

Mtra. María de Jesús Gómez Cruz
Directora de la División de Ciencias y Artes para el Diseño
UAM Xochimilco

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal
Dirección General de Programas Estratégicos

Periodo: 13 de noviembre de 2012 al 13 de mayo de 2014
Proyecto: “Análisis de Zonas Potenciales para la Consolidación de Rutas Turísticas”

Clave: XCAD000060

Nombre: Karla Ruiz Fabila
Matricula: 208242145
Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica
División de Ciencias y Artes para el Diseño
Tel: 5551 9373
Cel.: 044 55 37081462
Correo: karly.rf@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El Diseño Gráfico es una disciplina inminentemente creativa que da respuesta mediante impactos visuales a necesidades específicas de comunicación a través de un proceso intelectual, analítico y deductivo.

Como Diseñador de la Comunicación Gráfica, tenemos la responsabilidad de manifestar de manera corresponsable (haciendo uso de la comunicación visual), la expresión de los grupos sociales a través de la gestión mediadora entre lo lingüístico y los métodos interpretativos del diseño. Reflexionando, identificando e interpretando los problemas de diseño de la comunicación de distinto orden, con un sentido ético y crítico de la participación que tendrán en la sociedad; con la capacidad de hacerlos sensibles e intelectuales; y a la vez sintéticos y creativos.

El servicio social es una actividad formativa y de servicio, lo cual quiere decir que por un lado afirma y amplía la información académica y además permite fomentar una conciencia de solidaridad con la sociedad. Al realizar mi servicio social en la Secretaria de Turismo del Gobierno del Distrito Federal pude desplegar habilidades, actitudes, destrezas y ampliar mis conocimientos a través de los planes y programas de este sector público.

Dentro de la Secretaria de Turismo del Gobierno del Distrito Federal, entendí, que el turismo es una actividad importante social y económicamente; y requiere siempre de renovación y desarrollo. Internamente, aprendí que la cultura turística hace referencia a la participación de las personas y los mercados que se sirven de el turismo buscan mejores condiciones para hacer posible la actividad turística y requieren que el diseño gráfico contribuya a su alza y fortalecimiento, para poder obtener los beneficios que es capaz de generar dedicándole la atención necesaria para convertirla en la actividad sustentable que debe ser.

Al realizar el servicio social, como estudiante de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica pude desarrollar diversas estrategias para la comunicación gráfica por medio de señales e imágenes creativas, para zonas publicas especificas de la Ciudad de México, que se mostrarán a continuación.

OBJETIVO GENERAL

Crear productos gráficos, capaces de captar la atención de los objetos o situaciones que se deseen destacar; y congruentes entre lo que se entiende y lo que se busque representar, para diferentes zonas de potencial turístico de la Ciudad de México.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- › Remodelación de rutas turísticas.
- › Creación de identidades graficas para espacios culturales.
- › Construcción de guías gráficas para sitios específicos.
- › Intervención gráfica en zonas turísticas.
- › Creación de una identidad gráfica para Plaza Garibaldi.
- › Creación de señalética para canales de Xochimilco.
- › Remodelación de señalética para Mercado de Artesanías San Juan.
- › Renovación de la identidad gráfica de Ruta Verde Ajusco.
- › Realización de invitaciones, flyers y banners para distintas presentaciones de SECTUR GDF

ACTIVIDADES REALIZADAS

Dentro de la Secretaria de Turismo del GDF realice, estructure e implemente la creatividad e innovacion en los diseños e imagen requeridas por la dependencia para el reconocimiento y atraccion del turismo desde la imagen de la SECTUR GDF.

Trabajo en equipo para el armado de diferentes proyectos, con el aporte de ideas nuevas, creativas e innovadoras valorando las distintas opiniones de los diferentes profesionales relacionados a estos; respondiendo con las necesidades de comunicación visual de empresas y organizaciones a las que apoya SECTUR GDF.

Comunicación efectiva por medios gráficos, sintetizados y procesados para transmitir información diversa en zonas turísticas, a los diferentes grupos sociales que siendo actuales y/o en potencia acuden a ellos. Mediante el uso de software de diseño que permitieran su futura reproducción física.



METODOLOGÍA

Haciendo uso de la observación cotidiana, al sentido común y al conocimiento cultural, en cada practica de diseño hecha para SECTURT GDF; se estudiaron los diferentes espacios turísticos (historia, localización, tipo de visitantes, etc.) y las necesidades del área, uniendo la gráfica con sus alrededores y/o más próximos sitios turísticos o de reunión social.

Análisis de gráficos utilizados con anterioridad y gráficos históricos con relevancia para los mismos junto con la planeación arquitectónica planeada por SECTUR GDF considerada para el rediseño de los espacios.

Todo lo anterior tomando en cuenta:

Tipografía: considerando el tamaño de la letra, el grosor, el contraste necesario, legibilidad, morfología de espacio, iluminación, identidad corporativa e imagen de marca. Evitando abreviaturas, palabras fragmentadas y recordando que las palabras con minúscula se asimilan más rápido que aquellas con mayúscula.

Pictogramas: signos que representan símbolos, objetos reales o figuras. Tomando aquellos más pertinentes desde lo semántico, sintáctico y pragmático. El uso de pictogramas se basa en la abstracción, es decir, en la separación de lo que es esencial y no esencial de un campo visual.

Con la idea de ser lo más esquemática posible, exponiendo lo más esencial, particular y característico para que el usuario genere una síntesis mental de la información brindada y pueda reservarla en su memoria visual.

Código Cromático: el uso de colores para diferenciar zonas, recorridos, plantas de edificios, puede constituir un código más desarrollado, una extensión del sistema señalético que lo complementa. Usando el color como un elemento que integre la señalética con el ambiente de trabajo y constituyese un medio muy eficiente de identificación.

Considerando los contrastes correctos, la visibilidad, el tamaño de las figuras, las distancias, los métodos de impresión, los colores corporativos y la psicología del color, dado que se los asocia directamente con la marca o identidad visual de la organización.



OBJETIVOS Y METAS ALCANZADOS

- › Rediseño y diseño de señalética de diferentes espacios con vistas más modernas y adecuadas para ellos.
- › Adecuación de soportes materiales de impresión para señales de rutas turísticas.
- › Rediseño de la identidad visual corporativa para Ruta Verde Ajusco, con variantes para los diferentes negocios que la conforman; así como aplicaciones en souvenirs que pusiesen promover sus servicios.
- › Identidad gráfica para Plaza Garibaldi que dará al sitio reconocimiento visual inmediato.
- › Señalética para los canales de Xochimilco que dota a este lugar de modernidad y sentido de contemporaneidad a los turistas nacionales y extranjeros.
- › Rediseño de señalética al Mercado de Artesanías de San Juan creado para la remodelación de dicho lugar.



DESARROLLO DEL PROYECTO

En SECTUR GDF realice corresponsablemente diversas actividades interrelacionadas y coordinadas por áreas de servicio turístico. Siguiendo los planes y límites de presupuesto, calidades y lapsos de tiempo. Las necesidades de SECTUR GDF y en específico del área de Gestión de Proyectos era la remodelación de diversos puntos de la Ciudad de México, sobre todo respecto a la señalización de estos puntos, la identificación de sitios turísticos con alto potencial y la creación de medios gráficos que distinguieran eventos propios del turismo. A continuación se describirán los proyectos y las acciones que se llevaron a cabo para su realización:



Ruta Verde Ajusco

Las comunidades deben participar en un proceso de aprendizaje que les permita estar mejor preparadas para: comprender, identificarse y participar exitosamente en la actividad turística.

Ruta Verde Ajusco busco la ayuda de SECTUR GDF para la realización de una identidad visual que la dotara de personalidad y diera una imagen visual con la que fuera reconocida como marca dentro de los múltiples conjuntos de servicios que se ofrecen en la zona Ajusco de la Ciudad de México.

Para realzar dicha imagen fue necesario reconocer el conjunto de características que previamente fueron elegidas por parte de Ruta Verde Ajusco y descubrir como se ve a sí misma y como quería ser vista por los demás.

Desarrollé una imagen que se desarrollara en la mente de las personas, a través de las percepciones que genera la forma en que Ruta Verde Ajusco se proyecta a sí misma y como se relaciona con su entorno y sus grupos de interés; dotándola de una interpretación pública que le diese personalidad con: claridad en la elección de la personalidad de Ruta Verde Ajusco y la imagen proyectada de cara al público, consistencia y mantenimiento de la personalidad elegida y la imagen que recibe el público y por último constancia y relevancia en el mercado seleccionado a lo largo del tiempo.

Se construyó para Ruta Verde Ajusco una nueva imagen visual que le serviría para llevarla a un punto óptimo con sus consumidores actuales y en potencia. Aunado a ello un manual de identidad corporativa que le serviría como guía de referencia y donde se contienen las normas básicas indispensables para el uso correcto de los distintos elementos gráficos que conforman su nueva imagen corporativa; garantizando la cohesión en la comunicación visual de dicha entidad (soportes impresos, web, espacios públicos, comunicaciones internas, etc.)

Ruta Verde Ajusco



La Ruta Verde del Ajusco ofrece recorridos a través de la carretera Panorámica Picacho Ajusco en Tlalpan, el viajero puede apreciar hermosos paisajes montañosos, volcanes y tupidos bosques templados: Se organizan actividades enfocadas a la educación ambiental, senderismo, avistamiento de aves, deportes extremos como rappel, escalada en roca, campismo, ciclismo de montaña, así como eventos sociales o empresariales.

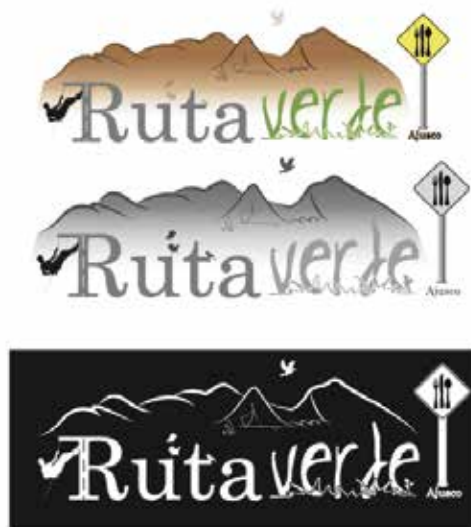
Los servicios por Ruta Verde del Ajusco:

- Recepción
- Alimentación
- Deportes Extremos
- Senderismo
- Ciclismo de Montaña
- Educación Ambiental
- Grupos Didácticos
- Eventos Sociales e Empresariales
- Campismo
- Árboles Nativales
- Espinoterapia
- Yoga de Papalote
- Arrendamiento de Bases

1	PARQUE ECOTURISTICO HUENUCALLI TEPOZAN	KM 10.9	
2	GRANJA DIDACTICA LA POZA DEL INDIJO	KM 12.5	
3	CABAÑA RESTAURANTE EL COFREITO	KM 12.5	
4	CABAÑA RESTAURANTE EL RINCON DEL COFRE	KM 12.5	
5	MI REFUGIO EN EL AJUSCO	KM 13.5	
6	CABAÑA RESTAURANTE EL BUEN GUSTO	KM 21.5	
7	CABAÑA RESTAURANTE LA HERRADURA	KM 21.5	
8	CABAÑA RESTAURANTE VICKY	KM 21.5	
9	ALBERGUE ALPINO AJUSCO	KM 21.5	
10	CABAÑA RESTAURANTE LOS COMPADRES	KM 25.5	
11	CABAÑA RESTAURANTE LA ENCANTADA	KM 25.5	
12	CABAÑA RESTAURANTE LA CANTIMPLORA	KM 26.5	
13	CABAÑA RESTAURANTE EL PAPALETE	KM 26.5	
14	ECO CAMP AJUSCO	KM 26.5	

INFORMES: Tel: (55) 2333 4448 | rutaverdeajusco@hotmail.com | www.rutaverdedelajusco.com.mx | [Ruta Verde del Ajusco](https://www.facebook.com/RutaVerdeDelAjusco) | [@rutaverdeajusco](https://www.instagram.com/rutaverdeajusco)

Ruta Verde Ajusco



Manual de Identidad Corporativa



Mercado de Artesanías de San Juan

La señalización está dirigida a regular el tránsito humano y motorizado en espacios predominantemente exteriores. La señalética en cambio persigue identificar, regular, y facilitar el acceso a unos servicios requeridos.

La señalética aborda la elaboración de sistemas de señales y sus representaciones considerando factores tales como: ubicación geográfica, lenguaje de la localidad, nacionalidad, identidad o elementos representativos del sitio, etc. a fin de que las señales que compongan el sistema señalético sean coherentes no solo con aquello a lo que se refieren, si no a las de su entorno

Dicho lo anterior , el Mercado de Artesanías de San Juan ubicado en la calle de Ayuntamiento esquina con Aranda en la colonia Centro de la Ciudad de México, requería un rediseño en la señalética de los locales comerciales que se encuentran en su interior y en el edificio en general para mejorar el transito de la gente que lo visita, para de esta manera refrescar su imagen y atraer a mayor público.



Mercado de Artesanías de San Juan



Comida 

Muebles 

Artesanía 1 

Artesanía 2 

BAÑOS 

BAÑOS 

Plaza Garibaldi

Un isotipo se refiere a la parte, generalmente icónica o más reconocible, de la disposición espacial en diseño de una marca, ya sea corporativa, institucional o personal. Es el elemento constitutivo de un diseño de identidad, que connota la mayor jerarquía dentro de un proyecto y que a su vez delinea el mapa connotativo para el diseño del logotipo, así como la siguiente aplicación de diseño en las restantes etapas de un proyecto de identidad corporativa, como la aplicación en papelería, vehículos o merchandising. La palabra isotipo hace referencia a aquello que es "igual al tipo".

La SECTUR GDF como complemento a la remodelación de la Plaza Garibaldi, promovió el desarrollo de un isotipo que sirviera a la plaza para resumir el conjunto de actividades que se realizan en dicho lugar en la mínima expresión, tomando en cuenta la historia del lugar y la nueva imagen que da a la Ciudad de México en la zona Centro de la misma.



Plaza Garibaldi



Visita
Plaza
Garibaldi

Ciudad Mexico
Capital del Mundo

Call Center	01 800 008 9090	Cruz Roja	065
Locatel	5658 1111	Emergencias DF	066
Protección Civil	5683 1154	Bomberos	068
Línea Ciudadana	5633 5533		

Turismo
Ciudad de México

Canales de Xochimilco

El objetivo principal de la señalética es facilitar a los usuarios el acceso a los servicios requeridos, informando de manera clara, precisa, concreta y lo más directa posible ya que el destinatario necesita acceder rápidamente al destino. En señalética, menos siempre es más, dado que la sobreinformación puede confundir y enviar mensajes equivocados o poco atractivos y difíciles de percibir. Es por este motivo que hay que tener en cuenta sólo lo esencial para el armado de un sistema, utilizar fórmulas sintéticas y ser muy esquemáticos.

Dado que se emplea en lugares con un gran flujo de personas, requiere de un lenguaje universal entre los usuarios, predominantemente el visual y de rápida percepción debido a la inmediatez del mensaje.

Es fundamental conocer el espacio en que se aplicará el sistema señalético, en cuanto a su arquitectura y a la identidad corporativa de la entidad donde trabajaremos. Cada sistema es creado o adaptado a cada caso particular y debe atenerse a las características del entorno; este sistema reforzará la imagen pública o de marca corporativa.

La señalética para algunos autores pertenece al área del diseño gráfico, ya que requiere del diseño de símbolos para poder llevar a cabo su función de guía y forma parte de las comunicaciones visuales; pero en el caso de Xochimilco abarca tanto arquitectura, organización de servicios, iluminación y ambientación del lugar; para la comunicación ambiental y la información que tiene por objeto orientar las decisiones y las acciones de los individuos en lugares donde se prestan servicios”.

Debe focalizarse no sólo en brindar información utilitaria sino también en la relación que existe entre el individuo y el entorno al que se pretende ubicar, recorrer, acceder. El sistema de señalética que se aplicase en los canales de Xochimilco formará parte, además, de la identidad del espacio y no sólo guía las decisiones que los visitantes debiesen tomar dentro del ambiente, sino que, en consecuencia, también ayudara a determinar sus actos.

La señalética realizada para estos canales contribuirá a que éste sea más accesible, organizado, localizable e identificable



RECOMENDACIONES

Para un mejor desarrollo de prestadores de servicio social dentro de SECTUR GDF; propondría que los proyectos asignados a nuestro trabajo ya tengan un financiamiento previo aprobado, para que sean reproducidos en su totalidad como se plantea al inicio de cada uno de ellos y no queden como archivo muerto dentro de la Secretaria.

La creación de equipos de trabajo formados por prestadores de servicio social que sean multidisciplinarios y que a su vez tengan relación con diversas áreas de interés común o departamentos dentro de la institución para el desarrollo de proyectos.

Incluir a los prestadores de servicio social en las juntas de consejo, presentación inicial de proyectos y avances de los mismos, así como en la reproducción física de lo realizado; de esta manera terminaría con una visión mas completa de todos los procesos que intervienen en un proyecto, desde la idea hasta la consolidación de la misma.

Mayor difusión de SECTUR GDF para que más alumnos se motiven a realizar su servicio social en dicha institución, sobre todo en el área de diseño; ya que solo hay un diseñador a cargo y no apoya a todas las áreas de la secretaria. Además de tener un diseñador por área de desarrollo, podrían ofrecer servicios con mayor calidad.

La ultima y en mi caso particular mayor recomendación seria, el no limitarse por los recursos que la institución publica donde se realice el servicio social pueda ofrecerte. Dadas las políticas turísticas de este país, son pocos los proyectos que llegan a consolidarse totalmente, sin embargo son muchos mas los aprendizajes que diversas comunidades, prestadores de servicios, trabajadores de la institución, etc pueden brindarte.

R RESULTADOS Y CONCLUSIONES DEL PROYECTO

› En Ruta Verde Ajusco se logró dotar a la empresa con un símbolo de identidad visual corporativa nuevo que contiene todos los servicios que ofrece. Se hizo uso de color, estilo, geometría, tipografía propios para la empresa y se le dio un logotipo que le servirá como señal o rotulo, aunado a un manual de identidad corporativa que ayudara a su desarrollo y crecimientos futuros.

› En el Mercado de Artesanías de San Juan, se busco que los recorridos del mercado fueran fácilmente identificados; creando gráficos con síntesis de formas representativas que ayuden al visitante a que su circulación sea más fácil y que a la vez contuviese la personalidad del espacio. La fachada dará más vista al lugar y estará interpretando los artículos que ofrece el mercado a sus visitantes, renovando la imagen antigua y descuidada actual del lugar.

› La identidad creada para Plaza Garibaldi será la iconográfica que reconozca al lugar y será utilizado en las próximas promociones turísticas de la Ciudad de México que se refieran a él; ya que se logró que fuera coherente con el lugar y con su entorno.

› La señalética creada para los canales de Xochimilco persigue identificar, regular, y facilitar el acceso a unos servicios requeridos por los turistas nacionales y extranjeros que buscan en este sitio diversas actividades que complementen su visita y que ofrecen los prestadores de servicios del lugar.



BIBLIOGRAFIA

- › Historia del Diseño Gráfico, Meggs Philip; Editorial Trillas.
- › Sensación, significado y Aplicación del Color, Matt W. Moore, Andrew Pearce, Sarah Applebaum.
- › Desingnpedia 80 Herramientas para Construir tus Ideas; Juan Gasca y Rafael Zaragoza; Editorial CID.
- › Psicología del Color; Eva Heller; Editorial GG.
- › Logorapid; Estudio Online de diseño gráfico, imagen corporativa y web, Barcelona – Buenos Aires.
- › Fundamentos del Diseño Gráfico; Ambrose Harris; Editorial PAD.
- › La Sintaxis de la Imagen; D. A. Dondis; Editorial GG.
- › Fundamentos del diseño bi y tri dimensional: Wucius Wong; Editorial GG.
- › Semiótica para Principiantes; Paul Cobley y Litza Jansz; Editorial Era Naciente.

