

“Comunico luego existo”

Valores añadidos en la relación patrimonio–usuario: sistemas de información y orientación mediante señales

Dra. Inmaculada López Vilches

*Miembro del
Grupo de Investigación
“Comunicación Visual”*

*Profesora de Dibujo
Facultad de Bellas Artes.
Universidad de Granada*

Una sociedad considerada de “bienestar”, evoluciona positivamente con mejoras que repercuten directamente en la calidad de vida de los ciudadanos. Éstas se cuentan por aquellos hechos que permiten un tránsito más fluido, un óptimo acceso a los servicios que ofrecen las ciudades, en la habitabilidad, el confort... podemos hablar de la “amigabilidad” del entorno donde nos desenvolvemos habitualmente.

Esta amigabilidad pasa más desapercibida en nuestros ambientes cercanos, pero es más constatable el aumento de la dificultad en los desplazamientos y sobre todo en la orientación, en entornos que nos son desconocidos. Precisamente la demanda de una información sobre los accesos, recorridos, datos culturales..., se hace más necesaria en aquellos lugares con un valor histórico y artístico y que son frecuentados por visitantes que disponen de poco tiempo, con un perfil turístico. Una pérdida o desorientación provocan en nosotros inquietud, estrés y conllevan, con seguridad, una importante pérdida de tiempo.

El desarrollo urbano, la uniformización del entorno, hacen más compleja la relación del ciudadano y se necesita una información básica que ayude a la orientación, que nos informe y dirija. Se hace ahora imprescindible la lectura de señales, indicativos, rótulos, que son buscados ávidamente cuando se necesitan. Sólo debemos situarnos en el papel de un turista imaginario que quisiera orientarse en nuestra ciudad o en las zonas de interés cultural, mediante la única información que proporcionan las señales existentes.

Nuestra movilidad en grandes aeropuertos, estaciones, zonas históricas, edificios de oficinas e incluso en pequeños espacios, nos condiciona psicológicamente con estados de ansiedad producidos por la desorientación, falta de tiempo, la contaminación ambiental por exceso de información... que pueden ser fácil-

mente prevenidos con la toma de medidas sencillas. Un simple indicador de dirección en el lugar adecuado puede actuar positivamente sobre las necesidades de orientación de los usuarios en este espacio.

La disciplina encargada de presentar gráficamente esta información, integrarla en los ambientes específicos, ubicarla puntualmente..., es la señalética. La señalética, ante todo, es un sistema de información sobre los entornos o servicios, dirigido al usuario y que responde a planteamientos gráficos diseñados para espacios complejos, con la finalidad de informar, orientar y guiar.

Los mensajes, transmitidos por señales, se estructuran mediante un lenguaje conciso y claro, de fácil comprensión y lectura, respaldado por estudios perceptuales, ambientales, históricos, ergonómicos... La señalética tiene la particularidad de adecuarse y diseñarse específicamente para un espacio determinado y para resolver una situación de orientación particular, creada “a medida”.

El diseño señalético es llevado a cabo por el diseñador gráfico, a veces en colaboración con otros especialistas como el arquitecto, ingeniero o ergónomo. La planificación de un sistema señalético, debe formar parte y preverse conjuntamente con la planimetría del edificio y debe integrar la imagen de la empresa o entidad que señala.

Las principales características de la señalética están orientadas a responder a los siguientes interrogantes “¿Dónde ir?, ¿Cómo ir? ¿Cuándo ir?” de un modo eficaz, claro, estético y sobre todo funcional. Se estructura mediante tres tipos de códigos: icónico (lenguaje de la imagen: pictogramas, planos, símbolos...), lingüístico (texto y tipografía) y cromático (color). Estos elementos gráficos quedan integrados en un soporte físico, la señal, adecuado a unos materiales y técnicas con las características particulares de su ubicación (exterior-



interior; protección antivandálica, iluminación interna-externa, acabados, sistemas de sujeción).

La señalética no es publicidad. A diferencia de un rótulo publicitario, se caracteriza por su discreción, su integración en el ambiente sin las agresiones típicamente publicitarias (mediante el color, los tamaños, la saturación...). La diferencia entre ambas es fundamentalmente su finalidad; mientras que la señalética tiene una función orientadora, informativa y de servicio, la publicidad se justifica en sí misma como llamada de atención.

La señalética tampoco es señalización. A diferencia de ésta, no forma parte de un código cerrado, normalizado y uniforme para cualquier entorno, y está más orientado al tráfico peatonal que al rodado. En este sentido, es especialmente notable en las zonas de interés cultural el uso nefasto de los sistemas de señalización de tráfico rodado como únicos elementos indicativos e informativos para el público. La presentación actual de gran parte de los monumentos de nuestra comunidad se realiza únicamente con señales de tráfico sin una adecuación a los entornos, al tipo de usuario, a las distancias de lectura..., temas que repercuten negativamente en la imagen de un patrimonio importante, que en muchas ocasiones ha sido cuidadosamente recuperado.

Entre las principales funciones que caracterizan un diseño señalético se encuentran las que responden a un determinado servicio o función, así como la ubicación de las señales dentro de un marco arquitectónico determinado. Las aplicaciones más comunes, aunque todavía muy escasas en España, se encuentran en grandes administraciones, centros comerciales, museos, bibliotecas y las rutas turísticas o zonas de interés histórico.



Fig. 1. Señal como integradora de códigos icónicos, lingüísticos y cromáticos

Fig. 2. La publicidad llama nuestra atención y a veces, contamina física y visualmente los entornos cotidianos



Fig. 3. Señalización utilizada como señalética y como soporte de papelera en la fachada de un monumento Nacional del S. XIV en Granada: La Madraza

SEÑALÉTICA EN EL PATRIMONIO HISTÓRICO

Los entornos históricos reúnen una serie de características que hacen especialmente necesaria la información puntual y acorde con los ambientes donde se integra; por lo tanto puede afirmarse que el Patrimonio histórico, es, en potencia, uno de los grandes demandantes de sistemas señaléticos.

Suelen contar con la señalética como guía y explicación a lo largo de un recorrido, su carácter es fundamentalmente didáctico (ilustran sobre la historia, valor cultural, artístico), y van dirigidos a un público muy heterogéneo. Se debe cuidar mucho la integración a nivel estético de las señales en los lugares de gran importancia artística o histórica, conjugando la modernidad del sistema, de los materiales, con la imagen, usualmente tradicional, del ambiente.



Fig. 4. Señalética recientemente implantada en el Museo Metropolitano de Arte de Nueva York con una excelente integración ambiental.

CONDICIONANTES EN ENTORNOS HISTÓRICOS

Los objetivos que un sistema señalético debe cubrir en un entorno histórico son coincidentes a nivel genérico con otros sistemas, pero con características particulares. De modo general se centran en la:

- Resolución de problemas de orientación e información.
- Homogeneidad del sistema, eficacia, correcta ubicación.

Los principales factores que determinan la movilidad y la necesidad de información de un visitante en un entorno histórico, condicionan las funciones que deberá cubrir la señal (sólo orientación, información básica o detallada, histórica, en uno o varios idiomas... etc.).

Factores arquitectónicos y físicos

La accesibilidad a entornos patrimoniales suele presentar verdaderas dificultades de movilidad que plantean difícil resolución por las particulares características de modificación o actuación. La distribución arquitectónica suele también ser compleja, por lo que se recurre a un recorrido preestablecido. El seguimiento de éste se apoya en gran medida en la señalética. Junto al valor direccional, en la señalética, se integra también un valor informativo, orientador, prescriptivo (en ocasiones), de seguridad, etc...

Los condicionantes físicos en los lugares de interés histórico-cultural, pueden ser mejorados (sin alteraciones irreversibles) por los sistemas de señales, haciéndolos más accesibles.

Dentro de estos factores físicos, se deben considerar los condicionantes del propio usuario, relativos a los límites de agudeza visual, altura de las señales, clara visibilidad, movilidad, velocidad de lectura (mayor o menor detenimiento), etc.

Factores psicológicos y ambientales

Existen también como factores determinantes de la mejora de estos entornos, mediante la señalética, aquéllos que surgen de la asociación de significados culturalmente impuestos, conscientes o no, que se deben evitar. Se puede ejemplificar este hecho con las asociaciones psicológicas del color a ciertos significados establecidos de forma natural (fisiológicamente demostrables) o artificial (significados aprendidos socialmente). Estas apreciaciones podemos hacerlas extensivas a otros factores como la iluminación (recordemos la actual polémica surgida en la Mezquita de Córdoba), la limpieza, etc.

Los factores psicológicos, como se ve, están muy ligados a los ambientales. Son aquéllos que dependen de las circunstancias y el entorno en que se nos presentan las señales. Preveen el conflicto entre ellas y la contaminación visual por exceso o defecto de información. En un entorno, a nivel general, se prefiere un defecto a un exceso que suele ser más desconcertante y negativo. Se puede hablar con el mismo valor de contaminación ambiental, acústica o en este caso, visual.

VALORES AÑADIDOS EN LA RELACIÓN PATRIMONIO-USUARIO

Cada día se tiene más conciencia de la importancia que una buena imagen proporciona como primera presentación "sin palabras". En un entorno patrimonial el primer contacto que se dedica al usuario lo da la señalética. Podemos decir que por una parte es una carta de presentación, una deferencia, una atención hacia el visitante, y también, que constituye una mejora en el servicio de conjunto que se presta al usuario.

Son cuantificables y específicas para el perfil del usuario que suele visitar estos lugares, las necesidades que debe cubrir el sistema de señales. La tipología cubre un espectro muy amplio en el que se valoran condicionantes como su nivel cultural, los idiomas, la frecuencia de uso, la densidad de tránsito. Se han de planificar aquellos requerimientos especiales destinados a un porcentaje de la población con ciertas deficiencias motrices, visuales, entre los que se encuentran minusválidos, ancianos..., que señalicen los recorridos diseñados específicamente para ellos (rampas, mensajes en braille...).

Es común la adecuación y actualización de arquitecturas para adaptarlas a una función turística, administrativa, cultural, etc..., por lo que, los esquemas lógicos de tránsito se modifican artificialmente apoyándose en el uso de señales.

Un valor añadido considerable es la importancia simbólica y cultural que tienen para las personas los significados históricos y culturales asociados con los edificios. Estas asociaciones suelen valorarse de mo-

do subjetivo e incluso se mantienen con el paso del tiempo y el cambio de funciones en los edificios.

Es muy recomendable conjugar la imagen de marca, la imagen corporativa del edificio y unificar criterios en publicidad, informaciones impresas, señales.. para potenciar la eficacia de recuerdo y asociación.

ELEMENTOS GRÁFICOS DEL SISTEMA SEÑALÉTICO

Partiendo de los tres códigos que estructuran la señal: icónicos, lingüísticos y cromáticos, analizaremos los aspectos más gráficos que un sistema debe cuidar para mejorar la eficacia comunicativa sin agresiones y al mismo tiempo, compensar el binomio funcionalidad-estética, con un valor añadido en estos entornos históricos.

El código icónico puede integrar a nivel gráfico cualquier imagen de modo genérico, pero los tipos más utilizados en función de la eficacia comunicativa reúnen una serie de características de simplificación, codificación, abstracción... que las hacen más perceptibles a determinadas distancias y fácilmente reconocibles.

El principal valor que posee la imagen es la de utilizar un lenguaje de reconocimiento universal (siendo éste un valor añadido cuando el usuario que leerá la señal requiere idiomas distintos al de uso local). Una sencilla imagen puede evitar duplicar o multiplicar el mensaje escrito.

Entre los tipos de imagen señalética mencionaremos como particularmente destacables el uso del pictograma, el plano, los símbolos y la flecha.

El pictograma es una imagen sintética que se asocia con objetos, ideas completas o acciones. El pictograma sigue unas pautas gráficas normalizadas y se utiliza cuando no presenta ambigüedad y puede transmitir un mensaje complejo con un simple golpe de vista.

El plano señalético, a diferencia del arquitectónico, no tiene por qué ser un fiel reflejo de la realidad sino que puede modificarse para destacar puntos de interés y facilitar así la relación del entorno con el visitante, estructurándose por puntos de interés, por recorridos... y sirviéndose del color, la variación de tamaños... para la óptima presentación del entorno.

El símbolo prescriptivo, proviene de la normativa de seguridad impuesta por los organismos oficiales, por lo que es necesario su uso, aunque puede ser integrado en el sistema señalético.

La flecha, es un elemento esencial que sirve como indicativo de dirección y cuyo diseño también queda adecuado a las pautas gráficas preestablecidas.

El código icónico reflejará en la señal aquellas informaciones que sean difícilmente transmitibles o que



Fig. 5. Pauta gráfica de integración de pictograma, texto y flecha y prototipo industrial

Fig. 6. Planimetría señalética estructurada por puntos de interés y reforzada por el uso del color

deseen enfatizar o reforzar los textos que acompañan. El uso de la imagen como sustitución de textos aumenta la rapidez en la percepción del mensaje, excluye las barreras idiomáticas y al tiempo, debe tener una única interpretación y no presentar ningún tipo de ambigüedad. Cuando la imagen pueda dar lugar a equívoco, es preferible el uso de textos.

El componente lingüístico de la señal tiene como principal finalidad la transmisión de una información mediante un texto. La imagen de este texto, la tipografía, también lleva asociados significados implícitos. El uso de un determinado tipo de letra, de familia tipográfica, independientemente de la mejor o peor lectura, implica una serie de connotaciones que la hacen más idónea (hay estilos de letra con mayor carácter historicista, de modernidad...). A este carácter se añade, en la elección del tipo, la adaptabilidad a las funciones que cumple, atendiendo a la mejor legibilidad y legibilidad.

La legibilidad se define como la diferencia a nivel gráfica entre los distintos tipos de letra que permiten identificarlos unos de otros, mientras que la leibilidad es la característica que permite una mayor facilidad de lectura con el mínimo de fatiga y de errores (aspecto fundamental en señalética).

El tercer elemento, el color, permite ser usado, primero por su funcionalidad (ciertas combinaciones cromáticas se perciben mejor en la distancia) y al mismo tiempo



Fig. 7. La elección de un determinado tipo de letra añade connotaciones a la señal

Fig. 8. Actual sistema señalético del Museo del Louvre (París), caracterizado por gamas cromáticas neutras



por las asociaciones culturales y simbólicas que llevan implícitas ciertos colores. El color codificado suele plantearse como una de las mejores soluciones de orientación y guía en los espacios por su fácil reconocimiento.

El papel del color en un sistema puede tener una finalidad integradora en el ambiente o al contrario funcionar por contraste. En los entornos históricos suelen ser más aceptados los colores neutros e integrados en las gamas cromáticas ambientales sin agresiones.

En ocasiones pueden ser válidas las asociaciones impuestas por códigos muy extendidos para utilizarse dentro de un sistema señalético (el rojo indicando parada o peligro, el azul obligación, el verde información, el amarillo advertencia...), aunque la elección del color es totalmente libre.

La coordinación de estos elementos en cada señal debe ser constante y mantener los mismos esquemas en cualquiera de ellas. La unificación de colores, tipografías e imágenes, en soportes también unificados, hace más comprensible al visitante un recorrido completo así como la identificación inmediata de cualquier señal perteneciente al sistema y específica del entorno.

TIPOLOGÍA DE SEÑALES

Se presenta a continuación una clasificación genérica que incluye las señales constituyentes de un sistema señalético. Pueden ser diferenciadas por cuatro criterios complementarios: contenido, ubicación, situación y morfología.

Así, una señal en función del contenido que refleje, puede diferenciar la información relativa al entorno de aquella referida a los usos y servicios. Al mismo tiempo, puede ubicarse en el interior o en el exterior, reflejando ambas distintas posibilidades. La situación física de la señal, la sujeción a la pared, suelo, techo..., determina el diseño y la presentación más idónea de la información. Y, finalmente, se ha de considerar la forma de los soportes dependiendo de los criterios anteriores.

TIPOLOGÍA DE SEÑALES EN UN SISTEMA

Contenido

Referidas al entorno arquitectónico

- 1. Directorios
- 2. Señales de dirección
 - 2.1. Orientadoras
 - 2.2. Direccionales
- 3. Identificativas
 - 3.1. Del servicio
 - 3.2. Personalizadas

Referidas a usos y servicios

- 1. Genéricas de información
- 2. Imperativas
 - 2.1. De obligación
 - 2.2. Restrictivas
- 3. De instrucción
- 4. Prescriptivas

Ubicación

Exteriores

- 1. De dirección
- 2. Identificativas
- 3. De instrucción

Interiores

- 1. Entorno arquitectónico
 - 1.1. Directorios
 - 1.2. De dirección
 - 1.3. Identificación
 - 1.4. De instrucción

- 2. Usos y servicios
 - 2.1. Información
 - 2.2. Imperativas
 - 2.3. De instrucción
 - 2.4. Prescriptivas

Situación

- 1. Fijados al suelo
- 2. Apoyados sin fijación
- 3. Suspendidos del techo
- 4. Fijados a la pared
- 5. Fijados a las puertas
- 6. Indicativos de sobremesa
- 7. Estructuras especiales

Morfología

- 1. Poligonales rectas
- 2. Circulares, elípticas
- 3. Mixtas
- 4. Formas libres

SISTEMAS SEÑALÉTICOS PREFABRICADOS

En la actualidad existe una amplia oferta de sistemas señaléticos prefabricados que cubren unas necesidades genéricas de información en todo tipo de ambientes. Presentan gamas con una amplia posibilidad de elección en tamaños, colores, soportes, y suelen combinarse mediante módulos. En la mayoría de los casos y con la finalidad de resolver problemas inmediatos suelen ofrecerse sistemas con tipografías intercambiables portátiles y muy asequibles.

El uso de sistemas prefabricados implica una serie de inconvenientes y ventajas que en edificios o entornos con características notables a nivel cultural no deben obviarse. Juegan a favor, la variedad de diseños, totalmente acabados, la posibilidad de ampliación, la economía en los costes de producción, pero tenemos que considerar como factores negativos la uniformización de los entornos, la integración en cualquier ambiente y la adaptabilidad a situaciones particulares.

Si consideramos el valor añadido que proporciona una buena imagen y una mejor comunicación, es conveniente plantear un diseño específico para cada entorno y servirnos de elementos estructurales y sistemas modulares presentados sin tratamiento previo (color, textos, etc...) siempre que se adapten a las necesidades a cubrir para, posteriormente, rotularlos a medida y hacerlos específicos.

ANÁLISIS DE LA EFICACIA DE UN SISTEMA SEÑALÉTICO EN ZONA PATRIMONIAL

Caso práctico: La Alhambra (acceso al monumento)

Podemos evaluar la eficacia real de un sistema de señales ya implantado o plantear, mediante una serie

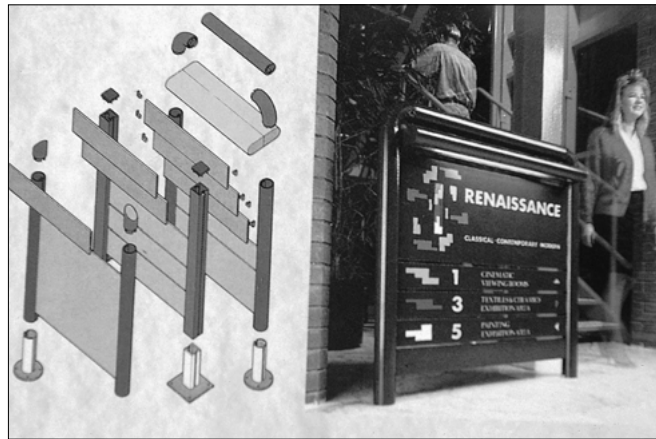


Fig. 9. Sistema de composición modular prefabricado, con iluminación incluida

Fig. 10. Acceso peatonal mediante señales orientadas al tráfico rodado

de cuestiones: los principales requisitos que se deben prever en la planificación señalética.

Tomaré como caso de análisis, el entorno exterior que presenta uno de los valores patrimoniales más importantes no ya sólo a nivel nacional sino mundial y con gran número de visitantes: La Alhambra.

1. ¿Es efectiva la ubicación de las señales en la direccionalidad de un recorrido?

Se evalúa si la disposición de las señales conduce perfectamente en el recorrido o, por el contrario, existen zonas donde se carece de suficiente información para continuar:

Las señales deben tener una continuidad en el espacio que permitan al usuario ser autosuficiente en sus desplazamientos. La fig. 10, incide en el acceso al monumento mediante el uso de la señalización del tráfico rodado como principal fuente de información para el peatón y el automovilista. Estas señales se hallan en el entorno inmediato del edificio.

2. ¿Existe una planificación lógica y funcional sobre la ubicación de estas señales?

Se cuestiona si se respetan los niveles óptimos de visibilidad, las sujeciones más adecuadas, la composición con otros elementos arquitectónicos...

Fig. 11. En el exterior del Palacio Nazarí aparecen señales orientadas perpendicularmente al acceso como puede observarse, a distintas alturas, en distintos soportes y materiales



Fig. 12. En un espacio reducido se sitúan elementos señaléticos variados. Puede observarse la proximidad que existe entre el hito informativo fijado al suelo y los situados a su izquierda, fijados al muro

Fig. 13. En el acceso al Palacio, se presentan señales fijas, portátiles y temporales, ubicadas sin coordinación evidente y descontextualizadas en el ambiente



Si las señales son difícilmente visibles o aparecen situadas a distintas alturas, posiciones... el usuario no logrará nunca anticipar dónde encontrar las siguientes señales.

3. ¿Existe en algún momento contaminación visual por saturación de señales o ausencia de ellas en zonas de incertidumbre?

La saturación de información implica una pérdida de tiempo en seleccionar los contenidos que son útiles y puede crear más desconcierto por la desorganización.

La ausencia de información en una zona de incertidumbre donde existan varias opciones a tomar, puede conducir a una desorientación y pérdida de tiempo.

4. ¿Existe una armónica relación en el entorno donde se integra?

Se ha de considerar que la señal se integre en el ambiente sin agresiones, estridencias y que no modifique irreversiblemente ningún elemento arquitectónico o ambiental de importancia.

Para ello, se considera la realización de un estudio previo del entorno, gamas cromáticas, ubicaciones óptimas e incluso se diseñan prototipos para evaluar de modo definitivo su funcionamiento.

5. A nivel gráfico, ¿existe coordinación entre el diseño gráfico de todas las señales visibles?

Las señales que formen parte de un mismo sistema quedarán unificadas por unas pautas comunes en tamaños, colores, textos, imágenes, ubicación... previamente fijados por un Manual de Normas Gráficas, que serán de obligado cumplimiento para el diseño de cualquier elemento señalético.

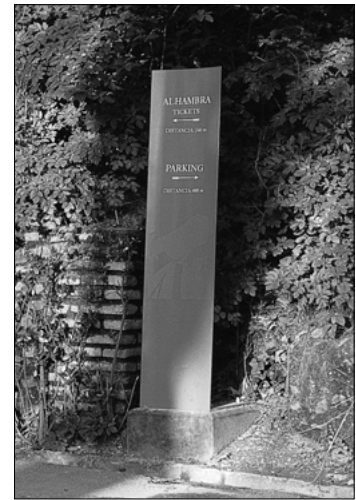
Los criterios a tener en cuenta son:

- Homogeneidad entre sus elementos gráficos (pictogramas, planos, símbolos y flechas)
- Tipografía (estilos, alineaciones, tamaños...)
- Color (de figuras, fondos, soportes...)

6. A nivel físico ¿existe unificación en soportes, ubicación, contenido y forma de las señales?

Se evalúa si el diseño de los soportes y formas de la señal, están unificados, si la ubicación se rige por unas pautas predeterminadas y si los contenidos se presentan coordinados.





7. ¿Existen elementos añadidos a posteriori que modifiquen contenidos?

En ocasiones se deben actualizar ciertos contenidos que pueden ser variables, pero deben ser igualmente previstos a priori, para evitar agresiones sobre el resto de las señales o sobre el entorno. Estas variaciones suelen realizarse mediante tachaduras, pegatinas, rotulación a mano, superposición de carteles... degradando aún más la presentación de las informaciones.

Este problema se soluciona con la previsión de uso de ciertos tipos de señales flexibles (con textos intercambiables) que permiten una variación de la información quedando perfectamente integrada.

A estas cuestiones más concretas, habría que añadir las relativas a la integración a nivel arquitectónico, funcional, estético, su adaptación al usuario minusválido (ciegos) o al extranjero, su iluminación (diurna y

nocturna), su eficacia comunicativa sin ambigüedad, su adecuación a la imagen de la empresa, su resistencia al vandalismo, a la intemperie...

CONCLUSIONES

Se puede afirmar que todavía no existe una consideración real de los beneficios que una señalética correctamente planificada y diseñada puede proporcionar al usuario de cualquier tipo de ambiente. El diseñador gráfico, es el especialista más cualificado para llevar a cabo esta tarea, por su formación y porque se tratan aspectos específicos de la comunicación visual. Es usual que esta labor quede completamente descuidada en la planificación ambiental o se deje la responsabilidad a otros profesionales.

Gratamente, poco a poco se comienza a valorar la importancia de presentar un entorno que ha sido cuidadosamente restaurado, remozado, iluminado, investigado... y hacerlo llegar al público. Somos conscientes de que dentro de las prioridades, primero deben cubrirse las necesidades mínimas; así, en un entorno patrimonial, es fundamental una recuperación estructural en primer lugar y en segundo, y por ello no menos importante, su presentación para uso y disfrute general que es el objetivo de todo elemento de valor cultural.

Hemos de pensar que la señalética suele ser el primer contacto y al mismo tiempo la primera impresión que una persona recibe de la empresa o del entorno que va a visitar. Si decíamos, al principio del artículo, que la calidad de vida y la calidad de los entornos se miden por pequeñas mejoras, podemos considerar la señalética como una de las mejoras sutiles que condicionan la calidad y el recuerdo de una visita.

Es difícil sopesar las ventajas de lo que se desconoce, por lo que, al estar habituados a una ausencia informativa, no somos realmente conscientes del servicio que una buena señalética proporciona: evitando pérdidas de tiempo, desorientaciones, estrés, y molestias

Figs. 14. a 17. Las figuras presentan cuatro tipos de señales integradas en el mismo entorno. A nivel gráfico, podría decirse que pertenecen a cuatro sistemas señaléticos distintos. Pero, en realidad, se trata de un solo sistema con manifiesta descoordinación entre elementos y con desajustes en tipografía, colores e imágenes. Es evidente que, con el paso del tiempo, se han ido añadiendo señales, sin unificar criterios ni eliminar las anticuadas.



Fig. 18. Junto a la manifiesta diferencia entre soportes, formas y materiales, existe una redundancia informativa entre ambas señales.

Fig. 19. Los folios impresos a modo de señal, pese a cubrir una importante información, se asocian fácilmente con connotaciones negativas.



a otros viandantes o a los propios trabajadores que repiten continuamente la misma información, proporcionando autonomía, seguridad.

Se ha de considerar que la señalética, ante todo, es un bien público y un indicador de la calidad de los servicios que ofrecemos, y que, bajo el binomio funcionalidad-estética, se constituye como uno de los valores añadidos que mejor pueden reforzar el importante valor del patrimonio cultural con que, afortunadamente, contamos.

Procedencia de las imágenes:

- Figs. 1 y 7. PBC INTERNATIONAL (1992). *Environmental Graphics*. Graphic Design: USA. Ed. PBC International. New York.
- Figs. 4 y 6. Revista "Identity Magazine". MOORE, W. A challenge Well-Met. Wayfinding at the Metropolitan Museum of Art. Pág. 28-31. Sept-Oct. 1995.
- Fig. 5. Revista "Línea Gráfica". COLONETTI, A. Sistemi di segnali. Pág. 24-31. n° 3.
- Fig. 8. MITZI, S (1991). *Gráfica del entorno*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- Fig. 9. Catálogo publicitario de la firma Spandex
- Figs. 2, 3, 10 a 19. Autora.

Bibliografía sucinta:

- AIGA (American Institute of Graphic Arts). (1984). *Símbolos de señalización*. Ed. Gustavo Gili. México.
- ARTHUR, P. y PASSINI, R. (1992). *Wayfinding. People, signs and Architecture*. Ed. Mac Graw Hill. Canadá.
- CANOSA, J. L. (1983). *Imatge gráfica de la senyalització exterior*. Ed. Generalitat de Catalunya. Barcelona.
- COSTA, J. (1990). *Señalética*. Ed. Ceac. Barcelona.
- CHAVES, N. (1994). *La imagen corporativa*. Ed. Gustavo Gili. México.
- FOLLIS, J. y HAMMER, D. (1979). *Architectural signing and Graphics*. Ed. W. Library of Design. New York.
- FRUTIGER, A. (1981). *Signos, símbolos, marcas y señales. Elementos, morfología, representación y significación*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- GOTTSCHALL, E. (1989). *Typographic communications today*. The International Typeface Corporation. Japan.

- KINNEIR, J. (1982). *El diseño gráfico en la arquitectura*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- LOPEZ, I. (1996). *Señalética, análisis y normalización*. Ed. Universidad de Granada.
- MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA (1991). Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- MITZI, S (1991). *Gráfica del entorno*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- MOLES, A. (1972). *Psicología del espacio*. Ed. Ricardo Aguilera. Madrid.
- PBC INTERNATIONAL (1992). *Environmental Graphics*. Graphic Design: USA. Ed. PBC International. New York.
- PRATS, J. y ZIMMERMAN, Y. (1989). *Manual de senyalització d'espais interiors*. Ed. Generalitat de Catalunya. Barcelona.
- REYNOLDS, L. (1981). *Signs and guiding for libraries*. Ed. Clive Bingley. Londres.