado en los conceptos de la señalética, que facilite la integración del visitante del MBA con los elementos arquitectónicos, de iluminación, la organización de los servicios y el entorno como lugar de acción, siguiendo la propuesta de Costa (2003), es la justificación principal de la presente investigación.

Se espera que los resultados de esta investigación sean beneficiosos, en primer lugar para los visitantes del MBA, tomando en cuenta que este Museo debe

proporcionar al colectivo la mejor orientación de los espacios, y las más amplias posibilidades de acceder y disfrutar de las exposiciones de manera cómoda y segura. De igual manera, la intención es que la institución vea fortalecida su función como medio de difusión cultural y artística, estimulando la participación de individuos nacionales y extranjeros, apoyándose en los avances del conocimiento en el área de la comunicación social. En esta medida, se espera mantener la vigencia del MBA en el mundo cultural venezolano, por medio de la adaptación de sus espacios a los cambios que se producen constantemente en el medio social.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

-Diseñar un proyecto de señalética para el Museo de Bellas Artes (MBA).

1.3.2 Objetivos Específicos

- Describir los elementos que caracterizan la señalética como técnica de comunicación visual, ambiental y de información.

- Evaluar la actual distribución del espacio del MBA en función de los servicios que presta.

- Identificar los patrones de comportamiento y los problemas de orientación de los visitantes dentro del MBA.

- Diseñar un proyecto señalético alternativo para el MBA.

CAPÍTULO II

MARCO CONCEPTUAL

2.1 Conceptos y teorías sobre el signo y el símbolo

El término signo alude al resultado de la asociación de un concepto y una imagen, dentro de la cual el proceso de significación viene a constituirse en una condición ineludible, parte de la complejidad que modifica el simple modelo estímulo-respuesta relativo a la relación emisor-receptor, característico del mensaje como transmisión de información.

A lo largo de la historia el complejo concepto de signo ha sido estudiado por filósofos, lingüistas, psicólogos, sociólogos, científicos, antropólogos, y artistas, como noción que surge de la íntima relación que se establece entre dos elementos promotores de la actividad comunicativa, como lo son el significado y el significante. Entre los primeros estudios más relevantes acerca del signo están los realizados por las escuelas filosóficas griegas, la de Megara (300 a.C) y la de los Estoicos (300 a.C), quienes establecieron tres relaciones de la parte perceptible del signo: con la cosa real, o denotación, con la imagen psíquica o representación, y lo decible o significación. (Ducrot y Todorov, 1986)

En la época medieval el signo fue estudiado por diversos escolásticos, entre los que se destacan: San Agustín (354-430), Boethius (480-528), y Roger Bacon (1214-1293), referidos por Todorov (1991). San Agustín, reflexionó y teorizó en numerosas ocasiones sobre el significado del signo lo cual plasmó en sus distintos escritos. En su primer texto, *De la dialéctica*, San Agustín, de acuerdo a lo referido por Todorov (ob.cit.), define el signo como algo que se muestra por sí mismo al sentido

y alguna otra cosa al espíritu, mientras que en La Doctrina Cristiana precisa el signo como algo que hace pensar en una cosa más allá de la impresión que la cosa misma produce en los sentidos.

De especial relevancia resulta la diferenciación que este reconocido filósofo hace de los signos al señalar:

Entre los signos unos son naturales y otros intencionales. Los signos naturales son los que, sin intención ni deseo de significar, permiten conocer por sí algo más de lo que ellos mismos son. Los ejemplos de signos naturales son: el humo con relación al fuego, la huella del animal... los signos intencionales son los que todos los seres vivos se dirigen unos a otros para mostrar, en la medida en que pueden, los movimientos de su alma, es decir, todo lo que sienten y lo que piensan. Los ejemplos de signos intencionales son sobre todo humanos (las palabras)... (Ob.cit, p.55)

La anterior no fue la única clasificación agustiniana de los signos. Un trabajo de Todorov (Ob.cit.), permite identificar al menos cinco grupos de categorizaciones según: El modo de transmisión; el origen del signo y el uso; la condición social; la naturaleza de la relación simbólica; y, la naturaleza de lo designado, signo o cosa. Lo relevante del planteamiento de San Agustín es que logra concebir más ampliamente la teoría de los signos bajo la perspectiva psicológica de la comunicación con un uso dogmático e interpretativo.

Pasando a la Edad Moderna, cuando se hace referencia a las teorías sobre el significado del signo, no debe pasarse por alto la semiología, la cual viene del término griego simeón que significa signo. El suizo Ferdinand De Saussure, men-

cionado en Sazbón (1971), definió por primera vez la semiología como la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de una sociedad, y se ocupa de determinar en que consisten los signos, y sus leyes regentes. Por su parte, Barthes, mencionado por Sazbón (Ob.cit), afirma que la semiología tiene como objeto todo sistema de signos, cualquiera sea su sustancia, y sus límites como: las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos, etc.

En la teoría del signo desarrollada por De Saussure, mencionada por Sazbón, (1971), el signo lingüístico fue definido como un objeto constituido por dos caras, el concepto y la imagen acústica, o lo que él llama significado y significante. En cuanto al significado de la imagen acústica, el autor mencionado refiere que este concepto no es el sonido, ni nada material o físico, sino la huella psíquica que da ese sonido y, por su parte, el significante representa el aspecto perceptible y material del signo, y el significado constituye la representación psíquica correlativa a un significante.

El carácter dual de significado y significante del concepto de signo ha sido analizado por numerosos autores, como Louis Hjelmslev, mencionado por Abril (1976), quien denomina el significante como el plano de la expresión y el significado como el plano del contenido, reconociendo en cada uno de ellos una forma y una sustancia. Tales conceptos han sido aplicados en el estudio del significado en términos lingüísticos dejando a un lado toda especulación.

Por otra parte Pierce, en Abril (Ob.cit.), interpreta el significado de signo desde el punto de vista de la semiótica, y se esfuerza más por penetrar en la praxis de la comunicación a diferencia de semiología que se interesa por el conocimiento teórico cognoscitivo. Para Pierce, el signo tiene una tercera realidad, además del representante y el objeto, es: el interpretante. Cuando el signo se dirige a alguien,

este crea en su mente un signo equivalente o un signo más desarrollado, considerando el interpretante del primer signo, y de allí su clasificación en signos icónicos, referidos a un objeto determinado, signos idéxicos, en los cuales existe una relación causal entre el signo y el objeto, y signos simbólicos, alrededor de una idea comunicacional.

Aicher y Krampen (1991), señalan que Peirce también concebía el signo como un elemento originador de relaciones, dirigido a facilitar el conocimiento acerca de la forma de reconocer lo que es. Y sobre la base de esta teoría se considera al signo bajo tres categorías básicas de relación: a) monódica, es decir consigo mismo, como por ejemplo en su condición material; b) diádica, en atención al objeto al cual designa; y c) triádica, la cual se establece entre el receptor del signo y el objeto designado, excluyendo generalmente al objeto original existente.

De la relación diádica se derivan tres tipos de signos, el ícono, el índice que representa la correspondencia entre el objeto y su circunstancia, y el símbolo “que representa el objeto independientemente de las características externas o materiales según una norma convencional.” (Ob.Cit. p.11)

Esta categorización de Peirce es estudiada y ampliada por Morris (Ob.Cit.), y al respecto propone la relación del signo bajo:

La dimensión sintáctica, en la que se considera la relación de signo a signo; semántica, en la que se considera la relación entre el signo y sus significados (objetos en última instancia); y la dimensión pragmática en la que se considera la relación entre el signo y sus usuarios.” (p.10)

También desde el punto de vista de la semiótica, Reznikov (1978) define al signo como un objeto que transmite una información relativa a otro objeto y por ello se convierte en medio expresivo de la idea que se forma de este último. Éste funciona sólo como vehículo de un significado, y de una información con respecto a un objeto determinado. Dicho significado confiere al signo su contenido esencial, que suplanta íntegramente su contenido propio.

Entre otras clasificaciones de los sistemas de signos humanos destaca la de Guiraud, mencionada por Aicher y Krampen (Ob.cit), aludiendo a las funciones de éstos En primer término hace referencia a los sistemas de signos estéticos, que “son los que posibilitan la expresión subjetiva, las reacciones emotivas sobre el mundo, la naturaleza y los hombres.” (p.14) Estos sistemas corresponden a la semiología del arte, y su desarrollo ha resultado un tanto escaso debido al carácter subjetivo y emotivo de las expresiones.

Por otra parte, el autor hace referencia a los sistemas de signos sociales conformados por aquellos utilizados como formas de comportamiento dentro de las relaciones sociales, como por ejemplo el saludo. Tales sistemas están limitados a ciertas situaciones. Mientras los sistemas de signos lógicos, describen, explican y pronostican los elementos del entorno, y tienen la intención de regularizar los modelos de comportamiento y operaciones al igual que un aumento de la función lógica.

Más allá de las definiciones y clasificaciones que a lo largo de la historia los diversos autores le han dado al signo, éste ha sido después del lenguaje de los sonidos el sistema más importante de comunicación del hombre, gracias al cual las ideas y el conocimiento han podido pasar de generación en generación.

Generalmente los términos signo y símbolo tienden a confundirse. A pesar de que las dos palabras están perfectamente ligadas, existen diferencias significativas pues como lo señala Lionel Ruby en Hernández (1995), “los símbolos son signos, pero no todos los signos son símbolos.” (p. 370). Así, el símbolo es considerado un signo deliberadamente constituido para transmitir un significado, es decir, es un signo convencional, una evocación breve de un conjunto de ideas, un conducto artificial elaborado por el ser humano para hacer referencia a un evento del entorno.

Por su parte, De Saussure, referido por Abril (Ob.cit.), aclara que a diferencia del signo, el símbolo tiene por carácter no ser nunca completamente arbitrario, no está vacío: hay un principio de vínculo natural entre el significante y el significado. Por ejemplo, el símbolo de la justicia, la balanza, no podría reemplazarse por otro objeto cualquiera.

Los planteamientos anteriores permiten señalar que en términos generales el símbolo es un signo, establecido convencionalmente sin guardar relación directa con el referente y opera por analogía y contigüidad como si fuera una metáfora o metonimia.

Un ejemplo de símbolo con las características definidas, es el logotipo escogido por el Reino Unido durante su presidencia en el año 2005 en la Unión Europea. Este logotipo está conformado por doce cisnes en formación de punta de lanza, el número de cisnes representa los 12 estados fundadores de la Unión Europea (ver gráfico 1). Dicho símbolo fue adoptado por el gobierno británico, debido a que la formación de los cisnes representa una metáfora de liderazgo, trabajo en equipo y eficiencia lo que para quienes diseñaron el símbolo, es el espíritu que muestra la organización. Además, dicho símbolo es una analogía de lo que es el sistema de liderazgo rotativo de la Unión Europea, ya que en el caso de las aves en formación,

periódicamente el ave líder pasa atrás y otra ave se adelanta para tomar su lugar.

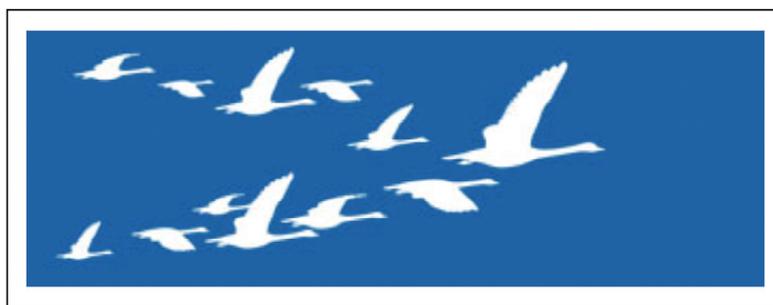


Gráfico 1 . Logotipo escogido por el Reino Unido durante su presidencia en la Unión Europea Disponible:<http://www.eu2005.gov.uk/servlet/Front?pagename=OpenMarket/Xcelerate/ShowPage&c=Page&cid=1079980257734> (Consulta: 2005, Julio 17)

Si para los orientalistas y esotéricos, el simbolismo es la ecuación inquebrantable entre el macrocosmos y el microcosmos, los psicólogos sostienen que el símbolo es una realidad exclusivamente anímica, que se proyecta luego en la naturaleza, bien tomando sus seres y formas como elementos idiomáticos, o en todo caso convirtiéndolos en personajes de alguna experiencia situacional del individuo que vive tal símbolo. De allí la dificultad para establecer una exacta clasificación de los símbolos.

Sin embargo, cabe destacar la diferenciación que Fromm, mencionado por Reznikov (1978), hace de los símbolos: a) convencionales: derivados de la aceptación de una conexión constante, sin fundamento óptico o natural tal como ocurre como signos utilizados en la industria, la matemática, por ejemplo; b) accidentales: resultantes de condiciones estrictamente transitorias, de asociaciones por contacto casual; c) universales, definidos por una relación taxativa entre el símbolo y lo que éste representa.

Varios autores describen el símbolo como la conformación de uno o varios signos, que es la esencia oculta o interna, y el símbolo como el reflejo externo. De ahí en más las observaciones e interpretaciones son libres en la medida que se sintonizan con la esencia oculta velada representada por el símbolo. Reznikov (1978), menciona las ideas de Diel, quien explica la esencia oculta del símbolo que va más allá de lo que la simple imagen puede decir como “una condensación expresiva y precisa, que corresponde por su esencia al mundo interior (intensivo y cualitativo), por contraposición al exterior (extensivo y cuantitativo)” (p.29)

Tal posición coincide con la definición de Goethe, quien afirmó que “en el símbolo, lo particular representa lo general, no como una sombra sino como una viva y momentánea revelación de lo inescrutable.” (Ibidem)

La revisión de diversas posturas teóricas, dio pie a Reznikov (Ob.cit.) para considerar al símbolo como un lenguaje donde confluyen imágenes y emociones, con base en una concentración precisa de carácter expresivo que aglutina las verdades que trascienden al ser humano y aquellas internas como el pensamiento, la moral, entre otros. Desde este punto de vista, el simbolismo es considerado un sistema de símbolos con que se representan creencias, conceptos y sucesos.

Cirlot (1982) habla del significado del signo más allá de lo que puede revelar una imagen; por ejemplo, en el antiguo Egipto, las aves simbolizan el alma humana (ver figura 3). El autor enfatiza la orientación del símbolo, en la atención que en el simbolismo debe prestársele a cada detalle; por ejemplo “el fuego orientado hacia abajo representa la vida erótica; orientado hacia el cielo representa la comunicación.” (p.46) Los símbolos en cualquiera de sus apariciones no suelen presentarse aislados, sino que se unen entre sí para dar lugar a composiciones simbólicas,

bien desarrolladas en el tiempo en forma de relatos, en el espacio como obras de arte, símbolos gráficos, o en el espacio y el tiempo a través de sueños o formas dramáticas.

Asimismo el autor antes referido, menciona figuras de distintos tipos como líneas, series espirales, sigmas, aspas, rombos, círculos, óvalos, dardos, triángulos, zigzags, trísqueles, esvásticas los cuales reciben la denominación simbólica general de fondos cósmicos, porque simbolizan efectivamente la actividad de las fuerzas naturales y de los elementos.

De igual forma, la utilización de aves y ángeles para significar procesos cognitivos como el pensamiento, la imaginación y las relaciones espirituales, así como los planteamientos de Jung, referido por Cirlot (Ob.cit), con respecto a los esquemas geométricos y la determinación de los elementos por medio del factor cuantitativo, constituyen otros paradigmas de la amplia compilación de signos gráficos utilizados en la mitología, la astronomía, astrología, alquimia, religiones, y muchos otros áreas del desarrollo de las civilizaciones.

Refiriéndose al simbolismo, Güenon, en Reznikov (1978), señala que “el fundamento del símbolo es la correspondencia que liga entre sí todos los órdenes de la realidad, ligándolos unos a otros y que se extiende, por consiguiente, desde el orden natural tomado de su conjunto, al orden sobrenatural.” (p.30)

Tal aseveración permite inferir que la naturaleza como un todo puede definirse como un símbolo, y en este sentido su significación esencial se reduce a fungir como elemento impulsador cuando se trata de conocer las verdades sobrenaturales. Ello coloca al símbolo en una posición inferior a la cosa simbolizada.

En cuanto a lo simbólico, Frutiger (1985), lo considera la representación de un valor no expreso, un intermediario entre la realidad reconocible y el reino místico e invisible de la religión, de la filosofía y de la magia; media por consiguiente entre lo que es comprensible y lo inconsciente. Un ejemplo de una imagen simbólica, “es la de cristo crucificado, que en el mundo occidental nadie lo consideraría como una ilustración simplemente anecdótica, sino como un objeto de culto”.

Asimismo, para Wirth, en Reznikov (Ob.cit.), “la función esencial de lo simbólico es penetrar en lo desconocido y establecer, paradójicamente, la comunicación con lo incomunicable” (p.37), lo cual establece la diferencia entre el símbolo y la alegoría.

Por último, vale puntualizar que más allá del punto de vista místico o científico que pueda tener el símbolo y el signo, hoy en día, éstos siguen jugando un papel importante en la comunicación humana más aún en una sociedad globalizada, donde distintos idiomas se convierten en una barrera comunicativa. Al respecto, en el símbolo se concibe una forma de romper las barreras idiomáticas, sustituyendo el idioma, transmisión escrita o tipográfica, por símbolos, los cuales gracias a su fácil interpretación se convierten en un lenguaje universal.

La revisión de conceptos y teorías acerca del lenguaje de los signos refleja dos funciones principales. La semántica, dirigida a la expresión de una circunstancia; y la sintáctica, cuya finalidad es asociar la expresión de una ocurrencia específica a una proposición. Ejemplo de ello lo constituye la expresión de un cigarrillo humeante asociada a la acción de fumar, que bien puede ser modificada si se le asocia a una línea transversal que significa prohibición (ver gráfico 2 y 3).



Gráfico 2. Fumar



Gráfico 3. No Fumar

La lectura de los sistemas de signos difiere de lo propio en la lengua escrita, particularmente en el carácter sintético del proceso perceptivo toda vez que, como bien lo señala Frutiger (Ob.cit.), la reducción de imagen-signo es producto de la necesidad del hombre de disponer de la reproducción de la imagen original del objeto del creyente de llevar consigo una reproducción de la imagen original o auténtica y de lo que ello significa.

Actualmente, los símbolos visuales y particularmente los gráficos constituyen un significativo medio de comunicación. Su importancia radica como bien lo señala Saunier mencionado por Reznikov (Ob.cit.), en su esencia como “expresión sintética de una ciencia maravillosa, de la cual los hombres han perdido el recuerdo, pero que enseñan todo lo que ha sido y será bajo una forma inmutable.” (p.29)

La evolución del signo y el símbolo a través de la historia, es reflejo de un proceso destinado a satisfacer las necesidades de comunicación humana, así como a facilitar la comprensión de la realidad por parte de conglomerados sociales, superando los escollos del idioma.

2.2 Del signo gráfico al pictograma

La proliferación de los elementos gráficos en los sistemas comunicacionales de las diversas culturas, tiene su origen en la combinación y fusión de los signos semánticos y los fonéticos para crear nuevas palabras, así como para transmitir mayor número de ideas.

Los signos gráficos fueron los primeros sistemas de comunicación escrita que usó el hombre, estos primeros signos fueron elaborados en las tablillas de arcilla, metales, piedras, estelas, y otros materiales. Frutiger (1985), sostiene que el hombre comenzó usando los signos a partir de tres elementos básicos: el punto, la línea y la curva (ver figura 4), los cuales dan paso a los llamados signos básicos: el cuadrado; el triángulo; el círculo; la flecha, y la cruz (ver figura 5).

El punto es considerado desde el punto de vista científico como un concepto abstracto, que indica en forma precisa la ubicación de un fenómeno concreto. También es considerado como la unidad gráfica más pequeña, generalmente asociada a otro signo.

La línea, es la descripción mental de la distancia más corta entre dos puntos. La línea recta es considerada prototipo, como alineación sucesiva y continua de infinitos puntos. Frutiger (Ob.cit.), asegura que el hombre actualmente tiene una relación más familiar con la línea recta, a partir de los principios básicos de horizontalidad y verticalidad derivados de su experiencia ambiental diaria.

La curva se puede describir como un segmento de la circunferencia, y su origen se asocia a la sensación de bóveda, a la percepción del círculo que un

hombre experimenta con relación a su entorno, haciendo referencia a la cúpula celeste y la esfera de la tierra.

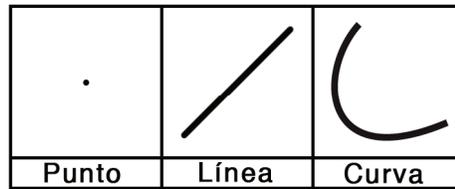


Gráfico 4. Los tres elementos básicos del signo

Por su parte, el cuadrado es una figura cerrada que en el sentido prehistórico significaba la tierra, los cuatro puntos cardinales; sugiere suelo firme, techo, paredes, cobijo. Su carácter neutral va a ser modificado en la medida en que se convierte en rectángulo, y su intencionalidad comienza a depender del observador.

El triángulo es una figura que adquiere diversos significados, al igual que en el caso anterior, de acuerdo al punto de vista, a la percepción del observador. Así, el triángulo con base horizontal comunica la impresión de estabilidad, de firmeza, pero también es el símbolo de espera, a diferencia por ejemplo del triángulo sobre el vértice el cual tiene un carácter más activo, simboliza acción, instrumento, balanza.

El círculo evoca una línea eterna, sin principio ni fin, la cual gira en torno a un centro invisible pero a la vez preciso. Ante esta figura, el hombre tiende a ubicarse fuera o dentro de ella. De allí que un círculo sea percibido como algo material, si el individuo se ubica dentro de él, o como algo vacío, como un agujero, si la materia es vista por fuera. Pero también puede ser concebida de forma mixta.

La flecha, a criterio de Frutiger (Ob.cit.), fue uno de los primeros signos utilizados por el hombre, debido a la estrecha relación con el problema de super-

vivencia asociado a la caza, y la vulnerabilidad. En suma, se trata de la vida o de la muerte, elementos que a la vez generan en el observador sentimientos de agresividad y miedo a la vez.

La cruz es considerada como el signo de los signos, el punto de intersección de dos líneas que sugiere abstracción, invisibilidad pero al mismo tiempo evoca total simetría. Este signo ha sido utilizado por diversas disciplinas, como la matemática, la geología, la arquitectura, como descripción puntual de una alineación.

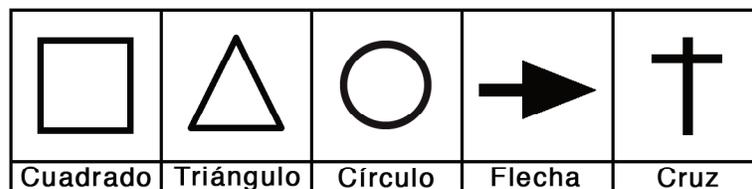


Gráfico 5. Signos básicos

Los primeros signos comenzaron siendo muy representativos, tal como lo fueron los signos cuneiformes de carácter pictográficos, fácil reconocimiento, y asociados a las palabras de la lengua, es decir logográficos. Ejemplo, el signo de mano era el dibujo de una mano; el signo de brazo mostraba un brazo, de la mano al codo; el signo de cebada, era un tallo con dos hileras enfrentadas de brotes.

Los signos gráficos cuneiformes al principio fueron sistemas de comunicación escrita descriptiva y de fácil lectura, pero gradualmente dichos signos fueron haciéndose más sofisticados. Este proceso de abstracción lo describe Senner (1992), quien refiere que las siluetas curvas comunes en los primeros signos cuneiformes (ver gráfico 6) posteriormente se convirtieron en rectas, las formas originalmente circulares se transformaron en cuadrados, los triángulos en rectángulos, y fueron desapareciendo los detalles faciales de los signos representativos de animales y los seres humanos.

Fechas	Evolución desde la escritura pictográfica a la cuneiforme					
Significado	kú comer	šah cerdo	mušen ave	gi caña	šag cabeza	kin huerto
3.000 antes de Cristo						
2.400 antes de Cristo						

Gráfico 6. Escritura cuneiforme. Promotora

Española de Lingüística (PROEL) Disponible: <http://www.proel.org/alfabetos/protosum.html> (Consulta: 2005, Agosto 23)

La última etapa del signo cuneiforme se alcanzó cuando éste pasó de ser pictograma a ideograma, modificando posteriormente su valor fonético, haciéndose independiente de su referente original, para conformarse en fonograma. Esta última transición del signo a escritura fue, explica Senner (Ob.cit.):

Algo así como un proceso de rebus en el que pictogramas e idiogramas se dispusieron en orden secuencial para crear una forma muy rudimentaria de comunicación escrita. Por ejemplo, un rebus de logogramas (símbolos que representan palabras enteras, como \$, %, +, etc.) formado por un dibujo del sol y otro de una persona dándole un regalo a otra puede significar “soldar”. (p.15)

El lenguaje pictográfico cuneiforme fue sufriendo un proceso gradual de modificación a lo largo de la historia. A pesar de que en la Antigüedad, se componía completamente de sustantivos relativos a gente, lugares y cosas los cuales lo hacían muy fácil de aprender, no era suficiente para una sociedad en constante desarrollo y con un nivel de complejidad cada vez mayor. De allí que el hombre busque darle significados adicionales a los signos gráficos, superar la literalidad y de esta manera ampliar su utilidad comunicacional. Por ejemplo, el dibujo de una vaca podía

significar vaca o riqueza, ya que en el comercio se usaba el ganado como valor.

A medida de que muchas de las ideas de los pictogramas requirieron sus propios símbolos, se dio el siguiente paso, se crearon los ideogramas, los cuales describen ideas y acciones. Algunos de los primeros ideogramas eran semi representativos, por lo cual se necesitaba más aprendizaje para entenderlos cuando estaban agrupados debido a que eran esencialmente simbólicos. Posteriormente se desarrolló un creciente conjunto de símbolos cada vez más difícil de aprender. No había conexión entre el lenguaje hablado y el escrito, así que la gente tenía que aprender dos sistemas sin relación alguna.

Con respecto al desarrollo de la producción gráfica del signo, Aicher y Krampen (1991), hablan de un discurrir desde la escritura gráfica hasta la escritura alfabética, pasando por la escritura fonética. En cuanto a la escritura ideográfica, señalan que “lo escrito es independiente de los sonidos de lo hablado. Las ideas son transplantadas directamente a una imagen (pictograma).” (p.17)

Para Sausurre, en Sazbón (1971), la escritura ideográfica alude a la representación de la palabra en todo su conjunto por un signo único, ajeno a los sonidos que la componen, tal como ocurre en la escritura china. Este punto de vista también lo comparten Aicher y Krampen (Ob.cit.), para quienes en la escritura ideográfica lo escrito es independiente de los sonidos de lo hablado. Las ideas son transplantadas directamente a una imagen o pictograma.

El pictograma es definido entonces como “signo de la escritura de figuras o símbolos” (Real Academia de la Lengua Española, 2005). Por su parte, Diringer, en Senner (1992), extiende los términos de pictografía y pictograma a las primeras

etapas de la escritura, y los vincula con el desarrollo de escrituras fonéticas. Sin embargo, aclara que los pictogramas no son exclusivos de los sistemas antiguos de escritura, y se encuentran incluso hoy en día, como formas particulares de mensaje visual que pueden indicar función, ubicación, pautas de comportamiento, o simplemente actuar sobre las experiencias perceptivas de los receptores.

Jordán (1999), define al pictograma como un signo cuya significación es el objeto que se quiere representar. La evolución del pictograma, a criterio del teórico, da origen a los ideogramas, signos que representan abstracciones reveladoras de conocimientos o pensamientos propios de una determinada época del desarrollo de la humanidad.

La historia de los pictogramas modernos comienza a partir del desarrollo de la imagen objetual moderna, la cual se remonta a los catálogos de los almacenes de finales del siglo IX y a principios del siglo XX. En 1920 se emprendió la primera tentativa moderna de crear un sistema de signos gráficos por el Dr. Otto Neurath (1182-1945), en el marco de una exposición sobre la construcción de viviendas realizada en la ciudad de Viena (Aicher y Krampen, Ob.cit.) Posteriores trabajos de Neurath dieron origen a la creación de un idioma gráfico internacional denominado ISOTYPE (International System of Typographic Picture Education).

En 1964, Bateson, referida en Aicher y Krampen, (Idem), propone la teoría de los Glyphs, aludiendo a signos visuales convencionales, aprendidos, independientes de las formas lingüísticas y de reconocimiento universal. Las señales de circulación son un ejemplo de un sistema Glyph. Por su parte, la ICOGRADA es una organización profesional de diseñadores gráficos encargados de atender el problema de la definición y normalización de los signos gráficos en el ámbito

internacional.

La utilidad de los pictogramas se fortaleció en el siglo XX, con el desarrollo de las arterias viales, haciéndose necesario un sistema de signos gráficos que fueran reconocidos con facilidad por el conductor. Los primeros diseños de pictogramas para el uso de eventos internacionales se remontan al año 1964, cuando los grafistas japoneses diseñaron pictogramas que no precisaban de un texto explicativo; el número de estos pictogramas fue ampliado con motivo de la Exposición Internacional de Osaka (1970) y para la Olimpiada de Invierno de Sapporo. Asimismo, el diseño especializado de pictogramas continuó en la Expo 1967, de Montreal, en los Juegos Olímpicos de México y Grenoble (1968), y después en la Olimpiada de Munich 1972 (ver gráfico 7) .

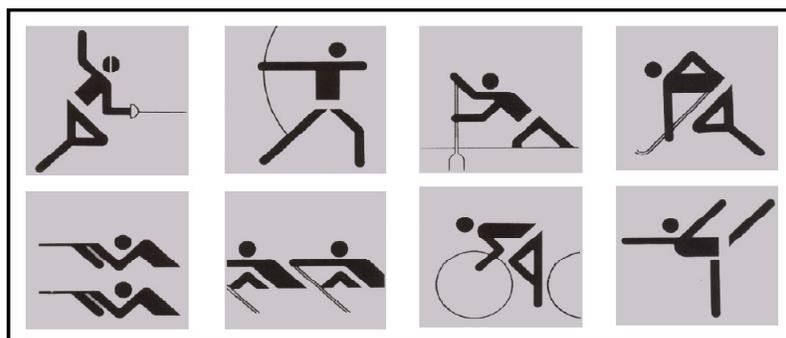


Gráfico 7. Símbolos de disciplinas deportivas de los Juegos Olímpicos de Munich de 1972. Diseños de Olt Aicher. Costa, J. (1987) Señalética, Barcelona: Editorial Enciclopedia del Diseño, pág 162)

Las investigaciones realizadas por los ya mencionados autores Aicher y Krampen (Ob.cit.), aportan significativos elementos para explicar cómo se produce la comprensión del mensaje entre emisor y receptor dentro de un proceso de comunicación, así como la utilización de un código común destinado a asociar significados iguales a una señal determinada. Al respecto, añaden:

Es obvio que este razonamiento resulta igualmente válido si nos referimos a una lengua como si los extendemos a los símbolos gráficos. La investigación mediante los símbolos gráficos debe ser llevada a cabo con la ayuda de métodos tales que hagan asequible al investigador la provisión de símbolos gráficos comprensibles por el grupo de población analizado.(p.112)

En el vocabulario gráfico, si bien se utiliza el término pictograma de forma genérica a la vez se evidencia una alta fecundidad en los signos icónicos que supera a la información escrita. Para Costa (1987), el pictograma “absorbe otras variantes del signo icónico como son el ideograma y el emblema.” (p.138). En este sentido, tanto el ideograma que contiene el esquema de una idea, concepto o fenómeno no visualizable, como el emblema, figura convencional plenamente institucionalizada como la cruz roja por ejemplo, constituyen variantes del signo icónico, consideradas como pictogramas.

Para Costa (Ob.cit.), el diseño de pictogramas conlleva siempre un proceso de abstracción progresiva, de la complejidad de una acción o una escena real, en que el diseñador extrae los elementos más significativos en su menor número posible para obtener con ellos la máxima información y expresividad.

Al respecto, Métraux, en Cohen y Saint Fare Garnot (1971), sostiene que la representación pictórica a diferencia de la artística no tiene una intención estética, más bien está dirigida a lograr la simplificación y abreviación de una idea, dejando a un lado aquellos elementos que se consideran superfluos y así posteriormente convertirse en un símbolo. De esta forma, el autor mencionado hace alusión a dos tipos de pictografías, “aquellas que relatan uno o varios acontecimientos, y a su respecto nos proporcionan informaciones de carácter general, y aquellas que sirven para

ayudar a la memoria.” (p.2)

Para concluir, es importante destacar que los pictogramas modernos son más estéticos, tratan de expresar y transmitir de la mejor manera gráfica posible el significado de lo que se quiere transmitir, utilizando para ello la combinación de elementos de colores y el diseño. Su funcionalidad está asociada a optimizar el orden, la seguridad y la comunicación dentro de los grupos sociales.

2.3 El Color

Tradicionalmente el color ha sido considerado como la base del simbolismo universal en todos los ámbitos del quehacer humano, ya sea geográfico, ético, biológico, psicológico, del pensamiento e incluso político y religioso, respetando las interpretaciones que cada cultura otorga a la gama cromática.

Las teorías griegas hacían referencia a la mezcla de colores, a la antítesis entre el blanco y el negro, la luz y la oscuridad, así como la combinación del claro-oscuro. De acuerdo a Cage (1993), “en todos los escritos antiguos, el color ocupa una posición profundamente ambigua: por un lado, sirve de base para lo adventicio, lo meramente decorativo, lo falso, pero, por otro, es lo que proporciona a la pintura vida y credibilidad.” (p. 15) Los planteamientos de las teorías clásicas griegas dieron origen a los sistemas cromáticos de Newton.

El papel ejercido por la luz en la percepción del color ha sido objeto de particular atención para explicar el porqué de la variedad cromática. En la antigüedad, Platón señalaba “nosotros no vemos ninguno de los colores en su verdadera pureza, sino que todos están mezclados; si no están mezclados con otro color, están mezclados con rayos de luz o con sombras.” (Cage, 1993, p. 13)

A principios del siglo XVII se producen en Europa cambios significativos en el concepto del color como un fenómeno de naturaleza física, según los planteamientos de los clásicos griegos. La teoría unificada de la luz y del color da pie para la formulación de distinciones en la categorización cromática. Al respecto, Cage (Ob. cit.), hace mención a la obra Óptica de Newton en 1704, de la cual dice que ésta constituyó por mucho tiempo una referencia acerca de la utilización del color en la

pintura, aun cuando sus planteamientos parecían abiertamente contrarios a las experiencias tecnológicas al negar la existencia de los colores primarios.

Los aportes de la teoría desarrollada por Newton a los estudios sobre el color pueden resumirse en dos ideas fundamentales. La primera fue disponer los colores en un esquema circular para facilitar su visualización, estableciendo para ello los componentes de las mezclas en forma geométrica. Y la segunda idea fue la de complementariedad.

La autonomía del color comienza a tomar cuerpo a principios del siglo XIX, y en este sentido la tendencia parecía dirigida a fortalecer los efectos cromáticos, dando pie al establecimiento de leyes destinadas a estructurar una especie de lenguaje. En la Época Moderna, señala Cage (Ob.cit.), se produce un movimiento de progresiva especialización y profesionalización de artes y ciencias, que conlleva a un fraccionamiento del estudio del color, superando con ello el complejo manejo de la escala cromática bajo la concepción medieval europea, pero a la vez abriendo una brecha entre la ciencia y las artes.

En lo concerniente al fenómeno físico relativo al color, Hayten (1978) describe ampliamente el mecanismo de desarrollo de la energía de la luz en ondas, cuya velocidad depende de la densidad del medio, que al cruzarlo como bien lo señaló Newton se refracta y descompone en una franja de colores. Al respecto, el autor señala:

Las longitudes de ondas de luz que el ser humano percibe están comprendidas entre 400 nm y 700 nm (nanómetros) y son las que nos dan las impresiones coloreadas que van desde el rojo, pasando por el naranja, amarillo y verde, hasta el

azul ciánico.

Más allá del rojo se encuentran las radiaciones infra-rojas y más allá del azul ciánico las ultra violetas; unas y otras son invisibles. Lo que llamamos color es, por tanto, la impresión fisiológica que corresponde a una longitud de onda bien definida.

Kuppers (1980), sostiene que el color no es más que una sensación, el producto del órgano de la visión, que evidentemente no existe como condición del entorno físico del ser humano, sino que surge de la relación fisiológica con los objetos y se complementa con la actitud mental del observador. Así, la percepción del color depende de los cambios producidos en la fuente luminosa o las condiciones de la superficie sobre la cual ésta se refleja.

Para los estudiosos del lenguaje, lo verdaderamente relevante es el hecho de que si bien el hombre es capaz de captar a través del sentido de la vista una múltiple variedad de matices cromáticos, en la mayor parte de las culturas el léxico cromático es reducido generalmente a ocho o máximo once términos, insertos en categorías como colores fríos, cálidos, claros u oscuros, suficientes para la percepción del común de las personas. La variedad de matices cromáticos se considera una fuente de imprecisión, que ha influido en el proceso de interpretación de determinadas situaciones, dando lugar a la utilización de los colores como función del lenguaje atendiendo a la idiosincrasia de cada contexto cultural.

Para Sanz (1985), el lenguaje del color se expresa a través de lo que el autor denomina signos cromáticos, “constituido por un significante – expresión – y un significado o contenido.” (p.13) Ambos elementos se relacionan de manera arbitraria

de acuerdo a las condiciones del entorno, o de lo que se desea expresar. De allí que el color pueda ser utilizado como un elemento simbólico de la comunicación, o como expresión, es decir como signo.

El estudio del color como lenguaje corresponde a la cromatología, disciplina que a través de los cronemas divide el conjunto cromático de acuerdo a la luminosidad, cromacidad y tonalidad, para facilitar el análisis del color en el plano tanto del significante como del significado, éste último objeto particular de la cromática.

Desde el punto de vista de la semántica, el signo cromático ha sido estudiado como una entidad psíquica arbitraria es decir como un símbolo, pero también como entidad inherente en su condición de signo. El primer caso se evidencia principalmente en el significado convencional que se le da al color a través de la publicidad, los medios de comunicación y la tradición, estableciendo una correspondencia entre significado y significante relativa a elementos sociales y culturales.

Sin embargo, en el caso de los lenguajes naturales del color se presenta una sincronía entre el significado y el significante, independientemente de la naturaleza arbitraria o inherente del signo cromático. La sincronía obedece, según señala Sanz (Ob.cit.), a la ocurrencia de varias formas cromáticas para expresar un mismo significado.

Para la clasificación de los colores se toman en consideración tres condiciones básicas: croma, intensidad y saturación. El croma o tinte, se refiere a la longitud de onda dominante en un color, permitiendo la distinción entre el rojo, el verde, el amarillo, por ejemplo, lo cual varía haciéndose más claro u oscuro en tanto se le agrega otro color. La intensidad depende de la relación del color con la escala de

valores entre blanco y negro. Mientras que la saturación se determina por el grado de pureza de un color. (Hayten, 1978)

Por su parte, Bay (1985), establece tres dimensiones para describir los colores cromáticos, es decir aquellos que según el autor están relacionados con el espectro fácilmente observable en el arco iris. El primer atributo es el tono, término que a menudo se confunde con el color, pero que en esencia permite la clasificación del mismo partiendo de un mismo tono. “Por ejemplo, un tono rojo puede ser rojo claro, rojo oscuro, rojo apagado o brillante, y éstas son variaciones de color dentro del mismo tono.” (p. 43)

Por su parte, el valor está referido al grado de claridad u oscuridad del color de acuerdo a la idea preconcebida del observador. Esta cualidad es manipulada en el diseño para establecer formas distintivas a través del contraste. Y en tercer lugar, intrínsecamente relacionada con el valor está la intensidad, la cual indica la pureza de un color y cuan vivo o apagado éste es percibido.

Existen otros elementos para evaluar la apariencia del color, entre los cuales se pueden mencionar la naturaleza y gradación de la fuente de iluminación, así como la calidad y distribución de la misma; las cualidades del contexto; la adaptación del ojo, entre otros. Pero igualmente importantes, y quizá más relacionados con el concepto inicial del color como una sensación, son los aspectos relativos al proceso perceptivo, la reacción de cambio que se produce en determinados colores como consecuencia de sus condiciones de presentación en el entorno. Es así como:

En la percepción del color tiene gran importancia la reacción emotiva, porque

ésta es desenvuelta en relación con el proceso de la visión en el que se comprenden factores de observación y memoria también de adaptación de los ojos al color. (Ob.cit. p. 32)

En el ámbito de las sensaciones, existe una manifiesta relación entre el color y la temperatura, que da lugar a la clasificación de los mismos en cálidos y fríos, dependiendo de la longitud de la onda. Esta correspondencia se observa en el ámbito físico, como ocurre con los efectos salientes y entrantes derivados de la yuxtaposición de colores cálidos y fríos, o en el cambio de apariencia de los objetos. También se evidencia en el aspecto psicológico, con la manifestación de reacciones personales derivadas de la influencia de ciertos colores en el ánimo de los individuos.

Los efectos fisiológicos y psicológicos del color han sido elementos de significativa utilidad para disciplinas como la Publicidad y las Artes Gráficas, así como para situaciones prácticas como la seguridad laboral y vial, así como en otros campos del quehacer humano como la religión. Por ejemplo, si se desea producir una sensación de alegría generalmente se utilizan colores cálidos, los rojos; para provocar tranquilidad se acude a colores fríos como los azules y los verdes.

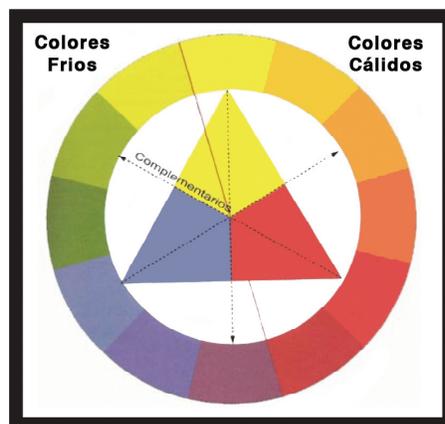


Gráfico 8. Tabla de colores cálidos y fríos

En el diseño gráfico, los colores se han aplicado como elementos comunicativos en igualdad de condiciones con las formas, imágenes y signos. Al respecto, Costa (2003) utiliza el término iconicidad del color para hacer referencia a la policromía, a la variedad infinita de posibilidades que ofrece este fenómeno luminoso, que “incluye significantes diversos en el mundo de las imágenes funcionales y el diseño. Y por supuesto, incluye a su vez resonancias psicológicas.” (p. 56) Derivado de ese concepto de iconicidad, surge la siguiente clasificación del color:

Cuadro 1. Clasificación de los colores:

Iconicidad	Varibles
Realista	Naturalista Exaltado Expresionista
Fantasioso	Imaginario Arbitrario
Sígnico	Esquemático Señalético Emblemático

Tomado de Costa (Ibidem)

El aporte del color a una imagen o diseño depende de dos elementos esenciales. Por una parte, la correspondencia entre color, forma y realidad representada, lo que Costa (Ob.cit.) denomina iconicidad cromática. Por otro lado, se encuentra la teoría psicología de los colores relativa a lo que la imagen evoca y representa. Las explicaciones de este último enfoque están más dirigidas hacia el estudio de la percepción de la realidad a través de los colores.

El color se asocia igualmente a diversas imágenes sensoriales y a manifestaciones de naturaleza sinestésica. El trabajo de Sanz (1985) en esta materia revela

significativos elementos derivados de la experiencia empírica que intenta establecer la relación entre el espacio y el color, el movimiento y el color, e incluso lo que el autor ha denominado “la sugerencia táctil del color.” (p.48)

En términos generales, el color es utilizado con la intención de crear armonía y dar significación a los elementos del entorno valiéndose de los resultados de una actividad sensorial humana de naturaleza visual. La intención es influir en la percepción de los individuos para generar determinadas reacciones internas, y también visibles, es decir manifestadas a través del comportamiento. Al combinar los colores dentro de un determinado contexto, se debe tener presente tanto la intencionalidad como los efectos que tales acciones producen en el observador.

Más recientemente, ha surgido el término cromatismo señalético (Costa, 1987), para hacer referencia a la utilización del color con fines de integración, identificación, connotación con el medio ambiente sin perturbar las condiciones naturales de los espacios, así como la pertenencia a una corporación o marca de algún producto.

El color señalético es al mismo tiempo color señal, porque transmite una sensación instantánea, y color signo porque implica un significado aunque sea arbitrario. Así lo vemos en la señalización vial y urbana, como por ejemplo, en los semáforos, en la señalización horizontal, los trazados de líneas y signos de circulación rodada y peatonales y también los planos de carretera y urbanos, en la cartografía temática y en las instalaciones industriales: tuberías, recipientes, depósitos, conductores eléctricos, gaseosos, lípidos, etc.

El color cumple con su uso en el trabajo de la señalética: uso informativo,

navegación, identidad y estético.

2.4 La Tipografía

La utilización de signos y símbolos para expresar ideas por parte del hombre ha estado siempre asociado a la posibilidad de que estos puedan ser fácilmente legibles para de esta forma lograr la intencionalidad comunicacional o expresiva. A lo largo de un proceso histórico se han ido produciendo cambios constantes, y es así como “pinturas, jeroglíficos, ideogramas, símbolos, fueron evolucionando en el tiempo hasta alcanzar el diseño de los sencillos trazos del alfabeto actual.” (Orozco, 2003, p.73)

La búsqueda de mejorar los métodos de escritura, llevan al surgimiento de la impresión de relieve o tipografía, técnica inventada por Gutemberg, referido en Frutiger (1985), por medio de la cual “ las letras son cinceladas al extremo de una barra de acero muy pulida, que una vez endurecida golpea sobre una plancha de cobre en la que deja una matriz.” (p.120)

La tipografía ha sido considerada como la arquitectura de la impresión de signos y símbolos de la escritura, de naturaleza bidimensional, tal como lo define Zapf, al cual alude Frutiger (Ob.cit.). Esta asociación del arte de proyectar y construir con la expresión gráfica tiene no solamente una intención estética, sino también persigue una formalización coherente para facilitar la comunicación, entendida como la relación establecida entre un emisor y un receptor.

La manipulación deliberada de los caracteres de la escritura obedeciendo a diversos fines ha dado lugar a variaciones en las formas básicas. En algunos casos, tales cambios se producen sólo en las dimensiones del signo, mientras que en otros se evidencian en un proceso más bien de naturaleza decorativa, tendiente a dar a

las letras una forma artística.

El uso del negro y el blanco para trazos y espacios intermedios en la escritura de textos condujo a la representación de una silueta normal, que Frutiger (Ob.ci.) identifica bajo el nombre de ancho, y que da pie para el surgimiento de las familias de letras partiendo de la imagen de una sola de ellas para dimensionar el resto. El grosor y la inclinación las letras son también elementos que permiten establecer variaciones en la escritura.

En la composición tipográfica, de acuerdo a lo referido por Orozco (2003), se evidencian cuatro elementos: la medida, el tipo, el cuerpo y la forma. La unificación de tales medidas fue por mucho tiempo una aspiración de la industria gráfica internacional, satisfecha a partir de 1900, cuando según el autor, se adoptó la unidad angloamericana denominada pica, como base de la actual nomenclatura tipográfica.

La clasificación tipográfica más antigua refleja tres grandes familias de letras: romana, egipcia y etrusca (ver gráfico 9). Cada una de ellas contiene variantes que conservan un diseño básico del tipo, pero se diferencian entre sí con respecto al grosor y a la inclinación del rasgo, elementos utilizados de acuerdo a la intencionalidad del texto.



Gráfico 9. Versiones modernas de las tipografías letras Romana, Egipcia y Etrusca.

Con el auge de la publicidad en el siglo XX, se inicia la utilización de la

tipografía como medio para lograr la atención del público y para ello se busca superar los lineamientos clásicos integrando lo gráfico a lo verbal. La intención es entonces, innovar en la forma de las letras, y lograr conjuntos alfabéticos perfectamente consonantes con los avances tecnológicos. Tal como lo sostiene Frutiger (Ob.cit.), “ los resultados obtenidos con ayuda de una máquina de dibujar regida por un ordenador son asombrosamente buenos, siempre que la acción de aquella sea dirigida y controlada por el ojo crítico del profesional tipográfico.” (p.132)

La naturaleza bidimensional de la tipografía mencionada al inicio de este punto, ha ido transformándose en tridimensional como producto de la utilización de las letras en los diversos ámbitos del entorno con fines que van más allá de la simple expresión, para abarcar objetivos publicitarios, creación de imágenes, señalización, entre otros propósitos utilizados para la rotulación del medio ambiente.

La simplificación característica de las escrituras automáticamente legibles, ha sido modificada por la tendencia a integrar imagen y escritura, para lograr una reacción subconsciente por parte del lector y convertir tal escritura en un elemento pictórico a escala consciente. La utilización de diversos tipos de letras en un mismo escrito, o el cambio de una letra por un objeto-signo, tienen igualmente la intención de lograr un efecto pictórico. Al respecto, Frutiger (Ob.cit.), utiliza el término figurativizar refiriéndose a la modificación de las letras para lograr esa expresión pictórica:

Este doble efecto es muy empleado en la Gráfica moderna, por ejemplo para conferir mayor memorabilidad al símbolo distintivo de una empresa comercial, haciendo que el lector resulte “intrigado” por el juego entre lo abstracto de la forma alfabética y la imagen fáctica presentada. (p.141)

Otras expresiones de esta tendencia a abreviar el mensaje gráfico son los monogramas, que han llevado a la creación de novedosas unidades de comunicación destinadas a unificar el mensaje a fin de que pueda ser fácilmente comprensible por las masas, independientemente del contexto social o cultural, y que trascienda en el tiempo.

Las condiciones de la tipografía hoy día, es una buena razón para considerarla como herramienta útil para la ciencia de las artes visuales, incluyendo la señalética, puesto que ambas comparten ciertos principios como “brevedad informativa, claridad, sencillez formal, síntesis, comunicabilidad instantánea” (Costa, 1987, p.176)

La funcionalidad de la tipografía en el ámbito señalético gira alrededor de la visibilidad y la inteligibilidad inmediatas, lo cual requiere la utilización de un tipo de letra que ofrezca la mayor legibilidad posible, sin ambigüedad y que sea rápidamente captada por el observador. En términos generales, un sistema neutro, que estimule la inmediatez perceptiva.

2.5 La Señalética

Etimológicamente, el vocablo señalética hace referencia a la utilización de señales para orientar las acciones de los individuos en un lugar determinado, lo cual implica una forma de comunicación que se origina de la movilidad social, como fenómeno asociado a prácticamente todos los escenarios de la vida cotidiana. A diferencia de la señalización que utiliza señales y códigos prefabricados a espacios y cosas a partir de situaciones ya conocidas, la señalética emplea un código parcialmente conocido que se somete a las características del entorno.

El concepto de movilización social se relaciona con el continuo desarrollo de los grupos humanos, el desplazamiento y la permanencia circunstancial en determinados lugares, lo que da origen a diversas formas de servicios de atención, administrativos y bienestar público, así como otros destinados a ofrecer alternativas para disfrutar de los ratos de ocio, expansión física y mental, comunicación por parte de individuos de variada procedencia geográfica y características socio-culturales.

La construcción de un espacio obedece a una función precisa con atributos específicos y claros, acordes con la misma que se complementan con la morfología arquitectónica o del entorno, la organización del espacio y el estilo ambiental. De esta forma, es posible hablar de ideas estereotipadas con respecto a los lugares de acuerdo al destino que se le dará, o al servicio que prestará.

A partir de la variación de los espacios en combinación con la ya mencionada movilidad social, surge la señalética como “una disciplina de la comunicación ambiental y de la información que tiene por objetivo orientar las decisiones y las acciones de los individuos en lugares donde se prestan servicios.” (Costa, 2003,

p.13).

La señalética es una actividad multidisciplinaria, técnica, de reciente desarrollo que integra lo arquitectónico y ambiental a la función utilitaria considerando la relación entre el individuo y el entorno, acudiendo a los elementos del lenguaje y las técnicas de información particulares que la caracterizan dentro de las disciplinas del diseño. Desde el punto de vista funcional, la señalética ordena significativamente los objetos dentro de un determinado espacio con respecto a la naturaleza del servicio que se presta.

En este punto, cabe mencionar el concepto de la identidad del lugar, aplicado por el autor precitado para hacer referencia a la identificación propia y exclusiva de un espacio, ambiente o contexto, que va más allá de la mera identificación de la función o servicio al cual se dedica. En este caso, el sentido informativo de la señalética está en íntima relación con la identidad característica, distintiva del espacio. Al respecto, el concepto de Pelta (s/f), señala que la señalética es,

Una parte de la nueva ciencia de la comunicación ambiental que tiene por objeto hacer inteligibles las estaciones de acción de los individuos, sobre todo en el mundo de los servicios y donde cada caso y cada espacio es diferente(p.102)

Contribuir a hacer más inteligibles los espacios es parte de las funciones de la señalética. Ello significa intentar disminuir la complejidad del entorno y la ambigüedad informativa, a través de elementos prácticos y estéticos que resalten y refuercen la identidad del lugar, haciendo igualmente más placentera y ventajosa la utilización de los servicios por parte del público.

El proceso comunicativo señalético ofrece al usuario de un determinado espacio de acción, la posibilidad de escoger su recorrido particular dentro de las posibilidades que le brinda la estructura morfológica y organizativa del mismo. A diferencia de otros sistemas de comunicación, la señalética tiene un carácter funcional y en este sentido no busca repercutir ni retener la atención visual ni la emoción, mucho menos imponerse al público o provocar impacto en éste, más bien se enfoca hacia la estructura cognoscitiva del individuo.

Los mensajes señaléticos dejan al receptor un margen de decisión, de allí su carácter de elementos de la comunicación autodidáctica. En este sentido, las acciones generadas son voluntarias, dirigidas a la búsqueda de información categórica e instantánea y no al aprendizaje, la relajación distractiva o al reconocimiento del contenido del mensaje.

Al respecto, Costa (1989) hace referencia al potencial autodidáctico de la señalética, pues la comunicación funcional que ella persigue requiere de la participación activa del individuo debido a que éste se ve impelido a tomar decisiones comportamentales ante la presencia de ciertos datos informativos por demás optativos, percibidos en forma selectiva.

En situaciones novedosas, que plantean interrogantes al usuario de un determinado espacio, cuando surge la duda con respecto a la acción a tomar como consecuencia de la ambigüedad o complejidad de una situación, o simplemente cuando se cuenta con un amplio repertorio de servicios u opciones ante el cual no se tienen claros los actos a seguir, la señalética ofrece soluciones atendiendo a las motivaciones, intereses y necesidades individuales.

La señalética también nace de la semiótica, que es el estudio de los signos en la vida social, y la semiología que es la ciencia que estudia los signos y significados. En este sentido, el lenguaje y las técnicas utilizadas por esta disciplina del diseño hace uso de variables que pueden agruparse en tres conjuntos: lingüístico, icónico y cromático, las cuales en este caso adquieren ciertas particularidades que determinan su nivel de especialización (ver gráfico 11).

El lenguaje señalético se caracteriza básicamente por ser monosémico, y además no discursivo pues no intenta narrar historia alguna, ni busca la retórica visual enfatizando exageradamente las partes más significativas del todo. Este lenguaje señalético a través del grafismo realiza lo que Costa (Ob.cit.), identifica como universalización, que no es más que el énfasis en la significación del mensaje por encima de la reproducción de identidades de las cosas, a fin de que cumpla instantánea y automáticamente con la intención de la idea que se desea transmitir.

El conjunto de variables lingüísticas está relacionado con el elemento tipográfico y sus combinaciones semánticas, expresados a manera de enunciados. El signo lingüístico, “es toda palabra o conjunto de palabras que transmiten una información precisa a través de la lectura” (Costa, 1989, p.140) En este caso, las palabras pueden ser útiles para designar aquellos conceptos cuya representación gráfica sea compleja.

Para Costa (1989), la señalética privilegia el uso del vocabulario gráfico del pictograma, que es un dibujo representativo de un objeto o una idea. Asimismo, el pictograma absorbe otras variantes del signo icónico como lo es el ideograma y el emblema. El ideograma es un esquema de una idea, un concepto o un fenómeno y el emblema es una figura convencional fuertemente institucionalizada, como por

ejemplo la cruz roja (ver gráfico10) o los aros olímpicos.

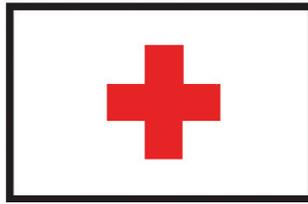


Gráfico 10. La Cruz Roja

Por su parte, el símbolo y el signo se emplean con menor frecuencia, ya que se consideran como sinónimos de pictograma. El término menos utilizado por los grafistas es el de señal, que a pesar de ser tan general como los anteriores, y constituir la misma raíz del vocablo “señal-ética”, es más abstracto, más genérico.

En cuanto al signo icónico, éste tiene la capacidad de representar las cosas perceptibles de la realidad, bajo diferentes categorías analógicas, que van desde la iconocidad máxima representada por los pictogramas figurativos, hasta la mínima correspondiente a los ideogramas y emblemas no figurativos, incluyendo en esta categoría al signo lingüístico.

En los proyectos señaléticos, la definición del repertorio de pictogramas a utilizar va a depender de tres criterios fundamentales. En primer término, la significación unívoca desde el punto de vista semántico, la unidad formal y estilística en segundo término de acuerdo a la función sintáctica y, por último, la visibilidad como condición pragmática. Los pictogramas resultantes podrán ser rediseñados en la medida en que sea necesario obtener un estilo particular, de acuerdo a su utilidad dentro del espacio para los cuales fueron elaborados.

Con respecto al signo cromático, es el que evoca y provoca sensaciones, es un estímulo fuerte que ataca a la sensación óptica, actúa por su convencionalidad.

En señalética, indica Costa (Ibidem.), “el color se utiliza exactamente como «señal», es decir, en estado puro.” Este atributo de la forma, empleado en la iconocidad, le da a ésta un mayor realismo.

El código cromático a utilizar en cualquier proyecto de señalética, puede adoptar diversas dimensiones, dependiendo de la intención y necesidad de diferenciar e identificar diversas zonas del espacio arquitectónico o ambiental. También en su definición deben considerarse los criterios corporativos, a fin de lograr una combinación y contraste de colores que efectivamente cumpla con la función informativa del mensaje señalético.

Por otra parte, en el vocabulario señalético, vale distinguir la señal como unidad informacional, conformada por un espacio gráfico, el texto o figura y el color y su código. El espacio gráfico es definido como “el soporte donde se inscribe la información puntual, que consiste en una combinación de los elementos simples del lenguaje señalético” (Ibidem) Por su parte, el texto, es reconocido genéricamente en el lenguaje industrial como rótulo, aplicable igualmente a la unidad informacional imagen-texto, y utilizada como sinónimo de panel.

Los elementos anteriores delimitan la definición del diseño señalético, en el cual las señales son normalizadas por el diseñador del programa, quien las produce especialmente para cada caso en particular, de acuerdo a las circunstancias concretas del entorno bajo los criterios de identidad y diferenciación, es así como:

El tratamiento señalético de un parking, un museo, el metro de una gran ciudad o un establecimiento bancario serán tan substancialmente diferentes como lo es la naturaleza misma de cada caso. Del mismo modo, la solución que se ha

diseñado para un banco, por ejemplo, no sirve para todos los bancos, porque el programa debe responder – y reforzar aún – la personalidad de cada uno de ellos. (Ob.cit, p.122)

El primer paso para la elaboración de un diseño señalético, es esbozar individualmente cada uno de los signos como elementos simples, consideradas unidades informacionales conformadas por pictogramas, palabras, colores, así como las proporciones y posición del espacio gráfico o panel señalético. La intención es lograr la legibilidad de los signos, a fin de que cumplan su tarea informativa, sin aspirar a dejar huella o permanecer en el pensamiento del individuo.

La segunda etapa de esta secuencia es la definición de la pauta estructural, por medio de la cual se busca soportar las informaciones a fin de que el mensaje señalético tenga un determinado orden. En este caso se trata de crear una superestructura, una arquitectura que permita situar la información, estableciendo niveles de lectura, y destacar a la vista los elementos esenciales del mensaje, dejando los secundarios como complemento.

El enfoque gestáltico del órgano de la visión que enfatiza la condición la condición de tal sentido para registrar en forma instantánea las configuraciones globales, es de utilidad para entender la naturaleza de las señales en un sistema señalético.

En tercer lugar, el diseñador de un proyecto de señalética debe dedicar su atención a la tarea de exponer los elementos normativos del programa, es decir, ensamblar órganos, pautas y leyes de estructura destinados a dar respuestas y soluciones a las situaciones que se presente en la práctica, incluyendo aquellos

previstos a mediano y largo plazo, e incluso considerando los no previstos.

En este punto es necesario destacar que la señalética ofrece la capacidad de extender los beneficios de un programa de tal naturaleza más allá del contexto inmediato en el cual será aplicado, considerando la necesidad de adaptarlo en caso de ampliaciones de los servicios, cambios en el entorno, entre otros eventos, pues tal como lo sostiene Costa (1989), “el diseño no es producto o mensaje... es el proceso que conduce a la obtención del producto o del mensaje.” (p.14)

De tal manera que el diseño de un proyecto de señalética debe elaborarse considerando que se trata de un sistema, un conjunto integrado de partes coordinadas entre sí por medio de un programa, y no simplemente de la elaboración de pictogramas o signos iconográficos de naturaleza generalizada.

La finalidad en términos totales de un proyecto o programa de señalética, está dirigida al servicio de los individuos. Costa (Ob.cit.), la considera como un “factor potencial de calidad de vida.” (p.11), y la razón fundamental es que se dirige a hacer más perceptible, accesible y comprensible el entorno ambiental.

La señalética se viene utilizando en áreas asociadas a la circulación en exteriores e interiores, apoyándose en la tipología funcional global, la definición de la acción del espacio y la imagen corporativa como elementos que conforman el punto de partida de un proyecto de esta naturaleza. En cuanto a los medios, se aplica tanto en los móviles de naturaleza aérea, acuática y terrestre, como en los fijos como estaciones de ferrocarriles, terminales de pasajeros, y estaciones de metro.

También los proyectos señaléticos han sido de gran utilidad para lograr la inteligibilidad de los espacios en las organizaciones sociales destinadas a diversos servicios, como hoteles, hospitales, restaurantes, centros educativos, comercios e incluso en organizaciones públicas y privadas. En este punto la señalética contribuye a potenciar la identidad corporativa, sin necesidad de imponerse a ella o modificarla.

Particularmente relevante es el uso de la señalética cuando se trata de resolver problemas derivados de readaptaciones de espacios o edificaciones públicas creados inicialmente con una determinada finalidad, pero que con el tiempo han sufrido cambios tanto en el aspecto arquitectónico como organizacional y por consiguiente funcional. Al respecto, Costa (1987), habla de la labor del diseñador de proyectos señaléticos para solventar dificultades arquitectónicas y ambientales, “cuando se encuentra con estructuras de otra época que son readaptadas a necesidades actuales, o con ampliaciones de obras antiguas con obras nuevas de concepción altamente funcional.” (p.107)

La reducción de la complejidad del entorno así como la máxima simplificación del sistema en materia de variedad y número de señales, constituyen las principales finalidades de un programa señalético, cuyo proceso de elaboración se divide básicamente en dos grupos de tareas. Las primeras se refieren al diseño conceptual y organizativo, es decir a la planificación del proyecto, partiendo del contacto con el espacio real a fin de determinar su función, naturaleza y condiciones arquitectónicas y ambientales, elementos que marcan la diferencia en la cual se basan los lineamientos del mencionado proyecto sobre todo como lo sostiene Pelta (s/f), “en el mundo de los servicios y donde cada caso y cada espacio es diferente.” (s/n)

Un segundo grupo de tareas se consdiera la parte operativa, es decir la realización del programa que corresponde en primer lugar a la elaboración de las fichas señaléticas seleccionando los elementos iconográficos, tipográficos y cromáticos más ajustados a las necesidades para el esbozo de los prototipos que permitirán corroborar la intencionalidad gráfica del programa.. A ello sigue el diseño del manual señalético, y el asesoramiento en materia de instalación del programa trazado.

De los planteamientos anteriores puede derivarse la adaptación de la señalética al medio como una de las principales premisas de esta disciplina, complementada con la economía generalizada entendida como la utilización de un lenguaje simple tanto en construcción como en montaje, que integre los recursos informacionales y la capacidad expresiva en un sistema normalizado particular basado en las condiciones y usos particulares de cada entorno.

CAPÍTULO III

HISTORIA Y MORFOLOGÍA DEL MUSEO DE BELLAS ARTES

3.1. Breve Reseña Histórica del Museo de Bellas Artes

El Museo de Bellas Artes fue creado en 1917, mediante decreto de Victorino Márquez Bustillo, para el momento presidente provisional de la República. La iniciativa formaba parte del conjunto denominado Museos Nacionales, entidad que agrupaba además el Museo de Arqueología e Historia Natural y el Museo Bolivariano, bajo la dirección de Christian Wizke, según refiere Michelena (1999),

En sus inicios el Museo de Bellas Artes (MBA), conformado por las secciones de Pintura, Escultura y Arquitectura como lugar para resguardar obras provenientes de otras entidades públicas, funcionó en el mismo edificio que ocupaba la Academia de Bellas Artes, actualmente sede de la Escuela de Música José Ángel Lamas ubicada en la zona central de Caracas.

No fue sino hasta 1935, cuando bajo la dictadura del General Juan Vicente Gómez se decreta la construcción del nuevo edificio para el Museo de Bellas Artes en las inmediaciones del parque Los Caobos. Sin embargo, el inicio de la obra se produce en el año 1936 con el gobierno de López Contreras, y queda a cargo del arquitecto Carlos Raúl Villanueva.

El MBA fue inaugurado oficialmente el 20 de febrero de 1938, “una vez que se hubieran catalogado las obras donadas por coleccionistas e incorporado, por adquisiciones, una obra de cada uno de los principales artistas vivos del país.” (Diccionario de Historia de Venezuela, 1988, p.286), bajo la dirección del artista

Carlos Otero.

Este emblemático museo es considerado como el primer centro cultural en Venezuela destinado a la exposición de artes plásticas bajo un concepto universal que incluye no solamente piezas representativas de la manifestación nacional, sino también espacios destinados a una gran diversidad de culturas y movimientos artísticos, aun cuando a raíz de la mudanza a la nueva sede, muchas de las colecciones han tenido que ser llevadas a los depósitos del MBA.

Actualmente el MBA guarda obras del arte egipcio, una de las pocas colecciones que existen en el continente suramericano, piezas de cerámica china donadas por Don Enrique Otero Vizcarrondo y la familia de Don José Ramón Urbaneja. También tiene entre sus haberes, piezas representativas del cubismo obsequiadas por Don Pedro Vallenilla Echeverría y su esposa. Destacan igualmente manifestaciones del arte europeo, latino y norte americano de diferentes épocas, Medieval, Moderna y Contemporánea, así como una amplia variedad de fotografías, dibujos y grabados.

En el año 1990, se crea la Fundación Museo de Bellas Artes con lo cual se cambia su condición jurídica. En este sentido, la Fundación adquiere el reconocimiento oficial de la condición del MBA como entidad autónoma, con una estructura descentralizada, sin que por ello se desligue por completo de la protección del Estado, quien sigue siendo dueño del patrimonio cultural que alberga dicho Museo y le apoya financieramente a través del Consejo Nacional de la Cultura (CONAC).

Posteriormente, el 29 de junio de 2005, el Museo de Bellas Artes pasa a formar parte de la Fundación Museos Nacionales, ente adscrito al Ministerio de

la Cultura, el cual se convierte en el encargado de coordinar, administrar, custodiar, mantener, preservar y optimizar los programas y proyectos de los museos pertenecientes al Estado.

La multiplicidad de actividades que realiza el MBA, conforma una fuente importante de ingresos destinada a favorecer el funcionamiento del mismo, dado que como cualquier otra organización venezolana, ha sufrido a lo largo de los años los embates temporales de situaciones puntuales en el contexto socio-económico. Hoy en día, el MBA es considerado un lugar obligado dentro de los itinerarios turísticos, así como una referencia importante para estudiantes, artistas y público en general tanto nacional como internacional, quienes acuden a sus instalaciones en búsqueda de conocimiento y recreación, estimulados por la versatilidad de sus exposiciones y su atractiva ubicación dentro del espacio urbano.

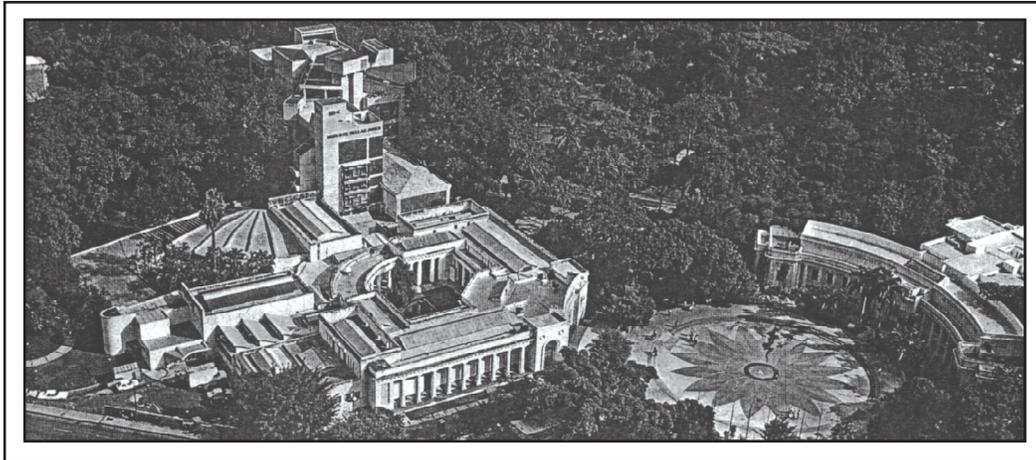
Conocido como el árbol más alto del Parque Los Caobos, según Michelena (Ob.cit.), el edificio del MBA forma parte importante de lo que se puede considerar el centro cultural de la capital venezolana, conjuntamente con otros edificios como el Museo de Ciencias Naturales, el Ateneo de Caracas, el Complejo Teresa Carreño, así como la Cinemateca Nacional y la Galería de Arte Nacional, fundada en 1976, la cual ocupa parte de la estructura arquitectónica correspondiente al MBA.

3.2 Morfología del Museo de Bellas Artes

A pesar de la belleza del diseño original y lo atractivo de las líneas neoclásicas del primer edificio esbozado por Villanueva, en armonía con el escenario natural del Parque Los Caobos, la preocupación por superar las limitaciones de espacio siempre han estado presentes al punto que como lo señala Peruga (1988), “desde que la institución inicia su existencia, todos los Directores del MBA habían solicitado reiteradamente la ampliación de sus insuficientes espacios.” (p.119)

El primer conjunto de trabajos de ampliación se inaugura en 1953, y estuvo conformado por once (11) salas nuevas y otros espacios, mientras que al finalizar la década de los cincuenta por iniciativa de Armando Barrios se logra la construcción de un pabellón para exposiciones y para albergar la biblioteca así como el taller de restauración. El referido edificio original y esta ampliación conforman la actual estructura de la Galería de Arte.

En la década de los sesenta, gracias al empeño de la Junta de Conservación y Fomento y a la Dirección del MBA, el gobierno de Raúl Leoni encarga al arquitecto Villanueva, responsable del diseño original, un nuevo proyecto de ampliación del MBA, que incluía un área de 6.500 metros cuadrados al sur –oeste del edificio con áreas principales de exhibición, así como una nueva distribución de las dependencias administrativas y museográficas. No fue sino hasta los años setenta como lo señala Michelena (1999), cuando “se inicia el proyecto de ampliación del Museo, que supuso la creación de un segundo y complejo edificio, el cual se inauguraría en 1974 y para 1976 estaría grosso modo concluido.” (p. 15)



**Fotografía 1. Michelena, Corina (1999). El Museo de Bellas Artes y su ampliación, actual sede. MBA
Obra Reciente (No. 3, p. 16). Caracas: / Museo de Bellas Artes de Caracas.**

Actualmente, el MBA ocupa una estructura de tránsito vertical, conformada por tres cuerpos articulados internamente cuyos cinco (5) pisos se comunican por los ascensores (a excepción del piso 3), y todos por medio de rampas, la cuales desde el punto de vista arquitectónico y funcional constituyen un elemento esencial dentro del Museo, no sólo como medio de acceso y traslado de los visitantes, sino también como espacios que simulan pasadizos de las antiguas pirámides.



Fotografía 2. Pasillo que conduce al 1er piso del Museo de Bellas Artes

El edificio refleja la interpretación cubista del espacio, destacando particularmente la influencia de la obra de Le Corbusier, de acuerdo a lo que señala Moltoly-Nagy (1999), quien destaca los muros de obra limpia, los grandes y amplios ventanales, el énfasis en la funcionalidad, el manejo de la luz como elemento de activación de la percepción del espacio, y diferencias de uso a lo largo de su recorrido.

Las áreas administrativas y de servicios están ubicadas acertadamente en un espacio que relaciona la antigua edificación con la nueva, separadas de la zona museística, y en la que igualmente se encuentra el cuerpo de servicios. Otras áreas como el comedor de empleados y los lugares destinados a depósito de obras han sido discretamente ubicados, a fin de no interferir en la dinámica de la institución.

En la planta baja se encuentra ubicada la Sala 1 y la Sala de Talleres que comparte su espacio con la Gerencia de Educación y el laboratorio de fotografía. Además, se encuentra la Tienda del Museo el cual es un espacio remodelado y ampliado en el año 1991. También, en este piso, los visitantes cuentan con catálogos, y una biblioteca.

Contiguo a planta baja se encuentra la Sala Experimental Es un espacio techado, con una altura aproximada de cinco metros, abierta a los jardines del Museo por tres de sus lados. Es utilizada para actividades múltiples que van desde exposiciones escultóricas o de cualquier otra naturaleza sin riesgo para las obras, hasta conciertos, videos, obras teatrales, ruedas de prensa, charlas, foros, conferencias amén de otras actividades que reúnan un significativo número de personas.

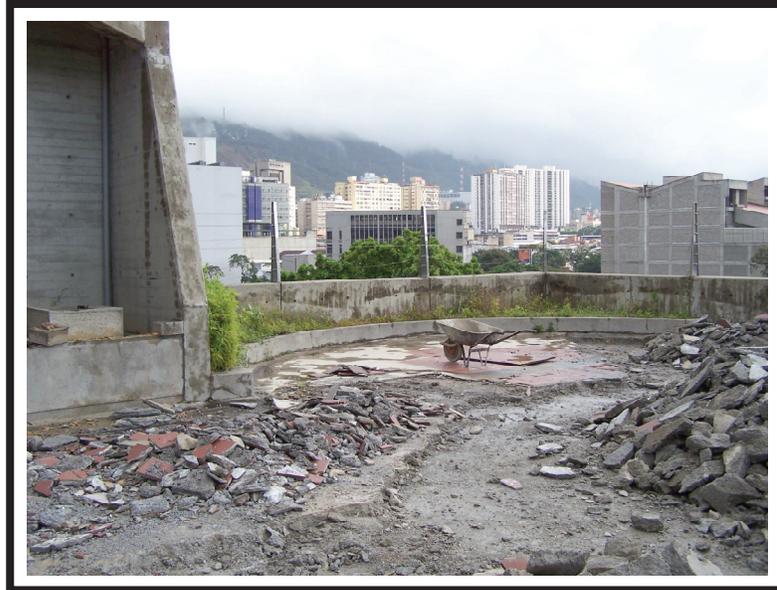
En el piso 2 (que sigue inmediatamente a planta baja) , se encuentra la Sala 2 ó Sala de Historia del Arte, inaugurada en 1995, con el aporte de la Fundación Polar. Su utilización generalmente está dirigida a exposiciones temporales de carácter pedagógico o informativo. Frente a la Sala 2 se encuentra una pequeña Sala (Sala 2a) la cual está dedicada a la exposición de la colección de arte egipcio.

El Piso 3 alberga tres salas, la Sala 3 llamada Sala Cubista, la Sala 4 llamada Gabinete de Dibujo Estampa y Fotografía, inaugurada en 1989 la cual es un espacio reservado exclusivamente al resguardo de aquellas obras de la colección que requieren particular atención en cuanto a iluminación, humedad y temperatura debido a sus condiciones de fragilidad, ésta Sala también ofrece la posibilidad de que el público interesado pueda estudiar las piezas de cerca disponiendo para ello mobiliario, fichero con información y personal de atención al público. Por último, la Sala 5, la cual está ambientada por estantes de vidrio, es el espacio dedicado a la exposición de obras de cerámica y vidrio.

En el piso 4 se encuentran la Sala 6 y el Auditorio del Museo. Por último se va al piso 5 en el que ubicamos la Sala 7 y La Terraza de Esculturas las cuales conforman el punto culminante de la edificación. La Sala 7, contigua a la terraza, es un espacio expositivo del museo utilizado para determinadas muestras, así como para las curadurías didácticas, debido a su condición de espacio no limitado por paredes.

Al llegar a la Terraza los visitantes pueden disfrutar del arte tridimensional, y a la vez obtener una vista panorámica del Jardín Botánico, la mezquita, la quebrada de Guaicapuro y el Cerro el Ávila. El lugar es, además, sitio de reunión de escritores, filósofos, músicos y poetas, convirtiéndose en “el fruto de concreto más alto

de este árbol, su rosa de los vientos desde donde todo punto de vista y todo punto cardinal se divisa y se hace posible.” (Michelena, ob.cit., p.20).



Fotografía 3. Terraza de Esculturas, actualmente en reparación

CAPITULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Introducción

El marco metodológico es un conjunto de técnicas usadas para llevar a cabo la investigación. Constituye un elemento fundamental para el desarrollo de cualquier tipo de trabajo que busca abordar una investigación de manera sistemática, y sirve además de guía para organizar en forma lógica los procesos de investigación.

4.2 Diseño de la investigación

La presente investigación está enmarcada dentro de un diseño tipo documental con el objetivo de diseñar un proyecto de señalética para el Museo de Bellas Artes (MBA), utilizándose para ello como fuente de información investigaciones en el área señalética, así como mediante la consulta de libros, internet y otros documentos.

La investigación es de nivel transeccional descriptivo, la cual consiste en "... ubicar, categorizar y proporcionar una visión de una comunidad, un evento, un contexto, un fenómeno o una situación (dentro de un enfoque cualitativo) (Sampieri, R, ob, cit, pág. 273, 2004); y adicionalmente se realizó un estudio exploratorio dirigido a los empleados del MBA para apoyar los objetivos de la investigación.

4.3 Características de la Muestra

Universo: Se tomó como área de estudio el Museo de Bellas Artes donde se

encuentran los empleados que tienen más contacto con el público, tales como los guías, personal de seguridad, profesores, empleados de la tienda del Museo, del cafetín, y el promotor cultural del Museo.

Empleados del Museo:

- A) Guías: 19
- B) Seguridad: 9
- C) Empleados de la tienda del Museo: 2
- D) Empleados del cafetín: 2
- E) Profesores: 2
- F) Un empleado de la biblioteca
- G) Un promotor cultural

Total de entrevistas: 36

4.4 Instrumento de medición

El método empleado en la encuesta fue el cuestionario-lista, el cual contiene 4 preguntas, tres de tipo informativo y una de opinión.

4.5 Objetivo General

Conocer el comportamiento de los visitantes dentro del Museo; y el conocimiento de los empleados del Museo que tienen mayor contacto con el público, acerca de la señalización interna de la Institución.

4.6 Objetivos específicos

-Conocer la frecuencia con que los visitantes acuden a los empleados del Museo para informarse de cómo llegar a las diferentes áreas de la Institución.

-Conocer aquellos lugares que los visitantes preguntan con más frecuencia como acceder a ellos.

-Conocer la opinión de los empleados acerca de la señalización del Museo.

-Conocer el punto de vista de los encuestados acerca de la funcionalidad del actual sistema de señalización del Museo.

4.7 Plan de Tabulación

El plan de tabulación que se utilizó responde a los requerimientos del siguiente modelo o esquema:

Pregunta No:___

Respuestas: TOTAL EMPLEADO OPCION

%

4.8 Gráficos, interpretación y análisis de los datos:

Primera pregunta

1) ¿Los visitantes del Museo le preguntan con frecuencia sobre la localización de algún lugar ó área (¿Cómo llegar?) de la Institución?

A) Si___ B) No___

Resultados:

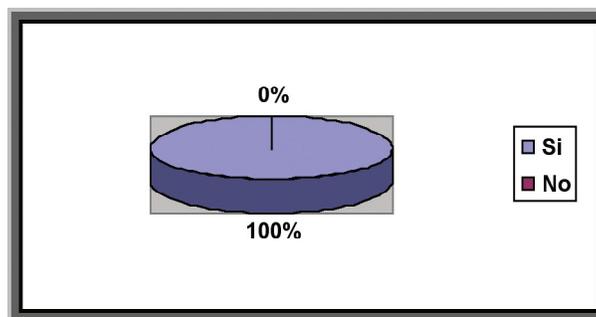
Cuadro 2. A) Si :

Total	Empleados	Opción
100%	Todos	si

Cuadro 3. B) No:

Total	Empleados	Opción
0.0%	ninguno	no

Gráfico 11. Resultados de la pregunta 1:



Interpretación: En la primera consulta el 100% de los empleados contestaron afirmativamente.

Análisis: Que todos los consultados contestaran afirmativamente, indica que

los visitantes del Museo no encuentran una orientación señalética adecuada que les permita recorrer y acceder fácilmente a cualquier área que deseen visitar, y por tal razón necesitan preguntar a los empleados, como llegar al sitio deseado.

Segunda pregunta

2) ¿Cuál es el lugar del Museo por el que más frecuentemente preguntan los visitantes para llegar? (puede contestar más de una opción)

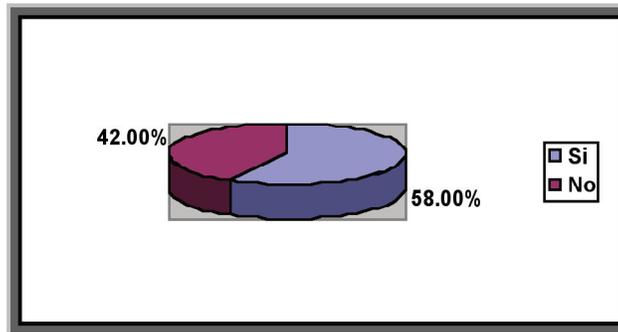
A) Sala 1__ B) Sala 2__ C) Sala 2a__ D) Sala 3__ E) Sala 4__ F) Sala 5__ G) Sala 6__ H) Sala Experimental__ I) Sala de Talleres__ J) Biblioteca__ K) Jardín de esculturas__ L) Auditorio__ M) Otros_____

Resultados:

Cuadro 4. A) Sala 1:

Total	Empleados	Opción
	9 guías	
	8 seguridad	
	1 empleado de la tienda	
	1 profesor	
	Empleado de la biblioteca	
58%	Promotor cultural	A

Gráfico 12. Porcentaje de los que respondieron Sala 1:



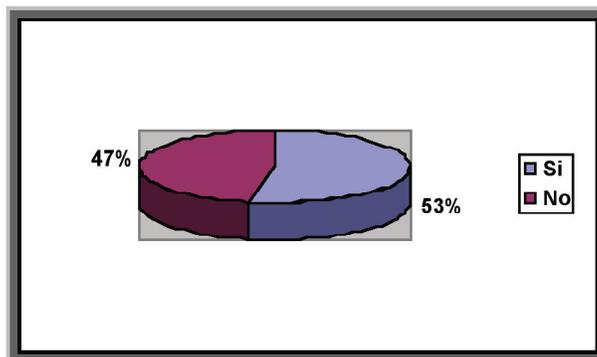
Interpretación: En la segunda consulta la respuesta más frecuente fue la A (Sala 1), con un total de 58% de empleados, mientras que el 42% no mencionó esta opción.

Análisis: Esta sala se encuentra ubicada en la planta baja del edificio, e irónicamente es la única sala que se puede divisar al llegar al vestíbulo del Museo. Que un porcentaje mayor a la mitad de los empleados haya contestado esta opción evidencia que la señal que indica la entrada a la Sala 1 no es lo suficientemente llamativa o orientadora.

Cuadro 5. B) Sala 2:

Total	Empleados	Opción
	10 guías	
	6 seguridad	
	1 profesor	
	Empleado de la biblioteca	
53%	Promotor cultural	B

Gráfica12. Porcentaje de los que respondieron Sala 2:



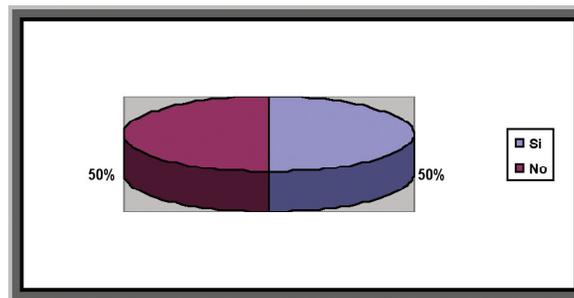
Interpretación: El 53% de los empleados respondió la opción B (Sala 2); mientras que el otro 47%, no mencionó esta opción.

Análisis: Que la mitad de los encuestados haya respondido esta opción demuestra que la Sala 2 es una de las más buscadas, pero en vista de que no existe ninguna señal que indique que la sala queda en el segundo piso, los visitantes tienen que recurrir a los empleados para saber cómo llegar.

Cuadro 6. C) Sala 2a:

Total	Empleados	Opción
	8 guías	
	7 seguridad	
	1 profesor	
	Empleado de la biblioteca	
50%	Promotor cultural	C

Gráfica 14. Porcentaje de los que respondieron Sala 2a:



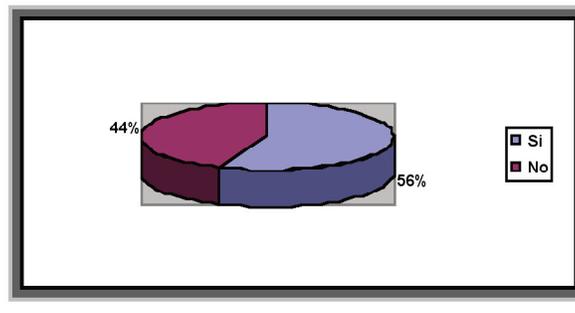
Interpretación: Un 50% de los empleados encuestados contestó la opción C (Sala 2a); mientras que el otro 50%, no mencionó esta opción.

Análisis: El resultado indica que gran parte de los visitantes no tienen ninguna referencia de como llegar a la Sala 2a; lo que evidencia que es una de las salas más buscadas del Museo ya que en ella regularmente se encuentra una de las colecciones más valiosas e interesantes del Museo de Bellas Artes, la colección egipcia la cual por su particularidad atrae a los visitantes.

Cuadro 7. D) Sala 3

Total	Empleados	Opción
	11 guías	
	6 seguridad	
	1 profesor	
	Empleado de la biblioteca	
56 %	Promotor cultural	D

Gráfico 15. Porcentaje de los que respondieron Sala 3:



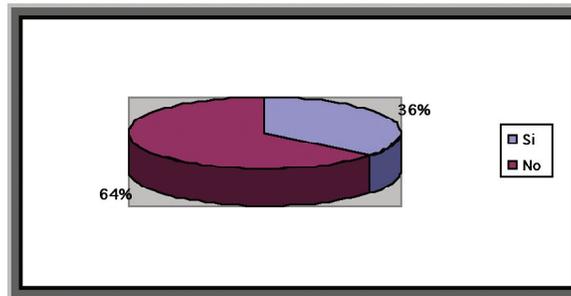
Interpretación: El 55 % de los empleados encuestados contestó la opción D (Sala 3); mientras que el 45%, restante no mencionó esta opción.

Análisis: El resultado de esta opción demuestra que gran parte del público que busca esta sala no tiene ninguna referencia de como llegar a ella. Además, debido a su ubicación en el tercer piso del Museo, al cual solamente se le puede llegar por medio de las rampas, hace mucho más difícil que el público pueda llegar a esta sala. Por otra parte, el resultado demuestra el interés del público en visitar esta sala permanente, y en la cual se encuentra la exposición cubista.

Cuadro 8. E) Sala 4:

Total	Empleados	Opción
	4 guías	
	6 seguridad	
	1 profesor	
	Empleado de la biblioteca	
36 %	Promotor cultural	E

Gráfico 16. Porcentaje de los que respondieron Sala 4:



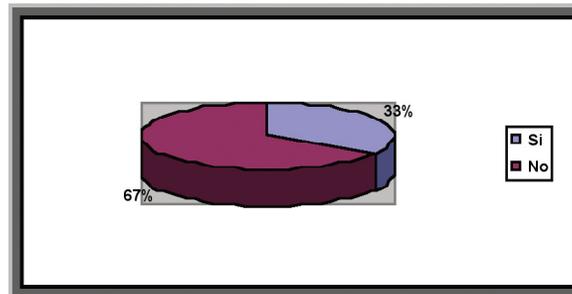
Interpretación: Un 36% de los empleados encuestados contestó E (Sala 4); mientras que el 64% restante no mencionó esta opción.

Análisis: El resultado de esta opción demuestra que gran parte del público que busca esta sala no tiene ninguna referencia de como llegar a ella. Esta sala se encuentra en el tercer piso del edificio, y solamente se le puede acceder por medio de las rampas, por lo tanto, sin ninguna señalización es difícil llegar a ella.

Cuadro 9. F) Sala 5:

Total	Empleados	Opción
	3 guías	
	6 seguridad	
	1 profesor	
	Empleado de la biblioteca	
33%	Promotor cultural	F

Gráfico 17. Porcentaje de los que respondieron Sala 5:



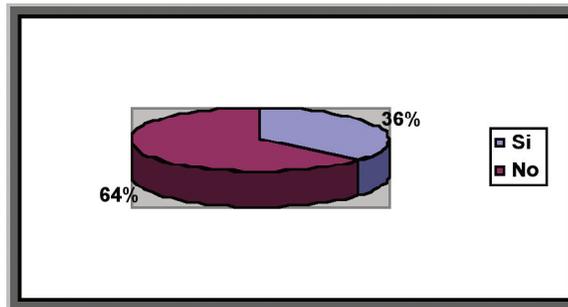
Interpretación: Un de 33% de los empleados encuestados contestó F (Sala 5); mientras que el 67% restante no mencionó esta opción.

Análisis: El resultado de esta opción demuestra que parte del público que busca esta sala no tiene ninguna referencia de como llegar a ella. La ubicación se encuentra en el tercer piso del edificio, y solamente se le puede por medio de las rampas, lo cual hace difícil su localización.

Cuadro 10. G) Sala 6:

Total	Empleados	Opción
	4 guías	
	6 seguridad	
	1 profesor	
	Empleado de la biblioteca	
36 %	Promotor cultural	G

Gráfico 18. Porcentaje de los que respondieron Sala 6:



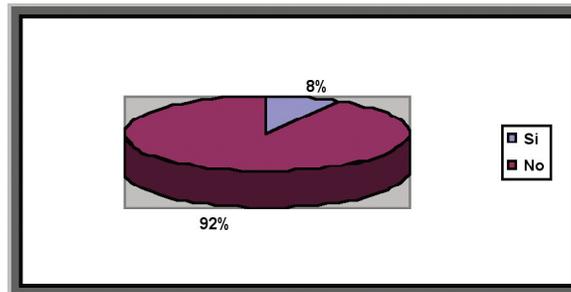
Interpretación: El 36% de los empleados encuestados contestó la opción G (Sala 6); mientras que el 64% restante no mencionó esta opción.

Análisis: El resultado de esta opción demuestra que del público que busca esta sala no sabe como llegar a ella. Por otra parte, se aprecia que esta opción fue poco contestada, en vista de que en esta sala no se encuentra alguna exposición que despierte el interés del público.

Cuadro 11. H) Sala Experimental

Total	Empleados	Opción
	1 guía	
	1 seguridad	
	1 empleado de la tienda	
8 %		H

Gráfico 19. Porcentaje de los que respondieron Sala Experimental



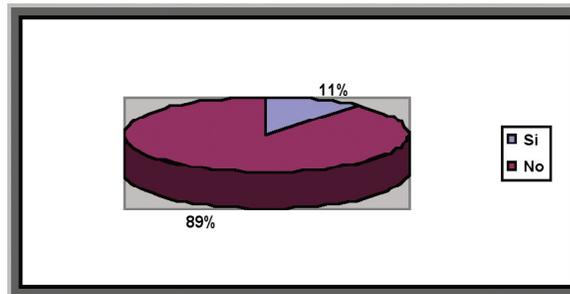
Interpretación: Un 8% de los empleados encuestados contestó la opción H (Sala Experimental) mientras que el 92%, restante no mencionó esta opción.

Análisis: El escaso número de empleados que contestaron esta opción se debe a que en esta sala generalmente no se exhiben exposiciones artísticas, sino que se usa más para otros eventos, y por tal razón no es la más buscada por el público.

Cuadro 12. I) Sala de Talleres

Total	Empleados	Opción
	2 guías	
	1 empleado de la tienda	
11%	1 profesor	I

Gráfico 20. Porcentaje de los que respondieron Sala de Talleres



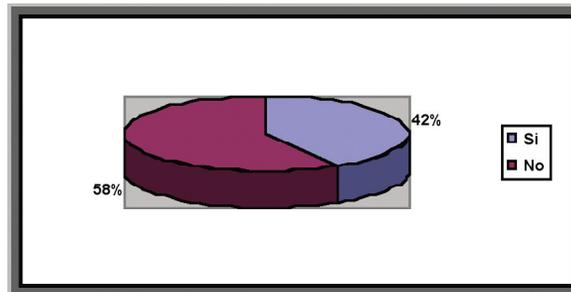
Interpretación: El 11% de los empleados encuestados contestó la opción I (Sala de Talleres) mientras que el 89%, restante no mencionó esta opción.

Análisis: El escaso número de empleados que contestaron esta opción se atribuye a que la mayoría del público que frecuenta el Museo, va a ver las exposiciones y no a averiguar sobre los cursos que dictan en esta sala.

Cuadro 13. J) Biblioteca

Total	Empleados	Opción
	11 guías	
	2 seguridad	
	1 empleado de la tienda	
42%	1 empleado del cafetín	J

Gráfico 21. Porcentaje de los que respondieron Biblioteca:



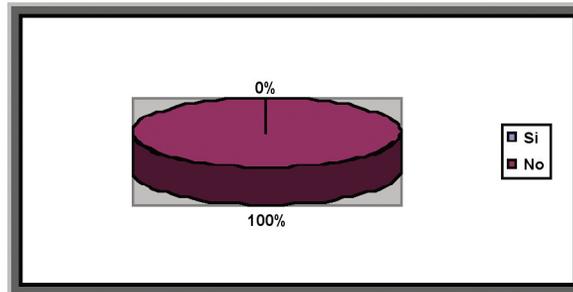
Interpretación: El 42% de los empleados encuestados contestó la opción J (biblioteca) mientras que el 58% restante no mencionó esta opción.

Análisis: Se considera que el significativo porcentaje de empleados que nombraron esta opción se debe a que la biblioteca queda al lado del Museo no dentro de éste y, por lo tanto, a menos que se llegue al Museo por la entrada que queda ubicada al lado del parque Los Caobos, será muy complicado encontrar su ubicación.

Cuadro 14. K) Jardín de Esculturas:

Total	Empleados	Opción
0%	ninguno contestó	K

Gráfico 22. Porcentaje de los que respondieron Jardín de Esculturas:



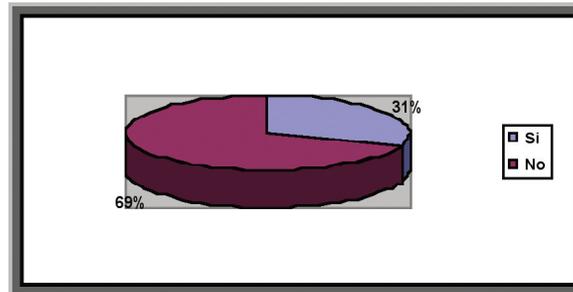
Interpretación: La opción de Jardín de Esculturas no fue contestada por ninguno de los empleados del Museo.

Análisis: Ningún empleado contestó esta opción debido a que en este lugar del Museo no se realiza ningún tipo de evento y, por lo tanto despierta el interés del público.

Cuadro 15. L) Auditorio:

Total	Empleados	Opción
	7 guías	
	3 seguridad	
30%	Promotor Cultural	L

Gráfico 23. Porcentaje de los que respondieron Auditorio:



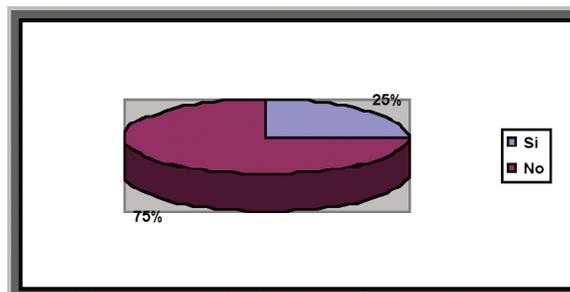
Interpretación: Un 31% de los empleados encuestados nombró el auditorio, mientras que el 69%, restante no mencionó esta opción.

Análisis: El resultado de esta opción indica que el público no visita el Auditorio, quizá debido a su ubicación el cual está en el cuarto piso del edificio y además porque no existe ninguna señalización que oriente al público para llegar hasta allí.

Cuadro 16. M) Otros:

Total	Empleados	Opción
	6 guías	
25%	3 seguridad	M

Gráfico 24. Porcentaje de los que respondieron Otros:



Interpretación: Un 25% de los empleados encuestados nombró la opción M), el 75%, restante no mencionó esta opción. Seis empleados expresaron que los visitantes preguntan por la Terraza de Esculturas, ubicada en el sexto piso, y a la que sólo se le puede acceder por las rampas. Curiosamente este lugar denominado Terraza de Esculturas, lleva más de dos años cerrado al público, y por esa razón no fue incluido en el cuestionario.

Por otra parte, un empleado contestó la opción catálogos, la cual queda al frente de la tienda del Museo en planta baja; otro empleado contestó la Tienda del Museo, y otro contestó baños, los cuales se encuentran en planta baja, pero no se pueden divisar o ubicar con facilidad, y no existe la adecuada señalización.

Análisis: A pesar de las innumerables opciones que los encuestados podían responder, es significativo saber que hay lugares que el público no puede frecuentar, que aún son buscados por los visitantes, asimismo otros sitios como la tienda de Museo la cual es fácil de divisar, así como los baños, que no están a la vista del público.

Tercera pregunta

3) ¿Como definiría el sistema de señalización con el que cuenta el Museo de Bellas Artes?

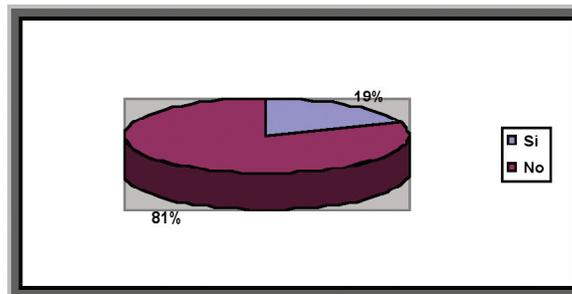
A) Bueno___ B) Regular___ C) Deficiente___

Resultados:

Cuadro 17. A) Bueno

Total	Empleados	Opción
	4 guías	
	1 seguridad	
19%	2 empleados del cafetín	Bueno

Gráfico 25. Porcentaje de los que respondieron bueno:



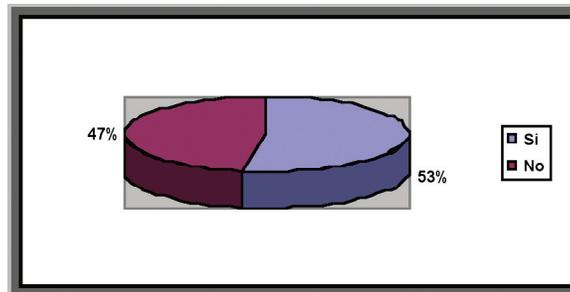
Interpretación: El 19% de los empleados encuestados contestaron que el Museo tenía una buena señalización, mientras que el 81%, restante no mencionó esta opción.

Análisis: A pesar del significativo número de empleados que escogieron esta opción, irónicamente contestaron positivamente la primera pregunta, la cual dice que: ¿Los visitantes del Museo le preguntan con frecuencia sobre la localización de algún lugar ó área (¿Cómo llegar?) de la Institución?

Cuadro 18. B) Regular

Total	Empleados	Respuesta
	12 guías	
	5 seguridad	
	1 profesor	
53%	Empleado de la biblioteca	Regular

Gráfico 26. Porcentaje de los que respondieron regular:



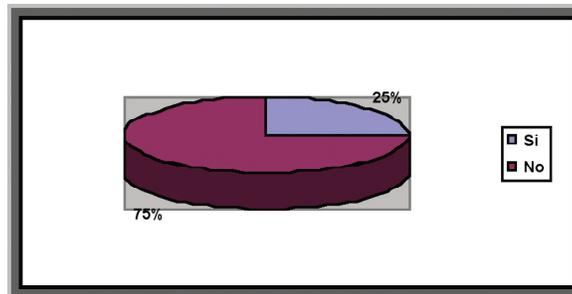
Interpretación: Un 53% de los empleados encuestados contestó la opción B (regular) mientras que el 47%, restante no mencionó esta opción.

Análisis: Se considera que esto se debe a que a pesar de que algunos admitieron la escasa señalización del Museo, también admitían que si existe alguna señalización (como la que muestra los nombres de las salas), pero que la misma no era suficiente.

Cuadro 19. C) Deficiente:

Total	Empleados	Opción
	2 guías	
	3 seguridad	
	2 empleados de la tienda	
	1 profesor	
25%	Promotor Cultural	Deficiente

Gráfico 27. Porcentaje de los que respondieron deficiente:



Interpretación: El 25% de los empleados encuestados contestó C deficiente) mientras que el 75% restante no mencionó esta opción.

Análisis: Esto evidencia que si bien no son la mayoría de los encuestados, muchos están conscientes de la precaria señalización con la que cuenta el Museo actualmente.

Cuarta pregunta

¿Considera usted que la actual señalización del Museo le proporciona a los visitantes un expedito recorrido por todos los espacios de la Institución?

A) Si___ B) No___

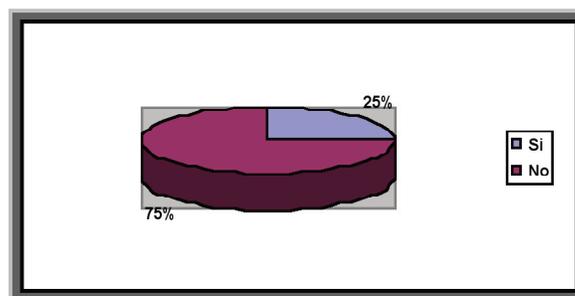
Cuadro 20. A) Si:

Total	Empleados	Opción
	4 guías	
	3 seguridad	
25%	2 empleados del cafetín	Si

Cuadro 21. B) No:

Total	Empleados	Opción
	15 guías	
	5 seguridad	
	2 empleados de la tienda	
	2 profesores	
	Empleado de la biblioteca	
75%	Promotor cultural	No

Gráfica 28. Resultados 4ta pregunta:



Interpretación: Un 72% de los empleados del Museo respondieron la opción B, no. Por otra parte, 25% contestó la opción A, si.

Análisis: El resultado es significativo, ya que se puede deducir que los empleados están conscientes de que el Museo necesita una mejor orientación señalética. Por otra parte, el 25% de los empleados que contestaron no, fueron los mismos que respondieron que el Museo tiene una buena señalización.

4.9 Resumen de resultados

Pregunta 1) ¿Los visitantes del Museo le preguntan con frecuencia sobre la localización de algún lugar o área (como llegar) de la Institución?

A) Si__ B) No__

Cuadro 22. Resultados de la 1era pregunta:

Pregunta / Opción	A	B
1	100%	0%

Pregunta 2) ¿Cuales son los lugares del Museo por los que mas frecuentemente preguntan los visitantes para poder llegar a sitios de su interés?

A) Sala 1__ B) Sala 2__ C) Sala 2a__ D) Sala 3__ E) Sala 4__ F) Sala 5__ G) Sala 6__ H) Sala Experimental__ I) Sala de Talleres__ J) Biblioteca__ K) Jardín de esculturas__ L) Auditorio__ M) Otros_____

Cuadro 23. Resultados de la 2da pregunta:

Pregunta / Opción	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
2	58.3%	53%	50%	56%	36%	33%	36%	8%	11%	42%	0%	31%	25%

Pregunta 3) ¿Como definiría el sistema de señalización con el que cuenta el Museo de Bellas Artes?

A) Bueno___ B) Regular___ C) Deficiente___

Cuadro 24. Resultados de la 3era pregunta:

Pregunta / Opción	A	B	C
3	19%	53%	25%

Pregunta 4) ¿Considera usted que la actual señalización del Museo le proporciona a los visitantes un expedito recorrido por todos los espacios de la Institución?

A) Si___ B) No___

Cuadro 25. Resultados de la 4ta pregunta:

Pregunta / Opción	A	B
4	25%	75%

4.10 Conclusiones

Se puede deducir que las personas que visitan el Museo de Bellas Artes no encuentran la oportuna y suficiente señalización que les orienten con eficacia para llegar a las áreas que desean visitar. Por tal razón, los visitantes acuden a los guías y a los vigilantes y otros empleados que los orienten a los a fin de lograr el recorrido por los sitios de su interés dentro del Museo. Por otra parte, quien desee llegar a lugares tales como el Auditorio o la Sala Experimental, en los cuales se realizan eventos de todo tipo, pueden ver retardada su llegada o, en el peor de los casos, no llegar al lugar de su interés por la falta de la señalización respectiva.

Los empleados de Museo en su mayoría están conscientes de que la falta señalización en el Museo, la cual es de necesaria y de gran importancia para ayudar a que el público pueda recorrer el Museo, y visitar los lugares de su interés sin mayores contratiempos.

CAPÍTULO V

PROYECTO DE SEÑALÉTICA PARA EL MUSEO DE BELLAS ARTES

5.1 Introducción

Para la realización de un diseño de señalización alternativo para el Museo de Bellas Artes, primero se entró en contacto con su estructura para conocerla en detalle, y después se procedió al acopio de información pertinente con el propósito de estudiar la morfología y su distribución espacial.

Adicionalmente, se realizó un estudio exploratorio para conocer la opinión de los empleados del Museo acerca de la señalización actual del mismo, y su incidencia en el comportamiento de los visitantes dentro de los distintos espacios del Museo. Asimismo, se entrevistó a la museóloga Rosmarbi Zambrano, responsable del Departamento de Museología, y la arquitecto Olga Römer, exjefa del Departamento de Arquitectura del Museo, y colaboradora del libro *El Espacio, Museo de Bellas Artes*, quienes señalaron que en su opinión la señalética actual del Museo no es la adecuada y consecuentemente no brinda un buen soporte o la adecuada orientación para el desplazamiento y disfrute del usuario dentro de sus espacios.

5.2 Clasificación de los espacios del Museo de Bellas Artes

Para realizar la clasificación de los espacios del Museo de Bellas Artes, se analizaron en detalle los planos del Museo y se realizó un recorrido a través del mismo, lo que permitió identificar cuatro áreas principales siguientes:

Piso 1

Área de Servicios: Seguridad, baños, teléfonos, tienda, catálogos, gerencia de educación, Sala 1, Jardín de Esculturas, Sala de Talleres, Sala Experimental, Biblioteca.

Área de personal: Administración, ascensor de carga, área restringida.

Área de emergencia: salida de emergencia, alarma contra incendio, extintores, mangueras contra incendio.

Área de recorrido: Ascensores, rampas.

Piso 2

Área de servicios: Sala 2, Sala 2a.

Área de emergencia: Salida de emergencia, alarma contra incendio, extintores

Área de recorrido: Ascensores, rampas

Piso 3

Área de Servicios: Sala 3, Sala de Proyecciones, Sala 4, Sala 5, Gabinete de Dibujo, Estampa y Fotografía.

Área de emergencia: Salida de emergencia, alarma contra incendio, extintores.

Área de recorrido: Rampas.

Piso 4

Área de Servicios: Auditorio, Sala 6.

Área de personal: Área restringida.

Área de recorrido: Ascensores, rampas.

Área de emergencia: Salida de emergencia, alarma contra incendio, extintores.

Piso 5

Área de Servicios: Sala 7, Terraza de Esculturas.

Área de recorrido: Ascensores, rampas.

Área de personal: Área restringida.

Se tomaron fotografías en las áreas antes referidas a fin de establecer y ubicar respectivas señales, las cuales se clasificaron según su función:

Señales de información: Las señales que informan sobre cualquier tema excepto el de seguridad. Las señales de información también se subdividen en orientadoras, que son aquellas señales que deben ser localizadas en lugares accesibles de tal manera que puedan ser examinadas tranquilamente, y direccionales que son aquellas que deben construir una secuencia lógica desde el punto de partida hasta los diferentes puntos de destino.

Señales de restricción o limitación: Son señales de seguridad que limitan una acción. En el caso del Museo, se aplicaría este tipo de señal a las zonas donde el público no puede acceder.

Señales de prohibición: Son señales de seguridad que obligan a un comportamiento susceptible a provocar un riesgo y su mandato es total. Estas señales de prohibición serían las que según las normas para Museos sugeridas por el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC), que rigen el comportamiento que el público debe tener en el ámbito de una sala o espacio.

Señales de emergencia y/o evacuación: Son las señales de seguridad que indican la vía segura hacia la salida en caso de emergencia.

Señales de protección contra incendios: Son las señales de seguridad que sirven para ubicar e identificar equipos, materiales o sustancias de protección contra incendios.

Una vez determinadas las señales que el Museo necesita, se abordó la escogencia y el diseño de la señalización respectiva, tomando en cuenta la imagen de marca, así como las normas de la Comisión Venezolana de Normas Industriales

(COVENIN), COVENIN: 187:2003 (Colores, símbolos y dimensiones de señales de seguridad), COVENIN: 3298:2001 (Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios, espacios urbanos y rurales. Señalización).

Adicionalmente, para el diseño de las señales se contó con la asesoría de la Ing. Alicia Vega, quien tiene más de 25 años de experiencia en el diseño señalético, así como con la asesoría de la diseñadora gráfica, Aida de Franca.

5.3 Componentes del diseño

A continuación se presenta el diseño de cada uno de los componentes escogidos para la señalización del Museo de Bellas Artes:

5.3.1 Tipografía

La tipografía escogida para la señalización de las señales informativas fue la de Bank Gothic Light BT. Esta cumple con las premisas de visibilidad e inteligibilidad inmediatas que requiere una buena señalización.

La tipografía escogida para las señales de emergencia, protección contra incendios y restricción será la Helvética Médium, por su alta legibilidad, y porque es la más usada para este tipo de señalización.



Tipografía Bank Gothic Light BT



Tipografía Helvetica Medium

5.3.2 Texto

La señalización debe cumplir con la mayor legibilidad y comprensión de los textos, para tal fin se escogieron frases y palabras cortas, así como el uso de mayúsculas y minúsculas. Asimismo, tomando en cuenta la concurrencia de turistas visitantes al Museo, los mensajes serán escritos en dos idiomas; el castellano de primero y el inglés de segundo con letra más pequeña a excepción de las señales que identifican los pisos.

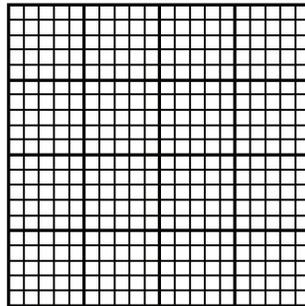
Para las señales de emergencia, protección contra incendios y restricción el texto en castellano e inglés se escribirán en mayúscula de mayor y menor tamaño respectivamente.

5.3.3 El Pictograma

Uno de los elementos más importantes en el diseño señalético es el pictograma, ya que es rápido de captar y de enorme eficacia al momento de transmitir la información.

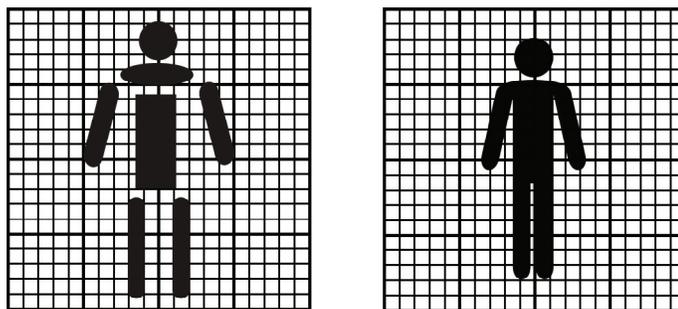
Para el diseño de los pictogramas se usó como plataforma base la retícula, la

cual es una repetición de líneas verticales y horizontales uniformemente espaciadas que sirven para colocar las formas en una composición. Esta herramienta ayuda a dar inicio a las formas del diseño, para que estos tengan armonía.



Retícula

Por otra parte, para el diseño de los pictogramas también se tomó como base la figura geométrica del círculo, el triángulo y el cuadrado, así como líneas con puntas redondeadas y puntas cuadradas. En cada pictograma se usó la combinación de estos elementos con el fin de representar de la forma más explícita y fácil de entender la información a transmitir. Asimismo, esta combinación de líneas y figuras tanto cuadradas, triangulares, y circulares, combinan con el marco del pictograma así como la tipografía a usar.



Algunos de los diseños realizados como por ejemplo el de los baños, teléfono, así como los pictogramas contra incendio son parecidos a los estandarizados, y por ende, de fácil reconocimiento; en otros, como por ejemplo el de la Sala Experi-

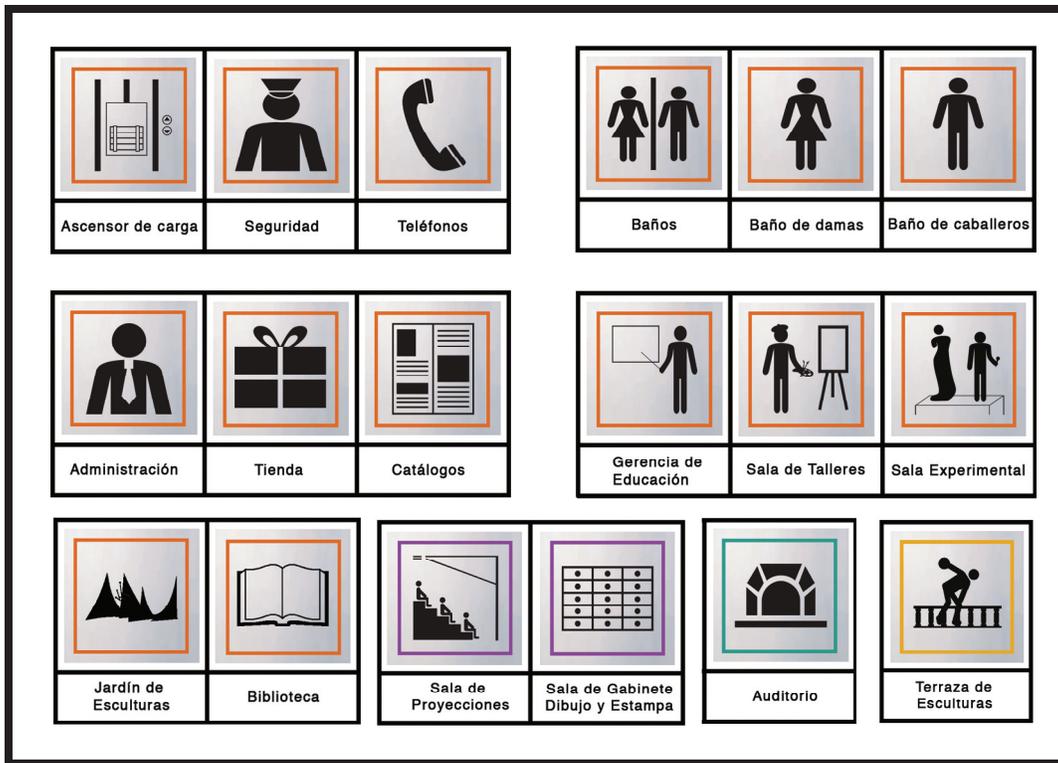
mental o la Terraza de Esculturas se usaron figuras que a nuestro parecer, son los símbolos que mejor identifican y representan el lugar.

El diseño de los pictogramas se dividieron según la función de cada señal:

Señales informativas: Para el diseño de los pictogramas informativos, se tomó en cuenta la idea de representar el lugar a identificar o el servicio a prestar. En el caso del Museo de Bellas Artes, éste cuenta con salas y lugares peculiares como el Gabinete de Dibujo y Estampa, el cual en el diseño se representa con un gabinete. También está el del Jardín de Esculturas, el cual muestra la forma de la obra de Alexander Calder, “La Ciudad”; esta obra es un emblema del Museo, y es una de las primeras esculturas que se pueden apreciar al entrar al Jardín de Esculturas.

Por su parte, en el diseño del pictograma de la Sala Experimental, ésta se representó con un pictograma conformado por tres figuras, una tarima (la cual se encuentra siempre en la Sala), un hombre con un micrófono, y una escultura; esta escultura está inspirada en la conocida escultura griega, la Venus de Milo (ver anexo). Estas dos figuras representan lo multifuncional de la Sala ya que en ella se exhiben múltiples actividades desde exposiciones de esculturas, videos, obras teatrales, ruedas de prensa, charlas, foros, conferencias, hasta conciertos,.

En cuanto al diseño del pictograma de la Terraza de Esculturas, la cual está compuesta por dos figuras, una es la baranda, la cual representa la baranda ubicada en la azotea donde se encuentra la Terraza de Esculturas, y la otra figura es un pictograma inspirado en la reconocida escultura griega, El Discóbolo, de Mirón (ver anexo).



Pictogramas informativos

Señales de prohibición: en la escogencia y diseño de los pictogramas de prohibición, se tomó en cuenta las Normas Técnicas para Museos elaborados por el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC).



Pictogramas de prohibición

Señales de evacuación: El Museo de Bellas Artes es una estructura vertical, y desde la planta se llega a todos los pisos a través de las rampas que sirven de salida de emergencia, ya que no existen escaleras que cumplan esa función. Por

tal razón, en los pictogramas se incluyen las rampas en vez de la escalera de emergencia.



Pictograma de evacuación

Señales de restricción: Se eligieron pictogramas de restricción sugeridos por las Normas COVENIN 187:2003.



Pictograma de restricción

Señales de protección contra incendios: los pictogramas de protección contra incendios fueron diseñados de acuerdo con las Normas COVENIN 187:2003.



Señales de protección contra incendios

5.3.4 Fondos y Marcos

Los pictogramas están acompañados de un fondo que por lo general es de forma cuadrada con ángulos suavizados o rectos. Asimismo, los pictogramas van acompañados de un marco que suele ser de forma cuadrada, rectangular o circular. Los fondos y marcos de los pictogramas se diseñaron de acuerdo a la función de cada señal, como se indica a continuación:

Señales informativas: el diseño de los fondos y los marcos son de forma cuadrada con ángulo recto.

Señales de prohibición: llevarán un fondo cuadrado, y encima del pictograma llevarán un anillo con una banda transversal.

Señales de evacuación: llevarán un fondo cuadrado o rectangular (dependiendo del lugar a montar), no llevarán marco.

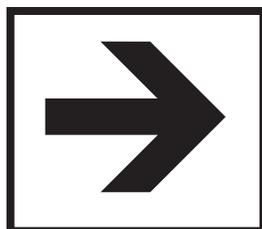
Señales de restricción: llevarán un fondo cuadrado y encima del pictograma llevará un anillo.

Señales de protección contra incendios: llevarán un fondo cuadrado, sin marco.

5.3.5 Flecha

Se seleccionó la flecha de cabeza poco delgada y de tronco esbelto, ya que se ha comprobado que este tipo de flecha induce a menos errores de reconoci-

miento de las señales. Asimismo, vale acotar que es una de las flechas más usadas para las señales direccionales.



Flecha

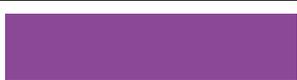
5.3.7 Color

En el lenguaje señalético cada unidad informacional (texto, pictograma, fondo, flecha, línea, marco) tiene un color, el cual debe estar acorde con las normas de diseño y seguridad establecidas. Para la escogencia de cada color se tomó en cuenta la imagen corporativa del Museo (el logo), su ambiente (colores, materiales, iluminación); en las señales de restricción, prohibición, de emergencia y/o evacuación, se usaron como marco de referencia las normas COVENIN: 187:2003. A continuación, se presentan la utilización de los colores según la función de cada señal:

Cuadro 26. Colores a usar en señales de información (en general):

Elementos de la señal	Color	Muestra
Texto	Negro (Pantone 433)	
Fondo de texto	No lleva	
Pictograma	Negro (Pantone 433)	
Fondo de pictograma	No lleva	
Flecha	Negro (Pantone 433)	
Fondo de Flecha	No lleva	
Marco Planta Baja	Naranja (Pantone 159)	
Marco 2do piso	Azul (Pantone 248)	
Marco 3er piso	Violeta (Pantone 258)	
Marco 4to piso	Verde (Pantone 7473)	
Marco 5to piso	Amarilo (Pantone 143)	

Cuadro 27. Colores a usar en directorios:

Elementos de la señal	Color	Muestra
Nombre del Museo	Rojo (Pantone 484)	
Fondo del nombre del Museo	Blanco (Pantone 325-9)	
Líneas de marco	Rojo (Pantone 484)	
Logo del Ministerio de la Cultura	Rojo (Pantone 180)	
Fondo del logo del Ministerio de la Cultura	Blanco	
Texto	Negro (Pantone 433)	
Fondo de texto	No lleva	
Texto encima de las barras	Blanco	
Planta Baja	Naranja (Pantone 159)	
2do piso	Azul (Pantone 248)	
3er piso	Violeta (Pantone 258)	
4to piso	Verde (Pantone 7473)	
5to piso	Amarilo (Pantone 143)	

Cuadro 28. Colores a usar en el mapa lateral:

Elementos de la señal	Color	Muestra
Nombre del Museo	Rojo (Pantone 484)	
Fondo del nombre del Museo	Blanco (Pantone 325-9)	
Líneas de marco	Rojo (Pantone 484)	
Logo del Ministerio de la Cultura	Rojo (Pantone 180)	
Fondo del logo del Ministerio de la Cultura	Blanco (Pantone 325-9)	
Texto	Negro (Pantone 433)	
Fondo de texto	No lleva	
Texto encima de las barras	Blanco (Pantone 325-9)	
Fondo del Mapa	Blanco (Pantone 325-9)	
Lineas de recorrido	Verde (Pantone 7482)	
Lineas de recorrido piso 3	Negro (Pantone 433)	
Planta Baja	Naranja (Pantone 159)	
2do piso	Azul (Pantone 248)	
3er piso	Violeta (Pantone 258)	
4to piso	Verde (Pantone 7473)	
5to piso	Amarilo (Pantone 143)	

Cuadro 29. Colores a usar en señales de ascensores:

Elementos de la señal	Color	Muestra
Texto	Negro (Pantone 433)	
Fondo de texto	No lleva	
Flecha	Negro (Pantone 433)	
Fondo de la Flecha	No lleva	
Línea Planta Baja	Naranja (Pantone 159)	
Línea 2do piso	Azul (Pantone 248)	
Línea 3er piso	Violeta (Pantone 258)	
Línea 4to piso	Verde (Pantone 7473)	
Línea 5to piso	Amarillo (Pantone 143)	

Cuadro 30. Colores a usar en señales de restricción:

Elementos de la señal	Color	Muestra
Texto	Negro (Pantone 433)	
Fondo del texto	Blanco (Pantone 325-9)	
Pictograma	Negro (Pantone 433)	
Fondo del pictograma	Blanco (Pantone 325-9)	
Anillo	Rojo (Pantone 485C)	

Cuadro 31. Colores a usar en señales de prohibición:

Elementos de la señal	Color	Muestra
Pictograma	Negro (Pantone 433)	
Fondo del pictograma	Blanco (Pantone 325-9)	
Anillo	Rojo (Pantone 485)	

Cuadro 32. Colores a usar en señales de emergencia y/o evacuación (con o sin texto):

Elementos de la señal	Color	Muestra
Texto	Blanco (Pantone 325-9)	
Fondo del texto	Verde (Pantone 363)	
Pictograma	Blanco (Pantone 325-9)	
Fondo del pictograma	Verde (Pantone 363)	

Cuadro 33. Colores a usar en señal de protección contra incendios:

Elementos de la señal	Color	Muestra
Texto	Blanco (Pantone 325-9)	
Fondo del texto	Rojo (Pantone 485)	
Pictograma	Blanco (Pantone 325-9)	
Fondo del pictograma	Rojo (Pantone 485)	

5.3.7 Montaje de las señales

Para el montaje de las señales se escogió la bandeja que llevará los elementos gráficos, la cual es de acero satinado AISI espesor de 0,50 mm, calibre 28, resistente a la intemperie y anticorrosivo; además, estéticamente combina con las letras exteriores del Museo que son del mismo material. Las formas de estas bandejas son cuadradas o rectangulares con bordes curvos de 90 grados, tanto en la parte superior e inferior.

Los soportes para fijar las señales serán de tres tipos:

Ganchos: para las señales que estarán fijadas en paredes o puertas.

Poste con base de concreto: para la colocación de señales tipo bandera en exteriores.

Ranuras: para señales colgantes que se fijan en los techos, así como señales tipo bandera que van en las paredes.

Cinta doble faz adhesiva 3M de alta resistencia: para las señales que vayan sobre las puertas.

5.3.8 Contenido de las señales

El contenido que llevarán las bandejas deberán ser de vinil autoadhesivo de alta resistencia 3M o similar, ya que es un material versátil que permite ser removible, además de que los colores impresos son más fieles a los diseños originales.

5.4 Dimensiones

Las dimensiones de los textos y de los símbolos deberán ser seleccionados de acuerdo con la distancia del observador. Si se llegase a implementar el proyecto señalético alternativo que se propone en este trabajo, se deberán seguir las normas COVENIN 3330: 1997 y, 3298: 2001 las cuales rigen esta materia:

-El espesor mínimo del trazo debe ser de 0,5 mm por metro cuadrado.

-Tamaño mínimo para asegurar la legibilidad del pictograma 12 mm por metro de distancia de observación.

-Las letras deben tener un tamaño superior a 15 mm.

5.5 Diseño y ubicación

Una vez seleccionado los elementos que integran las señales, se presenta a continuación el diseño y la ubicación respectiva de las mismas.

5.5.1 Diseño de las señales del piso 1

1

MUSEO DE BELLAS ARTES



<div style="background-color: #E67E22; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">PLANTA - GROUND FLOOR</div> <p>GERENCIA DE EDUCACIÓN MANAGEMENT OF EDUCATION</p> <p>SALA DE TALLERES WORKSHOP</p> <p>ADMINISTRACIÓN ADMINISTRATION</p> <p>JARDÍN DE ESCULTURAS GARDEN OF SCULPTURES</p> <p>CAFÉ COFFE SHOP</p> <p>TIENDA SHOP</p> <p>CATÁLOGOS CATALOGUES</p> <p>BIBLIOTECA LIBRARY</p> <p>SALA EXPERIMENTAL EXPERIMENTAL ROOM</p>	<div style="background-color: #6A329F; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">PISO 3 - FLOOR 3</div> <p>SALA 3 ROOM 3</p> <p>SALA 4 ROOM 4</p> <p>SALA 5 ROOM 5</p> <p>SALA DE PROYECCIONES ROOM OF PROJECTIONS</p> <p>GABINETE DE DIBUJO, ESTAMPA Y FOTOGRAFÍA CABINET OF DRAWING, PRINTS AND PHOTOGRAPHS</p>
<div style="background-color: #00A0C9; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">PISO 2 - FLOOR 2</div> <p>SALA 2 ROOM 2</p> <p>SALA 2A ROOM 2A</p>	<div style="background-color: #2E8B57; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">PISO 4 - FLOOR 4</div> <p>SALA 4 ROOM 4</p> <p>AUDITORIO AUDIENGE</p>
	<div style="background-color: #F1C40F; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">PISO 5 - FLOOR 5</div> <p>SALA 7 ROOM 7</p> <p>TERRAZA DE ESCULTURAS TERRACE OF SCULPTURES</p>

2



SEGURIDAD
SECURITY

3



ASCENSOR DE CARGA
LOAD ELEVATOR



12

PISO 5 - FLOOR 5 ↑

PISO 4 - FLOOR 4 ↑

PISO 3 - FLOOR 3 ↑

PISO 2 - FLOOR 2 ↑

PLANTA - GROUND FLOOR

13

SALA 1

ROOM 1

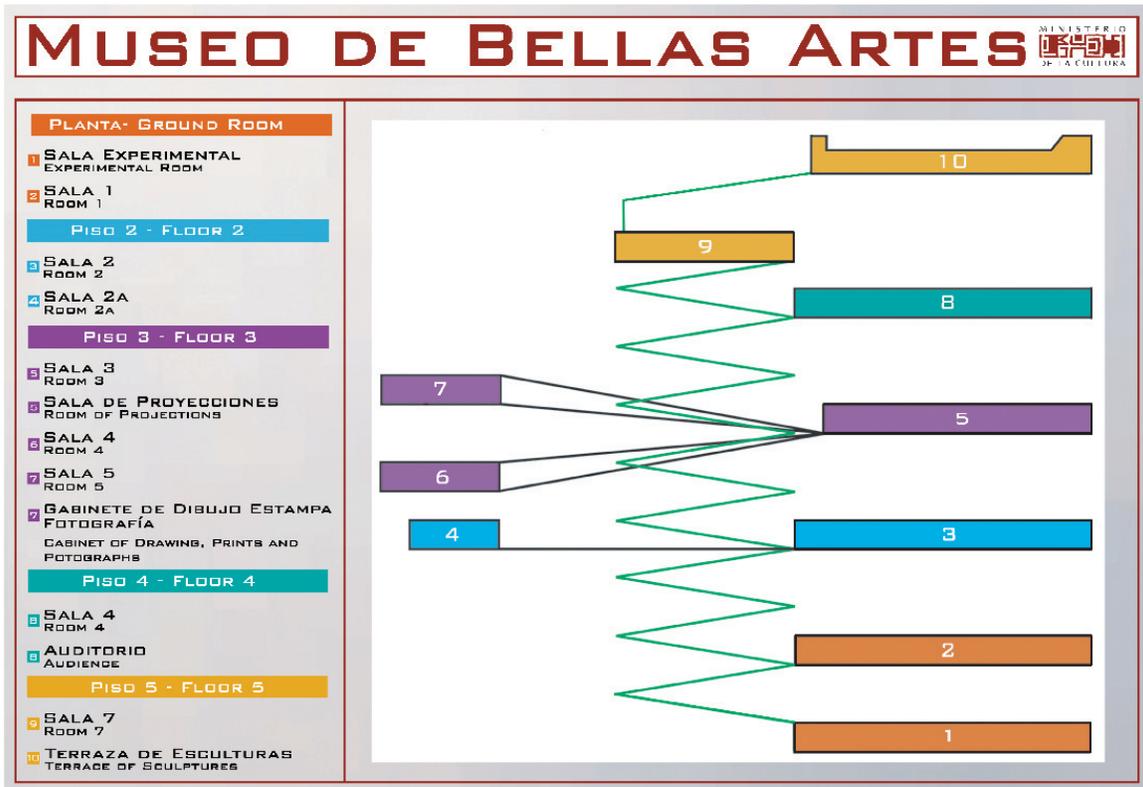
14



SALA DE TALLERES

WORKSHOP

15



16



17



De frente

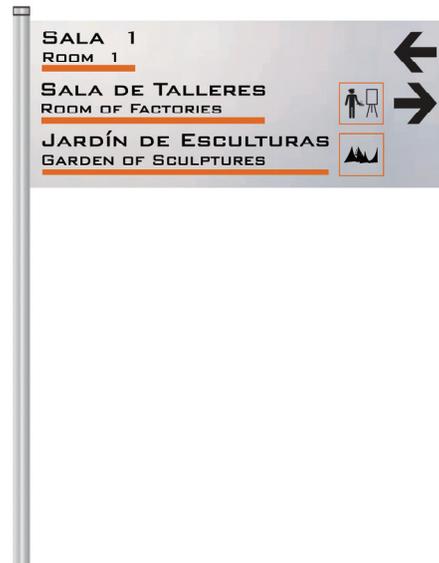


Reverso

18



De frente



Reverso

19



<h1>MUSEO DE BELLAS ARTES</h1> 		
	<p>PLANTA - GROUND FLOOR</p> <p>GERENCIA DE EDUCACIÓN MANAGEMENT OF EDUCATION</p> <p>SALA DE TALLERES WORKSHOP</p> <p>ADMINISTRACIÓN ADMINISTRATION</p> <p>JARDÍN DE ESCULTURAS GARDEN OF SCULPTURES</p> <p>CAFÉ COFFE SHOP</p> <p>TIENDA SHOP</p> <p>CATÁLOGOS CATALOGUES</p> <p>BIBLIOTECA LIBRARY</p>	<p>PISO 3 - FLOOR 3</p> <p>SALA 3 ROOM 3</p> <p>SALA 4 ROOM 4</p> <p>SALA 5 ROOM 5</p> <p>SALA DE PROYECCIONES ROOM OF PROJECTIONS</p> <p>GABINETE DE DIBUJO, ESTAMPA Y FOTOGRAFÍA CABINET OF DRAWING, PRINTS AND PHOTOGRAPHS</p>
	<p></p> <p>SALA EXPERIMENTAL EXPERIMENTAL ROOM</p>	<p>PISO 4 - FLOOR 4</p> <p>SALA 4 ROOM 4</p> <p>AUDITORIO AUDIENCE</p>
	<p>PISO 2 - FLOOR 2</p> <p>SALA 2 ROOM 2</p> <p>SALA 2A ROOM 2A</p>	<p>PISO 5 - FLOOR 5</p> <p>SALA 7 ROOM 7</p> <p>TERRAZA DE ESCULTURAS TERRACE OF SCULPTURES</p>



23



24



25



26



27



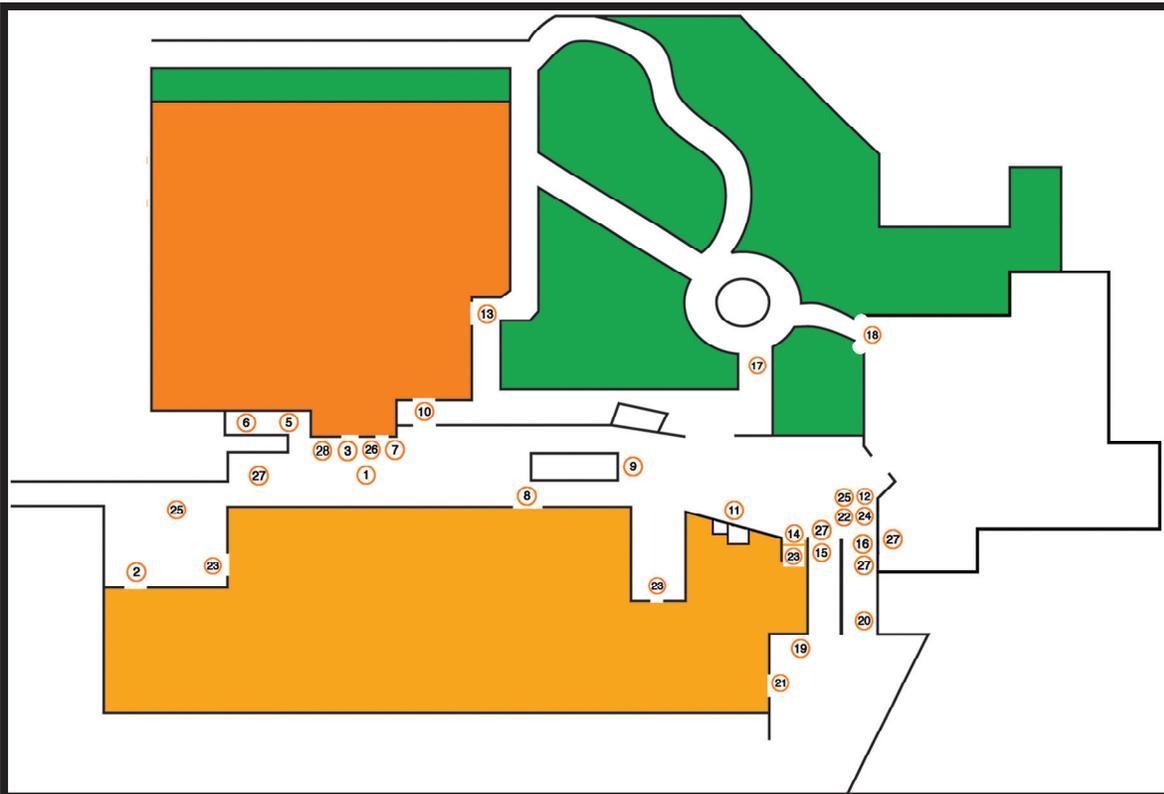
28



Debajo de la Sala 1 (Sala Experimental)

5.5.2 Ubicación de las señales del piso 1

- Señales:
- | | |
|-------------------------|---|
| ① Directorio del Museo | ⑩ Mapa Lateral del Museo |
| ② Seguridad | ⑪ Jardín de Esculturas |
| ③ Ascensor de carga | ⑫ Sala Experimental |
| ④ Baños | ⑬ Señal Bandera (ver página 118) |
| ⑤ Baño de damas | ⑭ Directorio del Museo (direccional) |
| ⑥ Baño de caballeros | ⑮ Sala Experimental (señal direccional) |
| ⑦ Administración | ⑯ Biblioteca |
| ⑧ Teléfonos | ⑰ De prohibición |
| ⑨ Tienda | ⑱ De restricción (tres) |
| ⑩ Catálogos | ⑲ Extintor |
| ⑪ Gerencia de Educación | ⑳ Alarma contra incendio (dos) |
| ⑫ Ascensor de carga | ㉑ Salida de emergencia (cuatro) |
| ⑬ Sala 1 | |
| ⑭ Sala de Talleres | |



Mapa de ubicación de las señales de Planta Baja

5.5.3 Diseño de las señales del piso 2



7



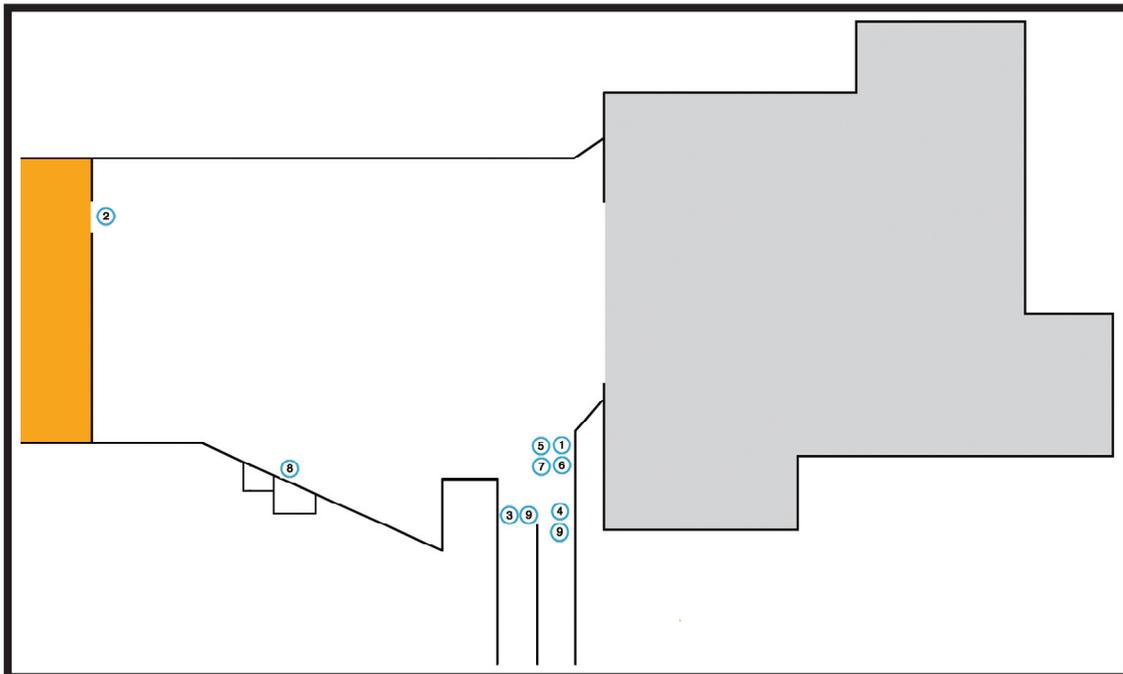
8



5.5.4 Ubicación de las señales del piso

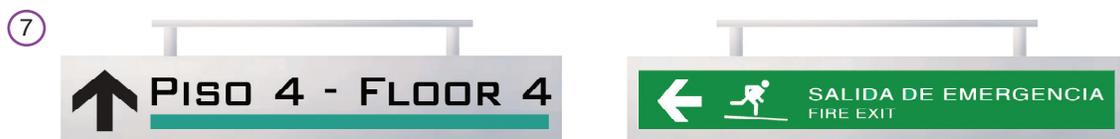
Señales:

- ① Sala 2
- ② Sala 2a
- ③ Piso 1 (señal direccional)
- ④ Piso 2 (señal direccional)
- ⑤ Extintor
- ⑥ Alarma contra incendio
- ⑦ De prohibición
- ⑧ Ascensor
- ⑨ Salida de emergencia (dos)



Mapa de ubicación de las señales Piso 2

5.5.5 Diseño de las señales del piso 3



8



9



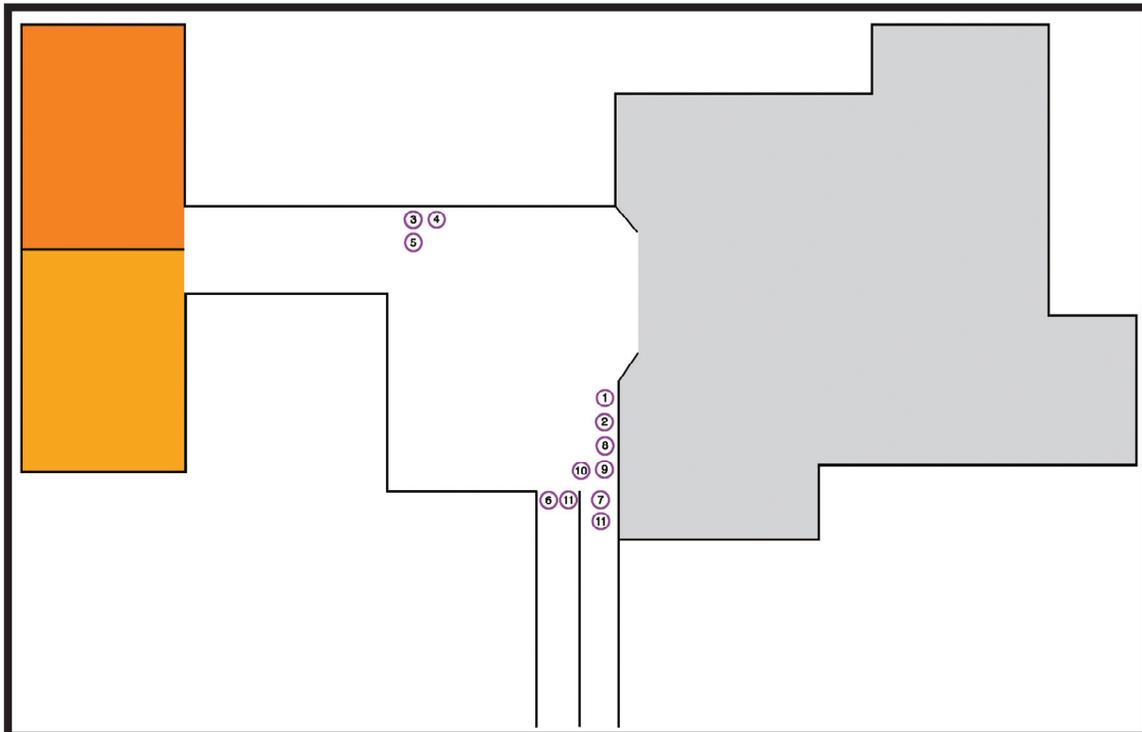
10



5.5.6 Ubicación de las señales del piso 3

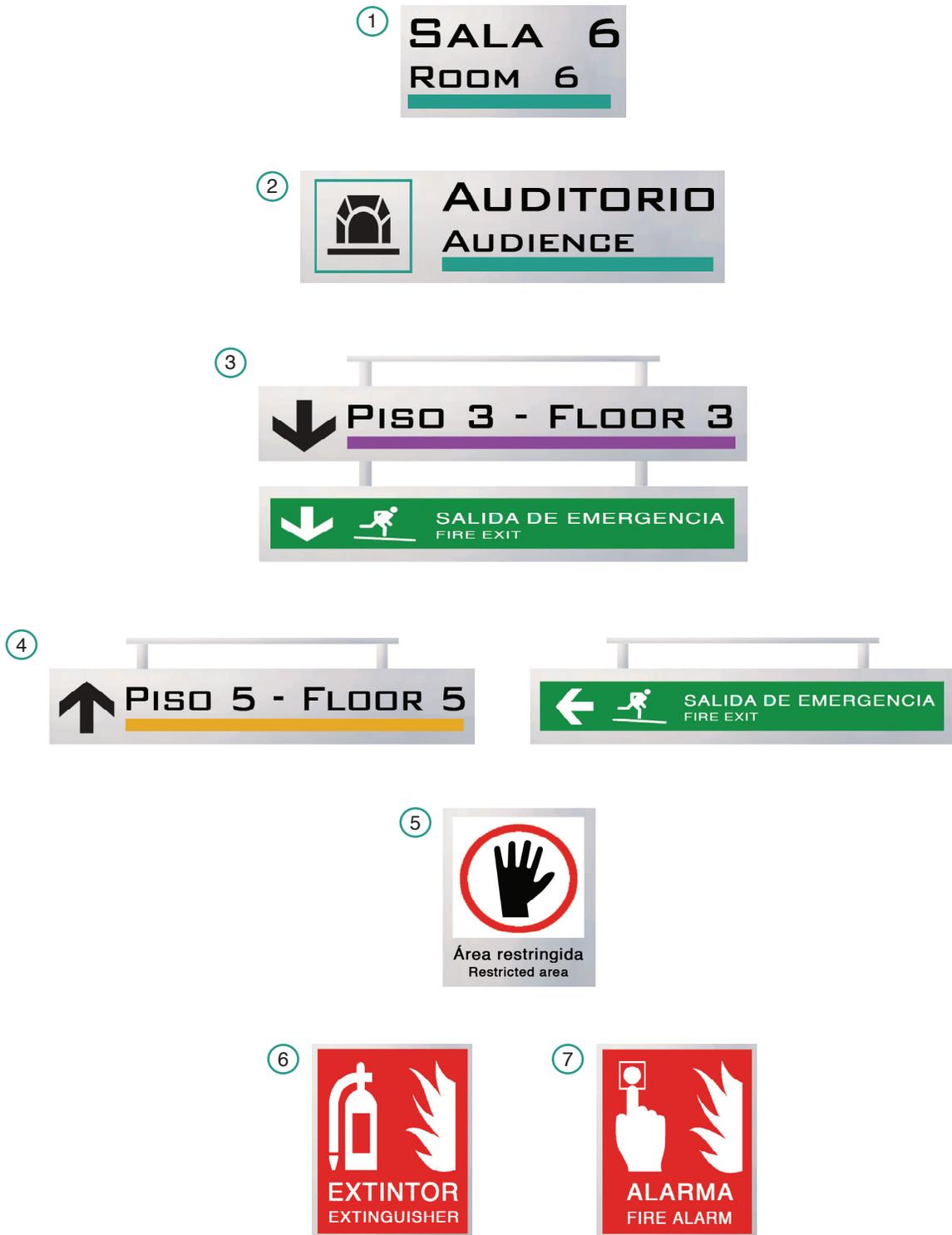
Señales:

- ① Sala 3
- ② Sala de Proyecciones
- ③ Sala 4
- ④ Gabinete de Dibujo Estampa y Fotografía
- ⑤ Sala 5
- ⑥ Dirección Piso 2 (señal direccional)
- ⑦ Dirección Piso 4 (señal direccional)
- ⑧ Extintor
- ⑨ Alarma contra incendio
- ⑩ De prohibición
- ⑪ Salida de emergencia (dos)



Mapa de ubicación de las señales Piso 3

5.5.7 Diseño de las señales del piso 4



8



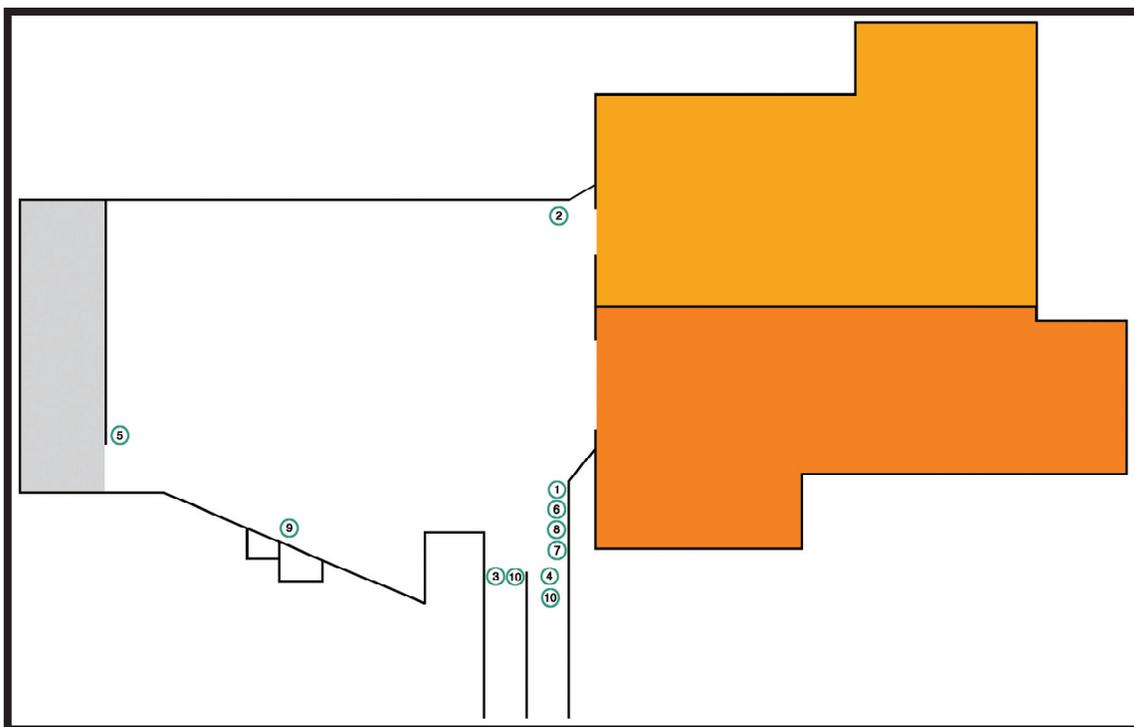
9



5.5.8 Ubicación de las señales del piso 4

Señales:

- ① Sala 6
- ② Auditorio
- ③ Piso 3 (señal direccional)
- ④ Piso 5 (señal direccional)
- ⑤ De restricción
- ⑥ Extintor
- ⑦ Alarma contra incendio
- ⑧ De prohibición
- ⑨ Ascensor
- ⑩ Salida de emergencia (dos)



Mapa de ubicación de las señales Piso 4

5.5.9 Diseño de las señales del piso 5



6



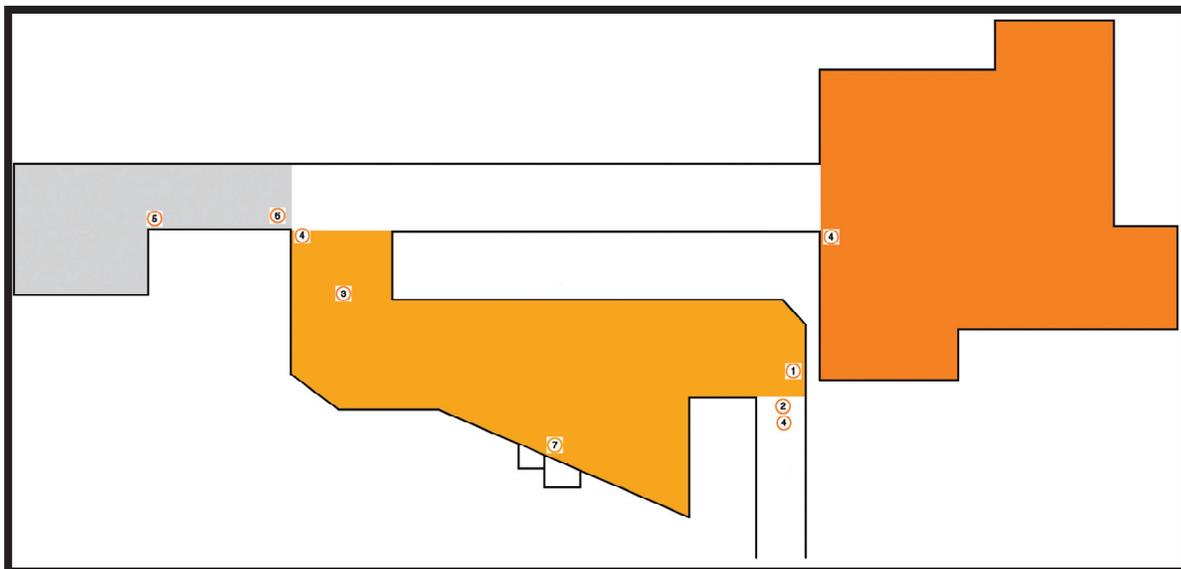
7



5.5.10 Ubicación de las señales del piso 5

Señales:

- ① Sala 7
- ② Piso 4 (señal direccional)
- ③ Terraza de Esculturas
- ④ Salida de emergencia (dos)
- ⑤ Restricción
- ⑥ Alarma contra incendio
- ⑦ Ascensores



Mapa de ubicación de las señales del Piso 5

CONCLUSIONES

En este trabajo se propone un proyecto señalético alternativo para el Museo de Bellas Artes (MBA) que contribuya a resolver los problemas de información y orientación dentro de dicha Institución. Para tal fin se tuvo que estudiar en profundidad la señalética, la cual es una disciplina de la comunicación visual y ambiental; para su correcta aplicación se requiere estudio y conocimiento del lenguaje icónico, lingüístico, y cromático, así como el uso de la imagen corporativa, y de las normas de seguridad COVENIN en caso de señales de emergencia.

Uno de los principales retos para el diseño de la señalización del MBA fue el de procurar no saturar de señales el lugar, ya que éste presenta una morfología compleja, la cual no ayuda visualmente a encontrar los lugares a visitar, ni tampoco invita al público a recorrer el Museo. Por ejemplo, tanto al piso 3 como a la Terraza de Esculturas se les llega sólo a través de rampas. En ese sentido, es de señalar que la Sala Experimental a pesar de que no está al mismo nivel de la Planta Baja forma parte de la misma, y sólo se le puede llegar a través de las rampas o bajando por el Jardín de Esculturas. Además, el Museo tiene dos entradas las cuales no tienen ángulos visuales que ayuden al público a ubicarse.

A fin de orientar a los visitantes se propone colocar directorios en las entradas del Museo. El visitante, una vez en el hall, podrá gracias al diseño propuesto apreciar el Mapa Lateral del Museo, el cual le ayudará a tener una visual completa del mismo. Además, se incorporan en la parte superior de los ascensores las señales respectivas, así como la utilización de las distintas señales en los diferentes sitios en los cuales se considera su presencia imprescindible.

La propuesta de diseño que se presenta en este trabajo cumple con su fin, en el sentido de informar y orientar adecuadamente a todos los visitantes sobre los distintos servicios que ofrece el Museo de Bellas Artes.

BIBLIOGRAFÍA

Abril, Gonzalo (1976) Signo y Significación. Madrid: Editorial Pablo del Río.

Aicher, Martín Krampen (1991) Sistemas de Signos en la Comunicación Visual Ciudad de México: Ediciones GG.

Bay, J. (1985) Como se armonizan los colores: Principios científicos y aplicaciones prácticas. Barcelona: Las Ediciones de Arte.

Carreto H., A. (1995). Lengua y Comunicación. Teoría y Praxis. México: Editorial Grijalbo.

Cirlot, J.E. (1982) Diccionario de Símbolos. Barcelona: Editorial Labor

Cohen, M.; Saint Fare Garnot, J. (1971) La Escritura y la Psicología de los Pueblos. España: Editorial Siglo Veintiuno

Costa, Joan (1989) Señalética. Barcelona: Editorial CEAC,.

Costa, Joan (2003) Diseñar para los ojos. La Paz: Grupo Editorial Desing.

Diccionario de Historia de Venezuela. (1988) Compilación varios autores. Caracas: Fundación Polar.

Ducrot, O.; Todorov, T. (1986) Diccionario Enciclopédico de las Ciencias del Lenguaje, Editorial México: Siglo Veintiuno.

Eco, H. (1975). Disponible en (<http://ffyl.uncu.edu.ar/departamentos/letras/catedras/didactica/s.html>), tomado el día 25 de junio de 2005).

Escarpit, Robert (1967) "La Vuelta de la Imagen". En Thibault-Laulan, Anne-Marie (1973) Imagen y Comunicación. España: Editorial Fernando Torres. 11-14.

Frutiger, A. (1985) Signos, Símbolos, Marcas, Señales. México: Editorial Gustavo Gil.

García, Milko (2000) "Elementos básicos de la comunicación visual." Disponible en (http://www.imageandart.com/tutoriales/teoria/elementos_comunicacion/) tomado el día 20 de noviembre de 2005.

Goyes, Julio César (2000) "Horizontes de la Comunicación Visual." Disponible en (http://www.ucm.es/info/especulo/numero22/com_visual.htm) tomado el día 20 de noviembre de 2005.

Jaua, Maria Fernanda. (1989) "A propósito de los 50 años del Museo de Bellas Artes" Espacio: Arquitectura Urbanismo, Diseño Interior- Gráfico e Industrial No 4, septiembre.

Kuppers, H. (1980). Fundamentos de la teoría de los colores. Barcelona: editorial Gili.

Michelena, C. (1999) MBA obra reciente 1989-1998. Caracas: Editorial Museo de Bellas Artes.

Miller, Josef (1971) A history of visual communication. Teufen, Suiza: Editorial Arthur Migagli.

Motoly-Nagy, S. (1999). Carlos Raúl Villanueva y la Arquitectura de Venezuela. Caracas: Instituto del Patrimonio Cultural.

Orozco, E. (2003) Edición de Diarios. Impresión. En Grupo, Diseño y Arte Final. Caracas: Ediciones Como Diseño.

Parra Chacón, José; Lozada De Armas Isabella (2002) Diseño de un sistema de señalización avanzado para la Universidad Central de Venezuela. Tesis de Grado.

Pelta, R. (s/f) Señalética e información visual. Revista Diseño y Comunicación Visual. Madrid.

Peruza, I. (1988) Museo de Bellas Artes. Cincuentenario Una Historia. Caracas: Museo de Bellas Artes.

Reznikov, (1978) Semiótica y Teoría del Conocimiento. Madrid: Editorial Alberto Corazón.

Rovira A., J. (1962) Signos, Lenguaje y Conducta. Buenos Aires. Editorial Losada.

Sazbón, J (1977) Saussure y los fundamentos de la lingüística. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Said, David; Marcano F., Manuel (1985) Estudio de Señalización del Casco Central de Maturín. Tesis de Grado.

Sanz, J.C. (1985) El Lenguaje del Color. Madrid: Editorial Hermann Blune.

Sampieri R; Collado Carlos; Baptista Pilar (2003) Metodología de la Investigación. México. Editorial Mac Graw Hill.

Silva Ramos (2001) Campaña comunicacional para mejorar los sistemas de señalización del Servicio de Pediatría del Hospital Dr. Leopoldo Manrique Terrero. Tesis de Grado.

Todorov, T. (1991) Teorías del Símbolo. Venezuela: Editorial Monte Avila.

Villanueva, Carlos Raúl (1974) "Nuevo Edificio del Museo de Bellas Artes de Caracas" Revista Punto No 53, diciembre.

ANEXOS

Ubicación de áreas Planta Baja

Leyenda:

Área de Servicios:

- 1 Seguridad
- 2 Baños
- 3 Teléfonos
- 4 Tienda
- 5 Catálogos
- 6 Gerencia de Educación
- 7 Sala 1
- 8 Jardín de Esculturas
- 9 Sala de Talleres
- 10 Sala Experimental (debajo de la Sala 1)
- 11 Biblioteca

Área de personal:

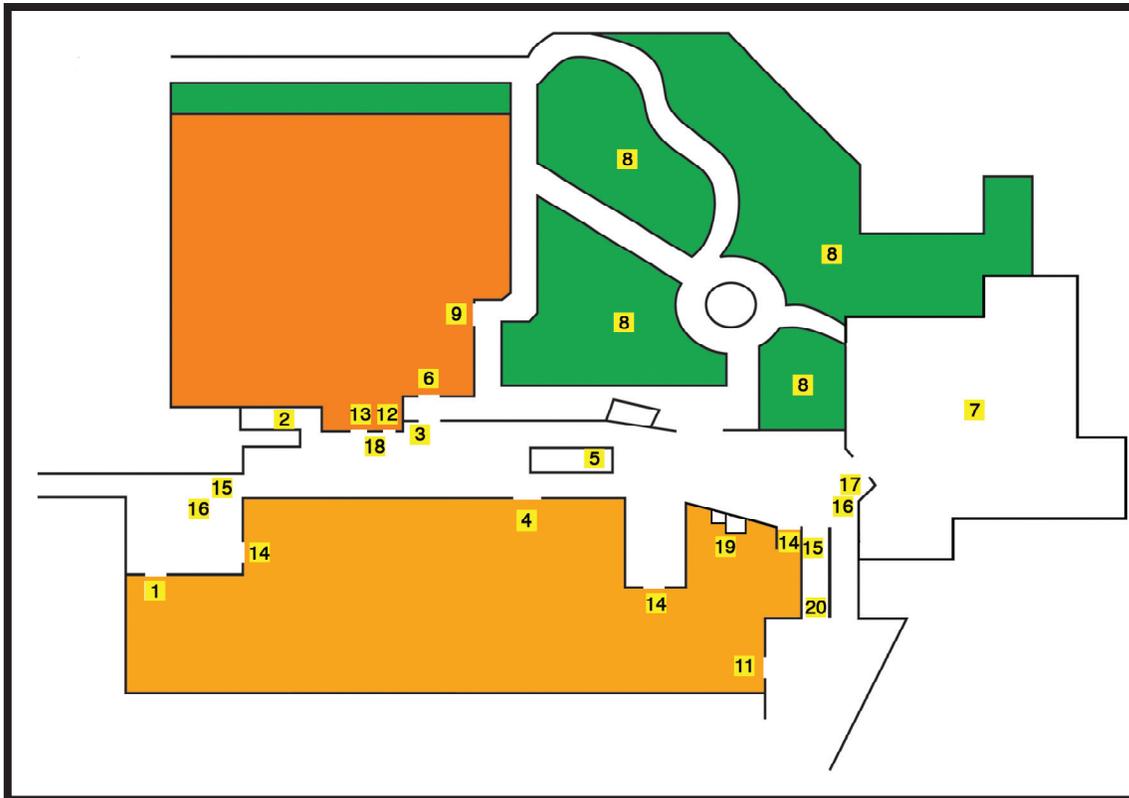
- 12 Administración
- 13 Ascensor de carga
- 14 Área restringida

Área de emergencia:

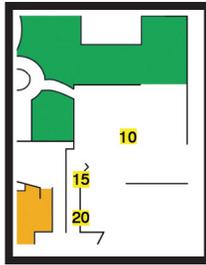
- 15 Salida de emergencia
- 16 Alarma contra incendio
- 17 Extintores
- 18 Mangueras contra incendio

Área de recorrido:

- 19 Ascensores
- 20 Rampas



Mapa Planta Baja



Mapa de la Sala Experimental Debajo de la Sala 1

Ubicación de áreas Piso 2

Leyenda:

Área de servicios:

1 Sala 2

2 Sala 2a

Área de recorrido:

6 Ascensores

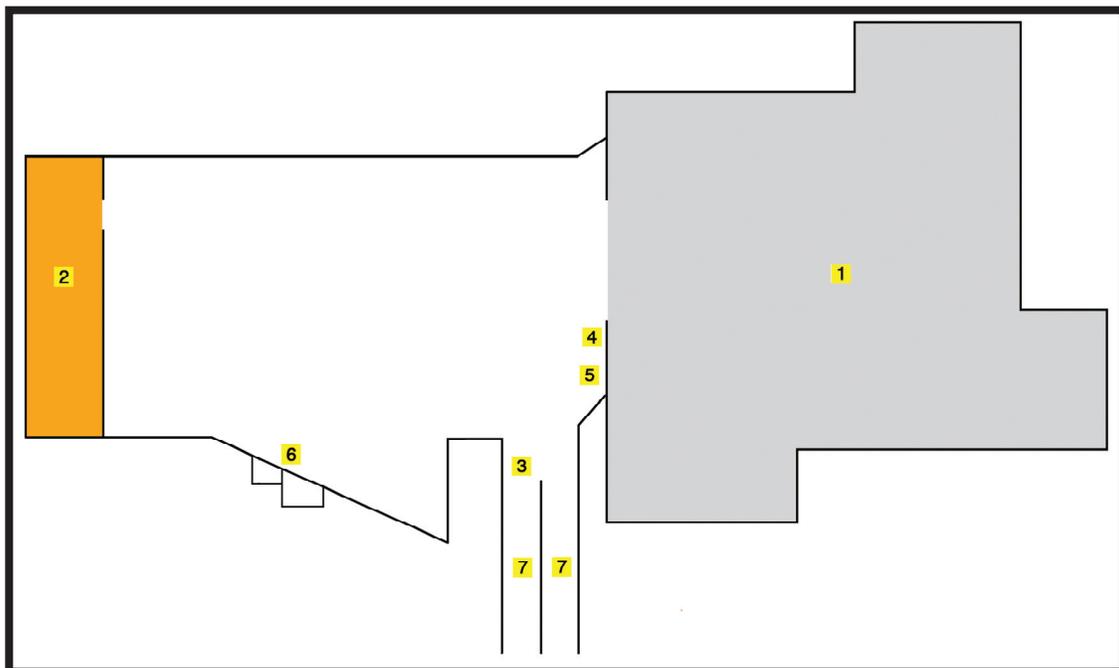
7 Rampas

Área de emergencia:

3 Salida de emergencia

4 Alarma contra incendio

5 Extintores



Mapa Piso 2

Ubicación de áreas Piso 3

Leyenda:

Área de Servicios:

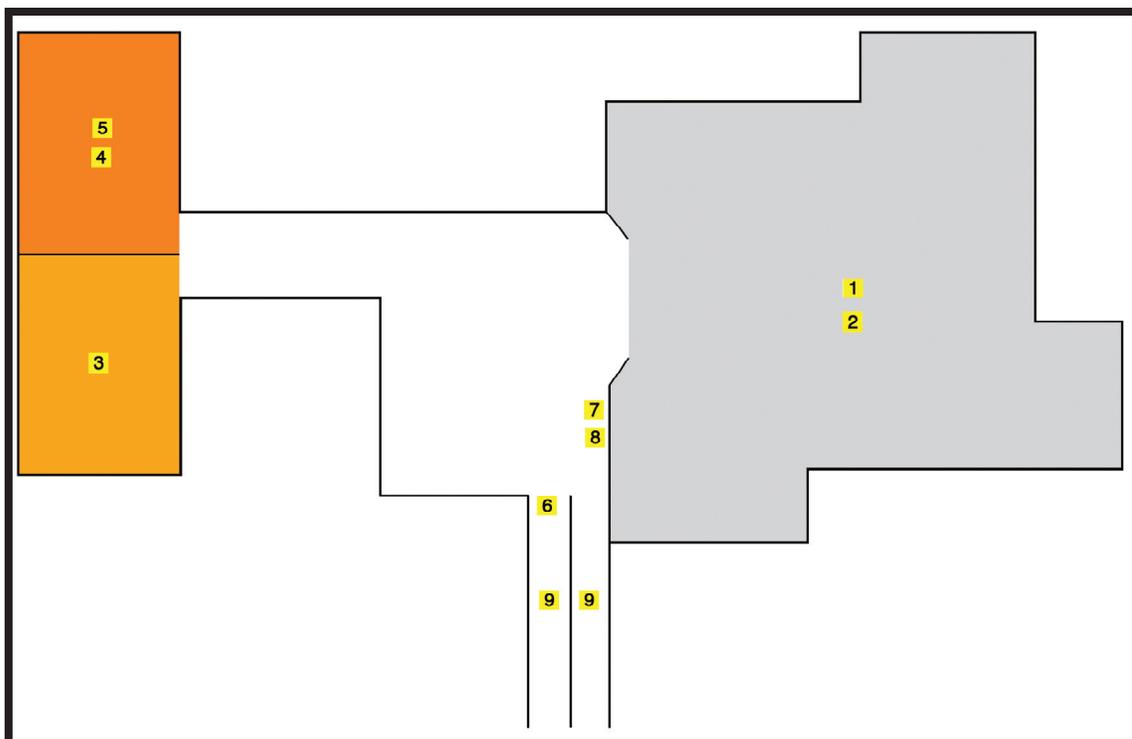
- 1 Sala 3
- 2 Sala de Proyecciones
- 3 Sala 4
- 4 Sala 5
- 5 Gabinete de Dibujo, Estampa y Fotografía

Área de recorrido:

- 9 Rampas

Área de Emergencia:

- 6 Salida de Emergencia
- 7 Alarma contra incendio
- 8 Extintores



Mapa Piso 3

Ubicación de áreas Piso 4

Leyenda:

Área de Servicios: Área de recorrido:

- | | |
|--------------------|---------------------|
| 1 Auditorio | 4 Ascensores |
| 2 Sala 6 | 5 Rampas |

Área de personal: Área de emergencia:

- | | |
|---------------------------|---------------------------------|
| 3 Área restringida | 6 Salida de emergencia |
| | 7 Alarma contra incendio |
| | 8 Extintores |



Mapa Piso 4

Ubicación de áreas Piso 5

Leyenda:

Área de Servicios:

1 Sala 7

2 Terraza de Esculturas

Área de Emergencia:

6 Salida de Emergencia

7 Alarma contra incendio

Área de recorrido:

3 Ascensores

4 Rampas

Área de personal:

5 Área restringida

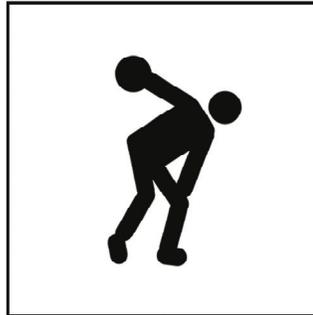


Mapa Piso 5

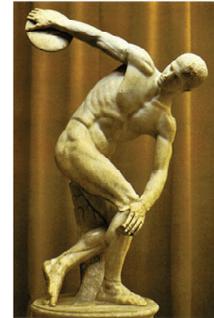
Diseño de los pictogramas de la Sala Experimental, Terraza de Esculturas, y Jardín de Esculturas



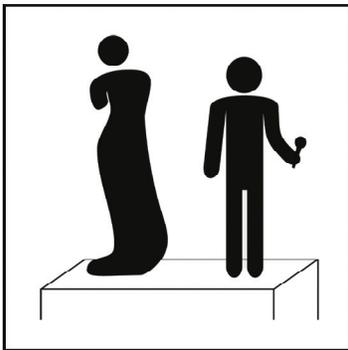
Pictograma Terraza de Esculturas



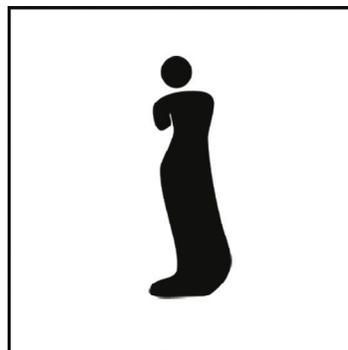
Pictograma modelo del Discóbolo de Mirón



Escultura Discóbolo de Mirón



Pictograma Sala Experimental



Pictograma modelo de la Venus de Milo



Escultura Venus de Milo

Manual de Estilo para la señalización del Museo de Bellas Artes

El presente manual tiene por objeto regular las características, contenido, y tipo de señales a utilizar en el Museo de Bellas Artes.

Características de los diseños de las señales:

PICTOGRAMAS

-El diseño de los pictogramas deben estar basados en las siguientes figuras geométricas: el círculo, el cuadrado y el triángulos, estos pueden tener puntas redondeadas o cuadradas, todo dependerá de la figura que se quiera crear, asimismo las líneas pueden ser con puntas redondeadas o cuadradas.

FONDOS DE LAS SEÑALES

-Las señales informativas no llevarán fondo.

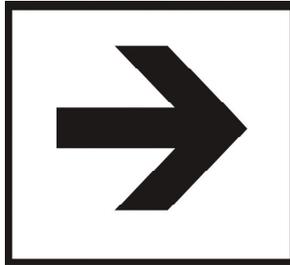
-Las señales de emergencia, prohibición, restricción, y evacuación llevarán un fondo cuadrado o rectangular.

MARCO

-Los directorios, mapas, así como los pictogramas de las señales informativas llevarán marco con puntas cuadradas.

FLECHA

-La flecha debe tener una cabeza abierta con ángulos de 45 grados de cada lado y el cuerpo debe estar constituido por una línea rectangular, tal como lo podemos apreciar en la gráfica a continuación.



TIPOGRAFÍA

-La tipografía a usar en todas las señales informativas deberá ser Bank Gothic Light BT. Las señales contra incendio, restrictivas, y de evacuación la tipografía a usar será la Helvetica Médium.

TIPOGRAFÍA BANK GOTHIC LIGHT BT
TIPOGRAFIA HELVETICA MEDIUM

TEXTOS

-Los textos para las señales informativas y de restricción se usará las mayúsculas y minúsculas. En cuanto a las señales de emergencia contra incendio y evacuación, todas las letras serán mayúsculas.

Por otra parte, los mensajes estarán escritos primero en idioma castellano y en segundo lugar, en idioma inglés, el primero llevará letras más grandes y el segundo más pequeñas.

COLOR

Los colores de las señalizaciones deben presentar las siguiente características:

Colores por piso



Planta Baja - Naranja Pantone 159



Piso 2 -Azul Pantone 248



Piso 3 - Violeta Pantone 258



Piso 4 - Verde Pantone 7473



Piso 5 - Amarillo Pantone 143

Letras:

-Letras en color negro para las señales informativas, y restrictivas



Negro Pantone 433

-Letras en blanco si el fondo es de color (incluye señales informativas, de incendio y evacuación)

El nombre del Museo llevará letras en color rojo Pantone 484.



Rojo Pantone 484

Pictogramas

-Tanto las señales informativas, restrictivas, y de prohibición deberán ser de color negro.

-Las señales contra incendio así como las de evacuación serán blancas.

-Los marcos para mapas y directorios deberá ser color rojo Pantone 484.

Marcos

-Los marcos que enmarcan para los pictogramas informativos deberán ser del color a la que ha sido asignado el piso. Igualmente, las líneas que van debajo de los nombres que identifican cada lugar.

-Los aros de restricción, así como los de prohibición deberán ser de color Pantone 485.



Rojo Pantone 485

-Los fondos de las señales de emergencia contra incendio deberá ser de

color 485.

-Los fondos de las señales de evacuación será verde Pantone 363



Verde Pantone 363

-Los fondos de las señales de restricción y prohibición serán blancos.

PIEZAS DE LAS SEÑALES

Los soportes de las señales serán de tres tipos:

-Ganchos: Para las señales señales que estarán fijadas en paredes o puertas.

-Poste con base de concreto: Para la colocación de señales tipo bandera en exteriores.

-Ranuras: para señales colgantes que se fijan en los techos, así como señales tipo bandera que van en las paredes.

-Cinta doble faz adhesiva 3m de alta resistencia: para las señales que vayan sobre las puertas.

BANDEJA DE CONTENIDO DE LAS SEÑALES

-Las bandejas llevan los elementos gráficos de las señales, serán de acero satinado AISI espesor de 0,50 mm, calibre 28. Las formas de estas bandejas son cuadradas o rectangulares con bordes curvos de 90 grados, tanto en la parte superior e inferior.



Vista lateral de la bandeja

UBICACIÓN

-Para las señales en las paredes y las que estén en las puertas no deberá tener una altura menor a 1,50 m, ni mayor a 1.70 m, a excepción de señales que estén por encima de una puerta o entrada.

-Las señales que están a lado de la puerta de las salas debe estar a una distancia comprendida entre 50 cm a 1.2 m.

-Las señales de prohibición deben estar a una distancia entre 50 cm a 1.2 m al lado de la puerta.

-Las señales de alarma contra incendio debe estar a una distancia no superior de 15 cm de la señal.

-Las señales de restricción deben estar al lado de lugar de área restringida y su distancia de separación respecto al lugar no deberá ser mayor a 40 cm.

-Para las señales colgantes, la distancia entre la laguna que se fija del techo y el soporte de la señal, no deberá ser menor a 7 cm ni mayor de 15 cm.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 . Logotipo escogido por el Reino Unido su presidencia en la Unión Europea.	29
Gráfica 2. Fumar.	33
Gráfico 3. No Fumar.	33
Gráfico 4. Los tres elementos básicos del signo.	35
Gráfico 5. Signos básicos.	36
Gráfico 6. Ejemplo de la evolución de la escritura cuneiforme.	37
Gráfico 7. Símbolos de disciplinas deportivas de los Juegos Olímpicos de Munich de 1972.	40
Gráfico 8. Tabla de colores cálidos y fríos.	48
Gráfico 9. Versiones modernas de las tipografías romana, egipcia, y etrusca	53
Gráfico 10. La Cruz Roja, es un ideograma reconocido en todo el mundo desde 1863, como el símbolo de ayuda humanitaria.	59
Gráfico 11. Resultados de la pregunta 1	77
Gráfico 12. Porcentaje de los que respondieron Sala 1	79
Gráfico 13. Porcentaje de los que respondieron Sala 2	80
Gráfico 14. Porcentaje de los que respondieron Sala 2a	81
Gráfico 15. Porcentaje de los que respondieron Sala 3	82
Gráfico 16. Porcentaje de los que respondieron Sala 4	83
Gráfico 17. Porcentaje de los que respondieron Sala 5	84
Gráfico 18. Porcentaje de los que respondieron Sala 6	85
Gráfico 19. Porcentaje de los que respondieron Sala Experimental	86
Gráfico 20. Porcentaje de los que respondieron Sala de Talleres	87
Gráfico 21. Porcentaje de los que respondieron Biblioteca	88

Gráfico 22. Porcentaje de los que respondieron Jardín de Esculturas	89
Gráfico 23. Porcentaje de los que respondieron Auditorio	90
Gráfico 24. Porcentaje de los que respondieron Otros	91
Gráfico 25. Porcentaje de los que respondieron bueno	92
Gráfico 26. Porcentaje de los que respondieron regular	93
Gráfico 27. Porcentaje de los que respondieron deficiente	94
Gráfico 28. Resultados 4ta pregunta	95

LISTA DE FOTOS

Fotografía 1. Michelena, Corina (1999). El Museo de Bellas Artes y su ampliación, actual sede. MBA Obra Reciente (No. 3, p. 16). Caracas: / Museo de Bellas Artes de Caracas	70
Fotografía 2. Pasillo que conduce al 1er piso del Museo de Bellas Artes	70
Fotografía 3. Terraza de Esculturas, actualmente en reparación	73

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Clasificación de los colores	49
Cuadro 2. Si	77
Cuadro 3. No	77
Cuadro 4. A) Sala 1	78
Cuadro 5. B) Sala 2	79
Cuadro 6. C) Sala 2a	80
Cuadro 7. D) Sala 3	81
Cuadro 8. E) Sala 4	82
Cuadro 9. F) Sala 5	83
Cuadro 10. G) Sala 6	84
Cuadro 11. H) Sala Experimental	85
Cuadro 12. I) Sala de Talleres	86
Cuadro 13. J) Biblioteca	87
Cuadro 14. K) Jardín de Esculturas	88
Cuadro 15. L) Auditorio	89
Cuadro 16. M) Otros	90
Cuadro 17. A) Bueno	92
Cuadro 18. B) Regular	93
Cuadro 19. C) Deficiente	94
Cuadro 20. A) Si	95
Cuadro 21. B) No	95
Cuadro 22. Resultados de la 1era pregunta	97
Cuadro 23. Resultados de la 2da pregunta	97
Cuadro 24. Resultados de la 3era pregunta	98
Cuadro 25. Resultados de la 4ta pregunta	98

Cuadro 26. Colores a usar en señales de información (en general)	112
Cuadro 27. Colores a usar en directorios	113
Cuadro 28. Colores a usar en el mapa lateral	114
Cuadro 29. Colores a usar en señales de ascensores	115
Cuadro 30. Colores a usar en señales de restricción	115
Cuadro 31. Colores a usar en señales de prohibición	116
Cuadro 32. Colores a usar en señales de emergencia y/o evacuación (con o sin texto)	116
Cuadro 33. Colores a usar en señal de protección contra incendios	116