



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA MIXTECA

Instituto de Diseño

TESIS

“Aplicación de la arquigrafía como herramienta de comunicación
visual en un espacio cultural”

Para obtener el título de

Ingeniera en Diseño

Presenta

Aylin Daniela Dávila Martínez

Director de tesis

M.A.C. Itzcóatl Bolaños Gómez

Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, México, enero de 2025.

[Handwritten signature]

17/01/2025
MARIA DE LA LUZ
PALACIOS MORALES

[Handwritten signature]
Estrada B.C. Jaqueline
17/ene/25

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
Cervid Cortés C.
17/01/25

[Handwritten signature]



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA MIXTECA

Instituto de Diseño

**“Aplicación de la arquigrafía como herramienta de comunicación
visual en un espacio cultural”**

Para obtener el título de

Ingeniera en Diseño

Presenta

Aylin Daniela Dávila Martínez

Director de tesis

M.A.C. Itzcóatl Bolaños Gómez

Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, México, enero de 2025.

DEDICATORIA

Dedico este significativo logro a mi madre, cuyo ejemplo, amor y fortaleza me guiaron de la mano para culminar este proceso; quien ha sido el pilar que sostiene mis sueños y asentó las bases para ser la persona que soy ahora. Tu ejemplo me ha enseñado a creer en mis metas y a enfrentar los retos con determinación.

Cada sacrificio que has hecho y cada gesto de apoyo están presentes en este triunfo, que es tanto tuyo como mío.

AGRADECIMIENTOS

Gracias infinitas a Dios, cuya mano nunca me soltó y me demostró día con día que caminaba conmigo en toda circunstancia.

También quiero expresar todo mi agradecimiento a mis padres, Marisol Martínez Arellanes y Carlos Aguilar García, por el amor y apoyo constante que me brindaron, desde el consejo más pequeño hasta solucionar el problema más grande.

A mi compañera de aventuras y mayor inspiración, mi abuelita Carmen Arellanes, por comenzar un legado de trabajo y éxito, y demostrarme su cariño en cada palabra de aliento.

A mi hermanito Juan de Jesús, por escucharme, ser mi mejor compañía e impulsarme a ser mejor cada día y dar todo de mí.

A mi familia, el mayor motor de mi esfuerzo y el más cálido apoyo en esta etapa, a Briseida, Mary Paz, Mayra y Donají, gracias por recibirme con amor cada visita a casa.

A los amigos con los que tuve la bendición de compartir esta etapa, David, Patricia, Melisa, Briseida, Luis, a los Verum Ofe, Seth, Michael, Enoc y Alejandro, cuya amistad me daba la seguridad y la confianza para avanzar y disfrutar del proceso, por hacer divertida e inolvidable esta etapa.

Finalmente, al Mtro. Itzcóatl Bolaños Gómez, mi director de tesis, y las profesoras Luz y Jaqueline porque con su ejemplo, apoyo y dedicación a su trabajo fueron un enorme apoyo a mi formación.

A la Universidad Tecnológica de la Mixteca, agradezco haber sido un lugar donde pude desarrollarme como profesional y encontrar grandes personas, donde pude reír, cansarme, esforzarme y no rendirme.

RESUMEN

Es esencial considerar la experiencia del usuario en espacios como una casa de cultura, donde la interacción con el entorno arquitectónico puede enriquecer o limitar las actividades culturales y educativas. Este proyecto aborda la problemática de comunicación visual en la Casa de Cultura "Mtro. Antonio Martínez Corro" de Huajuapán de León, Oaxaca, utilizando la arquigrafía como herramienta para mejorar la experiencia de los usuarios.

Se explican conceptos clave como comunicación visual, arquitectura, diseño gráfico y experiencia del usuario para llegar a la definición de la "arquigrafía", una disciplina que impacta en la vivencia de las personas dentro de los espacios. La tesis explora cómo los elementos arquitectónicos y gráficos se complementan para crear entornos funcionales, estéticos y accesibles que fomenten la identidad y pertenencia de la comunidad.

A través de un análisis detallado, se identificaron deficiencias en la orientación, legibilidad y difusión de la información dentro del edificio. Se plantea la necesidad de que los espacios culturales cuenten con intervenciones gráficas que faciliten su funcionalidad y hagan sentir al usuario identificado con la institución y su cultura. Como solución, se diseñó una propuesta arquigráfica que incluye mapas de ubicación, señalética, mobiliario informativo y elementos gráficos alineados con la identidad cultural del lugar.

El proceso creativo y conceptual se basó en fundamentos teóricos, estudios de casos similares y retroalimentación de usuarios y autoridades, garantizando que las soluciones fueran funcionales y culturalmente pertinentes. Esta propuesta fue evaluada mediante herramientas como entrevistas y ejercicios prácticos, confirmando su efectividad para resolver la problemática planteada. El resultado es un diseño integral que no solo mejora la funcionalidad del espacio, sino que también fortalece su misión de preservar y difundir el patrimonio cultural de la región.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I ASPECTOS PRELIMINARES	12
1.1 ANTECEDENTES.....	13
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	18
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	19
1.5 OBJETIVO GENERAL.....	22
1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	22
1.7 METODOLOGÍA.....	24
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	25
2.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO.....	26
2.2 COMUNICACIÓN.....	27
2.3 PROCESO DE LA COMUNICACIÓN.....	28
2.4 COMUNICACIÓN VISUAL.....	32
2.5 ELEMENTOS VISUALES.....	34
2.6 COMUNICACIÓN A TRAVÉS DEL DISEÑO GRÁFICO.....	35
2.7 ROLES DEL DISEÑO GRÁFICO.....	37
2.8 COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LA ARQUITECTURA.....	38
2.9 LA COMUNICACIÓN Y LA HABITABILIDAD ARQUITECTÓNICA.....	40
2.9.1 FUNCIONALIDAD.....	40
2.9.2 LEGIBILIDAD.....	41
2.9.3 ESTÉTICA.....	42
2.9.4 ACCESIBILIDAD.....	42
2.10 COMUNICACIÓN ARQUIGRÁFICA.....	43
2.11 WAYFINDING EN LA ARQUIGRAFÍA.....	44
2.12 ACCESIBILIDAD ARQUIGRÁFICA.....	48
2.13 BARRERAS DE COMUNICACIÓN ARQUIGRÁFICA.....	52
2.14 ARQUIGRAFÍA PARA INSTITUCIONES CULTURALES.....	54
2.15 LA IMAGEN INSTITUCIONAL A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL.....	55
2.16 IDENTIDAD CORPORATIVA DE ESPACIOS PÚBLICOS.....	58
2.17 IDENTIDAD ARQUITECTÓNICA.....	60

2.18 SEÑALÉTICA PARA ESPACIOS PÚBLICOS.....	60
2.19 ARQUITECTURA INSTITUCIONAL Y DE INTERIORES	62
2.20 DEFINICIÓN DE CASA DE CULTURA	63
2.21 CASA DE CULTURA “MTRO. ANTONIO MARTÍNEZ CORRO”	64
2.22 PRECEDENTES DE DISEÑO.....	65
2.23 LA UNIVERSALIDAD DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA CASA DE CULTURA.	67
2.24 PROYECTOS HOMÓLOGOS.....	69
2.24.1 SUBTE, BUENOS AIRES ARGENTINA	69
2.24.2 HOSPITAL DE ONCOLOGÍA, BARCELONA	72
2.24.3 SECUNDARIA KIPP, NEW YORK.....	73
CAPÍTULO III INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS	75
3.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO	76
3.2 GENERALIDAD DEL CASO DE ESTUDIO.....	77
3.3 DESCRIPCIÓN DE USUARIOS	78
3.4 LEVANTAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	80
3.4.1 LEVANTAMIENTO FOTOGRÁFICO EXPLORATORIO	80
3.4.2 LEVANTAMIENTO CON COORDINADORA DE CASA DE CULTURA.....	84
3.4.3 LEVANTAMIENTO CON VISITANTES.....	90
3.4.4 LEVANTAMIENTO CON USUARIO SECUNDARIO	96
3.4.5 LEVANTAMIENTO CON SEGUNDA COORDINADORA DE CASA DE CULTURA	100
3.5 CONTEXTO DEL PROYECTO A DESARROLLAR.....	106
3.6 REQUERIMIENTOS GENERALES DEL PROYECTO	106
3.6.1 REQUERIMIENTOS DE DISEÑO	106
3.6.2 REQUERIMIENTOS Y RECOMENDACIONES A FUTURO.....	108
3.7 ORGANIZACIÓN DE REQUERIMIENTOS PARA EL DISEÑO DE PROPUESTA	109
3.8 COMENTARIOS DEL CAPÍTULO	111
CAPÍTULO IV PROCESO CREATIVO	112
4.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO.....	113
4.2 DEFINICIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN APLICADOS AL CASO DE LA CASA DE CULTURA.....	114
4.2 FORMULACIÓN DE IDEAS Y BOCETOS.....	118
4.7 FILTROS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CASA DE CULTURA.....	120
4.8 PRECEDENTES DEL DISEÑO PARA TOMAR EN CUENTA	122

4.3 DEFINICIÓN DE PUNTOS DE DECISIÓN EN PLANO	132
4.4 DESARROLLO DE PROPUESTA DE RECEPCIÓN	133
4.5 SELECCIÓN DE PROPUESTA DE RECEPCIÓN	138
4.6 DESARROLLO DE PROPUESTA DE CIRCULACIÓN.....	143
4.7 SELECCIÓN DE PROPUESTA DE CIRCULACIÓN	144
4.8 DESARROLLO DE PROPUESTA DE DESTINOS	146
4.9 SELECCIÓN DE PROPUESTA DE DESTINOS.....	147
4.10 SELECCIÓN DE PROPUESTA DE ÍCONOS	149
4.11 MODELADO DEL ESPACIO EN TERCERA DIMENSIÓN	150
DESARROLLO DE MANUAL ARQUIGRÁFICO PARA LA CASA DE CULTURA	152
CAPÍTULO V EVALUACIÓN	153
5.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO.....	154
5.2 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO ARQUIGRÁFICO A COORDINADORA DE LA CASA DE CULTURA.....	155
5.3 PRESENTACIÓN DE PROYECTO ARQUIGRÁFICO A LOS USUARIOS	159
5.4 PRESENTACIÓN DE PROYECTO ARQUIGRÁFICO A RECEPCIONISTA DE LA CASA DE CULTURA.....	161
EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE REQUERIMIENTOS DE ACUERDO AL CAPÍTULO 3.....	163
5.5 ANÁLISIS Y ATENCIÓN DE OBSERVACIONES PARA AJUSTES DEL PROYECTO ARQUIGRÁFICO.....	166
CONCLUSIONES	167
REFERENCIAS	170
ANEXOS.....	175
ENTREVISTA A COORDINADORA DE LA CASA DE CULTURA “MTRO ANTONIO MARTÍNEZ CORRO”	176
ENTREVISTA A RECEPCIONISTAS DE LA CASA DE CULTURA “MTRO ANTONIO MARTÍNEZ CORRO”	180
RESULTADOS DEL LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIÓN	181

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Vestíbulo de la Casa de Cultura	17
Figura 2 Detalle de elementos gráficos	17
Figura 3 Fachada de los salones	17
Figura 4 Metodología para la propuesta arquigráfica.....	24
Figura 5. Modelo Circular de la Comunicación.....	28
Figura 6. Modelo de Shannon y Weaver	28
Figura 7. Modelo transaccional de la comunicación	29
Figura 8. Puntos clave del wayfinding.....	46
Figura 9. Elementos técnicos para señalética.....	47
Figura 10. Contraste de color	48
Figura 11. Proceso de la comunicación visual de Bruno Munari	56
Figura 12. Elementos del mensaje visual	57
Figura 13. Filtros de la comunicación visual	57
Figura 14. Tipografía ubicada	68
Figura 15 Gráfica del Subte en 1994.....	69
Figura 16 Gráfica del Subte en 2013.....	69
Figura 17 Mapas del subte en 2013.....	70
Figura 18 Mapas del Subte en 1994.....	70
Figura 19 Interior del Subté.....	71
Figura 20 Señalética y colores del Subté	71
Figura 21 Interior del Subté.....	72
Figura 22 Señalética y colores del Subté	72
Figura 23 Gráficos en la recepción del hospital	72
Figura 24 Gráficos en área de juegos	73
Figura 25 Gráficos y figuras en zona de tratamientos invasivos.....	73
Figura 26 Gráficos en fachada principal	74
Figura 27 Gráficos en ventana de biblioteca	74
Figura 28 Gráficos en escaleras y aulas	74
Figura 29. Tipo de usuario.....	93
Figura 30. Dirección del usuario	94
Figura 31. Preguntas del usuario	94
Figura 32: Diagrama de comunicación de Casa de Cultura	117
Figura 33. Moodboard.....	118
Figura 34. Conceptualización de la idea	119
Figura 35. Boceto de áreas	123
Figura 36. Boceto de íconos.....	124
Figura 37. Boceto de pizarras.....	125
Figura 38. Boceto de mapas y mobiliario	126
Figura 39. Diseño de circulaciones	127
Figura 40. Reconocimiento de destinos	128
Figura 41. Estructuración de wayfinding	132
Figura 42. Propuesta de pizarra 1	133

Figura 43. Propuesta de pizarra 3	134
Figura 44. Propuesta de pizarra 2.....	134
Figura 45. Propuestas de mapas de ubicación 1	135
Figura 46. Propuesta mapa de ubicación 2.....	135
Figura 47. Contraste de color.....	136
Figura 48. Propuesta mueble de recepción 1.....	136
Figura 49. Propuesta mueble de recepción 2	137
Figura 50. Propuesta mueble de recepción 3.....	137
Figura 51. Propuestas de señalética.....	143
Figura 52. Propuestas de gráficos en destinos	146
Figura 53. Propuestas de gráficos en destinos.....	146
Figura 54. Diseño de iconos	149
Figura 55. Levantamiento 3d del edificio.....	150
Figura 56. Levantamiento 3D de elementos arquigráficos.....	151
Figura 57. Levantamiento 3d del edificio en interior	151
Figura 58: Presentación de propuesta para directora.....	155
Figura 59. Entrevista con coordinadora de casa de cultura.....	158
Figura 60: Mapa de ubicación.....	159
Figura 61. Evaluación con usuarios	160
Figura 62. Gráficos informativos.....	162
Figura 63. Entrevista con recepcionista de casa de cultura	162
Figura 64. Correcciones a la propuesta	166

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Comparación entre las propuestas de la Lectura Fácil y la Señalética Accesible.....	51
Tabla 2. Precedentes de diseño.....	65
Tabla 3. Levantamiento 1.....	80
Tabla 4. Descripción de fotografías.....	81
Tabla 5 Descripción de la herramienta aplicada en el levantamiento 2	84
Tabla 6 Especificaciones levantamiento 2.....	87
Tabla 7 Requerimientos del usuario a partir del levantamiento 2	88
Tabla 8 Descripción de la herramienta del levantamiento 3	91
Tabla 9 Especificaciones de levantamiento 3.....	92
Tabla 10. Levantamiento 4	96
Tabla 11. Requerimientos del usuario	98
Tabla 12. Levantamiento 5.....	100
Tabla 13 Especificaciones levantamiento 1.....	103
Tabla 14. Requerimientos del usuario	103
Tabla 15. Requerimientos de diseño.....	106
Tabla 16. Elementos a considerar en recepción.....	109
Tabla 17. Elementos a considerar en circulaciones y destinos.....	110
Tabla 18. Evaluación de propuestas de recepción	139
Tabla 19. Evaluación de propuestas de circulación.....	144
Tabla 20. Evaluación de propuestas de destinos.....	147
Tabla 21. Ecala Likert para evaluación de propuesta.....	156

INTRODUCCIÓN

La arquitectura no solo da forma a los espacios que habitamos, sino que los transforma para responder a las necesidades de sus usuarios. Cada edificio, desde una vivienda hasta un centro cultural, es concebido con un propósito. Sin embargo, con el tiempo, estos espacios deben adaptarse para mantener su funcionalidad y relevancia frente a las demandas de quienes los viven. Esta capacidad de transformación y adaptación subraya la importancia de diseñar entornos que no solo sean estéticamente atractivos, sino también funcionales y accesibles.

Dentro de una comunidad, los edificios culturales tienen un papel central. Estos espacios no son solo estructuras físicas; son puntos de encuentro donde las tradiciones, el arte y la identidad de una sociedad se preservan y comparten. Mejorar la experiencia de los usuarios en estos lugares representa una contribución significativa, debido a que se potencia su capacidad de cumplir con su misión: ser catalizadores del desarrollo cultural y social. Una interacción efectiva entre los usuarios y el entorno arquitectónico puede enriquecer estas experiencias, facilitando el acceso a las actividades culturales y fortaleciendo el sentido de pertenencia.

Una forma innovadora y eficaz de mejorar la comunicación entre los edificios y sus usuarios, así como de enriquecer la experiencia en estos espacios, es a través de la arquigrafía. Esta disciplina, que fusiona los principios del diseño gráfico y la arquitectura, permite la creación de entornos más legibles, atractivos y funcionales. Ejemplos de su aplicación exitosa se han visto en espacios como el Subte en Buenos Aires, Argentina, donde se rediseñaron los mapas y señalética para facilitar la orientación de los usuarios; el Hospital de Oncología en Barcelona, España, donde los elementos gráficos mejoraron la orientación y redujeron la ansiedad en los pacientes; y la Secundaria KIPP en Nueva York, donde la arquigrafía fomentó un entorno educativo más inclusivo y organizado. Estos casos ilustran cómo los elementos visuales integrados con la arquitectura pueden transformar la manera en que las personas perciben e interactúan con un espacio.

La arquigrafía es una herramienta interdisciplinaria que combina diseño gráfico y arquitectónico para comunicar de manera efectiva dentro de espacios y entornos construido utilizando elementos como señalética, colores, texturas y símbolos. Esta disciplina facilita la orientación, fomenta la identidad y mejora la funcionalidad de los espacios, además no solo resuelve problemas prácticos, sino que también contribuye a crear una conexión emocional entre los usuarios y el espacio.

En este contexto, la presente tesis se enfoca en la aplicación de la arquigrafía como una herramienta para mejorar la experiencia de los usuarios de la Casa de Cultura "Mtro. Antonio Martínez Corro" en Huajuapán de León, Oaxaca. Este espacio de formación alberga actividades artísticas y culturales esenciales para la comunidad, sin embargo, enfrenta desafíos en términos de comunicación visual y funcionalidad. La propuesta aquí desarrollada busca resolver estas problemáticas mediante intervenciones gráficas y arquitectónicas que respondan a las necesidades identificadas en el análisis del espacio y en entrevistas con los usuarios.

Al final del proceso de investigación, levantamiento de información, análisis, proceso creativo y diseño, esta tesis presenta como resultado del proyecto un Manual Arquigráfico para la Casa de Cultura "Mtro. Antonio Martínez Corro". Este manual no solo proporciona directrices claras y prácticas para implementar los elementos diseñados, sino que también sienta las bases para futuras intervenciones en espacios similares. De esta manera, la propuesta desarrollada no solo mejoraría la experiencia del usuario en este espacio cultural, sino que también contribuye al fortalecimiento de la identidad cultural de Huajuapán de León.

CAPÍTULO I

ASPECTOS PRELIMINARES

1.1 ANTECEDENTES

En este apartado se da un marco teórico de los conceptos que ayudarán a comprender el significado del tema de tesis. Primeramente, es importante comprender la definición de comunicación visual, ya que es el hilo conductor que conlleva a unir la disciplina arquitectónica con la de diseño gráfico y finalmente con el usuario. Según la profesora e investigadora María Acaso, la comunicación visual se define como el sistema de emisión de señales utilizando el lenguaje visual como código, permitiendo la expresión de mensajes y la recepción de información a través del sentido de la vista (Acaso, 2009).

Una de las disciplinas que impacta visualmente a todo ser humano, que nos rodea todo el tiempo y que es un claro ejemplo de la transmisión de estos mensajes visuales es la arquitectura. Según la RAE (2023), “la arquitectura es el arte de proyectar y construir edificios; por lo tanto, estudia y se encarga de crear el espacio, la forma, el lugar y la función”. Para que las construcciones comuniquen estos últimos puntos a sus usuarios, se necesitan consideraciones como un diseño funcional, accesibilidad, seguridad, integración en su contexto, estética, entre otros; y especialmente en espacios públicos se necesitan recursos gráficos que se integren con el espacio y comuniquen y persuadan al usuario con el fin de cumplir con el propósito del edificio; que va desde indicar la circulación por medio de señalética hasta crear un sentido de pertenencia por medio del color y textura en los muros.

Para transmitir estos mensajes, el diseño gráfico es la disciplina que ayudará a la arquitectura a comunicarse a sus usuarios pues también es expresada y percibida por medio de la comunicación visual. De acuerdo al American Institute of Graphic Arts, el diseño gráfico es un proceso creativo que combina el arte y la tecnología para comunicar ideas (Anna López, 2014, p.23). De igual forma, Juan Costa considera que “es imposible evitar transmitir informaciones mediante un mensaje gráfico. Así considerado, en su cara a cara con las personas, el diseño gráfico ha evolucionado, y hoy es, fundamentalmente, comunicación visual” (Costa, 2012, p.2). Es así como

enumera 12 principios para la comunicación visual mediante el diseño gráfico, mencionando entre ellos la función del diseño para mejorar la calidad de vida de la gente, la función semiótica del diseño, la transmisión de información mediante el diseño, entre otros elementos que son importantes para la correcta comunicación de un mensaje.

De modo que, integrado a la arquitectura, el diseño gráfico comunica visualmente la narrativa, el propósito, y el funcionamiento de un espacio hacia los usuarios del mismo. A la integración de estas dos disciplinas se le llama arquigrafía, ésta es vista desde diferentes ángulos, como el comercial, institucional, habitacional e incluso urbano. Carolina Guzmán explica que:

El diseñador gráfico comienza a hacer parte de la Arquigrafía, cuando analiza el espacio, de una forma en que los componentes de comunicación visual como el punto, la línea y el plano elaboran una elaboración adecuada conformando piezas gráficas publicitarias que facilitan el espacio gráfico con el contacto al hombre (Guzmán et al., 2021, p.49)

Desde la concepción comercial, en el mismo artículo, se menciona la visión de Páez Calvo:

La Arquigrafía hace parte de la similitud de una marca, actuando como comunicador visual, se puede decir que es una comunicación visual lograda por elementos gráficos, aplicado dentro de la arquitectura. Dentro de esta identidad visual nos permite crear espacios innovadores para el público ya que se cuenta con elementos gráficos que nos permite trabajar por medio de una marca, amplificar una experiencia de compra impactante, que permita que el usuario dedique más tiempo en el punto de venta (Guzmán et al., 2021).

En un ámbito más general, “La arquigrafía implica extraer el diseño gráfico del plano del papel para que cobre volumen y ocupe un lugar en el espacio, dando al usuario un escenario para que interactúe en el mismo” (Gálvez Nieto, 2020). De este modo la arquigrafía fusiona diseño gráfico y arquitectura, mejorando la comunicación visual en entornos construidos. Este enfoque creativo resalta la estética, funcionalidad y experiencia del usuario, transformando la manera en que interactuamos con los espacios urbanos, edificios y entornos.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La arquitectura ejerce una influencia constante en la vida de los seres humanos, dando forma a los espacios donde realizan sus actividades diarias. Ésta va más allá de la creación de estructuras físicas, implica consideraciones estéticas y funcionales que satisfacen las necesidades humanas. Además, la arquitectura ha sido una forma de comunicación visual intrínseca para todas las culturas que la han empleado, a través de su diseño, los edificios comunican un mensaje que identifica al usuario con su entorno, establece una interacción entre ellos y expresa valores creando un sentido de pertenencia; como menciona Leland Roth, “La arquitectura nos afecta constantemente, configura nuestra conducta y condiciona nuestro estado de ánimo psicológico” (Roth, 1999, p.1).

Además de las formas, estilos, colores y materiales propios de los edificios, como complemento para la comunicación de su función, la arquitectura aplica elementos del diseño gráfico que desempeñan un papel fundamental en la transmisión de mensajes, ya que a través de la señalética, tipografía, imágenes, íconos y símbolos, se influye en la percepción y experiencia de las personas en el uso de los espacios; tal como menciona Jorge Frascara cuando explica que “el propósito del diseño gráfico es afectar el conocimiento, las actitudes y la conducta de la gente” (Frascara, 2004, p. 5).

El problema cobra vida cuando los espacios no logran comunicarse correctamente hacia sus usuarios, y la falta o el exceso de elementos visuales afecta en varios aspectos la experiencia de las personas dentro y fuera de los edificios. Esta problemática puede observarse desde las grandes metrópolis hasta pequeñas edificaciones; por ejemplo, la poca legibilidad de las ciudades por falta de señaléticas y saturación de mensajes provocando contaminación visual, como hace referencia Alexander Gálvez: “en la actualidad, las personas están expuestas a múltiples estímulos en las grandes ciudades, que dificultan encontrar rutas adecuadas sin ayuda de una señalización que pueda orientarlas” (Gálvez, 2019, p. 101).

A una escala más cercana, esta problemática se ve reflejada en la casa de cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro” de la ciudad de Huajuapán de León, ya que, como todo espacio, debe cumplir con una función en la comunidad, generar un impacto psicológico en sus usuarios, provocar un sentido de pertenencia y persuadirlos a realizar una acción; sin embargo, varios de estos aspectos se ven afectados y provocan que esa institución no pueda cumplir con su misión de una manera eficiente, la cual es:

“Preservar y enriquecer las manifestaciones artísticas y culturales a través de la difusión y fomento de la enseñanza y actividades que impulsen la libre expresión cultural, estimulando los trabajos de creación, investigación, científicos, literarios y artísticos” (Página web Municipio de Huajuapán de León, 2022).

En el aspecto informativo, se observa que al entrar al edificio es difícil identificar la variedad de actividades que se realizan, ya que no se cuenta con ningún instrumento que informe los horarios, las edades o los requisitos para integrarse a éstas. Además, la saturación de elementos de difusión y falta de jerarquización en la información causan una contaminación visual que provoca confusión en el usuario.

Respecto a esta problemática, la coordinadora de este espacio cultural, la Mtra. Melina Ramírez señala: ‘‘Cuando llegan visitantes, no tienen claro lo que hace la casa de cultura, no pueden saber si hay exposiciones o alguna actividad para ellos y no se cuenta con una explicación histórica que los informe sobre la importancia de este espacio’’. Por otro lado, menciona que, siendo un total de 760 alumnos, ‘‘Los primeros días de cada ciclo de cursos son caóticos, los niños y jóvenes no saben a qué salón dirigirse ni quien es su maestro, de la misma manera una persona que llega a entregar un oficio o alguien que acude a un recital, no sabe dónde se ubican las oficinas o el auditorio respectivamente’’ (Entrevista, 31 de octubre de 2023).

Figura 2
Detalle de elementos gráficos



Figura 3
Fachada de los salones



Figura 1
Vestíbulo de la Casa de Cultura



Nota: Saturación de elementos gráficos, contaminación visual y falta de información sobre la función de cada área. Fuente: Elaboración propia.

Debido a esto, el aspecto funcional se ve afectado, la circulación dentro del espacio se vuelve ineficiente cuando el usuario no puede definir un recorrido hacia su destino de interés y el mismo problema sucede en el interior de cada salón. En el aspecto de identidad, no existe una congruencia visual entre el propósito del emisor y lo que el receptor percibe, debido a que el mensaje es interferido por el mal manejo o la falta de elementos gráficos. Como institución cultural, el espacio debe albergar una identidad propia que sea distinguida por las personas desde su exterior hasta su interior y que refuerce los valores y propósitos de la institución; sin

embargo, la casa de cultura no cuenta con una identidad visual establecida y carece de elementos gráficos propios, como una paleta de colores, tipografía, íconos, entre otros elementos que impiden el reconocimiento del edificio, como confirma la Mtra. Melina Ramírez.

Estas problemáticas persisten y se incrementan a medida que incrementa el número de usuarios; por lo que se vuelve necesario intervenir para mejorar la experiencia del usuario dentro de esta institución. Para esto, fue indispensable la consideración de la arquigrafía: unir el mensaje visual arquitectónico con el del diseño gráfico, donde el papel de la ingeniería en diseño fue importante; ya que es una formación que capacita a sus profesionistas en la aplicación de estas disciplinas, con la capacidad de crear una propuesta arquigráfica que permitió a los usuarios interpretar a la construcción como un conjunto ordenado y armónico.

En palabras de Alexander Gálvez, “la arquigrafía implica extraer el diseño gráfico del plano del papel para que cobre volumen y ocupe un lugar en el espacio, dando al usuario un escenario para que interactúe en el mismo” (Gálvez, 2019, p.102). La convergencia de ambas áreas crea un resultado único en la que la estética se une a la funcionalidad.

1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué elementos de la arquigrafía pueden ayudar como herramienta de comunicación visual a mejorar la experiencia de usuario en el uso del espacio de la casa de cultura de Huajuapán de León?

1.4 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), “la cultura se define como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social; que además de las artes y las letras, engloba los modos de vida, los sistemas de valores, creencias y tradiciones” (UNESCO, 2012, p.12). Ésta es esencial para la construcción de identidades individuales y colectivas; Plazola menciona que la cultura es de vital importancia para el desarrollo de una sociedad, pues ayuda al individuo a mejorar sus facultades físicas, intelectuales y morales (Plazola, 1996).

Así mismo, Ramón Rivas menciona que, la cultura, la creatividad y la innovación desempeñan un papel importante para ser competitivos como país, facilitando el desarrollo en los ámbitos económico, social y político. (Rivas, 2015). Esto puede verse reflejado al observar que países desarrollados como Alemania, Suecia o Italia con industrias exitosas y grandes avances, también son países que priorizan el arte y la cultura en su agenda pública. Así lo explica el economista Félix de Vicente: “las naciones desarrolladas, con mayor índice de PIB per cápita, son las que tienen políticas culturales más fortalecidas, elevadas cifras de asistencia y mayor acceso a la cultura” (De Vicente, 2011).

Por ejemplo, Alemania, un país que ocupa el quinto lugar con mayor número de lugares declarados patrimonio cultural de la humanidad con 41 lugares y el noveno del ranking de desarrollo humano; reveló que, de acuerdo al Instituto de Investigación de Museos en 2019, el 55% de los alemanes afirma ir a un museo al menos una vez al año y el número de visitas a los museos y salas de exposiciones fue de 117 millones (IfM, 2019).

Por otro lado, en Italia, el país con mayor número de patrimonios culturales con 51 lugares declarados y que se encuentra en el lugar 30 del IDH; Darío Franceschini, ministro de cultura afirmó que, hasta noviembre de 2014, los visitantes a espacios culturales del país fueron más de

los 40 millones registrados (Diario Libre, 2015), y en 2017 hubo un número récord de visitantes con más de 50 millones. Esto habla de la excelente participación ciudadana en los recintos culturales de estos países.

En contraste con estos datos, México se encuentra en el puesto 86 del IDH y se observa que, a pesar de tener el séptimo lugar con 34 lugares declarados patrimonio y contar con alta riqueza en patrimonio intangible y en historia, existe muy poca participación ciudadana en los lugares dedicados a la promoción de las artes y la cultura, pues, de acuerdo a los datos de la más reciente encuesta nacional sobre la participación ciudadana en actividades culturales (Conaculta 2010), el 84% de los encuestados no practican ninguna actividad artística, como música, pintura, baile, teatro, entre otras; además el 87% no asistió a ningún centro cultural en los últimos doce meses y el 68% dijo que está algo o poco interesado por la cultura o actividades culturales. Así mismo, de acuerdo con las cifras del Módulo sobre Eventos Culturales Seleccionados (MODECULT) 2018, en México, la asistencia a los eventos culturales disminuyó alrededor de 6%, de 2016 (64%) a 2018 (58%). Además, los mexicanos encuestados mostraron ningún (27%) o poco interés (33%) por participar en las actividades artísticas o culturales (Reyes et. al, 2021).

De acuerdo a este análisis, la carencia de atención al desarrollo cultural tiene implicaciones directas en la cohesión social, la identidad nacional y la participación ciudadana. Esto puede contribuir a la marginalización de comunidades, la pérdida de tradiciones valiosas y una desconexión entre la población y su propio patrimonio cultural.

De acuerdo al Plan Estratégico Sectorial 2016-2022, En Oaxaca, las modificaciones institucionales en torno a la cultura han sido lentas. El reto en México y en Oaxaca sigue siendo garantizar el ejercicio pleno del derecho a la cultura, en su acceso, creación y contribución que implica, en un sentido amplio, la procuración de una armonía entre la apropiación de la cultura como elemento de identidad y como factor de desarrollo.

Con el fin contribuir a la solución de este problema, existe la casa de cultura “Mtro. Antonio

Martínez Corro” en Huajuapán de León, uno de los únicos dos centros culturales del municipio, cuyo objetivo es “Estimular, incentivar y conservar la libre manifestación de la cultura con el fin de lograr su difusión y elevar así el nivel cultural en el municipio” (Página oficial de Municipio de Huajuapán de León, 2022).

Hujuapán de León es una ciudad rica en símbolos del patrimonio intangible como el jarabe mixteco, la canción mixteca, cuna de músicos y bandas de viento, pintores y bailarines, además de ser una región que conserva muchísimas tradiciones y sigue practicando varias lenguas indígenas. Para que la cultura en este municipio sea transmitida a sus ciudadanos y permanezca a lo largo del tiempo, la casa de cultura desempeña un papel importante, pues “al hallarse abierta a todas las personas, es capaz de irradiar sus beneficios informativos y educativos a toda una comunidad” (Pérez Rioja, 1974, p.29). Así mismo, funge como motor que anima al encuentro, la convivencia y el reconocimiento identitario de una sociedad.

Por ello, este proyecto de tesis, cuyo objetivo es aplicar los elementos arquigráficos necesarios en su exterior e interior, trae como beneficio mejorar la comunicación entre el espacio y sus usuarios, transmitiendo la identidad cultural del municipio de Huajuapán de forma clara a los ciudadanos por medio de sus instalaciones potencializando su uso; pues según (Plazola, 1996), un centro cultural fomenta y promueve la cultura por medio de las instalaciones adecuadas. De esta forma, la casa de cultura cumple de mejor forma su misión y contribuye a una sociedad diversa, creativa y cohesionada.

1.5 OBJETIVO GENERAL

Realizar una propuesta de comunicación visual en la Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”, utilizando los elementos de la arquigrafía para mejorar la experiencia en el uso de este espacio cultural en Huajuapán de León, Oaxaca.

1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OE: Investigar el concepto de arquigrafía, sus elementos y sus aplicaciones en los espacios arquitectónicos como herramienta de comunicación visual.

M1: Descripción de los conceptos teóricos relacionados a la arquigrafía y la comunicación visual.

M2: Cuadro comparativo de las características de proyectos similares existentes.

OE: Investigar el funcionamiento de la casa de cultura de Huajuapán de León y determinar las problemáticas en la interacción del espacio con el usuario mediante método de observación y entrevistas.

M1: Listado de actividades, espacios, talleres e identificación de usuarios de la casa de cultura.

M2: Listado y descripción de los aspectos a mejorar de la experiencia del usuario en la casa de cultura de Huajuapán de León.

OE: Identificar los elementos de la arquigrafía que funcionan como herramienta de comunicación visual para la experiencia del usuario en casa de cultura.

M1: Listado de los elementos de la arquigrafía que se utilizarán para mejorar la experiencia del usuario de la casa de cultura de Huajuapán de León.

OE: Diseñar una propuesta arquigráfica para mejorar la experiencia del usuario en la casa de cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro” de Huajuapán de León, Oaxaca.

M1: Propuesta y definición de los elementos gráficos adecuados para la identidad visual de la casa

de cultura de Huajuapán de León. (logotipo, paleta de colores, texturas, formas, tipografía).

M2: Propuesta arquigráfica aplicada a la casa de cultura de Huajuapán de León mediante gráficos, planos y renders.

OE: Evaluar la propuesta arquigráfica de la casa de cultura con los usuarios.

M1: Propuesta arquigráfica corregida de acuerdo a los resultados de la evaluación.

M2: Conclusión de resultados obtenidos de acuerdo a la evaluación realizada por los usuarios mediante la demostración virtual de la propuesta.

1.7 METODOLOGÍA

Metodología adecuada basada en Design Thinking de Ideo Design y Metodología de Diseño de Bruce Archer

Figura 4

Metodología para la propuesta arquigráfica



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO

De acuerdo con la metodología que sigue este proyecto, como segunda fase, después del planteamiento del problema, es necesario contextualizar cada uno de los temas a aplicar recopilando fundamentos de diferentes fuentes bibliográficas que formarán en su conjunto la etapa de investigación, que es lo que se expone en el siguiente capítulo.

Es de suma importancia comprender los conceptos clave antes de comenzar con cualquier proyecto; lo cual se hará en este caso respecto a la arquitectura y el diseño. Para este proyecto arquigráfico, es crucial familiarizarse con términos fundamentales que abarcan desde la teoría de la comunicación visual hasta la composición de una definición de “arquigrafía” y las aplicaciones que conlleva.

Primero, es importante entender los principios básicos del diseño, como la composición, el equilibrio y la jerarquía visual, que guiarán la presentación de la propuesta arquigráfica. Además, conocer la teoría del color, las texturas, los materiales y su aplicación en el diseño permitirá crear ambientes adecuados y transmitir los mensajes adecuados en el proyecto.

Por otro lado, comprender los principios arquitectónicos, como la forma, el espacio, la escala y la función, es fundamental para concebir espacios que sean estéticamente agradables y funcionales; y que además resuelvan la problemática que se ha detectado en este proyecto.

La adquisición de conocimientos previos sobre los conceptos esenciales proporciona una base sólida para la realización exitosa del proyecto arquigráfico, permitiendo la creación de soluciones innovadoras y funcionales que cumplan con las expectativas y necesidades de los usuarios.

2.2 COMUNICACIÓN

La comunicación es esencial en la sociedad actual, moldea las interacciones y entendimiento del mundo. En diseño, su relevancia va más allá de lo estético, dando forma a mensajes que inspiran y conectan con audiencias diversas. Para la RAE (2006), comunicar significa “compartir algo, hacerlo común”, entendiendo que ese “algo” se trata de información, cuyo fin son las relaciones sociales.

Abraham Nosnik (1988) define a la comunicación como un “proceso mediante el cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que ésta última dé una respuesta, sea ésta una opinión, actitud o conducta” (p. 12).

Por otro lado, John Fiske (2002), habla de dos escuelas para definir la comunicación; la primera, la escuela del proceso, se refiere a ella como “el proceso de transmisión de mensajes”, donde analiza cómo emisores y receptores codifican y decodifican los mensajes, cómo usan diversos canales y medios para llevar a cabo la comunicación, en esta escuela ponen especial atención a la intención, la cual se considera como un factor crucial en la determinación de lo que constituye el mensaje; ésta puede ser explícita o implícita, consiente e inconsciente; finalmente, consideran que el mensaje es lo que el emisor coloca en él por cualquier medio posible.

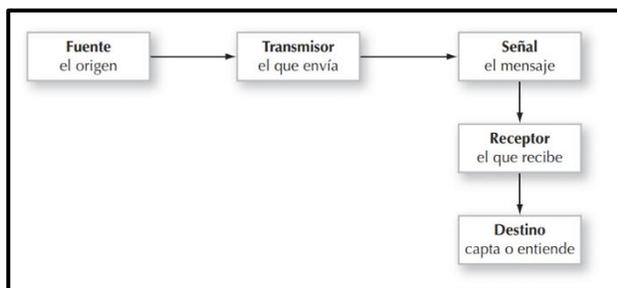
La segunda, escuela del significado, conceptualiza la comunicación como producción e intercambio de significados, es decir, cómo las personas interactúan con los mensajes y los textos para construir significados; finalmente, consideran que el mensaje es una construcción de signos que, al interactuar con los receptores, produce significados.

Ya que en este proyecto se abarca solamente la etapa de la creación del mensaje haciendo uso de la arqueografía desde una institución cultural como emisora, se concentrará la atención en la primera escuela, con el fin de comunicar un mensaje con la intención de mejorar la función de dicha institución.

2.3 PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

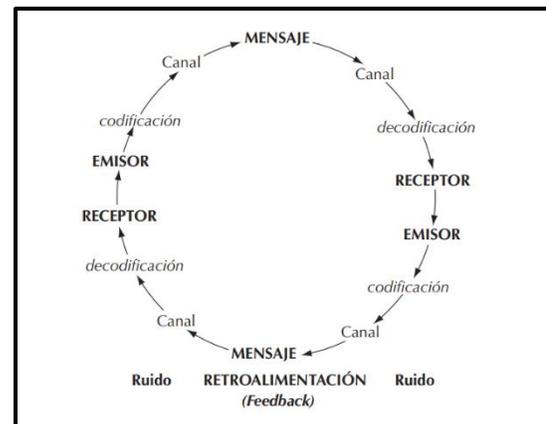
A lo largo de la historia, diferentes teóricos como Aristóteles en los años 300 a.C., Harold Laswell en 1948, Nosnik en 1988, Claudia Shannon y Warren Weaver en 1949 (representantes de la escuela del proceso), Wilbur Schramm en 1954, Mac Lean y Westley en 1957, entre otros, se han dedicado a elaborar diagramas que expliquen el proceso de la comunicación a través de diferentes modelos; sin embargo, debido a que la interacción social, el comportamiento y el pensamiento humano están en constante cambio y tienen muchas variables, el proceso puede representarse de diversas maneras.

Figura 6. Modelo de Shannon y Weaver



Fuente: Fonseca (2011).

Figura 5. Modelo Circular de la Comunicación

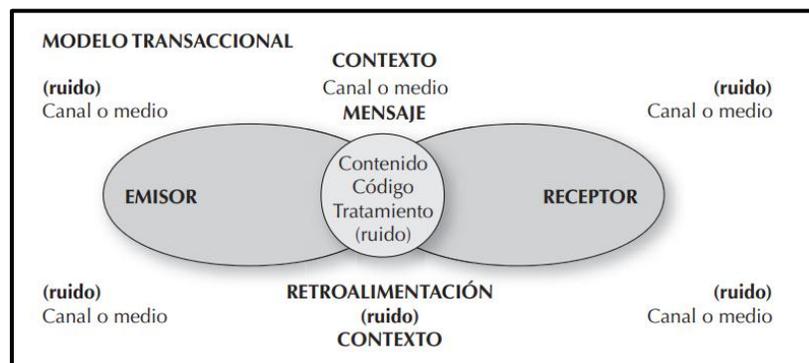


Desde la representación más sencilla hasta la más sofisticada se ha intentado explicar el camino por el que pasa un mensaje; comenzando por el modelo denominado Shannon - Weaver, hasta llegar al modelo circular, quienes precursores fueron Schramm, Westley y McLean, Fearing, Berlo y Johnson, donde se pone énfasis en que toda acción comunicativa y el modo de efectuarla producen un efecto en el receptor, quien llegará a reaccionar de alguna forma provocando, a la vez, una nueva interacción comunicativa. Este modelo siguió desarrollándose hasta llegar a uno de los más actuales, el llamado modelo transaccional propuesto por Barnlund en 1970, donde se ha completado el enfoque de intercambio y de influencia recíproca entre los elementos del proceso donde se destacan, de acuerdo a Fonseca (2011):

- La conexión entre el emisor y el receptor para compartir sus perspectivas culturales, experiencias previas, conocimientos y valores.

- El impacto de diferentes medios o canales de comunicación utilizados de manera continua.
- La retroalimentación como un elemento clave para fomentar la interacción y garantizar la precisión del mensaje, incluyendo la comprensión tanto de la comunicación verbal como no verbal.
- La posible interferencia de diversos tipos de ruido que pueden surgir en cualquiera de los elementos de la comunicación, dificultando o bloqueando la transmisión efectiva del mensaje.
- La importancia del uso de un código (idioma o lenguaje), un contenido (las ideas a transmitir) y un tratamiento (las técnicas de comunicación empleadas), los cuales determinan la comprensión del mensaje por parte del receptor.
- La influencia del entorno social, físico y psicológico en el proceso de comunicación.

Figura 7. Modelo transaccional de la comunicación



Fuente: Fonseca (2011).

En este diagrama todos los elementos son variables y los mensajes viajan por canales y medios que se juntan, se relacionan y cambian de acuerdo al marco de referencia de las personas, quienes les dan un significado a las palabras, señales o símbolos según su contexto. En el proceso comunicativo todos intervienen a la vez en una interacción constante e irrepetible en el tiempo; todos influyen y llegan a afectar el significado del mensaje o la identificación entre emisor y receptor.

David K. Berlo (1960) explica en su libro “El proceso de la comunicación” cada uno de los elementos de la comunicación siguiendo su modelo SMCR, cuyas siglas traducidas al español significan fuente, mensaje, canal y receptor. Sin embargo, complementando estos elementos con los dados por los demás autores mencionados anteriormente, se señalan los siguientes:

- **La fuente** (codificador). Es el origen del mensaje; puede ser cualquier persona, grupo o institución, que genere un mensaje para transmitirlo.
- **El emisor**. Es la persona que emite o envía el mensaje. Fuente y emisor se consideran un solo elemento cuando la persona que idea y crea el mensaje es la misma que lo transmite.
- **El receptor** (decodificador). Es la persona o el grupo de personas a quien o a quienes se dirige el mensaje. Es el destinatario o la audiencia objetivo de la comunicación y todo aquel que capte el mensaje. Al igual que el emisor, el receptor cuenta con capacidades para decodificar el mensaje y responder a la comunicación; entre ellas están:
 - a) **Habilidades comunicativas**: implican oír, procesar información, leer, escribir, hablar, etcétera.
 - b) **Conocimientos**: sobre el tema, la gente, la situación o sobre sí mismo.
 - c) **Actitudes**: para juzgar a la fuente y al emisor, el tema, la situación.
 - d) **Sistema social**: grupo al que se pertenece; región o país en donde han vivido emisor y receptor.
- **El mensaje**. Es el contenido expresado y transmitido por el emisor al receptor, el cual está integrado por tres elementos.
 - a) **El código**: es el sistema estructurado de signos, como son los lenguajes: español, inglés, chino, alemán, francés, etcétera, o bien, otros tipos de lenguajes como el de la música.
 - b) **El contenido**: son las ideas que constituyen el mensaje; es lo que se comunica.

- c) El tratamiento: es la elección de un “estilo” o modo de decir las cosas, con el objetivo de facilitar la comprensión del mensaje, debido a la probabilidad de que, si el lenguaje es inapropiado, el contenido de ideas puede no tener significado para el receptor.
- **El canal.** Es el medio o vehículo por el cual se envía y viaja el mensaje. Una carta es un medio escrito que viaja a través de un sistema de correo, fax o de una persona; un libro, el cine, la televisión, el periódico, una revista, la computadora son medios que transmiten mensajes, la voz, entre otros. Se pueden usar un gran número de canales o tipos de medios, aunque cuanto más directo sea el canal utilizado, y más sentidos se estimulen, mayor impacto producirá el mensaje en el destinatario.
 - **La retroalimentación.** Es el elemento clave que propicia la interacción o transacción entre el emisor y el receptor, ya que ambas partes se aseguran de que el mensaje fue recibido y compartido. Esta puede ser, como se mencionó anteriormente, una opinión, actitud o conducta.
 - **El ruido.** Son barreras u obstáculos que se presentan en cualquier momento del proceso y provocan malos entendidos, confusiones, desinterés; incluso, impiden que el mensaje llegue a su destino.
 - **El contexto.** Se refiere al ambiente físico, la situación social y el estado psicológico en que se encuentran emisor y receptor en el momento de la comunicación.

Después de analizar el proceso y los elementos de la comunicación, es indispensable mencionar que existen diversos tipos de comunicación, los cuales se diferencian por el tipo de canal que utilizan. Como se pudo observar en los tipos de barreras que existen y que pueden ser un obstáculo para la aplicación arquigráfica, el canal de comunicación que emplean se centra en lo verbal, cuyo canal es la voz; lo no verbal, cuyo canal son las señas y gestos; la parte escrita, entre otras; sin embargo, para este proyecto, el enfoque se dirigirá a la comunicación visual enfocada en la arquigrafía.

2.4 COMUNICACIÓN VISUAL

Desde hace miles de años, el ser humano ha tenido la necesidad de comprender lo que le rodea, darle un sentido y relacionarlo para obtener un conocimiento; desde la infancia, el hombre registra e interpreta su entorno con el objetivo de explicar los fenómenos de los que no se tiene conocimiento; y uno de los medios más importantes por los que se ha logrado transmitir estos mensajes e ideas es el de la comunicación visual.

Este tipo de comunicación utiliza elementos visuales para comunicar de manera efectiva, y su estudio es crucial para entender cómo estos elementos influyen en la percepción y la interpretación de la información de nuestro entorno en la sociedad actual.

Para el presente proyecto, este concepto es de suma importancia, ya que, debido a las áreas del diseño que se abarcan, la comunicación visual es la raíz de la que se parte para propuesta final de diseño arquigráfico.

De lo general a lo particular, para Bruno Munari (1985), la comunicación visual es todo aquello que ven nuestros ojos, imágenes que están inmersas en un contexto, dando información y significados que se producen por mensajes visuales; es decir, una nube, una flor, un cartel; y se categorizan en comunicación casual e intencional; la primera puede ser interpretada libremente por el que la recibe, ya sea como un mensaje científico o como uno estético; y la intencional se examina bajo dos aspectos, el de la información estética y el de la información práctica. Para comprender esta distinción de la comunicación visual se explica que una nube en el cielo es un ejemplo de comunicación casual, en cambio, las nubes de humo que hacían los indios para comunicarse por medio de un código preciso es un ejemplo de comunicación intencional, pues lo hacían con un objetivo en específico.

Munari(1985) explica que “conocer la comunicación visual es como aprender una lengua hecha solamente de imágenes que tienen el mismo significado para personas de cualquier país y cualquier lengua” (p.75). Además, asegura que existen elementos como el color, las texturas,

tipos de letras, entre otros, que aportan informaciones concretas, siendo comprendidas incluso por personas que no saben leer ni escribir.

Para Jorge Frascara (2004), la comunicación visual, “la comunicación visual es una disciplina intelectual, social, estética y práctica que compromete consecuentemente muchos niveles de la capacidad humana: análisis, flexibilidad mental, claridad de juicio, refinamiento visual, conocimiento técnico, destreza manual, sensibilidad cultural y responsabilidad ética” (p.75), ya que, más que un complemento de la información, es un todo en sí misma, porque está compuesta por elementos que aportan un contenido informativo empleándose como un lenguaje propio.

La comunicación visual, según Jorge Frascara y Bruno Munari, es el proceso de transmitir mensajes utilizando elementos visuales como imágenes, tipografías y colores. Frascara destaca su función en la sociedad para informar, persuadir y educar, mientras que Munari enfatiza su capacidad para comunicar de manera directa y universal, trascendiendo las barreras de lingüística y culturales.

Después de conocer estos conceptos, para este proyecto, la comunicación visual se define como la transmisión de información por medio de elementos visuales (como imágenes, gráficos, colores, signos, entre otros) combinándolos de manera creativa y significativa para captar la atención, transmitir conceptos y provocar emociones o acciones sin necesidad de palabras. La transmisión de este mensaje, como en el proceso de comunicación explicado al inicio de este apartado, dependerá de muchas variantes, así como del contexto en el que se expresa.

Así mismo, el enfoque de la comunicación visual para este proyecto está dirigido hacia el tipo de comunicación intencional, puesto que cada uno de los mensajes que se envían debe cumplir con objetivos específicos que mejoren la percepción del usuario y el funcionamiento del espacio de la casa de cultura.

Por otro lado, Dondis y otros autores explican que el ser humano expresa y recibe los mensajes visuales a tres niveles:

“**Representacionalmente**, aquello que vemos y reconocemos desde el entorno y la experiencia; **abstractamente**, cualidad cinestética de un hecho visual reducido a sus componentes visuales y elementales básicos realizando los medios más directos, emocionales y hasta primitivos de confección del mensaje; y **simbólicamente**, sistemas codificados que el hombre ha creado arbitrariamente y al que adscribe un significado. Todos estos niveles están interconectados.” (Dondis,1973 p. 83)

Comprender los niveles de interpretación de los mensajes visuales facilita la comunicación efectiva, fomenta la creatividad en el diseño, promueve una interpretación más crítica y profunda de las imágenes y aumenta el impacto emocional de los mensajes visuales.

2.5 ELEMENTOS VISUALES

Los elementos visuales son los componentes fundamentales que conforman el lenguaje visual en este tipo de comunicación, la comprensión de estos es fundamental para crear mensajes atractivos, legibles y significativos. Como menciona Dondis (2017) “aunque son pocos, son la materia prima de toda la información visual que está formada por elecciones y combinaciones selectivas. La estructura del trabajo visual es la fuerza que determina qué elementos están presentes y con qué énfasis” (p.53).

Diversos autores han enumerado y clasificado estos elementos, por ejemplo, para Dondis, son 10 los elementos visuales: punto, línea, contorno, dirección, tono, color, dimensión, escala, textura y movimiento. Tiempo después, autores como Robin Williams, Ellen Lupton, Jennifer Cole y Timothy Samara los clasificaron dando diferentes propuestas. Para este caso en particular, recopilaremos cuatro de las clasificaciones de las que estos autores hablan, tratando de englobar

todos los elementos esenciales para los mensajes visuales y añadiendo algunos más que se consideran necesarios:

- **Elementos de relación:** punto, línea, plano y volumen.
- **Elementos visuales:** forma, medida, color, tipografía y textura.
- **Elementos de relación:** dirección, posición, espacio y gravedad.
- **Elementos prácticos:** representación, significado y función.

Los elementos visuales son la materia prima del mensaje gráfico. A través de la combinación y manipulación de estos elementos, se crean las técnicas del diseño, como la alineación, la simetría, el ritmo, el contraste o la jerarquía, que dan forma a mensajes visuales efectivos. Estos elementos sirven para transmitir información, emociones y conceptos de manera clara, atractiva y memorable en una variedad de medios y contextos.

2.6 COMUNICACIÓN A TRAVÉS DEL DISEÑO GRÁFICO

El diseño gráfico, resultado de la necesidad de comunicar visualmente ideas y mensajes, ha evolucionado desde las primeras representaciones rupestres hasta ser un elemento fundamental en la era digital. Su capacidad para influir en la percepción y transmitir información lo convierte en una herramienta invaluable en la sociedad contemporánea. Para este proyecto, definir esta disciplina es de suma importancia porque permite comunicar eficazmente mensajes a los usuarios de un edificio a través de elementos visuales claros y atractivos. Ayuda a presentar información de manera coherente y atractiva, facilitando la comprensión y la toma de decisiones por parte de los usuarios y público en general.

Jorge Frascara (2004) comunicólogo y docente argentino, plantea que la palabra diseño se refiere a “la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos” y diseño gráfico se define como “la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados” (p. 19).

Según el American Institute of Graphic Arts (AIGA), el diseño gráfico se define como el arte y la práctica de planificar y proyectar ideas y experiencias con contenido visual y textual.

A través del tiempo los términos siguieron estudiándose y creando algunas controversias, por ejemplo, se identificó un problema en el término diseño gráfico, ya que la palabra “gráfico” refiere la profesión hacia el hecho de representar, haciendo un énfasis exagerado en lo gráfico físico y el aspecto más esencial de la profesión no es el de crear formas sino el de crear comunicaciones.

Luis Mancipe (2016), explica en uno de sus artículos que el término diseño gráfico fue acuñado alrededor de 1922 por William Addison Dwiggins para describir su actividad en Harvard University Press, en ese momento se refería más al enfoque técnico. Según Joan Costa, a partir del nacimiento de la ciencia de la comunicación y de la información en 1948, se transforma el enfoque del diseño contemporáneo migrando de un enfoque estético/formal a uno funcional/comunicativo.

Al entender el diseño como una actividad proyectual, el diseño de comunicación, “es coherente con el concepto inicial de diseño, pero renovado desde la perspectiva comunicacional, con el fin de darle un particular interés al contexto, la intención y la percepción de los códigos gráfico/visuales” (Uribe Orozco, 2009, p.53)

Concluyendo esta discusión, el International Council of Design (antes ICOGRADA, International Council of Graphic Design Associations) publicó en 2011 su manifiesto llamado Icoграда Design Education Manifiesto. Esta propuesta inicia con un cambio de nombre de la profesión, de “diseño gráfico” a “diseño de comunicación”, definiéndolo como una “actividad intelectual, creativa, estratégica, técnica y de dirección que involucra esencialmente la producción de soluciones visuales para problemas de comunicación” (Rivera Arredondo, 2018)

Después de revisar las definiciones de estos autores se señala, para el caso de este proyecto, que el diseño gráfico es una disciplina creativa que combina arte, comunicación y tecnología para transmitir mensajes visualmente. Se centra en la creación y organización de elementos visuales como imágenes, tipografías y colores para comunicar mensajes de manera efectiva y estética en diversos medios, como, por ejemplo: impresos, digitales o audiovisuales.

Se concluye que el diseño gráfico se compone de varias partes clave que trabajan juntas para transmitir mensajes de manera efectiva. Estas partes incluyen la selección y manipulación de elementos visuales como imágenes, tipografías, colores y formas, así como la disposición y organización de estos elementos en un diseño coherente y atractivo. Además, se considera el uso del espacio, la jerarquía visual y la consistencia en la aplicación utilizando lo que se conoce como técnicas de composición de elementos gráficos para lograr el impacto deseado en la audiencia.

2.7 ROLES DEL DISEÑO GRÁFICO

Los roles tomados del Manifiesto de ICOGRADA del 2011 que se usa como referencia para la ejecución del “diseño de comunicación” son los siguientes: diseño de identidad; diseño editorial y de libros; diseño de tipografía; diseño de información; publicidad; ilustración; fotografía; caligrafía; sistemas de señalización y de pictogramas; envases y embalajes; diseño de animación; gráfica para televisión y títulos de películas; diseño de interfaz de productos, de la web y de juegos; gráfica de exposiciones, de interacción y ambiental; visualización de datos; y cualquier otra actividad que cree formas visuales online y offline (DESIGN EDUCATION MANIFESTO, 2011)

En este caso en particular, se retomarán dos de estos roles o ramas del diseño gráfico, el diseño de identidad y el diseño de señalética o sistemas de señalización con el fin de mejorar la comunicación del espacio de la casa de cultura con sus usuarios, proporcionar orientación clara y fortalecer la identidad institucional.

Con el fin de entrar más a fondo al tema específico del que trata este proyecto, es necesario dirigirnos hacia el estudio de otro de los elementos clave, el que fungirá como medio en el que se plasmará el mensaje visual, la arquitectura.

2.8 COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LA ARQUITECTURA.

Siguiendo el hilo conductor de los mensajes visuales, se considera a la arquitectura como un medio de comunicación visual debido a su capacidad para transmitir significados y provocar respuestas a través de formas, volúmenes y espacios. Utilizando como base los mismos elementos visuales mencionados en el subtema anterior, se crean elementos visuales como fachadas, proporciones, detalles, volúmenes y estructuras con los que la arquitectura comunica mensajes culturales, funcionales y estéticos.

Desde las antiguas civilizaciones hasta la era moderna, los edificios y construcciones han sido un reflejo de las aspiraciones, creencias y necesidades humanas. A medida que la sociedad ha avanzado, éstos han ido cobrando una importancia cada vez mayor, no solo como una expresión artística, sino también como una disciplina que aborda desafíos complejos de diseño, ingeniería y desarrollo urbano. Esta evolución destaca la importancia de la arquitectura como un medio para mejorar la calidad de vida y enriquecer la experiencia humana en el entorno construido.

Las definiciones de arquitectura son tantas como teóricos y arquitectos las han intentado, los enfoques que se destacan en cada una de ellas son diferentes, algunas se encaminan hacia el acto artístico y escultórico y otras hacia el lado funcional y habitable; en este proyecto se exponen algunas de ellas y al final, se construye una enfocada al propósito de este proyecto, donde la arquitectura desempeña un papel funcional más que estético y además institucional y público, ya que se busca mejorar la experiencia del usuario en una edificación haciendo uso de otras disciplinas del diseño, formando así una unión de conocimientos que nos dará como resultado una propuesta arquigráfica para la Casa de Cultura de Huajuapán de León.

Remontándose a los inicios de la arquitectura, Vitruvio (1987) en su tratado “De Architectura” señalaba que la definición de la arquitectura se puede desglosar en tres características: firmitas, que simboliza la seguridad a nivel técnico y constructivo, la utilitas, o función a que se destina, y la venustas o belleza que posee.

Así, cronológicamente, Sigfried Giedion definió la creación arquitectónica como la correcta aplicación de los materiales y de los principios económicos a la creación de espacios para el hombre (Perelló, 1994).

Por otro lado, para José Villagarán (1964), la arquitectura es la proyección, diseño y construcción de espacios habitables por el ser humano. Luego, Rudolf Arnheim, por ejemplo, propone un análisis basado en la mera percepción: «Un edificio es en todos sus aspectos un hecho del espíritu humano. Una experiencia de los sentidos, de la vista y del sonido, tacto y calor, frío y comportamiento muscular, así como de los pensamientos y esfuerzos resultantes». para Arnheim las formas tienen un determinado efecto psicológico sobre quien las contempla, efecto derivado de sus intrínsecas cualidades expresivas: así, la línea horizontal comunica estabilidad, la vertical es símbolo de infinitud, de ascensión (Perelló, 1994).

Por lo tanto, para unificar ideas con el fin de aplicar una definición más enfocada a este proyecto, entendemos la arquitectura como la disciplina que se encarga de concebir y construir espacios habitables que unen seguridad, funcionalidad y belleza estética. Va más allá de la simple edificación, creando entornos que provocan experiencias sensoriales y emocionales únicas. Desde la perspectiva de diferentes teóricos como Vitruvio, Giedion y Arnheim, se reconoce su capacidad para influir en nuestra percepción y relación con el entorno, generando una conexión profunda entre las personas y su entorno construido.

2.9 LA COMUNICACIÓN Y LA HABITABILIDAD ARQUITECTÓNICA

Como se mencionó previamente, más allá de la construcción o edificación de espacios habitables, el diseño arquitectónico comunica y sugiere a sus usuarios el porqué de los espacios, sus funciones y cómo se usan. Cuando se trata de espacios públicos que son visitados por primera vez por las personas, los signos de apoyo para entender la función de los espacios son fundamentales para que se puedan interpretar adecuadamente el motivo para el cual fueron creados, y en consecuencia sean empleados con dicho fin.

La arquitectura debe cumplir con una variedad de aspectos para ser considerada exitosa y efectiva. Estos son de suma relevancia para crear propuestas que cumplan con el objetivo que se planea:

2.9.1 FUNCIONALIDAD

De acuerdo a Laura Sevilla en su libro *Andar por casa*, la arquitectura va más allá de satisfacer necesidades básicas, requiere un análisis complejo de la función desde múltiples perspectivas. Debe adaptarse a las necesidades individuales y sociales y al mismo tiempo ser acorde a la época y la sociedad, así mismo, relacionarse y tomar en cuenta al entorno, como al contexto ambiental y cultural. Esto implica consideraciones sobre el clima, la topografía, el soleamiento, pero también la historia y las costumbres locales.

Uniendo los diversos enfoques, la función de la arquitectura se entiende como

“El aspecto de la arquitectura que estudia las relaciones de orden entre las distintas actividades que debe satisfacer un edificio y el uso que se haga del mismo. La función pretende definir la relación entre el edificio, el hombre que lo habita y el entorno en el que se encuentra” (Lizondo Sevilla, 2011, p.5).

2.9.2 LEGIBILIDAD

La legibilidad tiene dos enfoques diferentes en la arquitectura, el arquitecto David Martínez (2021) los explica muy bien en su libro de Simbolismo y Legibilidad, donde menciona que el primer enfoque se refiere al grado en que un edificio facilita la capacidad de los usuarios para orientarse dentro de él; mientras que el segundo enfoque, también se define como las características con las que cuenta un edificio para lograr una forma reconocible y un espacio que logre evocar emociones y reacciones específicas que permitan a los usuarios vivir una experiencia especial.

Es por eso que la legibilidad y el simbolismo están estrechamente relacionados, pues es fundamental para entender cómo los edificios comunican significados y facilitan la comprensión del entorno construido. La legibilidad en arquitectura se refiere a la capacidad de un edificio o espacio para ser fácilmente entendido por sus usuarios, lo que implica una organización espacial clara, orientación y accesibilidad. Por otro lado, el simbolismo se relaciona con la capacidad de un edificio para comunicar identidades, ideas o valores a través de su diseño y formas arquitectónicas.

Esta relación entre simbolismo y legibilidad puede explicarse con un ejemplo, un edificio cultural puede emplear elementos arquitectónicos simbólicos, como columnas tradicionales o una fachada monumental e histórica, para transmitir la cultura y el legado de una comunidad, al mismo tiempo que garantiza una legibilidad clara mediante una distribución lógica de espacios y una señalética eficaz.

En resumen, la legibilidad facilita la comprensión y experiencia del usuario, mientras que el simbolismo agrega capas de significado y profundidad cultural al entorno construido. Ambos aspectos son esenciales para crear espacios arquitectónicos que sean funcionales y significativos para sus usuarios, lo cual se logra a través de la claridad en el diseño, la organización espacial y finalmente el aspecto en el que este proyecto se enfoca: un sistema de señalética efectivo.

2.9.3 ESTÉTICA

La estética arquitectónica se refiere al aspecto visual y la apariencia de los edificios y espacios. Incluye elementos como el diseño de formas, proporciones, texturas, colores y detalles ornamentales que contribuyen a la belleza y la armonía de una estructura. La estética en la arquitectura busca crear experiencias visuales agradables y emocionalmente significativas para quienes interactúan con los espacios construidos.

2.9.4 ACCESIBILIDAD

Se refiere a que los espacios arquitectónicos deben ser accesibles para todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, garantizando la inclusión y la igualdad de oportunidades para todos.

La accesibilidad arquitectónica busca garantizar que todas las personas, incluidas aquellas con discapacidad, tengan acceso total a lugares públicos o privados. Esto implica eliminar barreras que puedan obstaculizar el libre acceso y desplazamiento, permitiendo la movilidad independiente o con asistencia (Huerta Peralta, 2007). En términos generales, la accesibilidad es un aspecto fundamental del entorno construido, ya que garantiza el acceso a una variedad de lugares como viviendas, escuelas, tiendas, teatros, parques y lugares de trabajo. Esto facilita la participación de las personas en actividades sociales y económicas diseñadas para dicho entorno. (Alonso, 1999).

Además de la accesibilidad, la estética y la legibilidad, existen otros aspectos importantes a considerar en la arquitectura para que sea efectiva, tales como la sostenibilidad, el contexto y el significado; sin embargo, las previamente mencionadas en esta sección son las que se toman en cuenta para el desarrollo de este proyecto, pues están sumamente relacionadas al objetivo que se busca cumplir: la arquigrafía.

2.10 COMUNICACIÓN ARQUIGRÁFICA

Uno de los elementos centrales y que guían hacia una propuesta arquigráfica final es la comunicación, considerada como un hilo conductor para su desarrollo. Por lo que prestar atención a este concepto desde el inicio, ayuda a comprender de mejor manera el significado y relevancia de la arquigrafía.

La "arquigrafía" es un término poco reconocido en el ámbito académico o profesional, existe limitada información teórica sobre ella, sin embargo, también existen muchas empresas que se dedican a la creación de propuestas arquigráficas para negocios, instituciones y espacios arquitectónicos, por lo que se comprende como una disciplina de gran aplicación práctica que busca explorar la interacción entre la arquitectura y el diseño gráfico, con el objetivo de mejorar la comunicación visual en entornos arquitectónicos. En este sentido, la arquigrafía tiene como objetivo facilitar la comprensión del espacio, mejorar la orientación y navegación, promover la identidad y la experiencia del usuario, entre otros objetivos relacionados con la comunicación efectiva en el contexto arquitectónico.

En palabras de Alexander Gálvez, “la arquigrafía implica extraer el diseño gráfico del plano del papel para que cobre volumen y ocupe un lugar en el espacio, dando al usuario un escenario para que interactúe en el mismo” (Gálvez, 2019, p.102)

Por otro lado, empresas de diferentes países como Pentagram en Estados Unidos, Meta Design en Alemania, Gota en Argentina, Estrada Design en España, se dedican a la arquigrafía, practicándola como se mencionó anteriormente, como la aplicación de elementos gráficos en espacios arquitectónicos, proponiendo elementos que van desde la identidad visual hasta los colores de los muros, la señalética, mapas, entre otros. Estas empresas aplican la arquigrafía desde nivel corporativo e institucional hasta nivel urbano y de paisaje, por lo que se entiende como una disciplina que se puede aplicar a diferentes ramas de la arquitectura, en este caso particular, a una institución pública.

Para este proyecto la arquigrafía es definida como un término que fusiona los campos del diseño gráfico y de la arquitectura. Se refiere al uso de elementos gráficos y visuales en el contexto arquitectónico, como la señalética, la identidad visual de un edificio y la representación gráfica de conceptos arquitectónicos. Es la integración de principios de diseño gráfico en el ámbito arquitectónico para mejorar la comunicación visual y la experiencia del usuario en el entorno construido.

2.11 WAYFINDING EN LA ARQUIGRAFÍA

De acuerdo a la traducción de esta palabra, *wayfinding* puede entenderse como “encontrando el camino”, sin embargo, en su uso como disciplina, el término se asocia a la orientación o a la navegación de acuerdo a diferentes autores. Como menciona Dimas García (2011) en su artículo “Diseño de sistemas de orientación espacial” el *wayfinding* se define como el proceso de orientación utilizando información del entorno. Visto como un recurso de orientación espacial que ayuda a las personas a reconocer y utilizar los entornos arquitectónicos, urbanos y naturales, el *wayfinding* puede considerarse como un elemento de uso de la arquigrafía en la que se utiliza una combinación de elementos gráficos, arquitectónicos y de rutas de uso y orientación para el uso y aprovechamiento de los espacios.

Este proceso de orientación está acotado por diversos procedimientos que lo configuran y dan sentido: procedimientos perceptivos, cognitivos y de interacción. Dimas explica muy bien estos procedimientos de la siguiente manera:

1. Procedimientos perceptivos: se refieren a cómo los individuos utilizan los canales de percepción auditiva, visual y táctil para recopilar información del entorno. Estos recursos varían según las condiciones de los canales y afectan la recopilación de información de manera diferente.
2. Procedimientos cognitivos: implican procesar la información capturada comparándola con la memoria almacenada y evaluándola utilizando habilidades deductivas. Si se toma

la definición de wayfinding habitual entre los psicólogos («movimiento planificado y dirigido a un objetivo de orientación, a través de un entorno y de una manera eficiente y segura») se ve que reproduce fielmente uno de los esquemas de imagen propuestos por M. Johnson para la interacción de las personas con el medio espacial: el esquema de ruta. El esquema de ruta consta de una secuencia lineal con tres componentes, «ubicación» o punto de partida, «destino» o punto de llegada y «camino» que sería el espacio entre el punto de partida y de destino.

3. Procedimientos de interacción: implican la observación continua y el desplazamiento a lo largo de un recorrido, lo que permite a las personas actualizar su comprensión del entorno y su posición en él. Esto influye en las decisiones tomadas en cada momento y lugar, lo que a su vez ayuda al diseñador a identificar las necesidades y opciones de orientación e información en el entorno.

El diseño wayfinding interviene en los procesos de orientación al crear recursos y sistemas de información espacial que se utilizan para guiar a las personas en entornos arquitectónicos, urbanos y naturales. Esta intervención se lleva a cabo de manera secuencial e involucra principalmente la documentación y el análisis, así como la coordinación sistemática de acciones de diseño. Para que este diseño cumpla con su objetivo hace uso de algunos elementos presentes en los edificios como la forma del mismo, el dominio visual de los accesos, la diferenciación de los espacios y su uso y la significación de los elementos arquitectónicos.

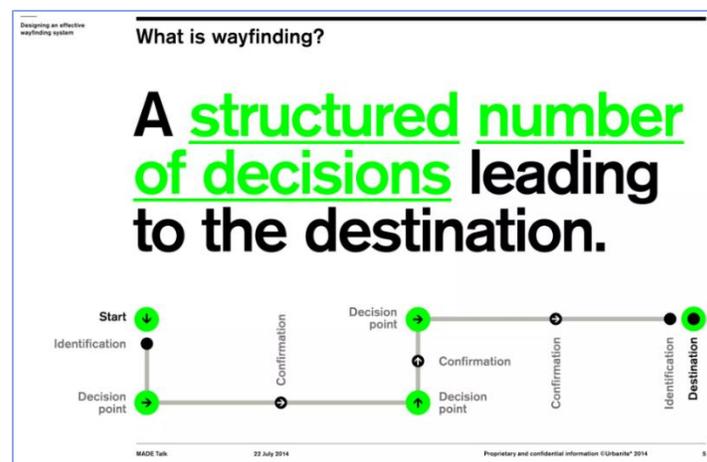
Finalmente, Weisman (1981) identifica cuatro factores influyentes en las tareas de la orientación espacial:

1. Acceso visual: se refiere al área visible que se puede abarcar en un momento y lugar específicos. Cuanto mayor sea el acceso visual, más sencilla y segura será la orientación.

2. Grado de diferenciación: está relacionado con la distinción entre figura y fondo, permitiendo que ciertas partes del entorno destaquen y sean reconocibles y memorizables.
3. Complejidad del diseño espacial: se refiere a la dificultad para medir y caracterizar el espacio. Está asociada a la cantidad de elementos presentes y a cómo se articulan entre sí.
4. Señalización: Implica el uso o aplicación de recursos de orientación externos al individuo para facilitar su movimiento en entornos urbanos y arquitectónicos.

La siguiente imagen muestra una descripción de lo que se considera wayfinding con la intención de mostrar un camino hacia un destino marcando puntos de referencia importantes.

Figura 8. Puntos clave del wayfinding

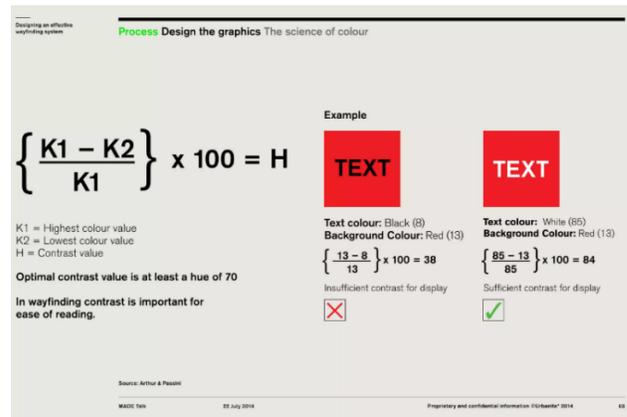
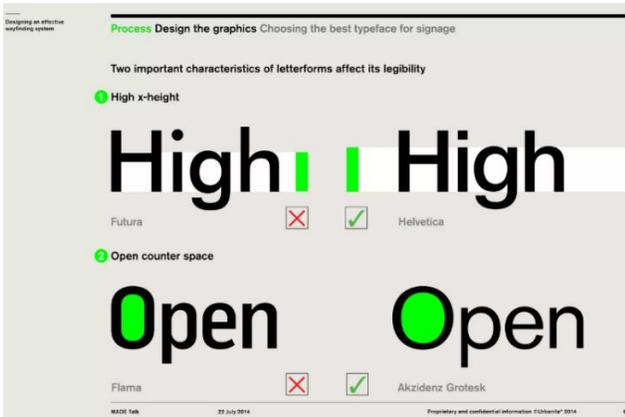
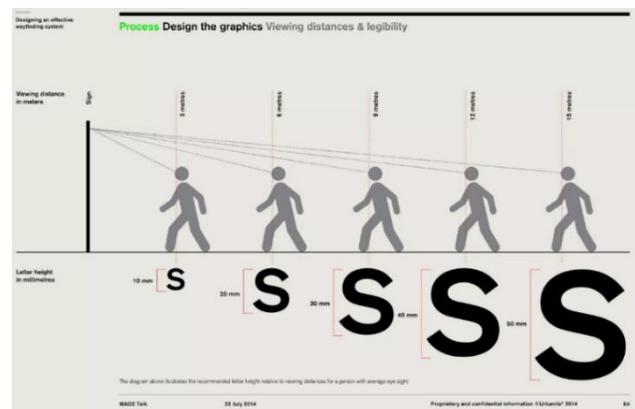
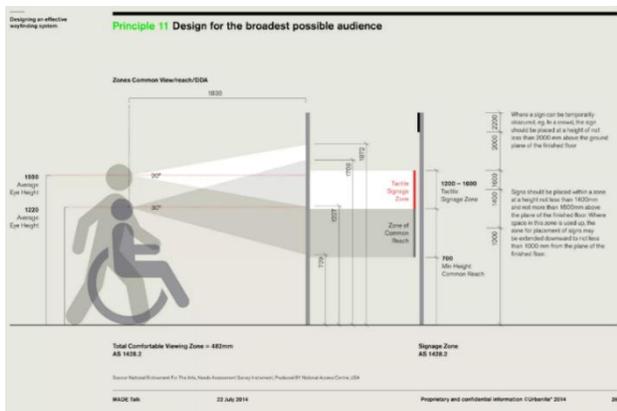


Nota: Diagramación de puntos importantes en el wayfinding Fuente: Urbanite (2014).

ELEMENTOS TÉCNICOS A CONSIDERAR EN EL WAYFINDING

En el diseño de wayfinding, es crucial considerar aspectos como la altura de la señalética, para asegurar su visibilidad desde diferentes niveles; el contraste de color, que facilita la legibilidad y la rápida identificación de la información, y el tamaño de las tipografías, que debe ser adecuado para que los usuarios puedan leer los textos con claridad desde diversas distancias. Estos elementos son fundamentales para garantizar una orientación efectiva y accesible dentro de un espacio.

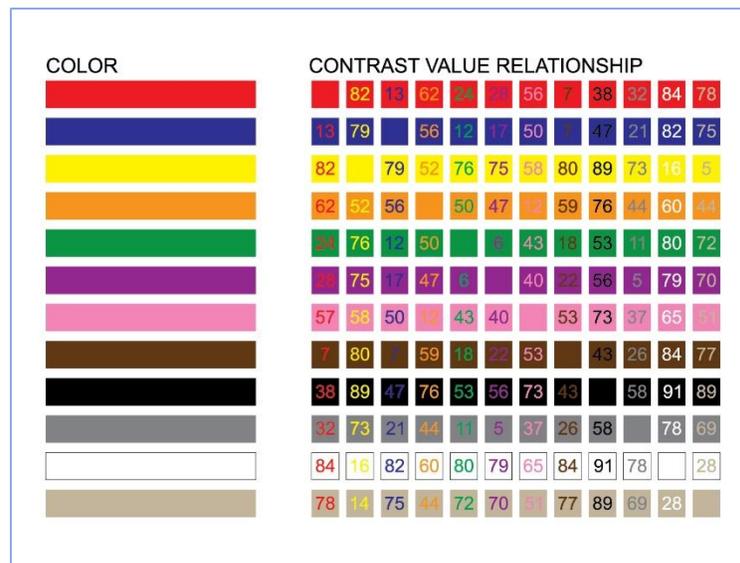
Figura 9. Elementos técnicos para señalética



Nota: Medidas estándar para señalética y lectura fácil Fuente: Urbanite (2014).

Existen tablas de referencia que nos dan una idea de los contrastes entre colores, con las que es más sencillo proponer colores en nuestro diseño como se muestra en la siguiente imagen:

Figura 10. Contraste de color



Fuente: Urbanite (2014).

2.12 ACCESIBILIDAD ARQUIGRÁFICA

Dentro del contexto arquitectónico y urbano, el diseño accesible abarca más que la adaptación de espacios para personas con discapacidad motriz o sensorial. También implica considerar formas de exclusión que no son tan visibilizadas, como la legibilidad para personas con discapacidad mental. Al tomar esto en cuenta, Elena Solano (2003) explica que “Espacios, letreros y señales confusas, poco visibles o con tipografía inaccesible son causa de la falta de autonomía de personas con discapacidad cognitiva, constituyendo un obstáculo para la orientación y desplazamiento en espacios arquitectónicos y urbanos” (p.51).

Para crear propuestas que tomen en cuenta la total accesibilidad, es importante considerar el término de lectura fácil, éste surge hace poco más de 50 años en Suecia y ha ido difundiéndose y cobrando importancia en los últimos años en diferentes países no solo de Europa. En 2018 la Asociación Española de Normalización (AENOR) publicó la norma de Lectura Fácil que se trata sobre el desarrollo de recomendaciones para la redacción de textos escritos buscando hacer accesible la información.

Por lo tanto, se define como lectura fácil como la consideración del diseño de información escrita, documentos o material impreso donde se privilegie su accesibilidad, buscando facilitar su entendimiento, reconociendo que existe dificultad de comprensión derivado de la edad avanzada, problemas visuales o discapacidad cognitiva (Solano Meneses, 2003).

Para que un texto sea de lectura fácil debe seguir características formales como:

- Tipo de fuente sin serifas, remates o patines o terminales, es decir, sin adornos en los extremos de las líneas de las letras o números
- Tamaño mayor de lo habitual
- Alinearse a la izquierda
- Usar párrafos con oraciones cortas
- Considerar interlineado entre oraciones
- Utilizar definiciones del vocabulario específico a la derecha (glosas)
- Abundantes imágenes o pictogramas (Medina Reguera & Balaguer Girón, 2022)

Al unir los principios de la lectura fácil con la accesibilidad se hace notorio e importante la utilización de estos términos para la creación de una propuesta de señalética que tome estos criterios en cuenta ya que como menciona Solano Meneses, la señalética “es una fuente muy importante de información en los espacios arquitectónicos y urbanos” (2003) debido a que:

- a) Es una forma de garantizar el acceso al derecho a la información.
- b) Facilita la movilidad autónoma, ayudando a las personas a ubicarse y llegar a destinos, independientemente de su diversidad.
- c) Es fundamental en casos de emergencia para asegurar la seguridad personal.

Para lograr una propuesta eficaz, se pueden enumerar tres tipos de señalética que asegure el uso y entendimiento de un espacio pensando en toda la diversidad de personas:

- a) Directorios que brindan orientación en los accesos o recepciones de los edificios.

b) Carteles que muestran la organización general, así como flechas que nos muestran la dirección a seguir para llegar al lugar deseado y brindan soporte en la toma de decisiones al desplazarse.

c) Carteles o letreros rotulando cada espacio para permitir la rápida identificación (Fernández, 2018)

Para lograr una comprensión efectiva de los espacios, es necesario complementar los sistemas de señalización mencionados con otros adicionales, como pavimentos táctiles, indicaciones direccionales internas, texturas variadas, colores distintivos, identificación de puntos de interés y resaltar obstáculos.

Así mismo existen pautas de accesibilidad en la señalética que se pueden analogar a los Principios de Lectura Fácil (Llano, 2022):

- Tipografía de palo seco (sin patines ni serifas).
- Tamaño de letra acorde a la distancia desde donde será leído.
- Los pictogramas y las flechas deben ser claros e intuitivos.
- Contraste cromático considerando a las personas con baja visión donde exista un fondo oscuro con letras claras o fondo claro con letras oscuras.
- Señalética en braille considerando el tamaño adecuado a la yema del dedo.
- Uso de altorrelieve tanto en letras como en pictogramas.
- Considerar que el soporte de la señalética sea de un material que no deslumbre ni brille.

Tabla 1. Comparación entre las propuestas de la Lectura Fácil y la Señalética Accesible

Variable	Lectura Fácil	Señalética Accesible
Tipo de fuente	Sin serifas, remates o patines o terminales, ni adornos	Tipografía de palo seco (sin patines ni serifas)
Tamaño de fuente	Grande	Acorde a la distancia desde donde será leído
Alienación	Izquierda	Disposición legible de las palabras
Párrafos	Cortos	Información breve
Interlineados	Se recomiendan	No se define
Vocabulario	Simple	No se define
Pictogramas, imágenes	Abundantes, claros	Claros y legibles
Contraste cromático	No se define	Fondo oscuro con letras claras o fondo claro con letras oscuras
Braille	No se define	Considerar el tamaño adecuado a la yema del dedo
Altorrelieve	No se define	En letras y pictogramas
Material de soporte	No se define	Que no deslumbre ni brille
Señalización podotáctil	No se define	Recomendable

Fuente: Llano (2022).

La investigación que realiza la Doctora en Diseño, Eska Solano (2003), demuestra que, en México, la inclusión de estas recomendaciones va muy atrasada y hace muchísima falta. Después de haber realizado un estudio utilizando la metodología de Teoría Fundamentada en Datos y de mostrar los errores más comunes con los que se enfrenta el diseño de señalética en México, la autora concluye que, “la aplicación de los principios de la lectura fácil y de la señalética accesible resulta indispensable para la comprensión y uso de los espacios arquitectónicos y urbanos puesto que eliminan barreras de comunicación e información, contribuyendo con los procesos de inclusión” además de que “resulta urgente promover los principios de la lectura fácil y su consideración en el diseño de espacios de toda índole, ya que su inclusión contribuye a facilitar la ubicación y desplazamiento autónomo en el entorno físico” (p.67).

2.13 BARRERAS DE COMUNICACIÓN ARQUIGRÁFICA

Según la RAE, una barrera se define como un obstáculo o dificultad. En el ámbito de la comunicación, existen barreras que pueden impedir que el proceso de esta pueda llevarse a cabo correctamente, es decir, una interferencia que dificulte o impida la transmisión y recepción efectiva de un mensaje.

Aunque no existen descripciones puntuales relacionadas con la comunicación arquigráfica, ni del tipo de barreras que existen relacionadas con el espacio; después de analizar los subtemas antes mencionados, para este proyecto, las barreras en el área arquigráfica se definen como los obstáculos o interferencias que impiden o dificultan la efectividad de la comunicación entre el entorno construido y sus usuarios comprometiendo su orientación y experiencia en el lugar.

En este subtema se toma como referencia el resumen del Libro “Barreras en la comunicación y en las relaciones Humanas” (De Gasperin, 2010) presentado por Sandra Hernández y Danae Ávila (2021) en su artículo “Barreras de comunicación” y se hace una reinterpretación hacia el área de interés: la arquigrafía.

Barreras físicas: en el proceso de comunicación son interferencias que surgen durante la comunicación, como ruidos o murmullos que dificultan escuchar al emisor, interferencias telefónicas e incluso condiciones climáticas inadecuadas que afectan la comprensión del mensaje por parte del receptor. En la arquigrafía éstas pueden ser obstáculos que bloquean la visibilidad de las señales, mala iluminación que dificulta la lectura de los carteles o señales colocadas en lugares inapropiados; esto tiene un impacto en la navegación y orientación del usuario.

Barreras fisiológicas: son obstáculos que dificultan la recepción o emisión precisa de un mensaje. En el caso del emisor, pueden incluir una voz débil o una pronunciación defectuosa. En el receptor, pueden manifestarse como sordera, problemas visuales u otros impedimentos sensoriales que afectan cualquiera de los sentidos, ya sea de forma total o parcial. Este tipo de

barreras no se hacen presentes en la arquigrafía debido a que el emisor del mensaje no es un organismo vivo.

Barreras psicológicas: surgen a veces debido a sentimientos de afinidad o rechazo hacia el emisor o receptor del mensaje. Estos factores pueden ser emociones como el miedo, el odio, la tristeza o la alegría, que interfieren en la comunicación de manera significativa. En la arquigrafía estas pueden ser representadas por el diseño de señales que provoca estrés o confusión, uso de colores o formas que no son intuitivos y que evocan ciertas emociones; esto puede generar una percepción negativa del espacio y aumentar la ansiedad o confusión del usuario.

Barreras semánticas: se manifiestan en la comunicación debido a una interpretación errónea del lenguaje. Esto puede ocurrir al hablar en un idioma que no dominamos o al utilizar terminología técnica que no comprendemos completamente. Para la arquigrafía, ambigüedad en los mensajes de las señales o uso de símbolos o palabras con múltiples significados, lo que provoca confusión sobre la información que se está comunicando, llevando a decisiones incorrectas o errores en la navegación.

Barreras administrativas: surgen debido a la falta de planificación, suposiciones no aclaradas, distorsiones semánticas, expresión deficiente, pérdida en la transmisión y mala retención, lo cual sucede de la misma forma en los espacios al no contar con información actualizada o no darle el mantenimiento adecuado a las señaléticas para que se mantengan legibles; lo cual afecta a la experiencia del usuario.

Barreras ambientales: se originan en el entorno que nos rodea al transmitir información. Estas barreras pueden surgir debido a incomodidades físicas como el calor o una silla incómoda, así como distracciones visuales, interrupciones y ruidos ambientales como el timbre, el teléfono, o sonidos de construcción, lo cual afecta de la misma forma en el entorno construido.

Barreras interpersonales: se caracterizan por suposiciones incorrectas y percepciones diferentes entre las partes involucradas en la comunicación. Para la arquigrafía, este tipo de barreras pueden tomarse como barreras culturales, donde el uso de iconografía o símbolos no son comprendidos universalmente debido a diferencias culturales, por lo que los usuarios de diferentes antecedentes culturales o diferentes ideologías pueden interpretar incorrectamente las señales, llevando a malentendidos y dificultades en la navegación.

Barreras tecnológicas: se refieren a los problemas relacionados con fallos en los equipos utilizados para la comunicación o la falta de acceso a dichos equipos. En los espacios, puede ser tecnología de señalización que falla como pantallas electrónicas defectuosas.

Superar estas barreras es crucial para asegurar que todos los usuarios puedan orientarse y navegar eficazmente en cualquier entorno arquitectónico, mejorando así la funcionalidad y accesibilidad del espacio, esto puede hacerse a través de un diseño legible, consistente e inclusivo, además haciendo uso de simbología universal y tomando en cuenta el impacto sobre cada tipo de usuario mediante retroalimentación y pruebas.

2.14 ARQUIGRAFÍA PARA INSTITUCIONES CULTURALES

La integración del concepto de arquigrafía es fundamental para desarrollar, proyectar y diseñar espacios culturales. La particularidad de esos espacios es que por lo regular son creados para el uso de personas itinerantes que llegan por una única ocasión, o por periodos discontinuos, lo cual hace que no necesariamente aprendan las rutas o ubicaciones específicas de los servicios que se ofrecen en dichos recintos. Al considerar las expresiones culturales y las necesidades de la comunidad, promueve el establecimiento de la comunicación visual efectiva reflejando la identidad, los valores y las experiencias compartidas, enriqueciendo así la experiencia del público y fortaleciendo el propósito del espacio cultural.

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), “la cultura se define como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social; que además de las artes y las letras, engloba los modos de vida, los sistemas de valores, creencias y tradiciones” (Cultura y nuestros derechos culturales, 2012, p.12)

Ésta es esencial para la construcción de identidades individuales y colectivas; Plazola menciona que la cultura es de vital importancia para el desarrollo de una sociedad, pues ayuda al individuo a mejorar sus facultades físicas, intelectuales y morales (Plazola, 1996).

Así mismo, Ramón Rivas menciona que, la cultura, la creatividad y la innovación desempeñan un papel importante para ser competitivos como país, facilitando el desarrollo en los ámbitos económico, social y político.(Rivas, 2015).Entre los aspectos a considerar para dar una salida arquigráfica al uso de los espacios culturales, se deben considerar elementos básicos de la comunicación, del diseño visual: gráfico y arquitectónico. Entre ellos se encuentra la imagen institucional, la proyección de los niveles de comprensión a partir de la significación de los elementos discursivos, de señalética visual, de la distribución de los espacios y de las rutas de ubicación empleadas para la creación de recorridos más eficientes como es el *wayfinding*. En esta sección se retoman los elementos antes descritos para ser aplicados directamente al uso de recintos culturales.

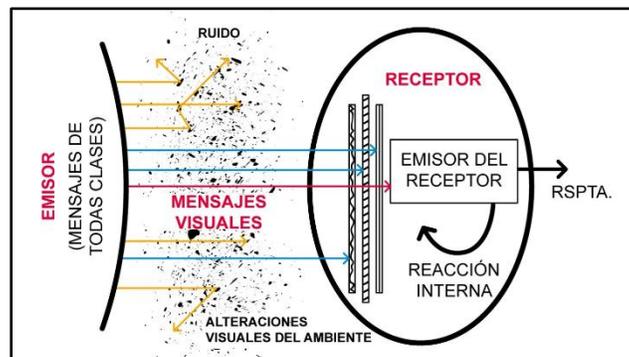
2.15 LA IMAGEN INSTITUCIONAL A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

La comunicación visual es una herramienta poderosa que se utiliza por instituciones para transmitir su función y valores. A través de imágenes, colores, tipografías y otros elementos visuales, estas organizaciones pueden establecer una identidad visual distintiva que refleje su propósito, fortalezca su mensaje y conecte con su audiencia de manera efectiva. La construcción de una identidad visual es muy importante para este proyecto, pues ayudará a cumplir uno de los

objetivos clave: mejorar la percepción visual que los usuarios tienen de la casa de cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”

De acuerdo con Apolo Buenaño (2018), cada institución debe reconocer antes de trabajar en productos comunicacionales por medio del diseño, cuáles son sus objetivos desde la imagen corporativa; los mismos que dependen del sector, entorno y usuarios. Es ahí donde la construcción de la identidad visual tiene que ver con la forma en que se utilicen y apliquen las distintas estrategias de comunicación hacia el logro de objetivos, los mismos que desde la perspectiva de Edison González (2017) aportan valores añadidos a los productos o servicios y por lo tanto a la marca, la cual es, en este caso, la identidad institucional de la casa de cultura de Huajuapán de León.

Figura 11. *Proceso de la comunicación visual de Bruno Munari*



Fuente: Munari (1985).

Debido a las razones antes mencionadas, es importante entonces, tener claro el proceso de la comunicación visual; el cual se retoma de Bruno Munari (1985). Al estudiar esto, Munari ha identificado que todos los receptores o públicos de interés tienen diferentes niveles que procesan la información, llamados filtros. Estos filtros se encargan de crear imágenes mentales a partir de las experiencias compartidas con las instituciones debido a que sus usuarios crean por sí mismos un “sistema de significaciones” (Costa, 2003, p.53) que se construye a través de sus experiencias directas con la marca; las cuales, aplicadas al caso de este proyecto, son todas las impresiones y experiencias que viven los usuarios al estar en contacto con la casa de cultura, desde el momento

en que ven sus anuncios, entran al espacio, toman cursos, asisten a conciertos, circulan en sus áreas, etcétera.

Estos filtros que Munari explica pueden ser de tres tipos:

Filtro Sensorial: se refiere a las características físicas del receptor que pueden influir en la eficacia de la transmisión del mensaje. Básicamente, se trata de cómo el sentido de la vista percibe la información. Por ejemplo, un daltónico puede no ver ciertos colores, lo que afecta la comprensión de los mensajes visuales.

Filtro Operativo: Se vincula con la interpretación del mensaje, la cual varía según la edad, madurez o educación del receptor. Por ejemplo, un niño de tres años analizará un mensaje visual de manera distinta a un adulto mayor.

Filtro Cultural: está ligado a la formación, creencias, valores y otros aspectos culturales. Los mensajes pueden ser mejor comprendidos si se alinean con estas características previas mencionadas.

Figura 13. Filtros de la comunicación visual

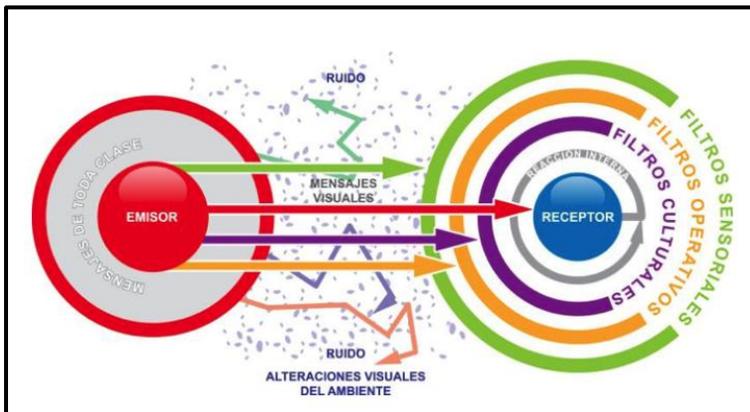
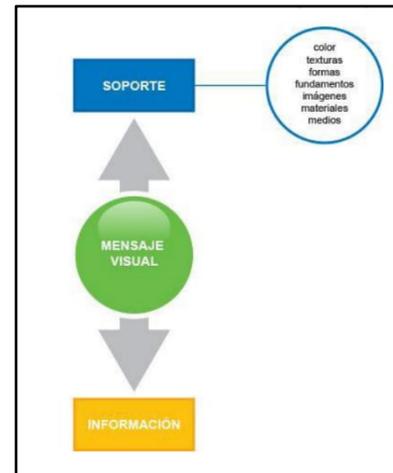


Figura 12. Elementos del mensaje visual



Fuente: Costa (2003).

El mensaje visual se compone de dos elementos: la información o el mensaje que contiene lo que la institución desea transmitir y el medio o soporte que da forma a la estructura visual, incluyendo formas, colores y texturas, adaptados a los públicos y objetivos comunicativos. Este

enfoque estratégico influye en cambios sociales, conductas, creencias, juicios y actitudes de los receptores en diferente medida (Gamonal & García, 2014).

Es crucial reconocer que tanto la información estética como la práctica deben ser equilibradas y complementarias. Germani-Fabris (1981, p.15) define esta relación como “la tarea de disponer en el espacio — formato varios signos, según una idea directriz [logos], para obtener un resultado estético que provoque el efecto deseado [pathos] y una lectura fácil y agradable [ethos]”. Desde esta perspectiva, el emisor se representa como ethos, el mensaje visual como logos, y el receptor como pathos; en resumen, la comunicación visual permite que el receptor construya una imagen clara del emisor, en este caso, las instituciones y en el caso particular, la casa de cultura.

Estos planteamientos sugieren considerar el diseño y la comunicación visual no solo como actividades centradas en la creación de productos gráficos, sino como herramientas para construir mensajes visuales que influyan en el conocimiento, actitudes, comportamientos y relaciones de los diversos usuarios con las instituciones.

2.16 IDENTIDAD CORPORATIVA DE ESPACIOS PÚBLICOS

De acuerdo al diccionario de Branding de la empresa Agarimo, especializada en la creación de marcas e identidades visuales, se explica que la identidad visual se encarga de definir y construir elementos gráficos y de diseño que componen la comunicación visual de una marca, empresa o entidad, así como de las guías de estilo específica para su aplicación.

Esto incluye elementos como logotipos, colores, tipografía y otros elementos visuales que ayudan a establecer la identidad y la personalidad de la marca. El objetivo es crear una imagen coherente y distintiva que refleje los valores y la misión de la organización, y que sea reconocible y memorable para el público objetivo. Además de la creación de estos elementos visuales, el diseño de identidad visual también implica su aplicación en diferentes medios y contextos,

asegurando una consistencia en la comunicación visual de la marca en todas sus interacciones con el público.

Considerar el diseño de identidad corporativa en la propuesta arquigráfica de una casa de cultura asegura coherencia, reconocimiento y transmisión efectiva de valores. Esta identidad fortalece la promoción, difusión y experiencia del visitante, estableciendo una conexión emocional y una imagen profesional que contribuyen al éxito y reconocimiento de la institución en su comunidad cultural.

Es fundamental dejar clara la diferencia entre términos como logotipo, isotipo y similares antes de crear una identidad visual, porque cada uno cumple una función específica dentro del sistema gráfico y su correcta comprensión asegura una comunicación efectiva y coherente. De acuerdo a Eduardo Harada (2014), en su artículo “Logotipos, isotipos, imagotipos e isologos: una aclaración terminológica” las definiciones son las siguientes:

El término "logotipo" proviene del griego logos (palabra) y typos (marca, señal). En este sentido, un logotipo es un identificador gráfico o visual compuesto exclusivamente por letras, números o palabras.

Por otro lado, un isotipo es un símbolo visual, como un ícono o una imagen, que complementa al logotipo, pero se diferencia de este porque no incluye caracteres, cifras o palabras; su naturaleza es puramente pictográfica. A diferencia del logotipo, un isotipo puede ser identificado visualmente, pero no es pronunciable.

Cuando un logotipo y un isotipo están presentes juntos, pero claramente separados —por ejemplo, uno encima del otro o en posiciones laterales—, se habla de un imagotipo, también conocido como "logosímbolo". En este caso, ambos elementos funcionan de manera independiente, aunque estén combinados.

En contraste, un isologo o isologotipo se refiere a la fusión del logotipo y el isotipo en una sola unidad inseparable, donde el texto está integrado dentro de la imagen o viceversa, de forma que no pueden separarse sin perder su significado.

2.17 IDENTIDAD ARQUITECTÓNICA

La identidad en términos de arquitectura o de un edificio se refiere a las características distintivas y únicas que lo definen y lo diferencian de otros. Esto puede incluir elementos como el estilo arquitectónico, la forma, los materiales utilizados, la ubicación, la historia y el propósito del edificio. De acuerdo a Martin Alba y Asociados (2023), una empresa dedicada a la comunicación corporativa, la identidad arquitectónica juega un papel importante en la creación de un sentido de pertenencia y conexión con el entorno construido, así como en la expresión de la cultura, los valores y la historia de una comunidad o institución. Por lo tanto, este aspecto está sumamente relacionado con la identidad visual de la que se habló en apartados anteriores, pues la forma en la que esté representado el edificio proporcionará información a los usuarios sobre la función del mismo.

Esta identidad arquitectónica se entrelaza profundamente con la identidad visual de la institución, que incluye aspectos como logotipos, colores y tipografías y con la señalética en el edificio, pues al implementarla es crucial que estos elementos gráficos y de orientación se integren de manera coherente con la identidad visual y arquitectónica. Una señalética bien diseñada no solo debe guiar e informar a los usuarios, sino también reflejar y reforzar la identidad visual de la institución, utilizando colores, formas y estilos que se fusionen con los elementos arquitectónicos del edificio. Esta integración crea un ambiente cohesivo y armonioso, facilitando la orientación de los usuarios y fortaleciendo su conexión con la institución y su entorno.

2.18 SEÑALÉTICA PARA ESPACIOS PÚBLICOS

La señalética desempeña un papel crucial en la orientación y la experiencia del usuario en un edificio, especialmente en instituciones públicas debido a la diversidad y volumen de usuarios, la complejidad del entorno, la necesidad de seguridad y accesibilidad, y la importancia de una navegación eficiente y una buena gestión del espacio. Sin una señalización adecuada, estos entornos pueden volverse confusos, inseguros y excluyentes, impactando negativamente en la comunidad de la que forman parte.

Esta guía visual no solo facilita la navegación, sino que también comunica información importante, promoviendo la eficiencia y la accesibilidad para todos los visitantes.

Según Joan Costa (1989) en su libro de señalética, esta "es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y comportamientos de los individuos." (p.9)

Además, Costa expresa que la Señalética es una de las formas específicas y evidentes de la comunicación funcional. Su campo de acción es un didactismo inmediato en el transcurso de los actos de la vida cotidiana. La señalética se basa en la señalización, permitiendo mediante diversas señales informar y guiar a las personas dentro y fuera de un establecimiento.

La autora Inmaculada Vílchez (1996) la define como "la disciplina que tiene como objetivo orientar e informar a los diferentes usuarios en sus desplazamientos cotidianos y en el uso de los servicios que los espacios institucionales, organizacionales, públicos, entre otros, ofrecen" (p.1). Así mismo, agrega que uno de sus objetivos principales es proporcionar al usuario la información necesaria para su movilización autónoma y eficaz; ya que como menciona Eska Solano (2003), "A diferencia de los letreros, que brindan información escrita, la señalética se apoya de señales o símbolos que buscan orientar a las personas en el espacio arquitectónico y urbano" (p.52).

Definiciones como esta, no contrastan entre diferentes autores y se puede ver claramente cuál es el objetivo de la señalética. Por lo que, para este proyecto, la señalética se define como sistema

de comunicación visual que utiliza símbolos, colores, tipografías y otros elementos gráficos para guiar, informar o instruir a las personas en un espacio determinado, como edificios, parques, carreteras o cualquier otro entorno público o privado. Su objetivo es facilitar la orientación y mejorar la experiencia del usuario.

2.19 ARQUITECTURA INSTITUCIONAL Y DE INTERIORES

La arquitectura está dividida en diversas ramas que se especializan en áreas específicas, tales como el urbanismo, enfocado a la planificación y diseño de ciudades considerando aspectos como densidad, transporte, vialidades, infraestructura, etcétera; arquitectura de paisaje, especializada en espacios exteriores, parques, jardines y áreas para mejorar la estética y funcionalidad del entorno; la arquitectura comercial, enfocada en edificios destinados a actividades comerciales, como oficinas, tiendas, restaurantes y hoteles; arquitectura residencial, arquitectura sostenible, institucional, de interiores, entre otras.

Dentro de la gran variedad de ramas, se encuentran dos que resaltan en este proyecto y de las cuales se toman diversos principios a aplicar, las cuales son: la arquitectura institucional, dedicada al diseño y construcción de edificios destinados a albergar instituciones, organizaciones o entidades específicas, como escuelas, hospitales, bibliotecas, edificios gubernamentales, sedes corporativas, museos, entre otros; y la segunda es la arquitectura de interiores, centrada en la planificación, diseño y construcción de los espacios interiores de los edificios, con el objetivo de crear ambientes funcionales, estéticos y que satisfagan las necesidades de los usuarios, como lo explica Tomás Franco en la revista Arch Daily (2020).

Del primer tipo de arquitectura se absorben las bases para sumar a la casa de cultura de Huajuapán de León, como institución pública, elementos de diseño adecuados que ayuden a transmitir su función ante la sociedad y a transmitir sus valores y objetivos. Y del interiorismo, se absorben las bases para mejorar la comunicación del espacio interior de esta institución con sus usuarios, utilizando elementos gráficos como los colores, las texturas o tipografías en sus

superficies y estructuras. Además, las metodologías que ocupan estas ramas serán una guía para llevar a cabo la propuesta final de este proyecto.

La señalética en espacios culturales, como museos, galerías, teatros y centros históricos, desempeña un papel fundamental en la orientación y la experiencia del visitante. Estos entornos, a menudo ricos en contenido y complejidad, requieren una señalización clara y efectiva para guiar a los usuarios a través de exposiciones, eventos y servicios. La importancia de la señalética en estos espacios radica en su capacidad para comunicar información de manera accesible y atractiva, asegurando que los visitantes puedan navegar fácilmente, comprender las exhibiciones y disfrutar plenamente de su visita. Además de facilitar la orientación, la señalética en espacios culturales también refuerza la identidad del lugar y enriquece la experiencia educativa, proporcionando contexto y detalles adicionales sobre las exhibiciones y eventos. La relevancia de una señalización bien diseñada es crucial para garantizar una experiencia inclusiva y satisfactoria para todos los visitantes, promoviendo el acceso a la cultura y el conocimiento de manera eficiente y agradable.

2.20 DEFINICIÓN DE CASA DE CULTURA

Para el Lic. Maximiliano Araujo (2017), experto en legislación cultural, una Casa de Cultura es una entidad social, conformada por miembros de una comunidad, la cual tiene como responsabilidad, velar por el desarrollo de las manifestaciones culturales de esta comunidad. La misma puede ser de carácter social, privado o depender de una institución oficial, pero debe mantener su autonomía para que pueda ser fiel reflejo de la cultura local.

Por otro lado, la Alcaldía Municipal de San Jerónimo, definió la cultura como una institución abierta y accesible al público y que se encarga de generar de manera permanente, procesos de desarrollo cultural concertados entre la comunidad y las entidades estatales, destinado a la preservación, transmisión y fomento de muestras artísticas, históricas y culturales, así como a la promoción de la diversidad cultural y el enriquecimiento del patrimonio colectivo.

2.21 CASA DE CULTURA “MTRO. ANTONIO MARTÍNEZ CORRO”

En este caso particular, la casa de cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro” explica su objetivo como “Estimular, incentivar y conservar la libre manifestación de la cultura con el fin de lograr su difusión y elevar así el nivel cultural en el municipio” (Página oficial de Municipio de Huajuapán de León, 2022).

La comprensión de la función de esta casa de cultura es esencial para el proyecto de aplicación de la arquigrafía como herramienta de comunicación visual. Al entender su propósito como espacio de encuentro, educación y promoción cultural, se pueden diseñar estrategias visuales que refuercen la identidad cultural, mejoren la experiencia del visitante y faciliten la interacción con las diversas actividades y recursos ofrecidos por la institución.

En resumen, este apartado proporciona una visión integral sobre la aplicación de la arquigrafía como herramienta de comunicación visual en el contexto de una casa de cultura. Se abordan temas clave como la comunicación visual, la arquitectura, el diseño gráfico y la cultura, destacando la importancia de comprender estos conceptos para crear una propuesta arquigráfica efectiva. La comunicación visual se presenta como una herramienta poderosa que influye en el conocimiento, actitudes, comportamientos y relaciones de los usuarios con las instituciones. Se resalta la relevancia de la arquitectura como medio de comunicación visual, capaz de transmitir significados y provocar respuestas a través de formas, volúmenes y espacios; además de la importancia de aplicar el diseño gráfico tomando en cuenta pautas como la accesibilidad, la lectura fácil y la inclusión.

Se resalta la importancia de conocer y aplicar los conceptos de comunicación visual, arquitectura, diseño gráfico y cultura para crear una propuesta arquigráfica efectiva, basada en la teoría explícita de diversos autores y en la comprensión profunda de estos conceptos.

Aplicar una propuesta arquigráfica a una casa de cultura en una comunidad rica en patrimonio cultural como Huajuapán de León no solo resalta la identidad local, sino que también enriquece

la experiencia cultural del público. A través de un diseño visualmente impactante y funcional, se facilita la interacción con el espacio, se fortalece el sentido de pertenencia y se fomenta la participación en actividades culturales, contribuyendo así al desarrollo y la cohesión social de la comunidad.

2.22 PRECEDENTES DE DISEÑO

A través de una búsqueda en las redes sociales de la Casa de Cultura y Gobierno de Huajuapán de León se obtuvieron algunos elementos gráficos tales como carteles de difusión que se han utilizado para promocionar las actividades de esta institución. A continuación, se hace un análisis de cada uno de ellos desde la perspectiva de colores y logotipo y se definen los elementos con los que se trabajará para la propuesta de este proyecto.

Tabla 2. Precedentes de diseño

ELEMENTO GRÁFICO	FUNCIÓN Y AÑO	ANÁLISIS
	<p>12 julio de 2020</p> <p>Cartel publicitario para página de Facebook.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Predominan colores guinda, blanco y dorado. • Contiene tipografías variadas, con y sin serifas. • Se usa logotipo degradado.
	<p>23 febrero 2021</p> <p>Cartel publicitario para página de Facebook.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Predominan colores guinda, beige y negro. • La mayoría de tipografías no tienen serifas. • Se usa logotipo degradado.

	<p>30 junio 2021</p> <p>Cartel publicitario para página de Facebook.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Predominan colores guinda, blanco y dorado. • Se usa tipografía con serifas para los textos de mayor jerarquía, la mayoría de tipografías no tienen serifas. • Se usa logotipo degradado.
	<p>19 julio 2023</p> <p>Cartel publicitario para página de Facebook e impreso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Predominan colores blanco, azul y marrón. • La mayoría de tipografías no tienen serifas. • Se usa logotipo sin degradado y se convierte en color sólido marrón. • Las letras que conforman el logotipo cambian a color azul.
	<p>22 agosto 2022</p> <p>Logotipo usado en la página de Facebook.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Predominan colores guinda, y un marrón o dorado degradado. • Se usa un ícono característico de la casa de cultura, de acuerdo a la entrevista con la coordinadora, lleva más de 20 años siendo el mismo. <p>Sin embargo, el uso de degradados en un logotipo puede dificultar la reproducción y escalabilidad, aumentar los costos de impresión, afectar la consistencia de color y legibilidad, y reducir la versatilidad y adaptabilidad en diferentes formatos y plataformas.</p>

	<p>3 noviembre 2023-...2024</p> <p>Logotipo completo proporcionado en el levantamiento número 2: entrevista con la coordinadora de Casa de Cultura.</p>	<p>Actualmente se usa este logotipo para documentos oficiales, publicaciones, posters impresos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sigue haciéndose uso del ícono. • Se usa una tipografía con serifas. • Se usa en blanco y negro. • Se cambia la posición de las letras a la parte inferior del ícono.
---	---	--

Fuente: Elaboración propia.

Como puede observarse, los colores, formatos y variantes del logotipo se usan de acuerdo a la administración en curso, como lo mencionó la coordinadora de la institución en los levantamientos número 1 y 4. Por lo tanto, después de analizar los usos que se le ha dado al logotipo y sus variantes, se ha decidido usar para este proyecto el que está vigente en la actualidad, conservando su ícono distintivo y tipografía, debido a que es el más neutral y no utiliza colores característicos de algún gobierno en específico; lo que nos lleva al siguiente planteamiento:

2.23 LA UNIVERSALIDAD DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA CASA DE CULTURA.

Es fundamental que tanto el logotipo, los elementos visuales y las propuestas arquigráficas de una institución pública, como una casa de cultura, no estén definidos por el gobierno en curso, sino que resulte del análisis de la cultura e identidad de la comunidad y la institución, porque esto garantiza una representación auténtica, perdurable y apolítica.

Una identidad visual basada en la cultura de la propia comunidad refleja el verdadero propósito de la institución y sus valores, creando una conexión más profunda y genuina con la comunidad a la que sirve. Además, evita cambios innecesarios con cada cambio de gobierno, asegurando continuidad y reconocimiento a largo plazo.

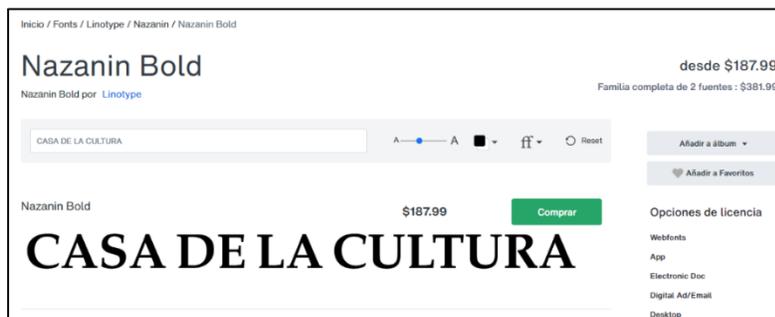
Sin embargo, este proyecto no tiene como fin cambiar la administración y procedimientos de la institución, por lo que se contemplan elementos gráficos universales, que puedan adaptarse al cambio de gobierno y cuyos colores y símbolos están justificados por la propia esencia de la institución y no por significados externos como o son los partidos políticos.

Esto permitirá que los usuarios logren a corto y largo plazo identificarse y guardar en su memoria una imagen unificada y continua de la casa de cultura de Huajuapán de León, crear una conexión y un fácil reconocimiento por medio de todos los medios por los que se dé a conocer.

RECONOCIMIENTO DE TIPOGRAFÍA

Debido a que la casa de cultura no cuenta con un manual de identidad visual, se acudió a buscadores de fuentes en la web para ubicar la tipografía usada en el actual logotipo, lo cual trajo como resultado la tipografía: Nazanin en su variante Bold, como se muestra en la siguiente imagen:

Figura 14. Tipografía ubicada



Fuente: Elaboración propia.

2.24 PROYECTOS HOMÓLOGOS

La arquigrafía entendida como la unión del diseño gráfico y arquitectónico, se ha utilizado en diferentes espacios con la finalidad de comunicar un mensaje efectivo a los usuarios. En este apartado, se busca contextualizar las aplicaciones de la arquigrafía en espacios y generar un fundamento para el desarrollo de una propuesta arquigráfica en un espacio cultural que contribuya a enriquecer la experiencia del usuario en la casa de cultura de Huajuapán de León.

2.24.1 SUBTE, BUENOS AIRES ARGENTINA

Como primer ejemplo del aporte que trae el diseño gráfico a la arquitectura y al urbanismo, se encuentra el Rediseño del sistema de transporte subterráneo de Buenos Aires Argentina iniciado en 1994, continuado en 2007 y renovado en 2014, a cargo de los argentinos Ronald Shakespeare, diseñador gráfico pionero en señalética y arquigrafía para plazas y hospitales, y Guillermo Gonzáles, arquitecto y diseñador gráfico. Este proyecto se centró en el diseño de identidad visual, señalización interior y exterior y rediseño de los mapas de dicho transporte basándose, según Shakespeare, en 5 subsistemas: gráfico, cromático, tipográfico, emplazamiento y secuencialidad (Shakespeare,1995)

El rediseño comenzó por el renombramiento de ‘Subterráneos de Buenos aires’ a ‘Subte’ con el fin de transmitir un emblema familiar, amigable y de establecer un vínculo con la ciudadanía.

Figura 15

Gráfica del Subte en 1994



Figura 16

Gráfica del Subte en 2013



Nota: Aplicación de rediseño de Shakespeare. Fuente: Sebastian Gagin (2014).

Luego, “se pasó de una concepción topológica realista, asociada a una forma tradicional de comunicar los trayectos en el espacio de la ciudad, a una abstracción geométrica horizontal, lineal y angular, de gran pregnancia y legibilidad” para mostrar los mapas de las vías (Sznaider, 2017).

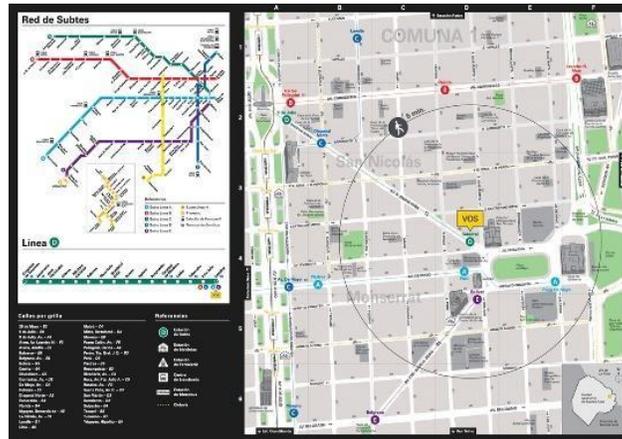
Figura 18

Mapas del Subte en 1994



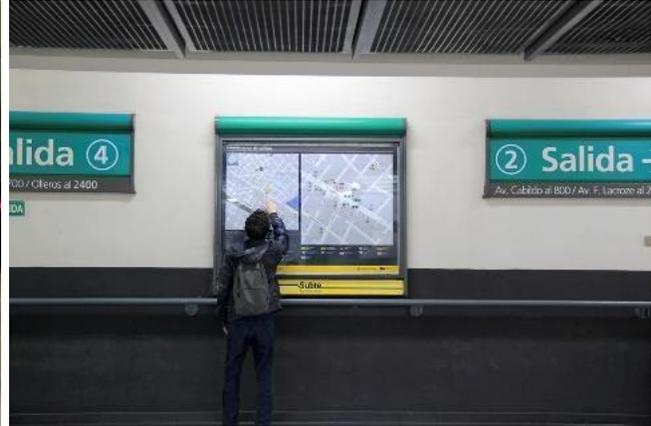
Figura 17

Mapas del subte en 2013



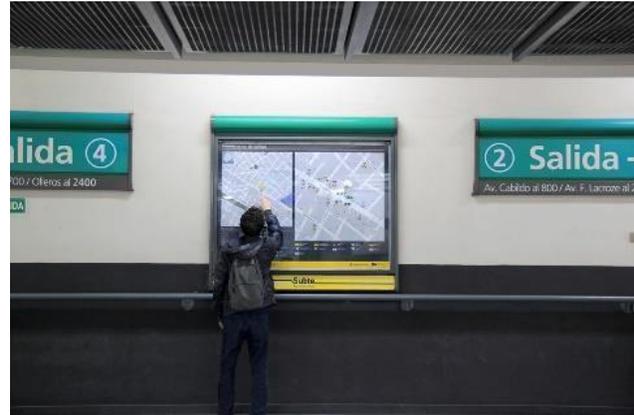
Nota: Aplicación de rediseño de Shakespear. Fuente: Sebastian Gagin (2014).

Después, se reemplazaron los carteles y elementos gráficos discordantes por un “cinturón perpetuo”, como lo llama Shakespear, que unifica los espacios de las áreas de distribución con los andenes, ésta es una banda del color característico de cada estación donde puede aparecer, por ejemplo, información orientativa o el plano de los recorridos de cada línea (Cambariere, 2011). Además, se trabajó en el emplazamiento de las señales, y en un lenguaje visual fuerte y conciso, basándose en la paleta histórica de colores de Argentina, flechas, líneas y una tipografía que garantizó la máxima legibilidad. La prioridad de estas señales fue responder a la necesidad de los usuarios de identificar la estación donde deben descender y de ser guiados hacia la salida del Subte. Como complemento visual se integraron en años siguientes, anuncios luminosos, espacios para el arte urbano, y la actualización de los sistemas de señalética.

Figura 19*Interior del Subte***Figura 20***Señalética y colores del Subte*

Nota: Aplicación de rediseño de Shakespear. Fuente: Sebastian Gagin (2014).

Después, se reemplazaron los carteles y elementos gráficos discordantes por un “cinturón perpetuo”, como lo llama Shakespear, que unifica los espacios de las áreas de distribución con los andenes, ésta es una banda del color característico de cada estación donde puede aparecer, por ejemplo, información orientativa o el plano de los recorridos de cada línea (Cambariere, 2011). Además, se trabajó en el emplazamiento de las señales, y en un lenguaje visual fuerte y conciso, basándose en la paleta histórica de colores de Argentina, flechas, líneas y una tipografía que garantizó la máxima legibilidad. La prioridad de estas señales fue responder a la necesidad de los usuarios de identificar la estación donde deben descender y de ser guiados hacia la salida del Subte. Como complemento visual se integraron en años siguientes, anuncios luminosos, espacios para el arte urbano, y la actualización de los sistemas de señalética.

Figura 21*Interior del Subté***Figura 22***Señalética y colores del Subté*

Nota: Aplicación de rediseño de Shakespeare. Fuente: Sebastian Gagin (2014).

2.24.2 HOSPITAL DE ONCOLOGÍA, BARCELONA

Llevando la arquigrafía a un espacio de menor escala, se encuentra el Hospital de Día de Oncología Infantil de Vall D'hebron, Barcelona; una institución construida en 2015 que demuestra cómo a través de elementos gráficos, puede mejorarse la experiencia del usuario dentro de un espacio. El reto con el que se encontró el estudio "Toormix" fue construir un entorno cómodo y amigable para tres públicos distintos: los enfermos, sus familiares y acompañantes y el equipo médico; éste debía ser un entorno que rebajara el nivel de estrés en todos ellos para mejorar el servicio, tomando en cuenta las personalidades, necesidades y percepciones de los pacientes: bebés, niños y adolescentes.

Figura 23*Gráficos en la recepción del hospital*

Fuente: Toormix (2015)

La solución comenzó por definir el espacio como un parque de atracciones, jugando con las palabras para volverlo un “parque de atenciones” dividido en tres entornos: el natural, que es la sala de espera; el universo, que es la zona de consultas médicas y el circuito de carreras, que es la zona de tratamiento; generando así un entorno que rebaja la tensión que genera ese tipo de enfermedades con tratamientos invasivos.

Figura 25

Gráficos y figuras en zona de tratamientos invasivos



Fuente: Toormix (2015)

Figura 24

Gráficos en área de juegos



El estudio Toormix afirma que se hizo uso de la psicología del color, íconos y tipografías atractivas; además se diseñaron espacios de co-working, zonas de juego para los pacientes más jóvenes y zonas de independencia para los pacientes adolescentes. Con esto se logró un entorno amable para el paciente donde su experiencia se vuelve más amena en una situación delicada (Toormix, 2015).

2.24.3 SECUNDARIA KIPP, NEW YORK

Como tercer ejemplo se encuentra la escuela secundaria KIPP en la ciudad de Nueva York, cuya construcción fue inaugurada en 2013. En esta institución, la arquigrafía también juega un papel importante, ya que transmite la esencia y los valores de esta modalidad de secundaria. KIPP significa en español “Programa Conocimiento es Poder” y tiene una misión de empoderamiento educativo que se transmite a través de los gráficos de su edificio.

El estudio “Pentagram”, encargado de los gráficos ambientales y señalización del espacio, hizo

uso de la arquigrafía desde el exterior hasta el interior para alentar a los alumnos a pensar, aprender y resolver problemas mientras encuentran una serie de códigos y acertijos que se integran al espacio. De igual forma, se transmite un lugar divertido y se fomenta la sensación de descubrimiento y sorpresa; por ejemplo, se incorporaron frases de libros en las escaleras, acertijos en las ventanas de la biblioteca, textos en gran formato con mensajes profundos y mensajes escondidos en el suelo, en las paredes e incluso en la estructura del edificio. (Pentagram, 2013). Con este espacio se demuestra que el uso adecuado y creativo de diferentes elementos arquigráficos puede llevar al usuario a disfrutar de una experiencia enriquecedora en el espacio.

Figura 27

Gráficos en ventana de biblioteca



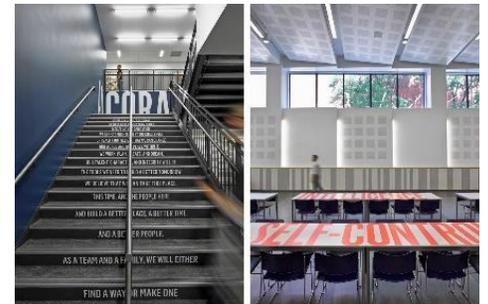
Figura 26

Gráficos en fachada principal



Figura 28

Gráficos en escaleras y aulas



Fuente: Pentagram (2013)

La arquigrafía, implementada en entornos públicos como escuelas, hospitales y entornos urbanos, ha demostrado su eficacia para mejorar la experiencia del usuario. Su aplicación en una casa de cultura puede enriquecer el sentido de pertenencia del visitante con el espacio, facilitar la orientación mediante elementos visuales intuitivos, mejorar el funcionamiento de las áreas y fomentar una experiencia más inclusiva y estimulante. Este análisis del estado del arte respalda la relevancia de integrar la arquigrafía en la casa de Cultura de Huajuapán de León para optimizar la interacción y participación de sus usuarios

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

3.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO

Siguiendo con la metodología que aplica este proyecto, como parte de la etapa número dos de investigación, después de recopilar información de diferentes fuentes bibliográficas y fundamentar cada uno de los temas a aplicar en este proyecto, es necesario pasar al siguiente paso: Identificación del usuario y recopilación de datos sobre las necesidades del mismo. Este capítulo, además de mostrar la aplicación de diferentes métodos para la obtención de información, consta de un análisis de los resultados para llegar a los requerimientos del usuario que serán la base para la construcción de la propuesta arquigráfica, lo que va acorde a la tercera etapa de este proyecto: la fase analítica.

Comprender las necesidades y expectativas de los usuarios garantiza que las soluciones de diseño sean efectivas y relevantes. Esta etapa permite recoger información valiosa a través de entrevistas y observaciones, asegurando que la propuesta arquigráfica responda adecuadamente a los hábitos, preferencias y comportamientos de la comunidad. Al enfocarse en el usuario, el proyecto no solo mejora la orientación y la experiencia en el espacio cultural, sino que también fortalece la conexión entre el entorno y sus visitantes.

3.2 GENERALIDAD DEL CASO DE ESTUDIO

El objetivo principal de este capítulo es “Investigar el funcionamiento de la casa de cultura de Huajuapán de León y determinar las problemáticas en la interacción del espacio con el usuario mediante método de observación y entrevistas”. Con este planteamiento como guía, se podrá cumplir con las siguientes metas al finalizar el análisis de las actividades realizadas:

M1: Listado de actividades, espacios, talleres e identificación de usuarios de la casa de cultura.

M2: Listado y descripción de los aspectos a mejorar de la experiencia del usuario en la casa de cultura de Huajuapán de León.

La intención de la puesta en práctica de cada una de las herramientas aquí empleadas es conocer y adentrarnos en el funcionamiento de las actividades de la casa de cultura para así plantear de manera fundamentada cada una de las necesidades y problemáticas con las que se enfrenta. Cada herramienta tiene un propio objetivo específico mencionado en el apartado de “descripción de herramienta” que, junto con las demás herramientas, crearán de forma global un criterio a partir del cual se podrán proponer cada uno de los elementos a diseñar y los requerimientos específicos con los que deben cumplir. Se espera que al final de este capítulo se termine de fundamentar la pertinencia de este proyecto en este espacio cultural y la importancia de una propuesta arquigráfica en este tipo de instituciones.

3.3 DESCRIPCIÓN DE USUARIOS

En este apartado se definen los usuarios a los que va enfocado este proyecto. Cada grupo tiene características y necesidades específicas que influyen en su interacción con el espacio cultural, y su comprensión es crucial para mejorar la experiencia del mismo dentro de la institución.

USUARIOS PRIMARIOS

NUEVOS VISITANTES

Se definen como nuevos visitantes a todas aquellas personas que visitan el espacio cultural por primera vez o que no forman parte del alumnado ni la parte administrativa de la institución, éstas cuentan con ciertas características específicas divididas en los siguientes aspectos:

1. FAMILIARIDAD

- Probablemente tiene poco o ningún conocimiento previo sobre los servicios, actividades y eventos que ofrece la casa de cultura.
- Puede estar explorando por curiosidad o debido a una recomendación.

2. EXPECTATIVAS

- Es posible que el nuevo visitante no tenga expectativas claras o específicas, pero busca una experiencia agradable e interesante.
- Puede estar interesado en descubrir algo nuevo o en participar en actividades culturales, inscribirse a un taller, etc.

3. MOTIVACIONES

- Curiosidad por conocer el espacio y las actividades que se realizan.
- Interés en participar en una actividad específica (un taller, una exposición, un evento).
- Influencia de amigos, familiares o publicidad.

4. NECESIDADES

- Información clara y accesible sobre las actividades y servicios disponibles: horarios, profesores, costos, duración.

- Orientación y asistencia para navegar por el espacio y comprender la oferta cultural.
- Sentirse bienvenido y cómodo en un entorno nuevo.

5. EDAD

- Niños, jóvenes y adultos de los 4 a 79 años.

Procedencia: La gran mayoría de las personas que ingresan a la casa de cultura son del mismo municipio de Huajuapán de León y muy pocos de poblaciones cercanas.

Entre estos visitantes se encuentran: posibles nuevos alumnos, padres de familia, turistas, población en general de Huajuapán de León y estudiantes de otras instituciones

DIRECTIVOS DE LA INSTITUCIÓN

Personas encargadas de la gestión, planificación y supervisión de las actividades culturales, educativas y administrativas de la institución, asegurando que se cumplan sus objetivos y misión en la comunidad.

USUARIOS SECUNDARIOS

ALUMNOS

Todas aquellas personas que participan en cursos, talleres o programas educativos ofrecidos por la institución.

PERSONAL DE LA INSTITUCIÓN

Empleados y colaboradores de la casa de cultura, incluyendo administrativos, profesores, técnicos, personal de atención al público encargados de gestionar, organizar y ofrecer actividades culturales y educativas en la institución.

3.4 LEVANTAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El levantamiento de información es crucial para diseñar una propuesta útil y adecuada. Considerar las experiencias y expectativas de los usuarios permite crear soluciones efectivas y funcionales. En este apartado, se detallan los métodos utilizados para recolectar datos, como son la observación y las entrevistas. Estas técnicas proporcionan una comprensión profunda del comportamiento y las necesidades de los visitantes, facilitando la creación de un entorno más accesible y atractivo mediante el diseño arquigráfico.

3.4.1 LEVANTAMIENTO FOTOGRAFICO EXPLORATORIO

DESCRIPCIÓN DE HERRAMIENTA

Como levantamiento exploratorio, se visitó la casa de cultura para realizar tomas fotográficas del espacio, las cuales son muy útiles para comprobar lo que se observa y para llevar un registro de los cambios que van experimentando los elementos arquigráficos, los objetivos de este primer levantamiento son los siguientes:

Tabla 3. *Levantamiento 1*

Levantamiento número 1.	
Método	Fotográfico
Aspectos a evaluar u objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener un primer acercamiento a la institución y conocer el espacio arquitectónico. • Explorar las problemáticas de comunicación visual desde la perspectiva del diseño gráfico y arquitectónico. • Conocer la pertinencia de ejecutar este proyecto en esta institución.

DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTO

Para llevar a cabo este levantamiento se tomaron en cuenta los siguientes pasos:

1. Obtención de permisos: Ante la coordinadora de la casa de cultura se realizó una presentación con la credencial oficial de la Universidad Tecnológica de la Mixteca para

obtener un permiso para la realización de la entrevista, la toma de fotografías y las visitas constantes a la institución presentando el objetivo de este proyecto.

2. Visita a la institución: Se acudió a la casa de cultura a realizar un levantamiento fotográfico que mostrara las problemáticas en el ámbito de la comunicación visual con las que se enfrentaba la recepción, las circulaciones, y los interiores de las áreas del inmueble. El levantamiento se llevó a cabo con las siguientes especificaciones:

Levantamiento número 1.	
Lugar	Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”
Fecha	3, 4 y 18 de noviembre de 2023
Duración de levantamiento	60 minutos
Método de guardado	Fotografías con celular

RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

Después de hacer un levantamiento de 134 fotografías, se tomaron las más representativas de las problemáticas vistas y se adjuntaron en la siguiente tabla que explica qué problema se identificó a partir de lo observado:

Tabla 4. Descripción de fotografías

Fotografía	Identificación del Problema	Fotografía	Identificación del problema
	Los letreros de las puertas de los salones no son comprensibles para todos los usuarios. Se trata de fomentar la lengua mixteca, pero hace falta una traducción que haga que este objetivo se cumpla.		Las pinturas en la parte inferior del muro carecen de una explicación que comunique el autor, el significado o la razón de ser de estas expresiones artísticas; además de que no están enmarcados como elementos gráficos importantes y se mezclan con el fondo del muro.

	<p>Algunos salones cuentan con doble señalética a cerca del tipo de curso que se imparte con dos estilos de diseño diferentes, mientras que otros carecen de alguno, creando confusión hacia el usuario.</p>		<p>Los muebles en el interior de los salones carecen de señalética o carteles que informen la función de estas herramientas, las precauciones o las indicaciones a seguir para utilizarlos. Por ejemplo, los lavabos que son exclusivamente para lavar pinceles del taller de pintura.</p>
	<p>Los letreros que informan los horarios del curso sólo están pegados en las puertas sin seguir una línea de diseño y están hechos de un material con poca durabilidad.</p>		<p>La línea de fotografías en la parte superior de la pared carece de información que comunique la intención con las que están colocadas ahí, el autor o los nombres de las personas. La coordinadora explica que son todas las parejas que han representado el jarabe mixteco a través de los años pero no se indica una cronología o el orden en el que fueron tomadas.</p>
	<p>Las indicaciones o restricciones que se anuncian en los sanitarios están hechos de materiales poco duraderos y fáciles de romper, mojar o ensuciar, no siguen una línea de diseño.</p>		<p>En algunas zonas existen señaléticas duplicadas creando contaminación visual y confusión al usuario.</p>
	<p>No existe una línea de diseño que se pueda poner en las mamparas informativas para comunicar actividades, anuncios, recuentos, fotografías, etc. Por lo que comunicar esto al usuario se vuelve difícil.</p>		<p>No existe un espacio específico para la publicación y muestra de los anuncios de eventos propios de la institución además de que sus diferentes formas, colores y tamaños crean confusión en el usuario y crea distracciones.</p>

	<p>Existe contaminación visual en la recepción del inmueble, el cual es el primer espacio con el que los usuarios tienen contacto y donde acuden a obtener información acerca de las actividades.</p>		<p>Los adornos, las señaléticas, los avisos y diferentes elementos se mezclan visualmente en la recepción del usuario creando un impacto visual que no es armonioso y no llama la atención del usuario debido a su saturación.</p>
---	---	--	--

Fuente: Elaboración propia

Después de haber analizado cada una de las problemáticas aquí señaladas y haberse informado sobre el sustento teórico que las resuelva, pueden enumerarse las siguientes posibles soluciones con la finalidad de mejorar la comunicación visual entre la institución y sus usuarios:

- ✓ Elementos gráficos que comuniquen la función de cada salón y área del espacio arquitectónico (curso, maestro, horarios, etc.).
- ✓ Elementos gráficos que informen las características o la razón de ser de las obras exhibidas en los muros de los espacios tales como fotografías, pinturas, carteles, etcétera. Por ejemplo: La coordinadora de la casa de cultura informó que las fotografías puestas en la parte superior de los muros principales representan a todas las parejas que han bailado jarabe mixteco a través de la historia, sin embargo, no existe ningún texto que lo comunique a los usuarios ni cause interés en ello; por lo tanto proponer una franja de un color específico acompañado de los nombres de las parejas o el año en que se tomó la fotografía y el significado del jarabe mixteco para la región, haría una importante diferencia en el impacto visual y de identidad que se causa en el usuario.
- ✓ Eliminar la señalética repetida para evitar la contaminación visual y diseñar una sola que contenga la información necesaria.
- ✓ Indicar gráficamente el uso correcto de los mobiliarios poco convencionales para explicarlo al usuario y evitar daño o mal uso de ellos.
- ✓ Evitar la señalética de materiales poco resistentes como hojas de papel, cartón, etc.

- ✓ Crear un diseño que unifique la señalética con la imagen institucional y su paleta de colores.
- ✓ Elementos gráficos que informen sobre las actividades, cursos, exposiciones y funciones de la institución a todos sus tipos de público.
- ✓ Diseñar un sistema que permita que la información exhibida en el pórtico esté actualizada, evitando de este modo la contaminación visual al contar con gráficos ya pasados de fecha y la desinformación al usuario.
- ✓ Diseñar una identidad gráfica institucional para unificar todos los elementos necesarios y que el usuario lo perciba como un espacio unificado y con el mismo objetivo.

Después de identificar las necesidades y problemáticas, analizarlas y proponer posibles soluciones, éstas han de convertirse en requerimientos específicos de diseño para que luego se pase a la etapa creativa. Es por eso que al final de este apartado se encuentra una tabla donde se incluyen todos los requerimientos de diseño como resultado de la información extraída de cada levantamiento.

3.4.2 LEVANTAMIENTO CON COORDINADORA DE CASA DE CULTURA

Entrevista a la coordinadora de la Casa de Cultura. Mtra. Melina Mendoza

DESCRIPCIÓN DE HERRAMIENTA

Como levantamiento exploratorio, se visitó la casa de cultura para entablar una entrevista con la Mtra. Melina Mendoza, coordinadora de la casa de cultura; los objetivos y características de este segundo levantamiento son los siguientes:

Tabla 5

Descripción de la herramienta aplicada en el levantamiento 2

Levantamiento número 2.	
Método	Entrevista
Tipo según estructuración	Semiestructurada
Tipo según el momento	Exploratoria

Tipo según el número de participantes	Individual
Tipo según el espacio en el que se realiza	Presencial
Usuario al que va dirigido	Coordinadora de la casa de cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”
Nombre de la persona a la que se dirige	Mtra. Melina Mendoza
Aspectos a evaluar u objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener un primer acercamiento a la institución y explicar los objetivos del presente proyecto. • Conocer la pertinencia de ejecutar este proyecto en esta institución. • Funcionamiento de la casa de cultura: dinámica de actividades y cursos • Administración en cuanto a diseño: arquitectónico y gráfico (carteles, colores de salones y áreas, anuncios, mobiliario, etc.) • Conocer datos generales como: tipos de cursos, número de alumnos, periodos, tipos de actividades que se realizan, etc.

Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTO

1. Fase de preparación:

- a. Definición del objetivo general: Realizar un primer acercamiento a la institución de la Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro” para conocer sus principales funciones y la pertinencia de realizar este proyecto en esta institución en la actualidad.
- b. Obtención de permisos: Ante la coordinadora de la casa de cultura se realizó una presentación con la credencial oficial de la Universidad Tecnológica de la Mixteca para obtener un permiso para la realización de la entrevista, la toma de fotografías y las visitas constantes a la institución.
- c. Redacción de preguntas guía:

Se realizaron preguntas guías orientadas al cumplimiento de los objetivos general y específico de este apartado dentro de las cuales destacan las siguientes:

- ¿Cuál es la misión y visión de esta Casa de Cultura?

- ¿Qué actividades se llevan a cabo y en que horarios?
- ¿Con qué áreas cuentan y cuál es la función de cada una?
- ¿Cómo funciona su ciclo de actividades?
- ¿De qué edades son sus usuarios y de donde son?
- ¿Con qué problemáticas se han enfrentado en cuanto a la comunicación de la función de esta institución?
- ¿Cree necesaria la implementación de elementos gráficos tales como señalética, identidad gráfica, carteles, etc. para mejorar el funcionamiento de la casa de cultura y guiar a los usuarios?

2. Fase de apertura:

- a. Solicitar el consentimiento de grabar la conversación
- b. Presentación ante la coordinadora de la Casa de Cultura de Huajuapán de León:

Buen día, agradezco el tiempo que me brinda para la realización de esta entrevista, mi nombre es Aylin Dávila, soy estudiante de Ingeniería en Diseño de la Universidad Tecnológica de la Mixteca y estoy realizando un proyecto que propone la implementación de arquigrafía (herramientas de arquitectura y diseño gráfico) para mejorar la comunicación entre el edificio y sus usuarios y de esta manera mejore la realización de sus funciones y la percepción que la institución tiene ante su público.

Este proyecto implica identificar el funcionamiento de este espacio, reconocer la importancia cultural que tiene ante la comunidad de Huajuapán de León, identificar las problemáticas con las que se enfrenta en cuanto a orientación e identidad propia y finalmente realizar una propuesta gráfica basada en una investigación adecuada de cada concepto a aplicar.

La idea está orientada hacia el diseño de señalética, la propuesta de un manual de identidad institucional, paleta de colores, logotipo, entre otros elementos gráficos que mejoren la comunicación de las funciones al usuario.

3. Desarrollo

- a. La coordinadora realizó un recorrido por las áreas de todo el edificio que conforma la Casa de Cultura explicando la función de cada zona, especificaciones de los cursos y algunas problemáticas con las que se han enfrentado en ciertas áreas como el auditorio o los salones.
- b. Intercambio de información siguiendo la guía de preguntas.

Tabla 6

Especificaciones levantamiento 2

Levantamiento número 2.	
Lugar	Oficina de coordinación de la Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”
Fecha	3 de noviembre de 2023
Duración de la entrevista	35 minutos.
Método de guardado	Grabación de voz

Fuente: Elaboración propia

4. Cierre

- a. Realización de síntesis y conclusiones

Se agradeció a la coordinadora por el tiempo prestado y se realizó una conclusión breve sobre la utilidad de esta entrevista que se mostrará en los resultados.

RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

Una vez realizado el levantamiento, se realizó un análisis de la grabación obtenida extrayendo las respuestas y puntos más importantes de la entrevista de acuerdo a nuestro objetivo y se enlistaron en la siguiente tabla, donde se exponen las respuestas, la identificación de la necesidad o problema a partir de ellas y una posible solución desde una perspectiva de diseño:

Tabla 7

Requerimientos del usuario a partir del levantamiento 2

Respuesta obtenida del entrevistado	Identificación de problemática	Posible solución
<p>Hablando de las dificultades con las que se encuentran los usuarios la maestra comenta: “Los primeros días de cada ciclo son caóticos” debido a que no conocen dónde es su curso o quién es su maestro debido a que “Tenemos varios maestros dando el mismo taller y se confunden”</p>	<p>Los nuevos usuarios no identifican su salón y su profesor.</p>	<p>Herramienta gráfica informativa que indique las áreas de cada curso.</p> <p>Herramienta gráfica informativa que indique los nombres de los profesores de cada curso.</p>
<p>“No todos los salones tienen el nombre del maestro y el curso que se da”</p>	<p>Las puertas de cada salón no cuentan con señalamientos que informen cuál es la función de ese espacio.</p>	<p>Herramienta gráfica informativa fuera de cada salón que indique las funciones de ese espacio.</p> <p>Gráficos que sean fáciles de relacionar con el curso: íconos, colores, texturas.</p> <p>Señalética que guíe al usuario hacia su área de interés.</p>
<p>“Los niños no siguen las indicaciones en los lavabos de pintura”</p>	<p>Hacen falta indicaciones para que los alumnos usen el mobiliario adecuadamente.</p>	<p>Señalética en el mobiliario que requiera cumplir con una función específica.</p>
<p>“Los visitantes no tienen claro que se hace en una casa de cultura, creo que hace falta una explicación”</p>	<p>Hacen falta elementos que informen a los visitantes lo que hace la institución y se cree una cultura visual que los haga sentirse identificados con ella.</p>	<p>Herramientas gráficas informativas que representen la esencia de la casa de cultura, así como su función haciendo uso de colores, tipografías, imágenes, carteles informativos, etc.</p>
<p>“Si no hubiera nadie en la entrada y hubiera un evento en el auditorio, la gente no sabría a donde ir; o si vienes a entregar un oficio, no sabes dónde están las oficinas”</p>	<p>Faltan elementos que indiquen dónde está el auditorio y las oficinas.</p>	<p>Señalética que dirija al usuario hacia estos espacios y ayude a realizar un recorrido autónomo.</p>

“Solo tenemos un escudo hecho en blanco y negro diseñado hace muchos años”	Falta contar con un logotipo en todos los formatos requeridos: vector, imagen, pdf. Y actualizarlo.	Vectorización y especificaciones de logotipo adecuado para todo tipo de formatos.
“Cada gobierno cambia los colores que deben ocuparse en la casa de cultura”	No existe una identidad gráfica propia de la institución que conecte con los usuarios y con la cultura mixteca.	Manual de identidad visual institucional propia de la Casa de Cultura que aluda a su esencia y funciones.
“Cada mes se saca una agenda de actividades y exposiciones”		Espacio / herramienta gráfica que pueda funcionar para publicar la agenda de cada semestre incluyendo horarios, cursos, profesores, información para inscripciones, etc.
“Cuando son eventos aislados cada evento manda a hacer su lona”	No se cuenta con una guía visual que contemple las propagandas y el diseño pueda unificarse.	Guía de lineamientos o elementos gráficos que pueden / deben ocuparse en todo tipo de promoción de eventos.
“Hay un compañero auxiliar que se encarga de la recepción en las tardes solamente que nos apoya con los alumnos y con los papás”	No se cuenta con personal de recepción en todo el horario que la casa de cultura se encuentra abierto, por lo que muchos usuarios se confunden o no encuentran a quien preguntarle sobre sus dudas.	Herramienta gráfica que contribuya a que todos los usuarios realicen un recorrido autónomo y puedan abastecerse de la información necesaria sobre actividades y para llegar a su sitio de interés.

Fuente: Elaboración propia

Además, se enlistaron los datos generales del funcionamiento de la Casa de Cultura con el fin de incluirlos en las herramientas gráficas a contemplar.

RESULTADOS GENERALES DEL LEVANTAMIENTO
<p>Total de alumnos hasta el 3 de noviembre de 2023: 586 Desde niños hasta adultos mayores. Edad de los alumnos: 4 a 79 años. Periodos: Por semestre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enero-julio • Agosto-diciembre

Actividades que se realizan:

Cursos

- Pintura
- Danza folclórica
- Danza contemporánea
- Ballet
- Guitarra
- Piano
- Dibujo
- Coro
- Creación de arte con papel maché

Exposiciones

Actividades directivas y administrativas.

Conciertos

Cierres de ciclo

Finalmente, después de enlistar las problemáticas y las posibles soluciones que se pueden dar desde un punto de vista de diseño, se puede llegar a una propuesta arquigráfica que cuente con dos elementos principales:

1. Manual de identidad visual institucional.
2. Propuesta de señalética para el interior de la casa de cultura priorizando recepción y circulaciones.

Las especificaciones o requerimientos de diseño con las que deben contar estos dos elementos se encuentran en la tabla al final de este capítulo, donde se toman en cuenta cada uno de los levantamientos.

3.4.3 LEVANTAMIENTO CON VISITANTES

Observación de usuarios al ingresar a la Casa de Cultura.

DESCRIPCIÓN DE HERRAMIENTA

Como levantamiento específico, se visitó la casa de cultura para observar la función de la recepción del edificio y las acciones que realizan cada uno de los usuarios al ingresar; los objetivos y características de este segundo levantamiento son los siguientes:

Tabla 8*Descripción de la herramienta del levantamiento 3*

Levantamiento número 3.	
Método	Observación directa No participante Estructurada
Hipótesis	Los nuevos usuarios necesitan elementos informativos que comuniquen las actividades que se realizan y elementos de señalética que los guíen hacia su área de interés mejorando las circulaciones y accesibilidad.
Usuario al que va dirigido	Todo usuario que ingrese a las instalaciones de la Casa de Cultura
Nombre de la persona a la que se dirige	Sin nombres, toda persona que ingrese a las instalaciones
Aspectos a evaluar u objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Observar las acciones que los visitantes de la casa de cultura realizan al ingresar al edificio respecto a sus circulaciones y uso del espacio. • Escuchar las preguntas que los visitantes y usuarios realizan a las personas encargadas de recepción a cerca de las actividades, áreas y función de la casa de cultura. • Conocer las problemáticas y necesidades con las que se enfrenta la recepción y pasillos de circulación de la casa de cultura

Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS**1. Fase de preparación:**

1. Obtención de permisos: Ante la coordinadora de la casa de cultura se realizó una presentación con la credencial oficial de la Universidad Tecnológica de la Mixteca para obtener un permiso para la realización de la entrevista, la toma de fotografías y las visitas constantes a la institución.
2. Formulación de tablas que facilitaran la observación y el registro de información rápida y precisa. Estas tablas pueden observarse en los anexos al final de este documento.
3. Establecimiento del lugar/ espacio desde donde se realice el método de observación que debe cumplir con los requisitos:

- Que el observador tenga acceso visual a la zona de entrada, recepción e inicio de circulaciones del inmueble.
 - Que el observador tenga acceso auditivo a las preguntas o comentarios que realicen las personas al encargado de recepción al entrar al inmueble.
 - Que el observador no llame la atención de los usuarios, ni cause incomodidad o invasión.
4. Establecimiento del horario adecuado para realizar este método que debe cumplir con los requisitos:
- Horario en el que exista una persona encargada de recepción, que en este caso es de 4:00 a 8:00 pm.

2. Fase de aplicación

Una vez que el observador se situó en el área especificada previamente, se procedió a tomar registro de cada una de las preguntas y acciones que los usuarios realizaban al entrar a la casa de cultura.

Tabla 9

Especificaciones de levantamiento 3

Levantamiento número 3.	
Lugar	Recepción de la Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”
Fecha	Viernes 26 abril 2024
Duración de la entrevista	1:30 horas. De 6:30 a 8:00 pm.
Método de guardado	Apuntes digitales en tablas y notas.
Número de usuarios observados	20

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS Y ANÁLISIS DEL LEVANTAMIENTO

Después de concluir el método de observación y registrar cada uno de los datos observados, se procedió a organizar y resumir la información a través de tablas y gráficas con el fin de extraer

lo más importante y los datos que son útiles para la propuesta arquigráfica. Estos datos se dividieron en 3 categorías que se muestran a continuación:

a. TIPOS DE USUARIO

Se identificó que el 40% de las personas que ingresaron son visitantes, ya que no forman parte del alumnado ni del personal laboral de la institución. Algunos de ellos parecían estudiantes porque llevaban puesto algún uniforme de bachillerato o secundaria, algunos adultos mayores, otros se acercaban porque la música de los ensayos de danza llamaba la atención, y algunos otros iban por conocer o informarse sobre un dato en específico.

Figura 29. Tipo de usuario



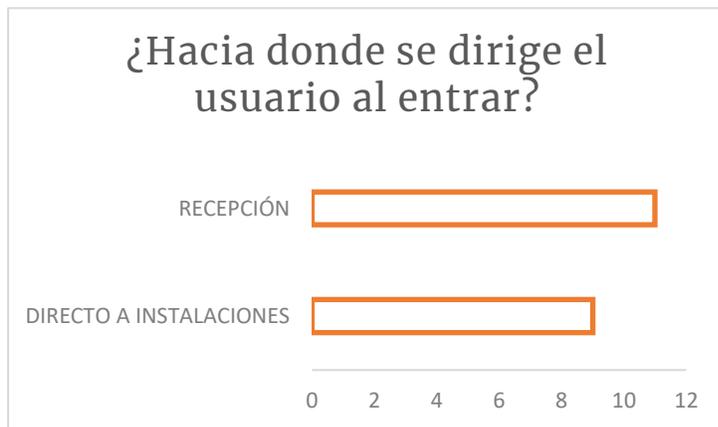
Fuente: Elaboración propia

b. ACCIONES QUE REALIZAN

Una vez ingresando a las instalaciones, se observó que el 55% se dirigía a recepción y el resto entraba directamente al interior del edificio, lo que significa que poco más de la mitad requieren información que quizá sólo el encargado de recepción puede darles, el resto conoce su sitio de destino y entra directamente, éstos regularmente son alumnos que entran con frecuencia a la casa de cultura o personas que trabajan aquí.

Además de observar hacia donde se movían las personas, la observación incluía revisar cuántas personas miraban hacia la pizarra con el objetivo de buscar ahí la información que necesitaban o informarse sobre algún dato, sin embargo, con la remodelación que se llevó a cabo en el mes de marzo, las pizarras que estaban en los muros de recepción se eliminaron, por lo que fue imposible observar esa acción.

Figura 30. Dirección del usuario

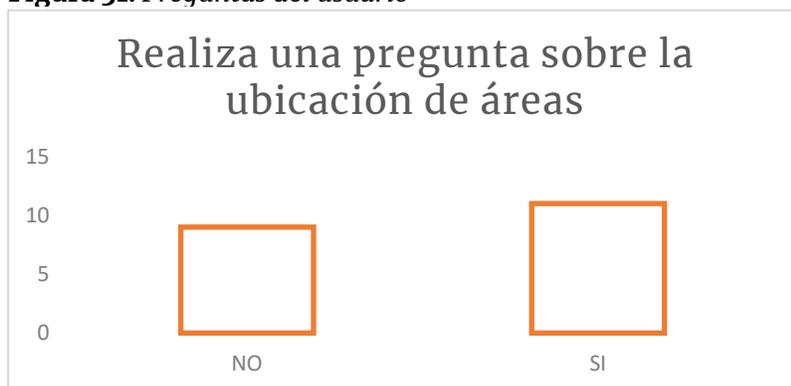


Fuente: Elaboración propia

c. PREGUNTAS DIRIGIDAS AL ENCARGADO DE RECEPCIÓN

El 100% de las personas que se dirigen a recepción, realizan preguntas o comentarios a la persona encargada para obtener algún tipo de información.

Figura 31. Preguntas del usuario



Fuente: Elaboración propia

Algunas de las preguntas que se escucharon son:

- Buscamos a la maestra de danza, ¿sabe dónde está ese salón?

- ¿Puedo dejar el lunch de mi hijo? Viene a curso más tarde.
- ¿Sabe si todavía dan clases de pintura?
- ¿Dónde queda la bodega?
- ¿Dónde está el baño?
- ¿Va a venir la maestra de zumba? ¿Qué días viene?
- ¿Hay alguna exposición?
- ¿Cómo me puedo inscribir al curso de danza folclórica? (El que estaban practicando en ese momento)

La mayoría de preguntas son del tipo ¿dónde? O busca información sobre las actividades actuales de la casa de cultura; lo que significa que para eficientizar el uso de la recepción y lograr un recorrido autónomo y una transmisión correcta de la información a los usuarios, es necesario implementar la arquigrafía a manera de elementos gráficos en los muros, mamparas, pizarras o carteles donde los usuarios encuentren la información básica necesaria.

Además, debe tomarse en cuenta que el horario de las personas que se encuentran en recepción solo es vespertino y para los visitantes que asistan a la casa de cultura por la mañana será más difícil solucionar sus dudas.

Otro de los aspectos que son importantes es que muchas de las veces, los que brindan la información a los visitantes son los policías, cuya función es principalmente la vialidad y no están destinados a la atención a visitantes o alumnado, es por eso que elementos gráficos cuya única función sea informar y dirigir a los usuarios es de suma importancia.

Finalmente, es necesario que toda la información que se tome en cuenta para proponer en los elementos arquigráficos deberán ser constantemente actualizados y ser transmitidos de forma accesible y comprensible, ya que, si se descuida o la información no está al día, podría regresarse al mismo problema.

d. ACCIONES QUE SE TOMAN

Se observó la forma de solucionar las dudas que los visitantes tenían; por ejemplo, en el caso del usuario número 13, la pregunta fue: “¿Dónde está la bodega?” y para solucionar esta duda, la encargada de recepción llamó a una persona asistente para que acompañara al usuario hacia la bodega y pudiera guardar los objetos que llevaba en las manos. Sin embargo, para estos casos, la institución no cuenta con personal específico que acompañe a las personas hacia su destino; es por eso que hacer uso de la arquigrafía por medio de señalética, colores y gráficos haría que los usuarios pudieran buscar y encontrar su lugar de destino de manera autónoma y de esta forma eficientizar el tiempo y los recursos humanos.

Después de identificar las necesidades, analizarlas y proponer posibles soluciones, se registran los requerimientos de diseño que deben aplicarse a la propuesta; las cuales se muestran en la tabla de requerimientos al final de este apartado.

3.4.4 LEVANTAMIENTO CON USUARIO SECUNDARIO

Entrevista a encargados de la recepción de la Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro
DESCRIPCIÓN DE HERRAMIENTAS

Como segunda parte del método de observación y con el fin de contar con información más específica, se entabló una entrevista con los encargados de la recepción; los objetivos y características de este segundo levantamiento son los siguientes:

Tabla 10. *Levantamiento 4*

Levantamiento número 4.	
Método	Entrevista
Tipo según estructuración	No estructurada
Tipo según el momento	Corroborar datos
Tipo según el número de participantes	Grupal: 2 personas
Tipo según el espacio en el que se realiza	Presencial
Usuario al que va dirigido	Encargados de recepción y vialidad de la casa de cultura.

Nombre de la persona a la que se dirige	Sofía, Salvador Hernández, Prefecta: Ruth Solano Sánchez
Aspectos a evaluar u objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la pertinencia de ejecutar este proyecto en esta institución. • Identificar necesidades o problemáticas adicionales a las anteriores. • Confirmar los datos obtenidos mediante el método de observación.

Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

Después de realizar el método de observación, se entabló una conversación con los encargados de la recepción de la institución debido a que tienen mayor experiencia en este método y diariamente conocen las inquietudes de las personas que acuden a ella, las preguntas que tienen y sus intereses.

Esta entrevista no se estructuró previamente por lo que se siguió la guía de las tablas del método previo.

1. Fase de apertura:

- a. Solicitar el consentimiento de grabar la conversación
- b. Presentación ante la coordinadora de la Casa de Cultura de Huajuapán de León:

Buen día, soy estudiante de Ingeniería en Diseño de la Universidad Tecnológica de la Mixteca y estoy realizando un proyecto que propone la implementación de arquigrafía (herramientas de arquitectura y diseño gráfico) para mejorar la comunicación entre el edificio y sus usuarios y de esta manera mejore la realización de sus funciones y la percepción que la institución tiene ante su público.

La idea está orientada hacia el diseño de señalética, la propuesta de un manual de identidad institucional, paleta de colores, logotipo, entre otros elementos gráficos que mejoren la comunicación de las funciones al usuario.

Ya hemos realizado un levantamiento con el fin de conocer el comportamiento de los usuarios al entrar, cuáles son sus preguntas y cómo llegan al sitio de su interés, sin embargo,

agradeceríamos que usted nos ayudara a corroborar esa información y nos hablara a cerca de las problemáticas que ha identificado.

2. Desarrollo

Se intercambió información en base a las siguientes preguntas:

- ¿Cuánto tiempo llevan desarrollando este trabajo en el área de recepción?
- ¿Cuál es el horario en el que ingresan más personas?
- Cuando llegan personas nuevas, ¿cuál es su interés o que preguntas les hacen?
- ¿Existe algún encargado de dar recorridos a los nuevos usuarios?
- ¿Cuántas personas vienen a preguntar sobre cursos o talleres en promedio al día?
- ¿Cuál es el curso o área por el que más preguntan?
- ¿Considera que haga falta algún tipo de señalamiento que indique donde está cada área o salón?
- ¿Cuáles son los cursos actuales que se imparten y sus horarios?

RESULTADOS Y REQUERIMIENTOS DE USUARIO

Tabla 11. *Requerimientos del usuario*

Respuesta obtenida del entrevistado	Identificación de problemática o necesidad	Posible solución
“Los nuevos visitantes preguntan por exposiciones mayormente o pasan a ver las pinturas que hay o el lugar y se toman fotos”	No se muestran las actividades que hay en la casa de cultura.	Información en recepción mediante gráficos que muestren a los visitantes las actividades y todos los datos respectivos a ellas.
Al día, llegan aproximadamente 5 personas a preguntar sobre las actividades, cursos y talleres.	Existe gran demanda en la inscripción a cursos e interés por parte de la población de Huajuapán de León.	Adjuntar toda la información necesaria a las pizarras de recepción para que ningún usuario se vaya sin conocer la información del curso de su interés y sea atractivo convincente para lograr la inscripción.

Si considero necesario la implementación de señalética debido a que las mamás de los alumnos no se ubican saben hacia donde ir para dejar a sus hijos, así mismo no ubican al maestro que da el curso.	Los padres de familia no ubican el aula en que los alumnos toman la clase y esto puede causar que en horarios específicos haya congestión de personas en algunas áreas, caos o afecte a la circulación.	Marcar el camino de la recepción hacia cada salón de cada curso y cada área con eventos.
La mayoría de los alumnos son niños y jóvenes.	Es necesario establecer un diseño que se adapte a estos usuarios.	Tamaño, altura, gráficos y materiales que se adecúen a estos usuarios.
De parte de la prefecta: Mi labor es informar a los visitantes sobre los cursos, horarios, profesores y resolver las dudas para los nuevos alumnos.	La problemática se encuentra en que existen horarios en que este personal no se encuentra.	Pizarra que brinde información de un contacto al que se puedan comunicar en caso de no encontrar la información que necesitan y no haya ningún personal que pueda atender las dudas de los usuarios.
Prefecta respecto a la señalética: ayudaría mucho a que los padres de familia ubiquen los salones.	Es necesario el uso de señalética en la institución.	Implementar gráficos en circulaciones y destinos que hagan énfasis en la función de casa salón.

RESULTADOS GENERALES DEL LEVANTAMIENTO

Cursos

- Piano
- Coro
- Teatro
- Guitarra
- Violín
- Pintura
- Dibujo
- Danza clásica
- Danza folclórica
- Dana prehispánica

Horarios por definir: A partir de las 4 pm.

Guitarra: 11 am a 1pm

Duración de los talleres: 1 hora

Talleres: de lunes a viernes.

Danza clásica y prehispánica: viernes, sábado y domingo.

Próxima fecha de inicio de cursos: 1ª semana de Julio de 2024

15 maestros dando cursos.
 Horario de prefecta 1pm – 9pm.
 La información sobre cursos y eventos se sube a la página de Facebook: Gobierno Huajuapán de León.

Fuente: Elaboración propia

3.4.5 LEVANTAMIENTO CON SEGUNDA COORDINADORA DE CASA DE CULTURA

Entrevista a Mtra. Yadhira Chávez, coordinadora de la Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”.

DESCRIPCIÓN DE HERRAMIENTAS

Como levantamiento para actualización de información, se visitó la casa de cultura para entablar una entrevista con la Mtra. Yadhira Chávez, actual coordinadora de la casa de cultura; los objetivos y características de este segundo levantamiento son los siguientes:

Tabla 12. Levantamiento 5

Levantamiento número 5.	
Método	Entrevista
Tipo según estructuración	Semiestructurada
Tipo según el momento	Actualización de datos
Tipo según el número de participantes	Individual
Tipo según el espacio en el que se realiza	Presencial
Usuario al que va dirigido	Coordinadora de la casa de cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”
Nombre de la persona a la que se dirige	Mtra. Yadhira Aidé Chávez Cruz
Aspectos a evaluar u objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionamiento actual de la casa de cultura: dinámica de actividades y cursos • Información sobre la remodelación de colores y mobiliario de la fachada e interiores de la institución. • Conocer los cursos actuales, maestros, horarios, salones, etc. • Conocer la pertinencia de ejecutar este proyecto en esta institución. • Identificar necesidad o problemática adicional a las anteriores.

	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener ejemplos de implementaciones de diseño que han creado o utilizado para identificar la información necesaria: trípticos, carteles, etc.
--	--

Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

1. Fase de preparación:

- a. Definición del objetivo general: Realizar una actualización de la información respecto al levantamiento número 2 de entrevista con la Mtra. Melina Mendoza.
- b. Obtención de permisos: Se explicó el objetivo a la actual coordinadora y se planeó el día de la entrevista, ya no fue necesario mostrar credenciales.
- c. Redacción de preguntas guía:

Se realizaron preguntas guías orientadas al cumplimiento de los objetivos general y específico de este apartado dentro de las cuales destacan las siguientes:

- ¿Cuánto tiempo lleva laborando en esta institución?
- ¿Cuál es su función en la casa de cultura?
- Actualmente, ¿la casa de cultura cuenta con una identidad gráfica?
- ¿En qué consistió la remodelación y pintura que se llevó a cabo recientemente en casa de cultura y quién estuvo a cargo?
- ¿Considera importante la implementación de una identidad gráfica en esta institución?
- ¿Ha identificado alguna necesidad problema en el área de recepción respecto a la ubicación de los espacios o aspecto informativo?
- ¿Considera importante la implementación de un sistema de señalética que guíe a los usuarios a su punto de interés?
- ¿Cuenta con ejemplos de recursos que utilizan para promocionar las actividades de la casa de cultura como trípticos, folletos, etc.?
- ¿Podría proporcionarme un listado con las actividades del nuevo ciclo de cursos?

Las preguntas completas y ordenadas de acuerdo a la realización de la entrevista pueden observarse en el Anexo 1.

2. Fase de apertura:

- a. Solicitar el consentimiento de grabar la conversación
- b. Presentación ante la coordinadora de la Casa de Cultura de Huajuapán de León:

Buen día, agradezco el tiempo que me brinda para la realización de esta entrevista, mi nombre es Aylin Dávila, soy estudiante de Ingeniería en Diseño de la Universidad Tecnológica de la Mixteca y estoy realizando un proyecto que propone la implementación de arquigrafía (herramientas de arquitectura y diseño gráfico) para mejorar la comunicación entre el edificio y sus usuarios y de esta manera mejore la realización de sus funciones y la percepción que la institución tiene ante su público.

Este proyecto implica identificar el funcionamiento de este espacio, reconocer la importancia cultural que tiene ante la comunidad de Huajuapán de León, identificar las problemáticas con las que se enfrenta en cuanto a orientación e identidad propia y finalmente realizar una propuesta gráfica basada en una investigación adecuada de cada concepto a aplicar.

La idea está orientada hacia el diseño de señalética, la propuesta de un manual de identidad institucional, paleta de colores, logotipo, entre otros elementos gráficos que mejoren la comunicación de las funciones al usuario.

Ya he realizado algunos levantamientos y en esta ocasión solo haré unas preguntas con el fin de actualizar la información previamente obtenida y conocer sus puntos de vista respecto a las necesidades gráficas como maestra y coordinadora.

3. Desarrollo

- a. Intercambio de información siguiendo la guía de preguntas.

Tabla 13*Especificaciones levantamiento 1*

Levantamiento número 5.	
Lugar	Oficina de coordinación de la Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”
Fecha	2 de mayo de 2024
Duración de la entrevista	9:19 minutos
Método de guardado	Grabación de voz

Fuente: Elaboración propia

4. Cierre

Se agradeció a la coordinadora por el tiempo prestado y se realizó una conclusión breve sobre la utilidad de esta entrevista que se mostrará en los resultados.

RESULTADOS Y REQUERIMIENTOS DE USUARIO

Una vez realizado el levantamiento, se realizó un análisis de la grabación obtenida extrayendo las respuestas y puntos más importantes de la entrevista de acuerdo a nuestro objetivo y se enlistaron en la siguiente tabla, donde se exponen las respuestas, la identificación de la necesidad o problema a partir de ellas y una posible solución desde una perspectiva de diseño:

Tabla 14. *Requerimientos del usuario*

Respuesta obtenida del entrevistado	Identificación de problemática o necesidad	Posible solución
“Esta institución busca crear niños y ciudadanos consientes de amar a su cultura y conocerla” “Que aprendan que hay muchas formas de expresarse”	Los elementos gráficos deben transmitir un sentido de pertenencia hacia su cultura y tomar muy en cuenta al público infantil.	Colocar colores o símbolos representativos de la cultura que sean legibles y fáciles de asociar fortaleciendo la identidad visual de la institución.
“Las cosas como tipografía para oficios, colores van cambiando de acuerdo a la administración” “Así mismo todas oficinas que dependemos de la administración nos regimos a	La identidad visual cambia junto con la administración, se necesita establecer parámetros que sean constantes en la casa de cultura y se adecúen a esto.	Definir colores, símbolos, gráficos y señalética universales que puedan integrarse los cambios que hace la administración para que la identidad de la casa de cultura se mantenga en la mente de los usuarios.

la carpeta de colores y tipografía de ellos”		
<p>ASPECTOS QUE SE TOMARON EN CUENTA PARA LA REMODELACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de salones: por ejemplo, lavabos. • Limpieza y pintura del edificio. • Cambio de puertas. • Arreglo del techado y goteras. • Colocación de lámparas. • Colocación de telón eléctrico en auditorio, luces y sonido. 	<p>Actualizar y revisar los salones que cuentan con un letrero y unificar conceptos para que toda la institución y todas las áreas cuenten con la señalética necesaria.</p>	<p>Definir los elementos del diseño que se ocupan en los letreros ya establecidos, analizarlos y revisar qué elementos podrían usarse para el diseño de todos los elementos restantes.</p>
<p>“Los alumnos de nuevo ingreso no saben donde está ubicado su salón, se pusieron unos letreros en la remodelación, pero solo de algunos salones”</p>	<p>Falta señalética que indique la función de ciertas áreas.</p>	<p>Colocar señalética en todos los salones.</p>
<p>“Hay varios maestros para cada curso, entonces no saben con qué maestro les tocan; por ejemplo, tenemos 5 maestros de música.”</p>	<p>Los usuarios no identifican el maestro que se les asigna y por lo tanto no ubican en que salón deben tomar su clase.</p>	<p>Realizar un listado de todos los profesores de cada curso e incluir esta información en la pizarra informativa en el área de recepción y en la señalética de circulaciones.</p>
<p>“Hace falta algo que los dirija hacia su salón, porque solo están los letreros en las zonas específicas” “Es importante y necesario”.</p>	<p>Los usuarios no identifican la ruta a seguir hacia sus salones.</p>	<p>Elementos gráficos, colores o símbolos que muestren el recorrido hacia las áreas de interés de los usuarios.</p>
<p>“Cada ciclo sale un tríptico con los próximos cursos, edades y maestros, el de este ciclo todavía no sale”.</p>	<p>Se necesita constante actualización respecto a los cursos y toda la información que los usuarios requieren para inscribirse a ellos.</p>	<p>Constante actualización en las pizarras de recepción donde se coloque la información necesaria de cada curso facilitando la comunicación y la proporción de información.</p>
<p>“Es muy importante tomar en cuenta y rescatar la lengua</p>	<p>Para la creación de identidad de la institución es de suma importancia</p>	<p>Implementación de la traducción a la lengua mixteca de los puntos importantes, que</p>

mixteca y que los niños se sientan orgullosa de ellos”	tomar en cuenta la lengua mixteca y así seguir fomentando la cultura de esta región a los usuarios.	sea legible y que promueva el uso de esta lengua.
--	---	---

RESULTADOS GENERALES DEL LEVANTAMIENTO
Total de alumnos hasta el 2 de mayo de 2024: 700 Iniciará un curso de la lengua mixteca. Remodelación a cargo de la administración actual de Huajuapán de León.

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, después de enlistar las problemáticas y las posibles soluciones que se pueden dar desde un punto de vista de diseño, se confirmó lo que se plantea desde el levantamiento número dos; lograr una propuesta arquigráfica que cuente con dos elementos principales:

1. **Manual de identidad visual institucional.**
2. **Propuesta arquigráfica para el interior de la casa de cultura priorizando recepción y circulaciones.**

Las especificaciones o requerimientos de diseño con las que deben contar estos dos elementos se encuentran en la tabla al final de este capítulo, donde se toman en cuenta cada uno de los levantamientos.

3.5 CONTEXTO DEL PROYECTO A DESARROLLAR

Aplicación de la propuesta arquigráfica al edificio antiguo de la casa de cultura: En este proyecto se hará la presentación de la propuesta arquigráfica al primer edificio de la casa de cultura debido a los siguientes aspectos.

1. Este edificio es el primer contacto del usuario con el espacio y con la vía pública.
2. Este espacio cuenta con los 3 puntos de influencia para la aplicación de señalética: recepción, circulaciones y destinos.
3. Aplicando la propuesta a este espacio puede ser fácilmente replicable al segundo edificio de la casa de cultura.

3.6 REQUERIMIENTOS GENERALES DEL PROYECTO

Una vez cumplidos los objetivos de organización y análisis de la información, es necesario convertir todo lo obtenido en requerimientos de diseño, es decir, identificar y elegir las áreas de oportunidad a partir de los problemas y necesidades observados; lo cual sigue formando parte de la fase analítica de este proyecto.

3.6.1 REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

La siguiente tabla resume y enumera cada una de las necesidades obtenidas por medio de los levantamientos previos y la información analizada en el capítulo previo, por lo que se describe los requerimientos de diseño que contribuyen a la solución de estas necesidades.

Tabla 15. *Requerimientos de diseño*

ARQUIGRAFÍA EN	ELEMENTOS NECESARIOS	REQUERIMIENTOS DE DISEÑO
RECEPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Un espacio en pizarra / cartel informativo de cursos y actividades recurrentes incluyendo horarios, procedimientos, profesores y aulas. • Un espacio en pizarra / cartel informativo sobre 	<ul style="list-style-type: none"> • De fácil acceso visual: tamaño proporcional a los muros laterales de recepción. • Aplicar los elementos de lectura fácil y señalética accesible en tipografía, íconos y formas: tipografía

	<p>actividades extra: conciertos exposiciones, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un espacio en pizarra / cartel informativo de avisos y documentación institucional. • Mapa que informe y represente las zonas del edificio y las circulaciones. 	<p>de palo seco, alineación izquierda, párrafos cortos, vocabulario simple, pictogramas abundantes, claros y legibles, colores que no deslumbren ni brillen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fondo oscuro con letras claras o fondo claro con letras oscuras. • Tipografía acorde a la distancia desde donde será leído. • Incluir traducción a la lengua mixteca. • Incluir información del proceso de inscripciones para cursos y costos. • Material: impermeable, resistente al viento y fácil de limpiar. • Diseño de un ícono representativo de cada curso. • Incluir la información de un contacto o página al que los usuarios puedan acudir en caso de no encontrar la información que necesitan. • Mapa de ubicación para la navegación en el espacio.
CIRCULACIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética que indiquen las direcciones y espacios que conforman el recorrido del usuario: letreros y guías en muros o pisos. • Elementos gráficos que realcen y delimiten las obras como murales, fotografías, etc. Que incluyan: autor, explicación, incluso fecha. • Elemento gráfico que incluya la explicación del jarabe mixteco e informe sobre cada pareja que ha bailado de acuerdo a las fotografías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Altura adecuada a usuarios. • Elementos gráficos en el piso o muros que diferencien los recorridos de acuerdo a colores, íconos, etc. • Principios de lectura fácil y señalética accesible. • Incluir traducción a la lengua mixteca • Líneas delimitantes de obras que vayan acorde a la paleta de colores. • Material: impermeable, resistente al viento y fácil de limpiar.

		<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de un ícono representativo de cada curso.
DESTINOS	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en cada salón y espacio que indique: función del espacio (curso, exposición, administración, etc.), maestros y horarios. • Señalética que informe sobre el uso correcto de los mobiliarios y servicios: baños, lavamanos, etc. • Pizarra / mampara / cartel informativo sobre los eventos que se están llevando a cabo en auditorio y exposiciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Principios de lectura fácil y señalética accesible. • Incluir traducción a la lengua mixteca. • Altura adecuada a usuarios. • Mampara móvil que pueda transportarse a salas de exposición, auditorio, etc. • Material: impermeable, resistente al viento y fácil de limpiar. • Diseño de un ícono representativo de cada curso.
IDENTIDAD GRÁFICA	REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO	
ELEMENTOS PARA UNIFICAR LA IDENTIDAD VISUAL	<ul style="list-style-type: none"> • Vectorización de logotipo actual • Diseño / elección de tipografías. • Paleta de colores • Elementos gráficos complementarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Vectorización de logotipo. • Paleta de color del logotipo. • Especificaciones de medidas y proporciones de logotipo adaptables a los diferentes usos. • Colores que aludan a la cultura mixteca, el arte y la comunidad de Huajuapán de León. • Tipografía alineada a principios de lectura fácil y señalética accesible. • Variaciones de logo que sumen a la estética de la señalética y la vuelvan visualmente atractiva a los usuarios: grecas, líneas, puntos, etc.

3.6.2 REQUERIMIENTOS Y RECOMENDACIONES A FUTURO

Existen tantas necesidades como ideas para sumar a este proyecto de acuerdo a la mejora de la experiencia del usuario en la Casa de Cultura, sin embargo, al enfocarnos solamente en una

propuesta arquigráfica y limitaciones del tipo: presupuesto, tiempo y administración, se proponen las siguientes aplicaciones como recomendaciones para el futuro:

1. Aplicación del lenguaje braille en la señalética.
2. Diseño de aplicaciones de material impreso y digital para el manual de identidad institucional como folletos, calendarios de actividades, carteles de eventos, post para redes sociales que sigan la línea de diseño unificada.

3.7 ORGANIZACIÓN DE REQUERIMIENTOS PARA EL DISEÑO DE PROPUESTA

a. DISEÑO DE ELEMENTOS ARQUIGRÁFICOS EN RECEPCIÓN

Tabla 16. Elementos a considerar en recepción

ELEMENTO 1	ELEMENTO 2	ELEMENTO 3	ELEMENTO 4
CURSOS Y TALLERES	PROCESO DE INSCRIPCIÓN	MAPA DE UBICACIÓN	ANUNCIOS Y EVENTOS
-Nombre y logo de la institución -Icono del curso -Nombre del curso en español y mixteco <ul style="list-style-type: none"> o Piano o Coro o Teatro o Guitarra o Violín o Pintura o Dibujo o Danza clásica o Danza folclórica o Dana prehispánica -Edades -Horario del curso (día y hora) -Maestro(s) que lo imparte(n)	-Nombre y logo de la institución -Fechas de inscripción -Proceso y requisitos de inscripción -Página web -Contacto	-Nombre y logo de la institución -Nombre del elemento arquigráfico -Plano legible del edificio -Icono y nombre de cada área -Indicación de circulaciones -Indicación del punto donde se encuentra el usuario.	-Exposiciones, conciertos, concursos, eventos de la semana en español y mixteco -Fecha -Hora -Lugar -Anuncios administrativos
DISEÑO			

-Tipografía: -Distancia de usuario a elemento arquigráfico: -Paleta de colores: -Ubicación: -Material: -Tamaño y medidas:	-Tipografía: -Distancia de usuario a elemento arquigráfico: -Paleta de colores: -Ubicación: -Material: -Tamaño y medidas:	-Tipografía: -Distancia de usuario a elemento arquigráfico: -Paleta de colores: -Ubicación: -Material: -Tamaño y medidas:	-Tipografía: -Distancia de usuario a elemento arquigráfico: -Paleta de colores: -Ubicación: -Material: -Tamaño y medidas:
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

b. DISEÑO DE ELEMENTOS ARQUIGRÁFICOS EN CIRCULACIONES

Tabla 17. Elementos a considerar en circulaciones y destinos

ELEMENTO 1	ELEMENTO 2	ELEMENTO 3
CONMEMORACIÓN AL JARABE MIXTECO	SEÑALÉTICA DE ÁREAS	MURALES SOBRE CIRCULACIONES
-Nombre y logo de la institución -Fotografías de jarabe mixteco -Fecha -Nombre de las parejas	-Nombre y logo de la institución (opcional) -Iconos de áreas -Flechas	-Mural del taller de pintura -Autor -Fecha -Marco
DISEÑO		
-Elementos gráficos representativos del jarabe mixteco. -Paleta de colores -Ubicación -Tamaño -Tipografía	-Paleta de colores: -Ubicación: -Tamaño: -Distancia de usuario a elemento arquigráfico -Altura -Tipografía	-Marco delimitante -Ubicación -Tamaño -Tipografía

c. DISEÑO DE ELEMENTOS ARQUIGRÁFICOS EN DESTINOS

ELEMENTO 1
INFORMACIÓN DEL ÁREA /SALÓN
-Nombre y logo de la institución -Icono del curso o área -Maestro(s)

DISEÑO

- Tipografía
- Distancia de usuario a elemento arquigráfico
- Paleta de colores
- Ubicación
- Material
- Tamaño y medidas

Fuente: Elaboración propia

3.8 COMENTARIOS DEL CAPÍTULO

La etapa de identificación del usuario y recopilación de sus requerimientos es fundamental para el éxito del proyecto "Aplicación de la arquigrafía como herramienta de comunicación visual en un espacio cultural". A través de entrevistas, observaciones y la consideración cuidadosa de los comentarios hechos por el personal que dirige la casa de cultura y sus usuarios, hemos logrado comprender sus necesidades e identificar las problemáticas con las que se enfrentan. Este enfoque participativo nos ha permitido elaborar un listado detallado de requerimientos específicos, que garantiza que la propuesta arquigráfica sea no solo efectiva y funcional, sino también alineada con las experiencias y deseos del público de esta institución.

La integración de estas perspectivas asegura que el diseño final no solo facilite la orientación y la navegación en el espacio cultural, sino que también enriquezca la percepción que tienen los visitantes de la casa de cultura como un espacio representativo de la comunidad de Huajuapán de León, proporcionando una experiencia cultural significativa. Con estos fundamentos se puede avanzar hacia la formulación de una propuesta arquigráfica bien sustentada y centrada en el usuario de acuerdo con la metodología planteada.

CAPÍTULO IV

PROCESO CREATIVO

4.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO

El capítulo 4 aborda el desarrollo de la etapa creativa y conceptual, pieza clave para materializar la propuesta de comunicación visual y arquigráfica para la Casa de Cultura "Mtro. Antonio Martínez Corro". En esta etapa, se combina la exploración creativa con un enfoque técnico y metodológico para garantizar que el diseño cumpla con los objetivos de identidad, funcionalidad y coherencia visual.

Se presenta primero la fase creativa, en la que se documenta el proceso de formulación de ideas y bocetos y la evaluación para seleccionar las soluciones más adecuadas. Posteriormente, se detalla el desarrollo conceptual, donde se concreta la identidad visual del espacio, el modelado tridimensional de las áreas clave, el diseño de elementos arquigráficos y la integración general de la propuesta.

Este capítulo concluye con la visualización final del proyecto en un entorno tridimensional, junto con los lineamientos para la aplicación de los elementos diseñados, asegurando que la propuesta sea práctica, coherente y alineada con las necesidades de la Casa de Cultura y su comunidad.

4.2 DEFINICIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN APLICADOS AL CASO DE LA CASA DE CULTURA

De acuerdo al análisis de la información recopilada en el capítulo 2 en el que se habla de los elementos del proceso de comunicación de acuerdo a David K. Berlo y otros teóricos, es necesario definir cada uno de ellos enfocándose al caso de estudio, el cual es la Casa de Cultura, con la finalidad de contar con sustentos bien definidos de lo que se quiere comunicar, quienes lo quieren comunicar y cómo se puede comunicar eficazmente; de tal modo que los elementos del proceso de la comunicación se describen de la siguiente manera:

Fuente (codificador): Edificio arquitectónico de la Casa de Cultura Mtro. Antonio Martínez Corro.

Emisor: Administración de la Casa de Cultura Mtro. Antonio Martínez Corro como institución.

Receptor: Usuarios de la Casa de Cultura (planteados al inicio del capítulo 3).

a. Habilidades comunicativas:

- **Niños:** Interpretan mejor símbolos, colores llamativos y diseños simples. Requieren elementos visuales directos, como íconos y mapas con poca complejidad.
- **Adultos:** Pueden comprender mensajes más detallados y procesar información textual, pero necesitan textos claros y jerarquizados.
- **Visitantes ocasionales:** Requieren orientación rápida y visual para ubicarse en el espacio.
- **Alumnos regulares:** Están acostumbrados al entorno, pero buscan información específica como horarios y anuncios.

b. Conocimientos:

- **Usuarios frecuentes:** Tienen conocimiento básico del funcionamiento de la Casa de Cultura, pero pueden desconocer actualizaciones, horarios o eventos.
- **Visitantes nuevos:** Desconocen por completo las áreas, actividades y procesos de inscripción, por lo que necesitan información introductoria clara. Además, poseen un

nivel mínimo de conocimiento sobre el espacio y su misión cultural, por lo que requieren elementos que expliquen su propósito e historia.

c. Actitudes:

- **Niños:** Curiosos y activos, buscan interactuar con su entorno de forma visual y dinámica.
- **Adultos:** Expectantes de claridad y facilidad de acceso a la información. Su actitud mejora si perciben orden y funcionalidad en el espacio.
- **Visitantes nuevos:** Tienden a sentirse confundidos si no encuentran señalización o información visual clara.
- **Usuarios frecuentes:** Más propensos a adaptarse, pero esperan que el espacio evolucione para facilitar su experiencia.

d. Sistema social:

- **Familias:** Buscan un entorno amigable, seguro y bien organizado donde todos los integrantes puedan participar.
- **Alumnos regulares:** Pertenecen a un sistema social donde el salón y las actividades son puntos de interacción clave.
- **Comunidad local:** Desea que el espacio refuerce el sentido de pertenencia e inclusión cultural.

Mensaje: Está constituido por los siguientes aspectos.

a. Código: Se utilizan los medios visuales como herramienta principal tomando en cuenta que como lenguaje se utiliza el español y el mixteco.

b. Contenido: Transmitir el mensaje de la misión de la casa de cultura, el cual es, preservar y enriquecer las manifestaciones artísticas y culturales a través de la difusión y fomento de la enseñanza y actividades que impulsen la libre expresión cultural, estimulando los trabajos de creación, investigación, científicos, literarios y artísticos. Además, fortalecer la comunicación de

todas las actividades que se realizan dentro del espacio y finalmente mejorar la experiencia del usuario dentro del inmueble.

c. Tratamiento: Institucional con un tono amigable, de confianza y aprendizaje.

Canal: El edificio arquitectónico y sus componentes de la Casa de Cultura (muros, pisos, mobiliario y estructuras arquitectónicas).

Retroalimentación: Esta es una parte del proceso que se puede ver reflejada en las siguientes etapas de pruebas de implementación y evaluación, sin embargo, la retroalimentación puede verse efectuada en el recorrido de los usuarios dentro del espacio, sus actitudes, la rapidez con la que comprenden los mensajes, las opiniones que lleguen a emitir y la experiencia final en su uso del espacio.

Ruido: Como elementos que obstaculizan la comunicación se pueden encontrar: los distractores visuales en el recorrido exterior de la vialidad hacia el edificio, la saturación visual de elementos en la entrada, recepción y circulaciones, la falta de orden de elementos visuales, las posibles interrupciones entre usuarios en el recorrido hacia los destinos y finalmente la conglomeración de personas cuando existen eventos o fechas de fin e inicio de ciclo escolar.

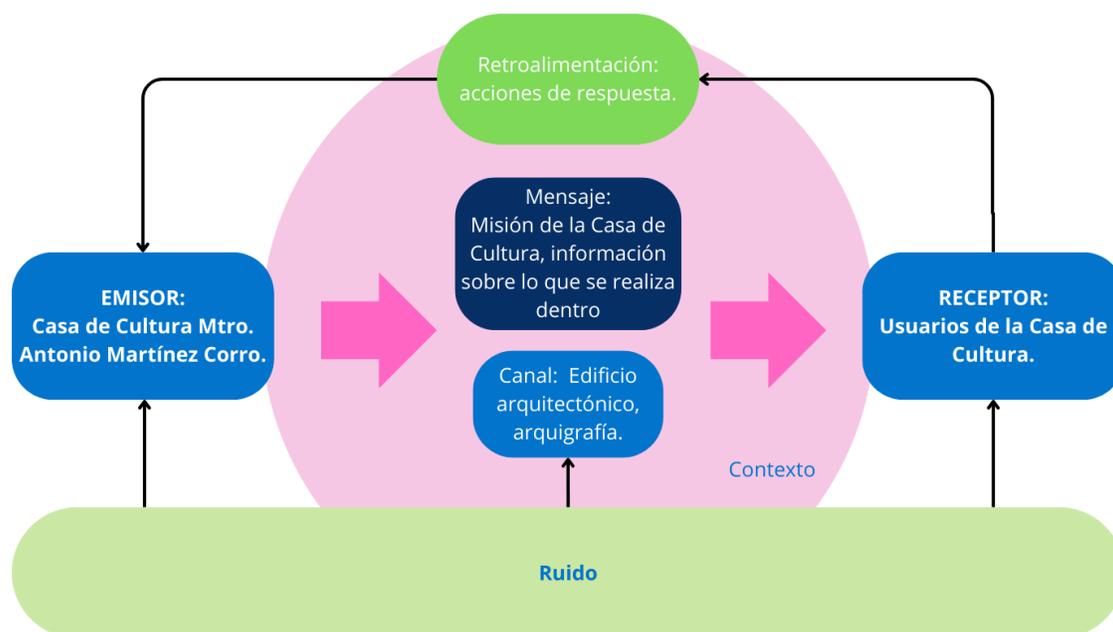
Contexto: Está dado por los siguientes aspectos.

- **Ambiente físico:** Un espacio cultural con áreas clave como salones, auditorio y recepción, afectado por deficiencias en señalización y orientación que dificultan su funcionalidad.
- **Situación social:** Usuarios diversos (niños, adultos y alumnos) interactúan en actividades colectivas, con necesidades específicas que requieren comunicación visual inclusiva y efectiva.
- **Estado psicológico:** Los usuarios pueden experimentar emociones positivas, como entusiasmo y curiosidad, al participar en actividades culturales; sin embargo, la falta de claridad en la orientación y comunicación puede generar estrés, frustración o desinterés.

El análisis de las definiciones y características de cada elemento del proceso de comunicación es fundamental antes de iniciar el bocetaje de ideas, ya que permite comprender las necesidades específicas de los usuarios, el mensaje que se desea transmitir y el entorno en el que se desarrollará la propuesta. Este análisis asegura que los conceptos iniciales se basen en un entendimiento sólido y la creatividad fluya fundamentada en la teoría.

Al realizar este estudio previo, se establecen las bases para que el diseño sea funcional, claro y alineado con los objetivos del proyecto, facilitando un bocetaje que no solo sea estético, sino también estratégico y coherente con las necesidades reales del espacio cultural.

Figura 32: Diagrama de comunicación de Casa de Cultura



Fuente: Elaboración propia

4.2 FORMULACIÓN DE IDEAS Y BOCETOS

CONCEPTUALIZACIÓN DE GRÁFICOS.

Una vez analizado el proceso de comunicación que se llevará a cabo en el espacio arquitectónico de la Casa de Cultura, es necesario iniciar con un aspecto clave que guiará y delimitará visualmente el mensaje a transmitir, esto es, la identidad visual de la Institución; y para ello, se delimitaron ideas con la creación de un moodboard de trabajo, el cual es una herramienta visual que recopila imágenes, colores, texturas, tipografías y otros elementos gráficos relacionados, utilizada para transmitir el estilo, la estética o la dirección conceptual de un proyecto. Su objetivo es inspirar y guiar el proceso creativo, estableciendo una referencia clara de la información, sensaciones y valores que se desean comunicar.

Para definir el concepto de los diseños de los elementos arquigráficos se utilizaron íconos culturales que definen a la comunidad de Huajuapán de León como lo son el jarabe mixteco, las flores, las artesanías, la historia y los símbolos arquitectónicos.

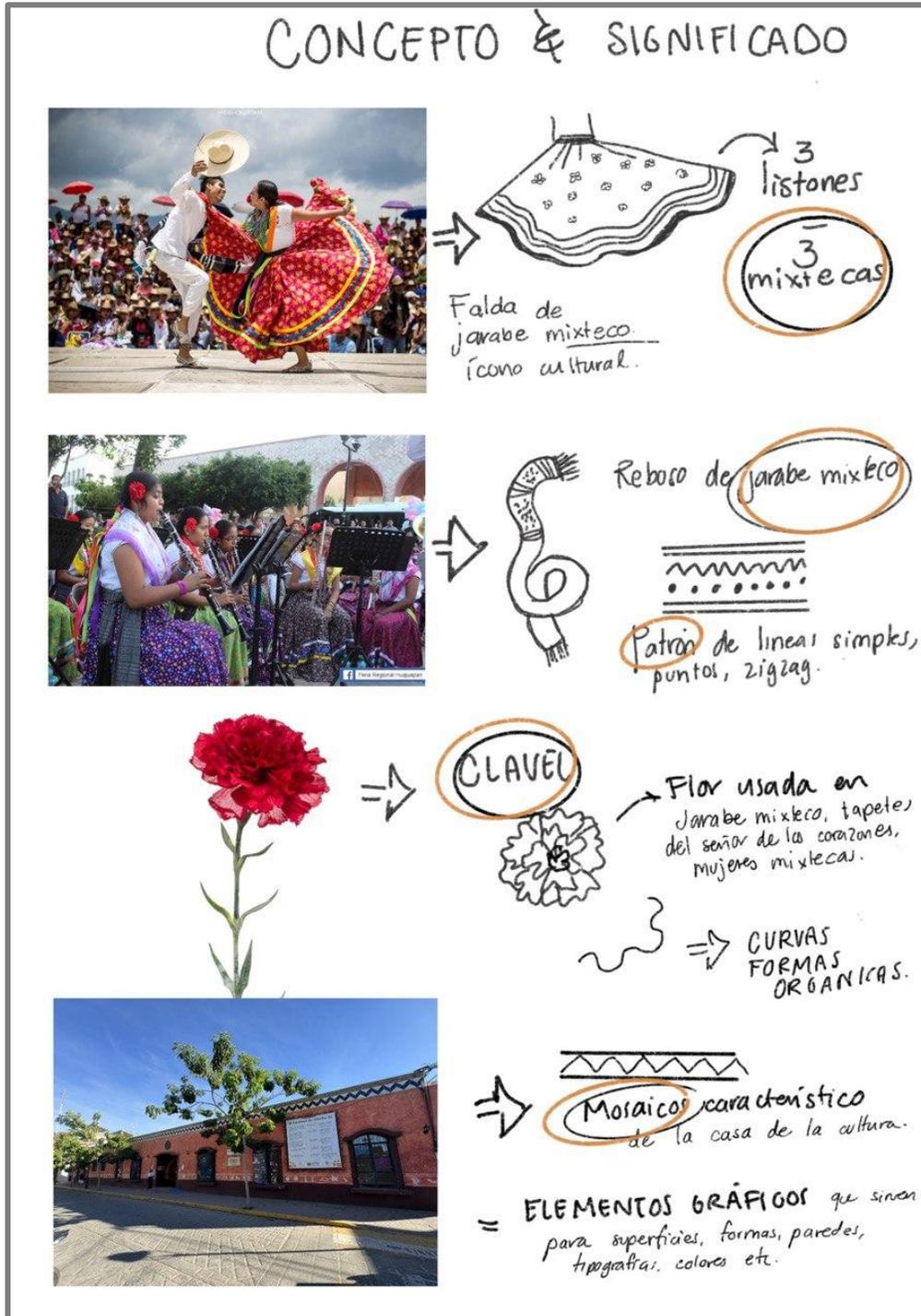
Figura 33. Moodboard



Fuente: Elaboración propia

Por ejemplo, de la vestimenta de la bailarina de jarabe mixteco se rescató el significado y la representación de los 3 listones, los cuales simbolizan las 3 mixtecas: alta, baja y la costa.

Figura 34. Conceptualización de la idea



Fuente: Elaboración propia

4.7 FILTROS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CASA DE CULTURA

Siguiendo con el orden de la creación de la identidad visual para después poder pasar al diseño arquigráfico, es necesario considerar los filtros de la comunicación aplicados a La Casa de Cultura Mtro. Antonio Martínez Corro; esto debido a que la identidad arquitectónica y la identidad visual de la institución están entrelazadas en gran manera con el proceso de la comunicación entre el espacio-usuario, y, por lo tanto, entrelazadas con la manera en que afectan los siguientes filtros o también llamados niveles.

Estos filtros son los que se encargan de crear imágenes mentales a partir de la experiencia vivida en la institución por parte de los usuarios creando un sistema de significaciones; mismo sistema que se desea que vaya acorde con la identidad de la cultura de Huajuapán de León y sea relevante y resuene en la memoria de cada uno de los usuarios.

Filtro sensorial:

Los usuarios de la Casa de Cultura perciben los elementos visuales de manera distinta dependiendo de sus capacidades físicas. Por ejemplo:

- **Niños pequeños o adultos mayores** pueden tener dificultades para leer tipografías muy pequeñas o percibir contrastes débiles.
- **Personas con daltonismo** podrían no distinguir ciertos colores en la señalética o los mapas de ubicación, lo que afecta su capacidad para orientarse en el espacio.
- Usuarios con problemas de visión, como miopía, podrían necesitar diseños con fuentes más grandes o elementos gráficos simples y de alto contraste.

Filtro operativo:

La interpretación de los mensajes visuales varía según las características individuales de los usuarios:

- **Niños:** Pueden comprender de mejor manera los mensajes simplificados, con íconos llamativos y colores vivos, pero podrían no interpretar mensajes textuales complejos.
- **Adultos:** Pueden procesar información más detallada, pero requieren una jerarquización clara para localizar rápidamente lo que buscan, como horarios o ubicación de salones.
- **Visitantes ocasionales:** Pueden no estar familiarizados con el espacio ni con los términos culturales utilizados, lo que dificulta la interpretación si los mensajes no son intuitivos.

Filtro Cultural:

Los valores, creencias y conocimientos previos de los usuarios también influyen en cómo entienden y reaccionan ante los elementos visuales:

- **Habitantes locales:** Podrían sentirse más identificados si los elementos gráficos reflejan la identidad cultural mixteca, como colores, patrones o íconos relacionados con la región.
- **Visitantes:** Podrían interpretar los elementos gráficos como representaciones artísticas del lugar, pero podrían necesitar explicaciones claras sobre la misión y actividades de la Casa de Cultura.
- **Alumnos:** Familiarizados con las actividades del lugar, podrían asociar los elementos visuales con sus propias experiencias de aprendizaje, pero requerirían información concreta para orientarse mejor.

En resumen, estos filtros influyen en cómo los usuarios perciben e interpretan los elementos visuales dentro de la Casa de Cultura. Diseñar mensajes inclusivos, intuitivos y culturalmente significativos es clave para superar las barreras de comunicación que estos filtros pueden representar.

4.8 PRECEDENTES DEL DISEÑO PARA TOMAR EN CUENTA

Otro elemento a considerar para el diseño de la identidad visual de la casa de cultura son los antecedentes de diseño que se han utilizado en la Casa de Cultura, tanto en sus medios digitales como impresos, y considerar qué aspectos han sido erróneamente ocupados y cuáles pueden favorecer al diseño de acuerdo al sustento teórico de lectura fácil, accesibilidad y estética.

Elementos y características para no ocupar:

- Logotipo con degradado dorado de difícil legibilidad y poca adaptación a los espacios y medios.
- No usar diferentes tipografías que no sean armónicas entre sí.
- No usar tipografías con serifas en textos importantes que deben ser legibles.
- No usar logotipo e imatipo distorsionado, pixelado o descompuesto por elementos separados.
- No cambiar de estilo visual para los diferentes medios.

Elementos por rescatar:

- Usar el imatipo del dintel como elemento principal, ya que representa la historia de la cultura de Huajuapán de León.
- Conservar la tipografía con serifas solo para letras titulares.
- Hacer uso de mensajes simples y resumidos de fácil comprensión.
- Conservar la tipografía del logotipo ya que los usuarios se han identificado con ella por mucho tiempo, además es de estilo tradicional, y es armónicamente visual con la esencia de la institución.

Una vez que se han analizado estos aspectos podemos confirmar que considerar el diseño de la identidad visual como primera parte del proceso está debidamente sustentado; pues, como se menciona en el capítulo 2, saber incorporar el diseño de identidad corporativa en una propuesta arquigráfica para una casa de cultura garantiza coherencia, visibilidad y una comunicación

efectiva de sus valores. Esta identidad refuerza la promoción y difusión de actividades, mejora la experiencia del visitante y crea una conexión emocional, proyectando una imagen profesional que favorece el reconocimiento y éxito de la institución dentro de su comunidad cultural.

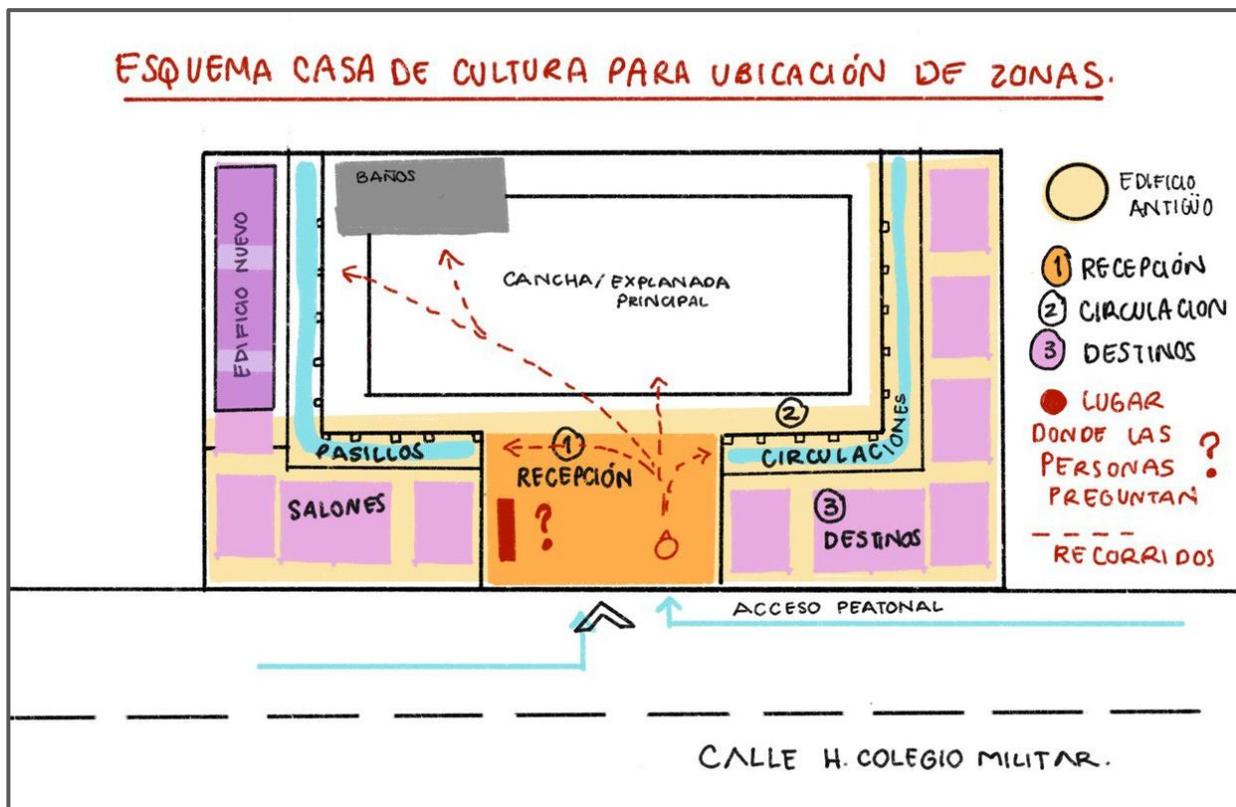
BOCETO DE ÁREAS.

Inicialmente, se realizó a manera de boceto un esquema de la planta arquitectónica de la Casa de Cultura con la finalidad de ubicar los puntos clave: recepción, circulación y destinos, y de esta forma tener un panorama general del espacio para saber cómo aprovechar cada lugar.

El diseño arquigráfico de este proyecto se enfoca también en definir una ruta legible para que los usuarios puedan llegar a su destino y además solucionar las dudas o conocer la información necesaria, es por eso que este esquema inicial es de gran utilidad.

Así mismo se marca el edificio antiguo y el nuevo de los que se habló anteriormente.

Figura 35. Boceto de áreas



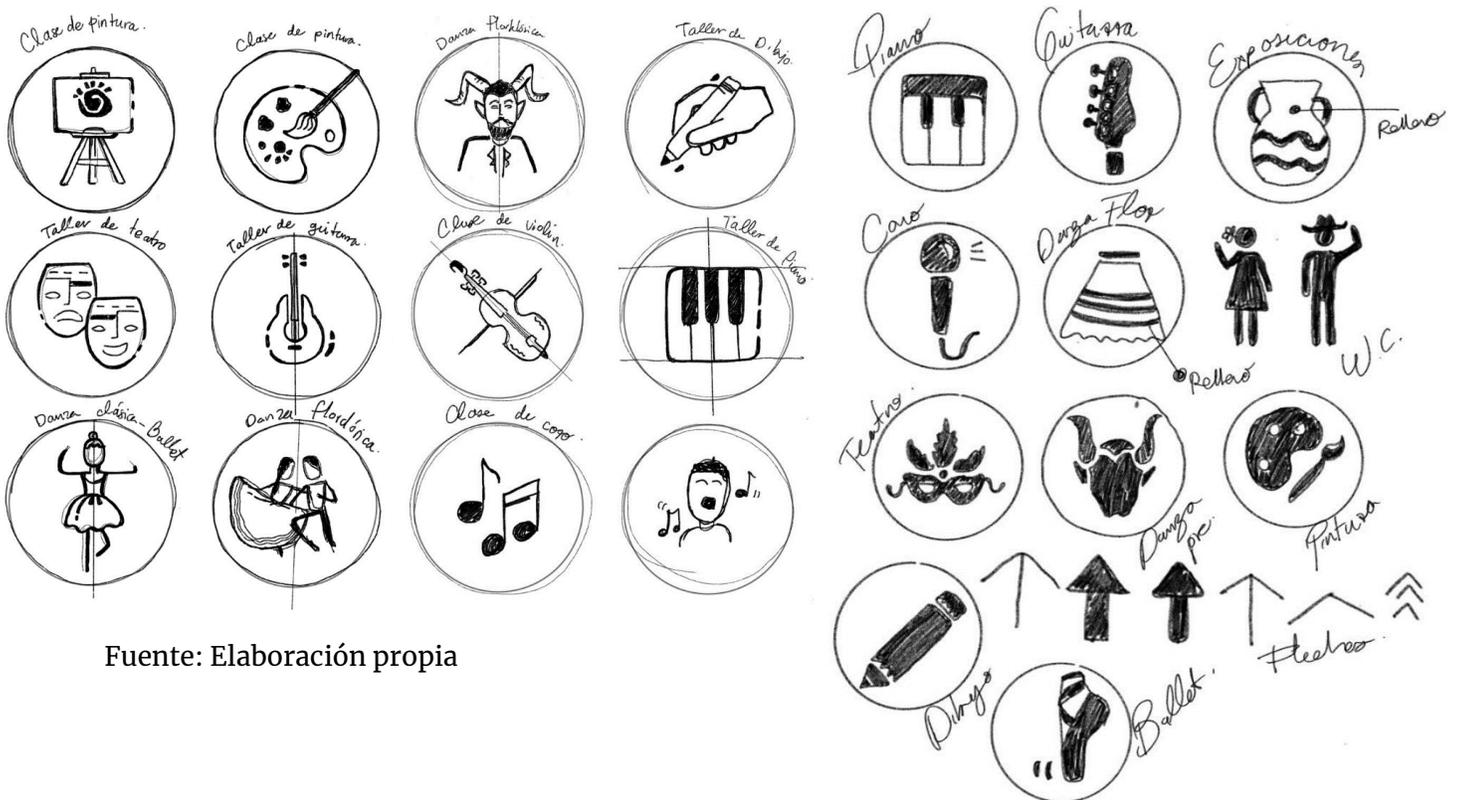
Fuente: Elaboración propia

BOCETOS DE ÍCONOS PARA LAS ACTIVIDADES DE CASA DE CULTURA.

Para diferenciar y distinguir de forma visual cada una de las actividades que se realizan dentro de la casa de cultura, se bocetaron íconos que aluden a cada curso, pero ocupando formas, figuras y símbolos que los ciudadanos de Huajuapán puedan relacionar con su propia cultura como la danza de los diablos o matachines, el jarabe mixteco o las grecas y símbolos de las pinturas mixtecas.

Se bocetaron íconos utilizando desde las formas simples y líneas orgánicas hasta formas complejas y detalladas con el propósito de observar y asegurarnos de que señalética, más que cumplir con una función estética cumpla con el principio de funcionalidad, legibilidad y accesibilidad como se explica en el capítulo 2 de este proyecto.

Figura 36. Boceto de íconos



Fuente: Elaboración propia

BOCETOS DE DISEÑO ARQUIGRÁFICO.

a. DISEÑO DE ELEMENTOS ARQUIGRÁFICOS EN RECEPCIÓN

Se realizaron bocetos que muestran diversas formas de organizar la información en la recepción siguiendo los requisitos mostrados en las tablas de requerimientos de diseño.

Se muestran diferentes formatos y tamaños sobre los que puede ser mostrada esta información, como pizarras, mamparas o soportes; además de un mobiliario de recepción.

Figura 37. Boceto de pizarras

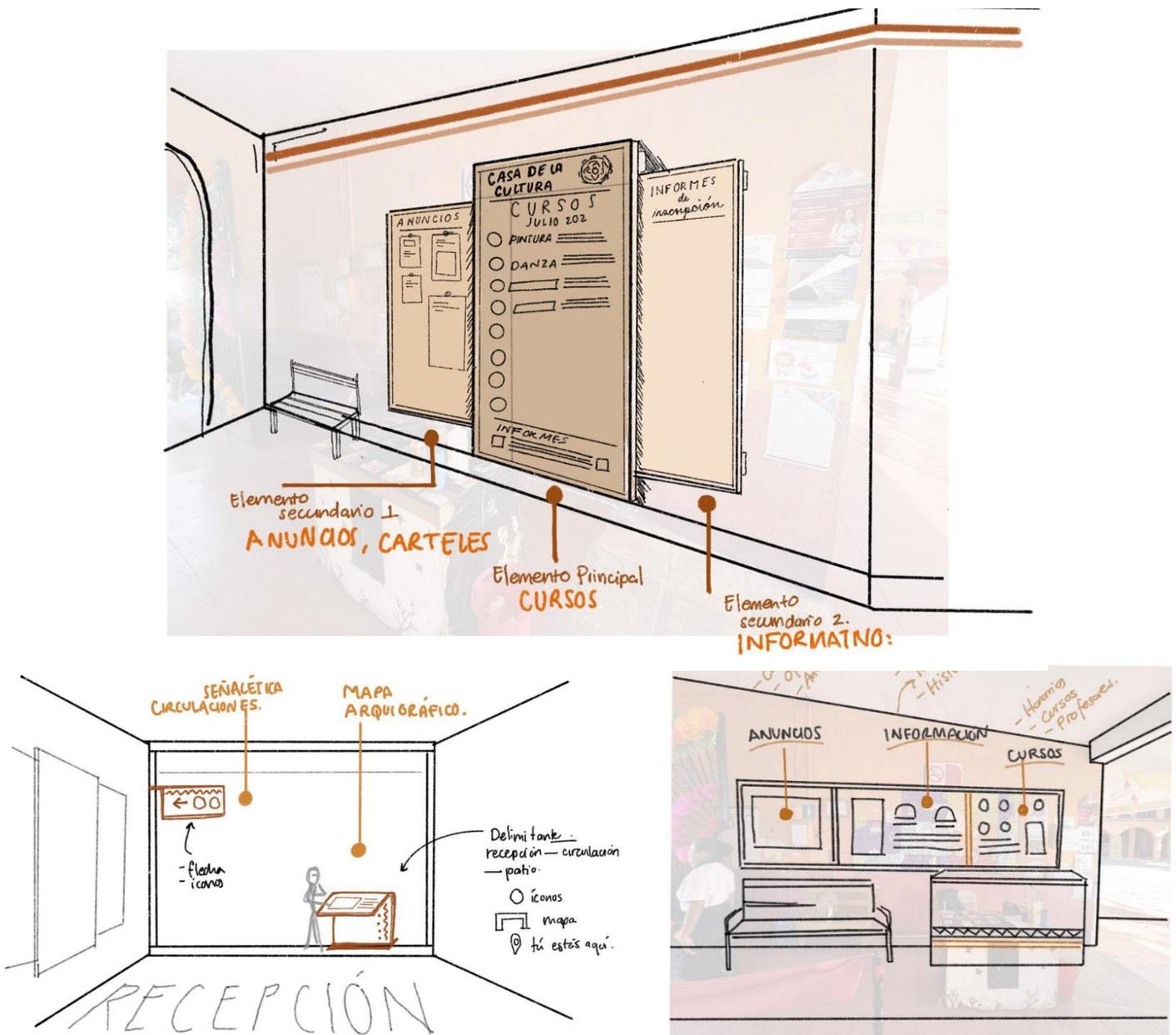
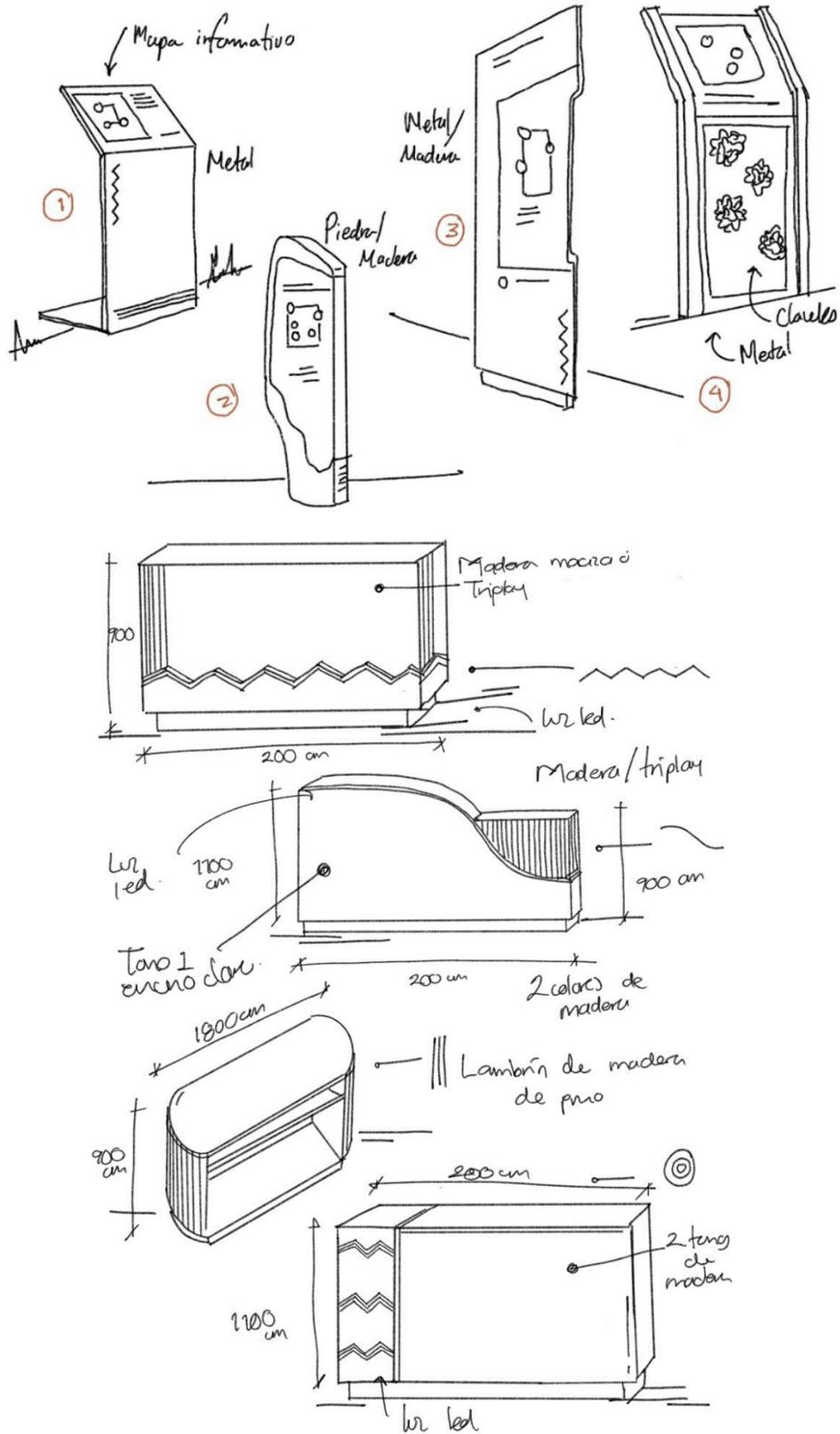


Figura 38. Boceto de mapas y mobiliario



Fuente: Elaboración propia

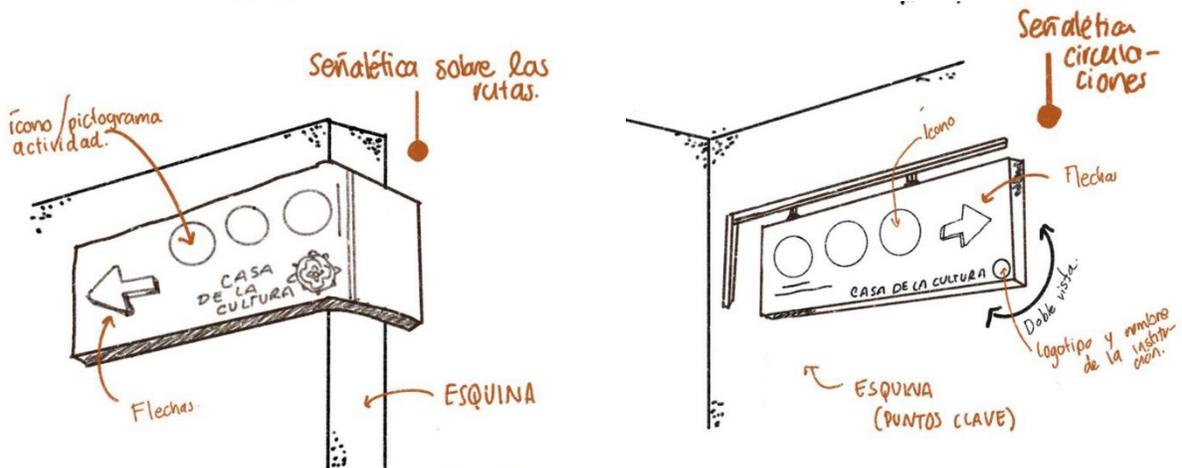
b. DISEÑO DE ELEMENTOS ARQUIGRÁFICOS EN CIRCULACIONES

En esta sección se muestran bocetos con las ideas de los siguientes elementos:

Una línea del tiempo que resalte las fotografías de las parejas que han bailado el jarabe mixteco con la finalidad de hacerles un reconocimiento hacia ellas; así como explicar la historia de la composición de este bailable compuesto precisamente por el Mtro. Antonio Martínez Corro.

Además se muestran ideas de los soportes sobre los que se pueden colocar las guías señaléticas que conducen a los usuarios hacia su destino en las circulaciones.

Figura 39. Diseño de circulaciones

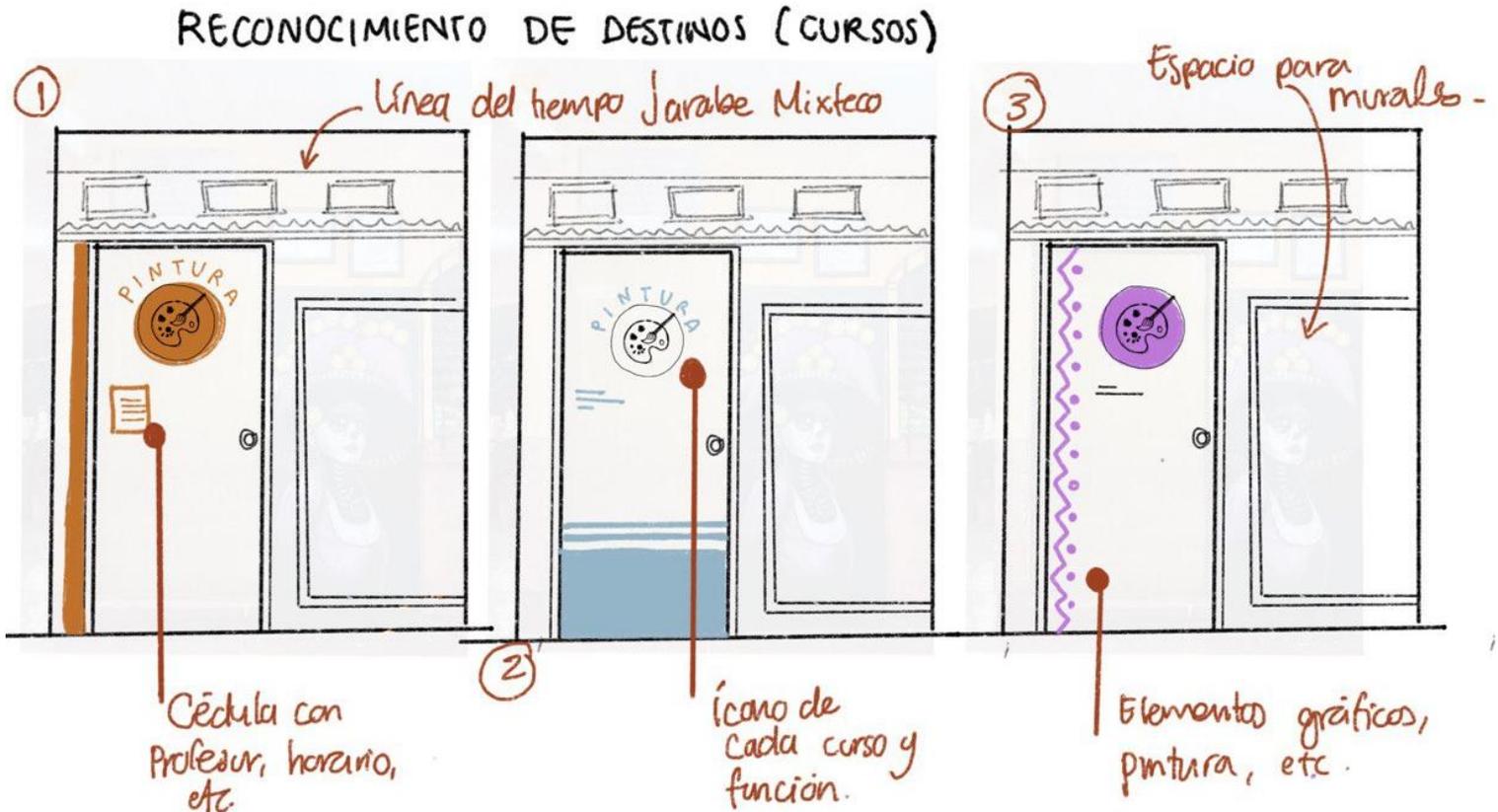


Fuente: Elaboración propia

c. DISEÑO DE ELEMENTOS ARQUIGRÁFICOS EN DESTINOS

Se bocetaron las propuestas para la identificación de cada salón y área, es decir, la forma en que se muestra la información necesaria como nombre del curso, profesores que lo imparten, y un distintivo reconocible visualmente.

Figura 40. Reconocimiento de destinos



Fuente: Elaboración propia

Para pasar de los bocetos a las propuestas formales y filtrar las ideas, es necesario considerar algunos aspectos teóricos con la intención de que las propuestas cumplan con los requisitos requeridos y sean funcionales, es por eso que a continuación se describen algunos elementos que se toman en cuenta para el diseño de las propuestas de elementos arquigráficos.

APLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA HABITABILIDAD DE LA CASA DE CULTURA

Funcionalidad: Cada propuesta arquigráfica debe satisfacer las necesidades encontradas en el capítulo 3, tales como: facilitación de un recorrido autónomo de los usuarios en el espacio, conocimiento de la función del edificio y el usuario debe informarse fácilmente sobre los datos que necesita para lograr participar de los cursos, conciertos y actividades culturales de la institución.

Legibilidad: Cada propuesta debe cumplir con los requerimientos de diseño acordes a la lectura fácil para todo tipo de usuario considerando aspectos como: tamaño de letras, colores, contraste entre fondo y forma, simplificación de las formas, universalidad de los elementos gráficos, buena organización espacial, significado de los símbolos y sistemas de señalética.

Estética: Cada propuesta debe considerar los aspectos visuales tales como proporciones, psicología del color, diseño de formas, armonía visual en conjunto con el espacio y acorde a la identidad institucional.

Accesibilidad: Cada propuesta debe cumplir con los requerimientos de accesibilidad e inclusión mencionados en el capítulo 2, tales como la tipografía, las distancias de visualización, alturas adecuadas, información de fácil análisis y comprensión, pictogramas, materiales de soporte adecuados, contraste de colores y organización de la información.

APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS DE WAYFINDING

Procedimientos perceptivos: Se utiliza el canal visual mediante elementos arquigráficos, no hay canal auditivo o táctil a menos que se implementen medios tecnológicos como pantallas táctiles, entre otras, las cuales son propuestas en el apartado de recomendaciones a futuro.

Procedimientos cognitivos: Se plantea un esquema de ruta compuesto por 3 elementos, punto de partida, punto de llegada y camino, los cuales deben ser considerados en la señalética de la propuesta arquigráfica.

Procedimientos de interacción: Las propuestas deben considerar la constante visualización de elementos gráficos de guía o informativos que acompañen al recorrido del usuario en el espacio con la finalidad de generar un buen sentido de orientación y llegar al destino de forma exitosa y sin confusiones.

Factores que influyen en la orientación espacial de la Casa de Cultura:

Acceso visual: Cuanto mayor sea el acceso visual, más sencilla y segura será la orientación; es decir, debe considerarse en toda propuesta que cada elemento sea fácil y rápido de distinguir, además de evitar distracciones visuales u obstáculos.

Grado de diferenciación: En todas las propuestas de color es importante que el contraste entre figura o tipografía y fondo sea de por lo menos 70 de puntaje siguiendo la fórmula de valor de contraste planteada en el capítulo 2, con la finalidad de que los elementos destaquen del entorno y sean reconocibles y memorizables.

Señalización: Las propuestas de señalética deben considerar el tamaño, colores y alturas adecuadas para que todos los tipos de usuarios puedan acceder a ella y sea reconocible.

BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN ARQUIGRÁFICA EN LA CASA DE CULTURA

Barreras físicas: Saturación de elementos como carteles, volúmenes y mobiliario que obstaculiza la visibilidad en los puntos estratégicos de recepción, pasillos y salones.

Barreras fisiológicas: Problemas visuales en usuarios adultos mayores o usuarios con miopía o astigmatismo.

Barreras psicológicas: Uso de colores que afectan la conducta en usuarios jóvenes y niños como el uso excesivo de rojo o anaranjado, sentimiento de confusión al notar saturación de elementos visuales, sentimiento de rechazo o confusión provocado por la falta de información, etc.

Barreras semánticas: Falta de explicación entre las palabras en mixteco, su pronunciación y su traducción; así como existencia de símbolos cuyo significado se desconoce o no es fácil de identificar.

Barreras administrativas: Falta de organización en cuanto al diseño de plantillas para la utilización de carteles, anuncios y murales tanto impresos como digitales, falta de contratación de un especialista en diseño, falta de organización entre el gobierno (quien provee los elementos gráficos como colores e identidad visual) y la institución (quien implementa lo ordenado). Además, puede tomarse como barrera el hecho de que cada propuesta debe diseñarse pensando en la mayor optimización de recursos materiales y menor costo posible debido al presupuesto designado para la Casa de Cultura.

Barreras interpersonales: Suposiciones incorrectas tales como el costo de los cursos, la desinformación sobre el ciclo de inscripción, el proceso, los horarios, entre otros.

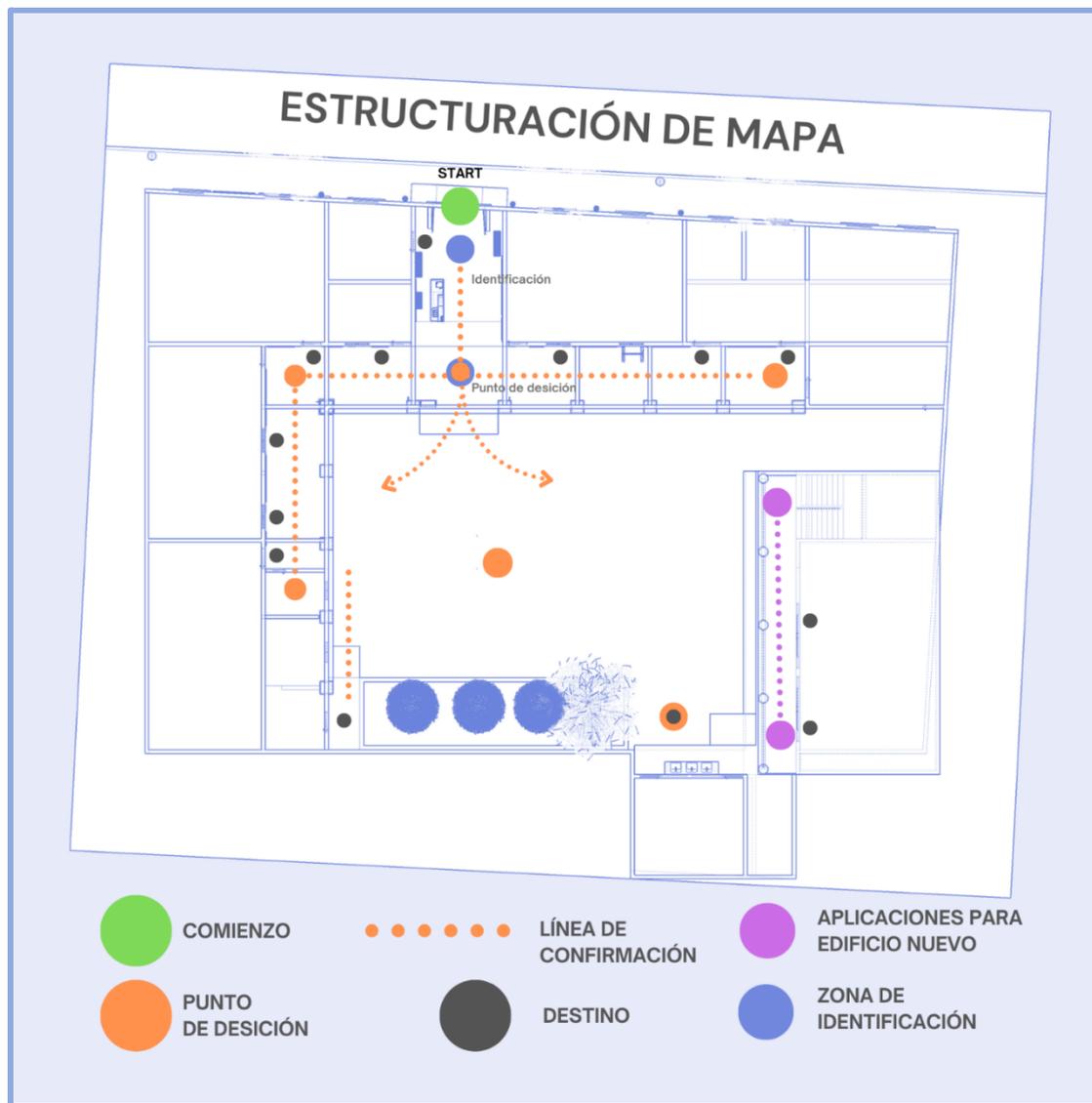
Barreras tecnológicas: La Casa de Cultura no cuenta aún con uso de tecnología como monitores, tabletas, señalización lumínica, señalética con materiales resistentes al agua o a la intemperie, los materiales que se usan son frágiles y poco duraderos.

Cada barrera de comunicación identificada en los elementos visuales de la Casa de Cultura representa una valiosa área de oportunidad. Estas deficiencias pueden transformarse en puntos clave para diseñar soluciones efectivas dentro de la propuesta arquigráfica, asegurando que cada intervención no solo resuelva los problemas actuales, sino que también potencie la funcionalidad, estética y experiencia de los usuarios en el espacio cultural.

4.3 DEFINICIÓN DE PUNTOS DE DECISIÓN EN PLANO

El diseño de señalética y wayfinding comienza con un análisis detallado del espacio para identificar puntos clave como los puntos de identificación (áreas donde el usuario requiere información inicial, como entradas o recepción), líneas de confirmación de recorridos (trayectorias que guían al usuario hacia su destino) y puntos de decisión (intersecciones o bifurcaciones donde se necesita tomar una dirección). Este mapa permite visualizar los flujos de movimiento, anticipar las necesidades de orientación y diseñar elementos que mejoren la experiencia de navegación dentro del espacio.

Figura 41. Estructuración de wayfinding



Fuente: Elaboración propia

Con base en este análisis, se propone colocar mapas de orientación y señalética en la recepción, señalización direccional en los pasillos principales, e íconos con información específica en las entradas de los salones. Además, es importante integrar elementos en las bifurcaciones para garantizar que el usuario pueda confirmar su recorrido o corregirlo sin dificultad. Estos puntos estratégicos aseguran que la señalética cumpla su propósito de guiar al usuario de manera clara y efectiva y de esta forma puedan realizar un recorrido autónomo.

4.4 DESARROLLO DE PROPUESTA DE RECEPCIÓN

Se modeló en tercera dimensión cada una de las propuestas desarrolladas con la finalidad de observar y analizar cada una de sus ventajas y desventajas.

PROPUESTAS DE PIZARRAS

Figura 42. Propuesta de pizarra 1



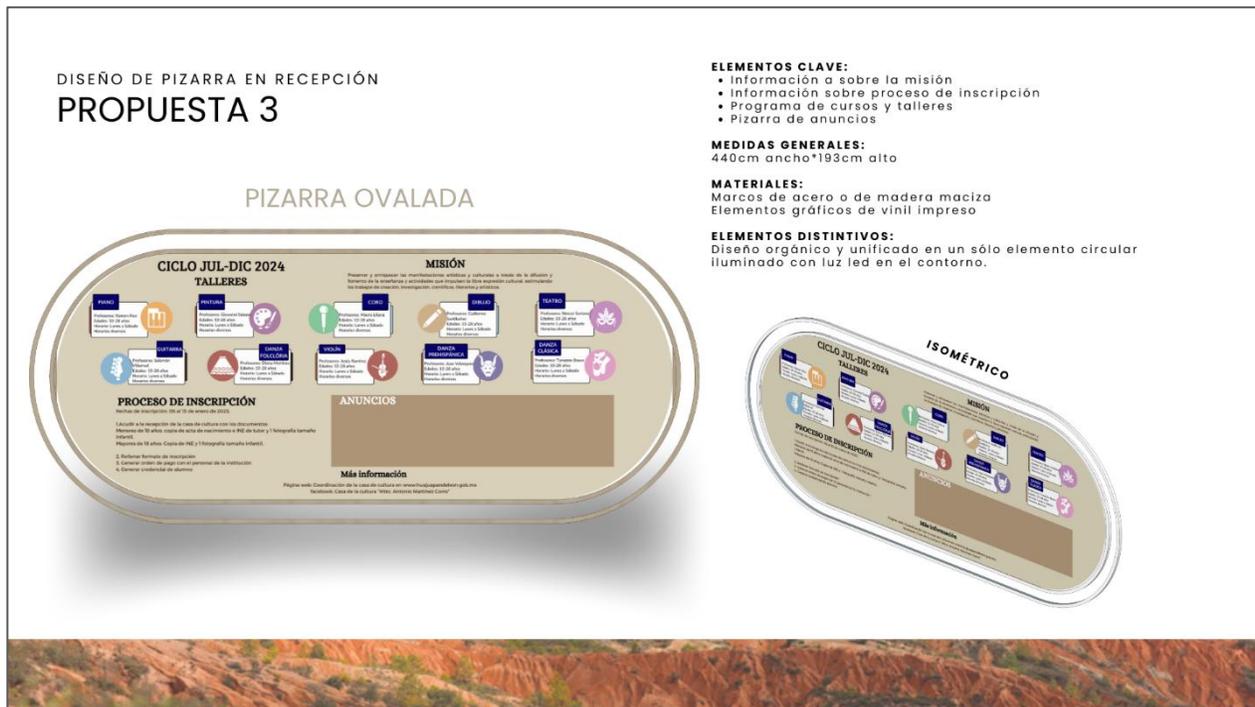
Fuente: Elaboración propia

Figura 44. Propuesta de pizarra 2



Fuente: Elaboración propia

Figura 43. Propuesta de pizarra 3



Fuente: Elaboración propia

PROPUESTAS DE MAPAS DE UBICACIÓN

Figura 45. Propuestas de mapas de ubicación 1



Fuente: Elaboración propia

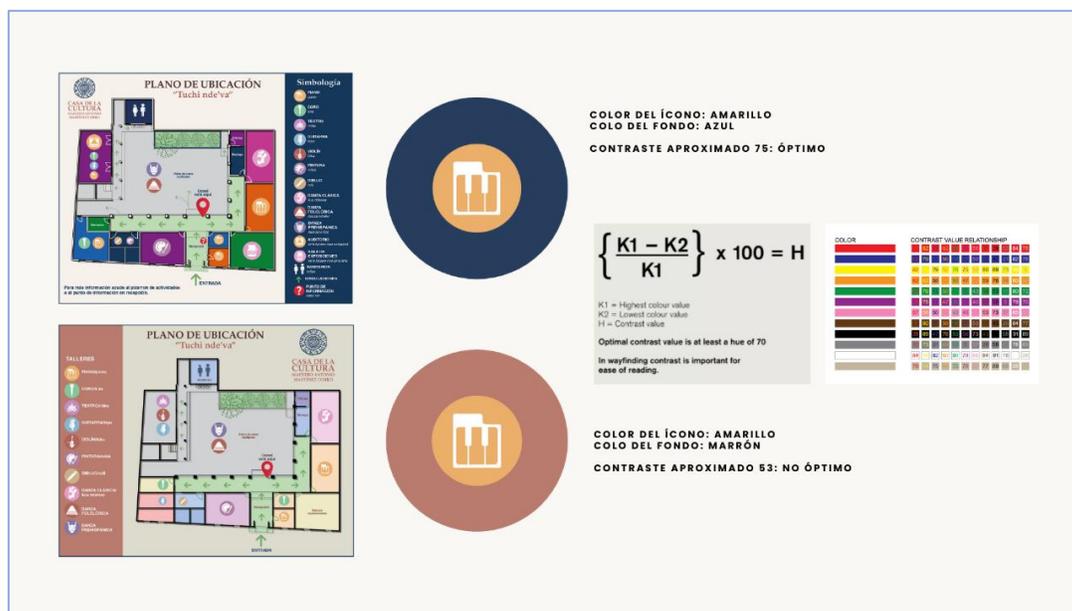
Figura 46. Propuesta mapa de ubicación 2



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla de apoyo, se estimaron los contrastes entre fondo y forma de los íconos para verificar que el contraste sea adecuado para una lectura fácil, por ejemplo:

Figura 47. Contraste de color



Fuente: Elaboración propia

PROPUESTAS PARA MUEBLE DE RECEPCIÓN

Figura 48. Propuesta mueble de recepción 1



Fuente: Elaboración propia

Figura 49. Propuesta mueble de recepción 2



Fuente: Elaboración propia

Figura 50. Propuesta mueble de recepción 3



Fuente: Elaboración propia

4.5 SELECCIÓN DE PROPUESTA DE RECEPCIÓN

En este apartado, se presentan las tablas de evaluación de los requerimientos clave para cada uno de los elementos diseñados dentro de la propuesta arquigráfica para la Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”. Estas tablas permiten analizar si las propuestas cumplen con los objetivos funcionales, estéticos y comunicativos establecidos en el proyecto.

La evaluación se enfoca en aspectos como la legibilidad, la identidad visual, la funcionalidad y la experiencia del usuario, considerando tanto el diseño general como los detalles específicos de cada elemento, desde mapas de wayfinding hasta mobiliario y señalética.

Este proceso es fundamental para garantizar que la propuesta seleccionada no solo refleje los valores e identidad de la institución, sino que también mejore la interacción de los usuarios con el espacio. A través de una evaluación clara y objetiva, se podrá identificar la propuesta más adecuada para implementar en este entorno cultural.

Se evalúa cada propuesta con una escala numérica para cada criterio de 1 a 4, donde

- 1: No cumple.
- 2: Cumple parcialmente.
- 3: Cumple en su mayoría.
- 4: Cumple totalmente.

Luego, se calcula la puntuación total de cada propuesta sumando todos los criterios.

Y finalmente se selecciona la propuesta con mayor puntuación: la propuesta con la mayor puntuación será la más adecuada según los requerimientos establecidos.

Tabla 18. Evaluación de propuestas de recepción

EVALUACIÓN DE PROPUESTAS DE RECEPCIÓN			
PIZARRA			
REQUERIMIENTO	PROP 1	PROP 2	PROP 3
Gráfico informativo de cursos y actividades recurrentes incluyendo horarios y profesores.	4	4	4
Gráfico informativo sobre actividades extra: conciertos exposiciones, anuncios.	4	4	4
Gráfico informativo sobre la misión de la institución.	4	4	4
Gráfico informativo sobre los procesos de inscripción a las actividades y sitios para búsqueda de información.	4	4	4
De fácil acceso visual: tamaño proporcional a los muros laterales de recepción.	4	4	3
Jerarquización de la información categorizada por temas con encabezados claros y distintivos.	4	4	1
ELEMENTOS DE LECTURA FÁCIL Y SEÑALÉTICA ACCESIBLE: <ul style="list-style-type: none"> • Tipografía de palo seco. • Alineación izquierda. • Párrafos cortos. • Vocabulario simple. • Pictogramas abundantes, claros y legibles. • Contraste correcto del color. 	4	3	2
Considerar diseños inclusivos para personas con discapacidades visuales o cognitivas (uso de colores contrastantes y textos directos).	4	3	2
Tamaño correcto de tipografía.	4	4	4
Inclusión de lengua mixteca.	4	1	1
Acorde a la identidad visual institucional gráficamente (colores y elementos gráficos)	4	2	3

Material acorde a la identidad institucional.	4	4	4
Material fácil de limpiar y mantener	3	4	3
Facilidad de actualización: permitir cambios de gráficos cada semestre.	3	3	3
Que esté iluminado.	4	4	4
Altura adecuada para lectura de todos los tipos de usuarios	4	4	4
No obstruye el paso.	4	4	4
No satura de elementos gráficos el espacio.	4	4	3
El diseño de la pizarra se integra visualmente con el estilo general del lugar y otros elementos gráficos.	4	2	2
Incorpora elementos decorativos o gráficos que refuercen la identidad cultural de la institución.	4	1	3
Ocupa materiales para fácil colocación de anuncios en esta sección.	4	4	1
TOTAL	82	71	63
MAPA DE UBICACIÓN			

REQUERIMIENTO	PROPUESTA	PROPUESTA
	1	2
Claridad en la información: El mapa es ser fácil de entender para usuarios de todas las edades.	3	4
Las etiquetas de las áreas deben ser legibles y estar correctamente identificadas.	4	4
Diseño visual atractivo y funcional: utiliza una paleta de colores coherente con la identidad visual de la Casa de Cultura.	4	4
Evita la saturación visual o elementos innecesarios.	4	4
Orientación intuitiva: Incluye referencias claras como puntos cardinales o indicadores de "usted está aquí".	4	4

Los recorridos hacia cada zona deben estar señalados de manera lógica y fluida.	4	4
Accesibilidad: Considera un diseño inclusivo que facilite su comprensión por personas con dificultades visuales o cognitivas (por ejemplo, contraste adecuado, tipografías legibles).	2	4
Durabilidad y materialidad: Los materiales del mapa son resistentes y fáciles de limpiar para garantizar su funcionalidad en el tiempo.	2	4
Relación con el espacio físico: El diseño del mapa está alineado con la distribución real de la Casa de Cultura para evitar confusiones.	4	4
Wayfinding: Integra símbolos o íconos consistentes con el resto de la señalética del lugar.	4	4
Ubicación estratégica: El mapa está colocado en un lugar visible y de fácil acceso para los usuarios al llegar al edificio.	4	4
Conexión con la identidad institucional: Refleja los valores culturales y estéticos de la Casa de Cultura mediante el uso de elementos gráficos, colores y tipografías previamente diseñados.	3	4
TOTAL	42	48

MOBILIARIO DE RECEPCIÓN

REQUERIMIENTO	PROPUESTA	PROPUESTA	PROPUESTA
	1	2	3
Funcionalidad del diseño: Proveer un área adecuada para que la recepcionista realice sus tareas cómodamente.	4	4	4
Contar con suficiente espacio para almacenar materiales como formularios, folletos, y herramientas de trabajo.	4	4	4
Incorporar una superficie amplia y cómoda para que los visitantes se registren o reciban información.	4	4	3

Ergonomía: Asegurar una altura adecuada para que la recepcionista y los usuarios interactúen sin esfuerzo.	4	4	3
Diseño visual coherente con la identidad del espacio: Respetar la paleta de colores y los elementos gráficos de la identidad visual de la Casa de Cultura.	4	3	3
Integrar detalles decorativos que reflejen la cultura y tradiciones locales, como texturas o motivos inspirados en la Mixteca.	4	2	4
Accesibilidad: Ubicar el mobiliario en un punto estratégico, visible desde la entrada principal.	4	4	4
Durabilidad: Usar materiales resistentes y de fácil limpieza que soporten el uso constante.	3	3	3
Privacidad y seguridad: Proveer compartimentos o cajones con cerradura para guardar documentos sensibles o materiales de valor.	4	3	1
Organización del espacio: Incorporar divisores o módulos para separar áreas de trabajo, registro y entrega de información.	4	4	3
Evitar el desorden visual mediante soluciones integradas de almacenamiento.	4	4	4
Incorporar gráficos o detalles que refuercen la arquigrafía y la identidad del lugar.	4	3	4
Incluir un letrero o ícono distintivo que identifique el área como "Recepción".	1	1	1
Adaptabilidad: Diseñar un mobiliario flexible que permita adaptaciones o reubicaciones en caso de necesidad.	3	3	2
Interacción con el usuario: Diseñar un espacio que facilite la interacción cara a cara entre la recepcionista y el visitante.	4	4	4
Incorporar un lugar donde los usuarios puedan escribir o apoyar documentos cómodamente.	4	4	2

Incluir espacio para futuras tecnologías o elementos como pantallas informativas o sistemas de registro digital.	2	2	2
TOTAL	65	56	51

Fuente: Elaboración propia

4.6 DESARROLLO DE PROPUESTA DE CIRCULACIÓN

Figura 51. Propuestas de señalética



Fuente: Elaboración propia

4.7 SELECCIÓN DE PROPUESTA DE CIRCULACIÓN

Tabla 19. Evaluación de propuestas de circulación

EVALUACIÓN DE PROPUESTAS CIRCULACIÓN			
SEÑALÉTICA			
REQUERIMIENTO	PROP 1	PROP 2	
Claridad en la información: La señalética comunica de manera inmediata y precisa el nombre y ubicación de los salones.	4	3	
Los textos son legibles a una distancia adecuada.	4	4	
Diseño acorde a la identidad visual: Los elementos gráficos reflejan la identidad visual y cultural de la Casa de Cultura.	4	3	
Ubicación estratégica: Las señales están colocadas en puntos clave donde el usuario requiere orientación.	4	4	
La señalética es visible desde diferentes ángulos y alturas.	3	4	
Fácil interpretación: Los íconos y símbolos empleados son universales y de fácil comprensión.	4	4	
El diseño evita la saturación de elementos visuales, priorizando la claridad.	4	3	
Durabilidad de materiales: Los materiales son resistentes al desgaste por el uso constante y condiciones ambientales.	3	3	

Accesibilidad para todos los usuarios: Las señales están instaladas a una altura accesible para niños y personas con discapacidad.	4	4
Los colores y contrastes cumplen con estándares de accesibilidad visual.	4	4
Indicaciones específicas y efectivas: La señalética dirige al usuario de manera intuitiva hacia los salones y áreas principales.	4	3
Incluye flechas o elementos direccionales claros para guiar el recorrido.	4	4
Coherencia en el diseño: Todas las señales mantienen un formato homogéneo que facilita su identificación en los pasillos.	4	4
Los materiales y métodos de instalación simplifican futuras modificaciones.	3	3
La señalética reduce la necesidad de pedir indicaciones, mejorando la experiencia del usuario.	4	4
El diseño fomenta la confianza en la orientación autónoma dentro del espacio.	4	4
TOTAL	65	58

Fuente: Elaboración propia

4.8 DESARROLLO DE PROPUESTA DE DESTINOS

Figura 52. Propuestas de gráficos en destinos



Fuente: Elaboración propia

Figura 53. Propuestas de gráficos en destinos



Fuente: Elaboración propia

4.9 SELECCIÓN DE PROPUESTA DE DESTINOS

Tabla 20. Evaluación de propuestas de destinos

EVALUACIÓN DE PROPUESTAS DE DESTINOS		
GRÁFICOS EN SALONES Y MUROS		
REQUERIMIENTO	PROP 1	PROP 2
Identificación clara del salón: El ícono del taller identifica fácilmente la actividad o función del salón.	4	4
La señal gráfica es visible y legible a primera vista.	4	4
Concordancia con la identidad visual: Los elementos gráficos reflejan la identidad cultural y visual de la Casa de Cultura.	4	4
Los colores, formas y tipografías son consistentes con la propuesta de arquitectura.	4	4
Legibilidad de la información: La hoja de horarios es clara, organizada y de fácil lectura para usuarios de todas las edades.	4	2
La información está presentada en un tamaño adecuado y con suficiente contraste.	4	4
Diseño atractivo y funcional: Los gráficos y diseños en la entrada captan la atención de los usuarios sin saturar visualmente.	4	3
Los materiales utilizados son resistentes al uso diario y fáciles de limpiar.	4	4

Los colores y acabados mantienen su calidad y apariencia con el paso del tiempo.	3	3
Los elementos gráficos están colocados a una altura visible y accesible para todos los usuarios.	4	2
La disposición evita obstrucciones o confusiones al ingresar al salón.	4	4
Adaptabilidad a actualizaciones: Las hojas de horarios pueden actualizarse fácilmente sin dañar el diseño general.	4	4
Coherencia gráfica entre salones: Todos los salones presentan un estilo gráfico uniforme que facilita su identificación.	4	4
Las variaciones entre salones se basan únicamente en los íconos y colores asignados.	4	3
Accesibilidad universal: Los diseños están pensados para ser comprensibles por personas con discapacidades visuales o de comprensión.	4	4
Se evitan elementos gráficos complejos que puedan dificultar la identificación rápida.	4	4
Refuerzan la identidad del espacio y mejoran la interacción con los usuarios.	4	4
Ahorro económico en materiales y aplicaciones.	4	3
TOTAL	71	64

Fuente: Elaboración propia

4.10 SELECCIÓN DE PROPUESTA DE ÍCONOS

De acuerdo a la creación de íconos de cada taller se realizaron dos propuestas:

Figura 54. Diseño de iconos



Fuente: Elaboración propia

Se seleccionó la propuesta 1, debido a que la elección de íconos rellenos, simples y con pocos detalles en lugar de iconos con trazos elaborados responde a la necesidad de garantizar una lectura fácil, un buen funcionamiento y una accesibilidad visual óptima. Los íconos minimalistas son más rápidos de interpretar y reconocibles a simple vista, incluso a distancia, lo que resulta esencial en un espacio público como la Casa de Cultura, donde los usuarios pueden tener distintas edades y niveles de alfabetización visual. Además, al reducir los elementos decorativos, se evitan posibles confusiones y se mejora la comprensión inmediata del mensaje, contribuyendo a un sistema arquigráfico claro y funcional que facilita la orientación y refuerza la experiencia del usuario. Este enfoque también asegura que los íconos mantengan su legibilidad en diferentes tamaños y aplicaciones, desde señalética hasta materiales impresos y digitales.

Una vez evaluadas las propuestas arquigráficas mediante las tablas de requerimientos establecidos, se seleccionó la propuesta que mejor satisface las necesidades y resuelve la problemática identificada en la Casa de Cultura. Este paso marca la transición hacia la elaboración del manual arquigráfico, el cual consolidará los lineamientos de diseño, identidad visual y elementos gráficos aprobados. Este manual servirá como una guía integral para la implementación efectiva de la propuesta final, asegurando la coherencia visual y funcional de los espacios, así como la correcta aplicación de los elementos diseñados dentro de la institución.

4.11 MODELADO DEL ESPACIO EN TERCERA DIMENSIÓN

A partir de un levantamiento arquitectónico del edificio; con ayuda del programa Sketchup se realizó el modelado en tercera dimensión de toda la Casa de Cultura, con la finalidad de visualizar las propuestas gráficas aplicadas al espacio.

Figura 55. *Levantamiento 3d del edificio*



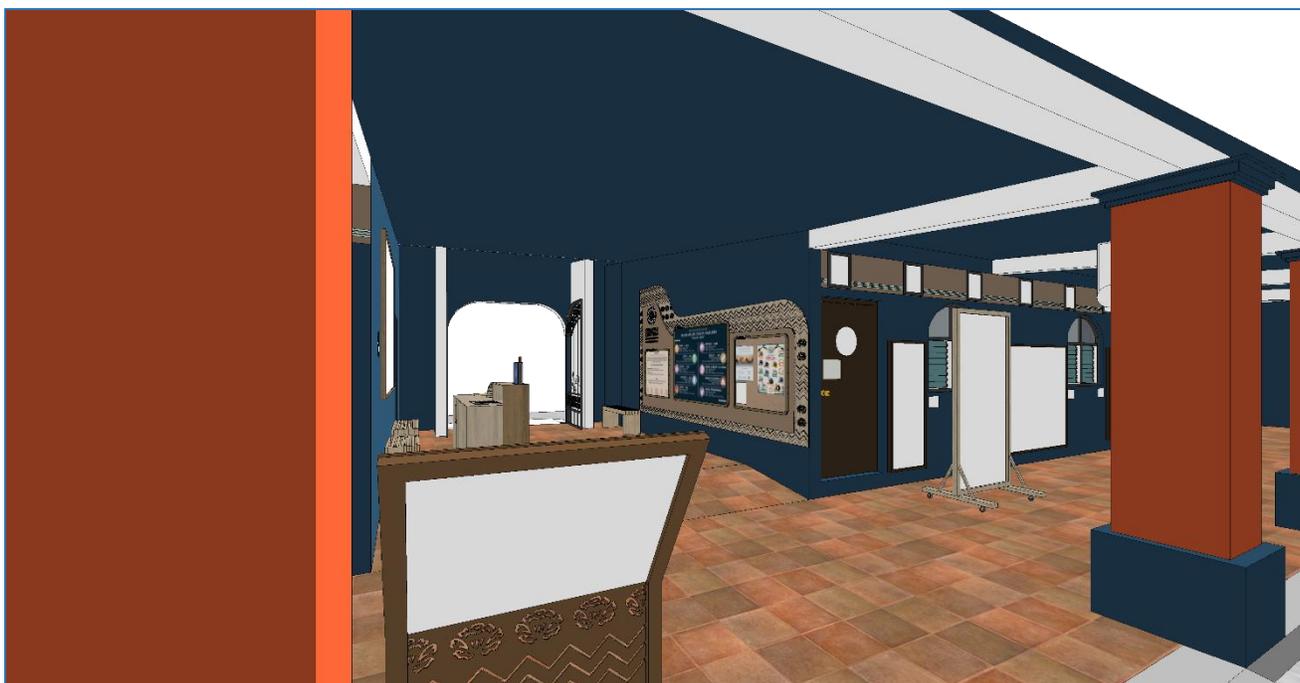
Fuente: Elaboración propia

Figura 57. Levantamiento 3d del edificio en interior



Fuente: Elaboración propia

Figura 56. Levantamiento 3D de elementos arquigráficos



Fuente: Elaboración propia

Después se pasaron a renderizado para la inserción de los gráficos 2D.

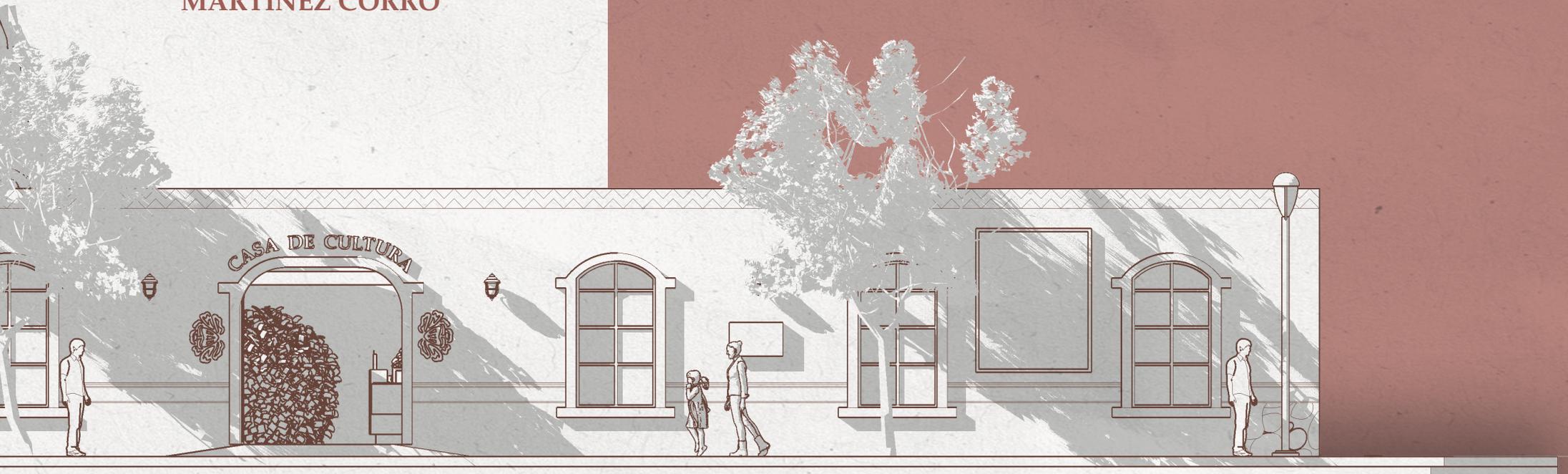
DESARROLLO DE MANUAL ARQUIGRÁFICO PARA LA CASA DE CULTURA



**CASA DE LA
CULTURA**
MAESTRO ANTONIO
MARTÍNEZ CORRO

“Aplicación de la **arquigrafía**
como herramienta de comunicación
visual en un espacio cultural”

PROYECTO DE TESIS



Aylin Daniela Dávila Martínez

MANUAL ARQUIGRÁFICO





**CASA DE LA
CULTURA**
MAESTRO ANTONIO
MARTÍNEZ CORRO



“Aplicación de la arquigrafía como herramienta de comunicación visual en un espacio cultural”

Manual arquigráfico

Tesis que presenta: Aylin Daniela Dávila Martínez

Director

Itzcóatl Bolaños Gómez

Sinodales

Dra. María De La Luz Palacios Villavicencio

D.G. Consuelo Jaqueline Estrada Bautista

Ing. Eruvid Cortés Camacho

Huajuapán de León, Oaxaca. 2024

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Casa de la Cultura "Mtro. Antonio Martínez Corro" enfrenta diversas problemáticas que afectan su funcionamiento y la experiencia de los usuarios. La falta de información clara sobre las actividades y la saturación visual provocan confusión, dificultando la identificación de eventos y la orientación dentro del espacio. Además, no existe una identidad visual coherente que refuerce su propósito cultural, lo que limita el reconocimiento del lugar. Estos problemas afectan tanto la circulación dentro del edificio como la percepción del espacio, lo que hace necesario intervenir para mejorar la comunicación visual y la funcionalidad del lugar.





IDENTIDAD
VISUAL

CONTEXTO HUAJUAPAN DE LEÓN.



Hujuapán de León, ubicado en la región Mixteca de Oaxaca, es un lugar de gran riqueza cultural y geográfica, conocido por su historia prehispánica y tradiciones profundamente arraigadas.

Su entorno, con un clima cálido semiárido, se caracteriza por montañas, cañadas y una vegetación predominada por cactáceas. Culturalmente, destaca por su herencia artesanal, con textiles, cerámica y arte popular que reflejan la identidad de sus habitantes. Además, las festividades y las danzas tradicionales son expresiones vivas de su patrimonio, haciendo de Huajuapán un referente cultural en la región.

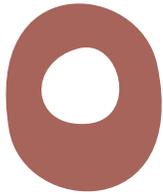
IMAGOTIPO



**CASA DE LA
CULTURA**
MAESTRO ANTONIO
MARTÍNEZ CORRO



PALETA DE COLORES



CULTURA

Color marrón

Asociado con la estabilidad, el confort y la solidez. Se percibe como un color orgánico, relacionado con la naturaleza y la tierra. Refleja la conexión de Huajuapán con la tierra, la alfaería y las tradiciones agrícolas.

R: 176 G: 101 B: 91 %
C:24 M:64 Y:56 K:16 %



HISTORIA

Color café

Al ser más oscuro y profundo, transmite una sensación de profundidad, solidez y seriedad. Simboliza la relación con la naturaleza, la tradición y el pasado cultural de Huajuapán de León.

R: 80 G: 49 B: 46 %
C:44 M:68 Y:58 K:65 %



NEUTRALIDAD

Color beige

El beige es un color suave y neutral que transmite calidez, estabilidad y accesibilidad, se asocia con armonía y cercanía. Este tono es ideal para espacios públicos y culturales, ya que favorece la integración de personas con diferentes personalidades y estilos de aprendizaje.

R: 195 G: 189 B: 165 %
C:26 M:21 Y:36 K:4 %



INTEGRIDAD

Color azul

Se considera un color que induce a la reflexión y la concentración. El azul tiene un efecto tranquilizador, lo que facilita un ambiente propicio para el aprendizaje y la creatividad.

R: 18 G: 55 B: 89 %
C:100 M:77 Y: 38 K:31 %

PROPORCIONES



TIPOGRAFÍAS

principal y secundaria

NOMBRE:

BAHIJ NAZANIN BOLD

ALFABETO:

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

NOMBRE:

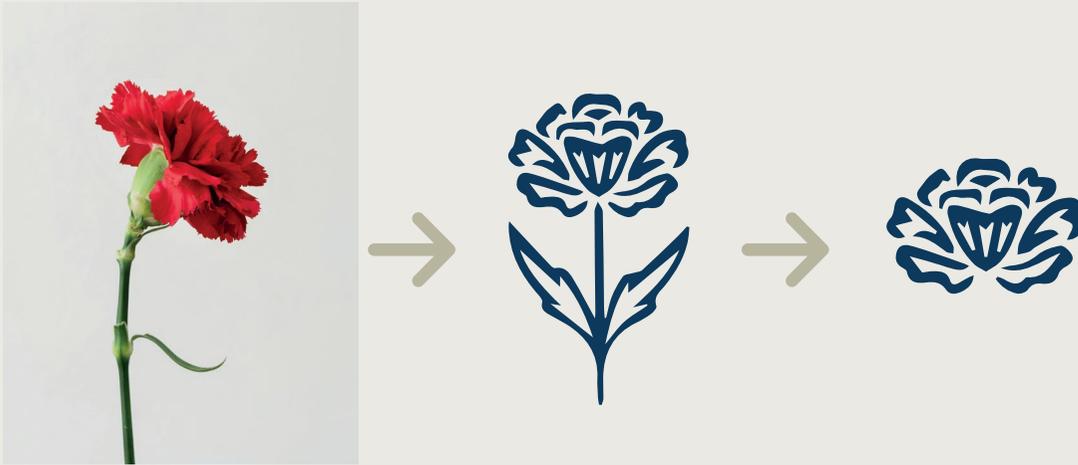
HELVETICA

ALFABETO:

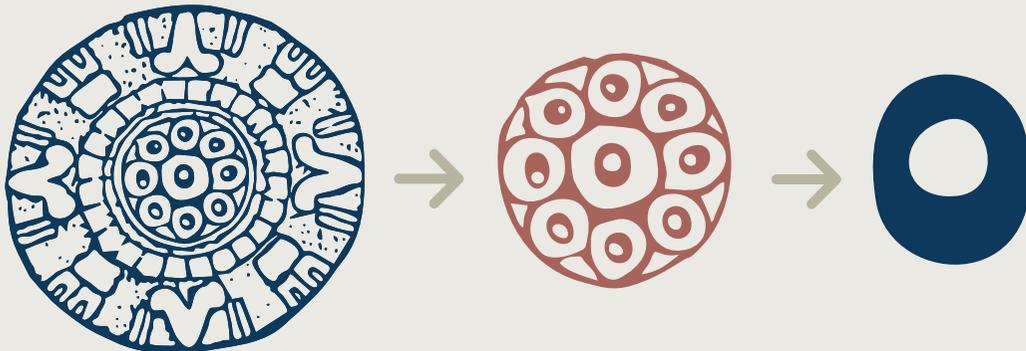
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

CLAVEL DEL JARABE MIXTECO



SIMPLIFICACIÓN DE ELEMENTO



ELEMENTOS GRÁFICOS

Los elementos gráficos de apoyo son componentes visuales complementarios, como patrones, texturas, ilustraciones, iconos o líneas decorativas, que se utilizan junto con el logotipo para reforzar la identidad visual de una marca o institución.

EL CLAVEL.

El clavel, utilizado como parte del baile del Jarabe Mixteco, simboliza el amor, la pasión y el respeto en la tradición mixteca. El hombre lo ofrece a la mujer en señal de galantería y devoción; este gesto representa el cortejo tradicional y la importancia de los valores comunitarios como el respeto y la unión.

DINTEL

Este ícono fue rescatado del grabado un dintel encontrado en el cerro de las minas de Huajuapán de León, convirtiéndose en un emblema de su historia.



AZULEJOS + LAS 3 MIXTECAS



Se fusiona y multiplica por tres la línea en zig zag de los azulejos representativos de la Casa de Cultura representando las tres líneas en la falda del Jarabe Mixteco, las cuales simbolizan las tres Mixtecas: Alta, Baja y de la Costa, regiones que conforman el territorio histórico de la Mixteca. Estas líneas representan la unidad y la diversidad cultural del pueblo mixteco, destacando su conexión con la tierra, sus tradiciones y su identidad compartida.

DISEÑO DE ÍCONOS DE TALLERES Y CURSOS



PIANO
piano



CORO
k'áa



TEATRO
nüku



GUIARRA
kiyu



VIOLÍN
túku



PINTURA
ndáá



DIBUJO
ndíi



DANZA CLÁSICA
kuu ndakuu



**DANZA
FOLCLÓRICA**

danzá ndíxhu



**DANZA
PREHISPÁNICA**

nuu sa'vi kóó



AUDITORIO

ve'e ka'ano noo natakaná



**SALA DE
EXPOSICIONES**

ve'e ka'ano noo jona'ana



SANITARIOS

ndiyu



CIRCULACIONES



**PUNTO DE
INFORMACIÓN**

ndúú ni'í

DISEÑO DE ÍCONOS DE TALLERES Y CURSOS

Simplificación de elementos

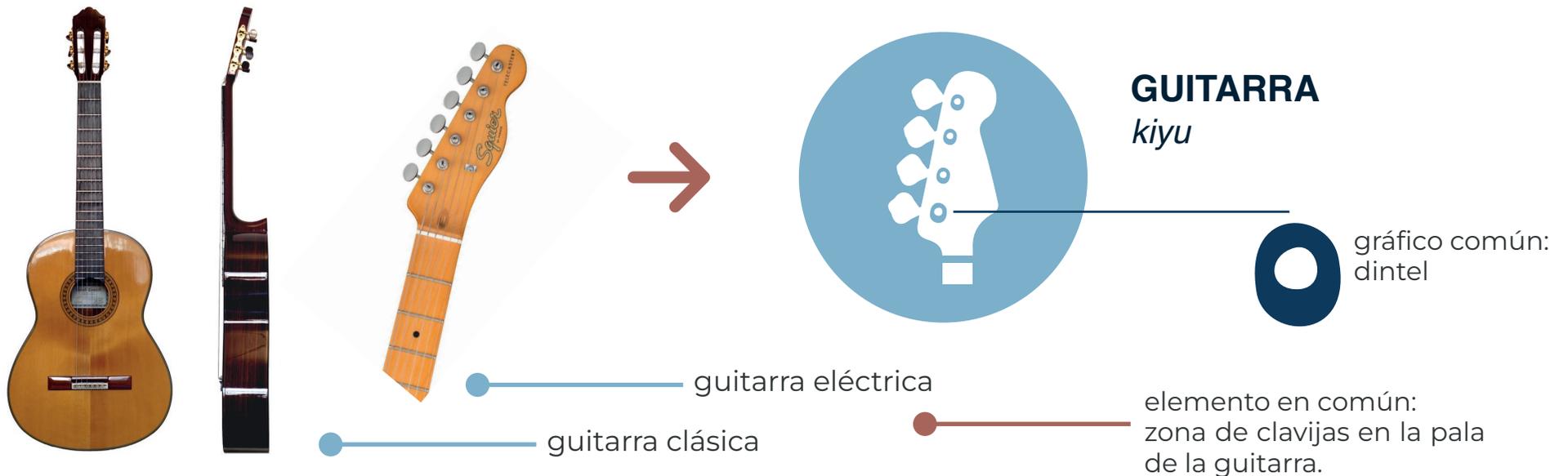
La simplificación elimina detalles innecesarios, lo que permite que los elementos esenciales sean percibidos más fácilmente.

Retención en la Memoria

Son más fáciles de recordar porque no sobrecargan la memoria con detalles complejos, favorece la familiaridad y permite que los usuarios asocien el ícono con su significado o función en el menor tiempo posible.

Escalabilidad y Adaptabilidad

Mantienen su legibilidad y claridad en diferentes tamaños y contextos.



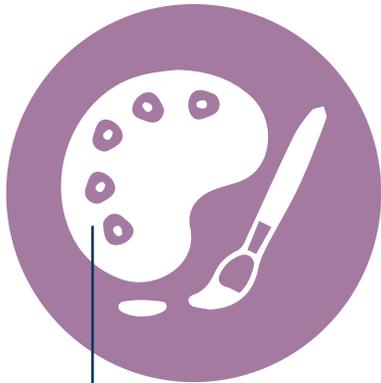
SIMPLIFICACIÓN DE ELEMENTOS Y CREACIÓN DE FORMAS

Universalidad

Un diseño simple reduce las interpretaciones culturales o lingüísticas y aumenta la posibilidad de que personas de diferentes orígenes puedan entender su mensaje.

Menor Carga Cognitiva

No exigen un análisis detallado o concentración prolongada para ser comprendidos, lo que los hace más eficientes en contextos donde la atención del usuario es limitada.



PINTURA

ndáá

formas orgánicas y
amigables

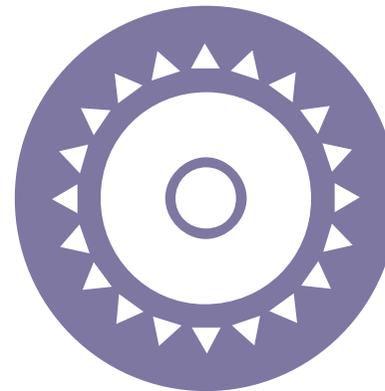


gráfico común:
dintel



godete
de pintura

pincel



DANZA PREHISPÁNICA

nuu sa'vi kóó

todos los íconos son de
formas rellenas manteniendo
la misma línea de diseño.



representación de
danza prehispánica en
Huajuapán de León

escudo azteca

PROPUESTA ARQUIGRÁFICA DE RECEPCIÓN

- Cursos y talleres
- Proceso de inscripción
- Mapa de ubicación
- Anuncios y eventos





LA
URA
ANTONIO
CORRO

MISIÓN

Las manifestaciones artísticas y culturales a través de la enseñanza y actividades que impulsen la libre circulación de los trabajos de creación, investigación, científicos, literarios y artísticos.

PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Del 10-15 de Julio de 2024 en la Casa de Cultura con los descuentos.

Tramitar el formulario de inscripción y datos personales en la lista del curso.

WEB

leon.gob.mx/coordinacion-de-la-casa-de-cultura/
Casa de Cultura "Mtro. Antonio Martínez Corro"

Cursos

CICLO ESCOLAR 2024-2025
PROGRAMA DE CURSOS Y TALLERES
"Kums ka ndani"

PIANO / piano Profesor: Heberto Nájiz Edades: 10-20 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs	PIÑATA / máka Profesor: Heberto Nájiz Edades: 10-20 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs
CORO / k'ida Profesor: Heberto Nájiz Edades: 10-20 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs	COBUDO / máka Profesor: Heberto Nájiz Edades: 10-20 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs
TEATRO / máka Profesor: Heberto Nájiz Edades: 10-20 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs	DANCA CLÁSICA / Nani máka Profesor: Heberto Nájiz Edades: 10-20 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs
GUITARRA / k'ija Profesor: Heberto Nájiz Edades: 10-20 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs	DANCA FOLCLÓRICA Profesor: Heberto Nájiz Edades: 10-20 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs
VIOLÍN / k'ika Profesor: Heberto Nájiz Edades: 10-20 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs	DANCA PREHISPÁNICA Profesor: Heberto Nájiz Edades: 10-20 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs

CASA DE LA CULTURA
MARTÍN ANTONIO MARTÍNEZ CORRO



DISEÑO DE PIZARRA PRINCIPAL

CICLO ESCOLAR 2024-2025
PROGRAMA DE CURSOS Y TALLERES
“kuros ka nduni”

PIANO / piano
Profesores: Ramón Ríos, Lucina Ramírez, Mayra Liliana, Alicia Iniesta y Valeria Soriano
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Sábado Horarios diversos.

PIANTURA / ndáá
Profesor: Giovanni Salazar, Guillermo Santibáñez y Yadira Chávez.
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Sábado Horarios diversos.

CORO / k'áa
Profesor: Mayra Liliana y Alicia Iniesta
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles Horarios diversos.

DIBUJO / ndíi
Profesor: Guillermo Santibáñez y Ángeles Rubí.
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Sábado Horarios diversos.

TEATRO / nūku
Profesor: Néstor Soriano
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.

DANZA CLÁSICA / kuu ndakuu
Profesor: Tonatzin Bravo y Miguel Calderón.
Edades: 10-28 años
Horario: Martes a Sábado Horarios diversos.

GUITARRA / kiyu
Profesor: Salomón Villarreal
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 11:00 a 13:00 hrs.

DANZA FOLCLÓRICA / danzá ndíxhu
Profesor: Diana Martínez y José Velásquez.
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Jueves 16:00 a 20:00 hrs.

VIOLÍN / túku
Profesor: Jesús Ramírez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.

DANZA PREHISPÁNICA / nuu sa'vi kóó
Profesor: Jose Luis Velásquez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles Horarios diversos.

PARA MÁS INFORMACIÓN SOBRE HORARIOS ACERCARSE A RECEPCIÓN

Un pizarrón informativo es clave para centralizar la comunicación, facilitar el acceso a la información y promover la participación en los talleres y actividades de la Casa de la Cultura.

Este elemento es personalizable cada ciclo escolar y funge como una plantilla para modificar nombres de profesores, horarios y edades respetando la jerarquización de elementos y orden de la información.

DISEÑO DE PIZARRA SECUNDARIA

MISIÓN

Preservar y enriquecer las manifestaciones artísticas y culturales a través de la difusión y fomento de la enseñanza y actividades que impulsen la libre expresión cultural, estimulando los trabajos de creación, investigación, científicos, literarios y artísticos

PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Fechas de inscripción: 05 al 15 de enero de 2025

1. Acudir a la recepción de la Casa de Cultura con los documentos:

MENORES DE 18 AÑOS:

- Copia de acta de nacimiento y copia de INE de tutor.
- 1 fotografía tamaño infantil

MAYORES DE 18 AÑOS:

- Copia de INE
- 1 fotografía tamaño infantil

2. Rellenar formato de inscripción.

3. Generar orden de pago con el personal de la institución y confirmar el pago.

4. Generar credencial de alumno.

WEB

<https://huajuapandeleon.gob.mx/coordinacion-de-la-casa-de-cultura/>



Casa de Cultura "Mtro. Antonio Martínez Corro"



Un pizarrón informativo centraliza la información detalla del proceso de inscripción y guía a los usuarios hacia las páginas web, facilitando la participación y mejorando la comunicación en la Casa de Cultura para nuevos visitantes.

Este elemento es personalizable y funge como una plantilla respetando la jerarquización de elementos y orden de la información.



CASA DE LA CULTURA
MAESTRO ANTONIO MARTÍNEZ CORRO

información

MISIÓN

Preservar y enriquecer las manifestaciones artísticas y culturales a través de la difusión y fomento de la enseñanza y actividades que impulsen la libre expresión cultural, estimulando los trabajos de creación, investigación, científicos, literarios y artísticos.

PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Fechas de inscripción: 10-15 de Julio de 2024

1. Acudir a la recepción de la Casa de Cultura con los documentos:
 - INE
 - Acta de nacimiento
2. Anotar nombre completo y datos personales en la lista del curso.

WEB

<https://huajuapandeleon.gob.mx/coordinacion-de-la-casa-de-cultura/>
 Casa de Cultura "Mtro. Antonio Martínez Corro"



CICLO ESCOLAR 2024-2025
PROGRAMA DE CURSOS Y TALLERES
"kuros ka nduni"



PIANO / piano

Profesor: Heriberto Núñez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.



CORO / k'áa

Profesor: Heriberto Núñez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.



TEATRO / nūku

Profesor: Heriberto Núñez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.



GUIARRA / klyu

Profesor: Heriberto Núñez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.



VIOLÍN / túku

Profesor: Heriberto Núñez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.



PINTURA / ndáá

Profesor: Heriberto Núñez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.



DIBUJO / ndfi

Profesor: Heriberto Núñez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.



DANZA CLÁSICA / kuu ndakuu

Profesor: Heriberto Núñez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.



DANZA FOLCLÓRICA

Profesor: Heriberto Núñez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.



DANZA PREHISPÁNICA

Profesor: Heriberto Núñez
Edades: 10-28 años
Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.

Anuncios

The announcements board features a corkboard background. On the left, there is a notice about the 3rd November 2024. On the right, there is a colorful calendar titled "CALETERA" for the month of November, showing various dates and events. Below the calendar, there are two empty rectangular boxes.

ESTRUCTURA PARA PIZARRAS

Es vital que la estructura, materiales y formas del pizarrón armonicen con la arquigrafía y la identidad de la Casa de la Cultura, utilizando elementos gráficos complementarios para reforzar coherencia, pertenencia y valor estético.

Materiales:

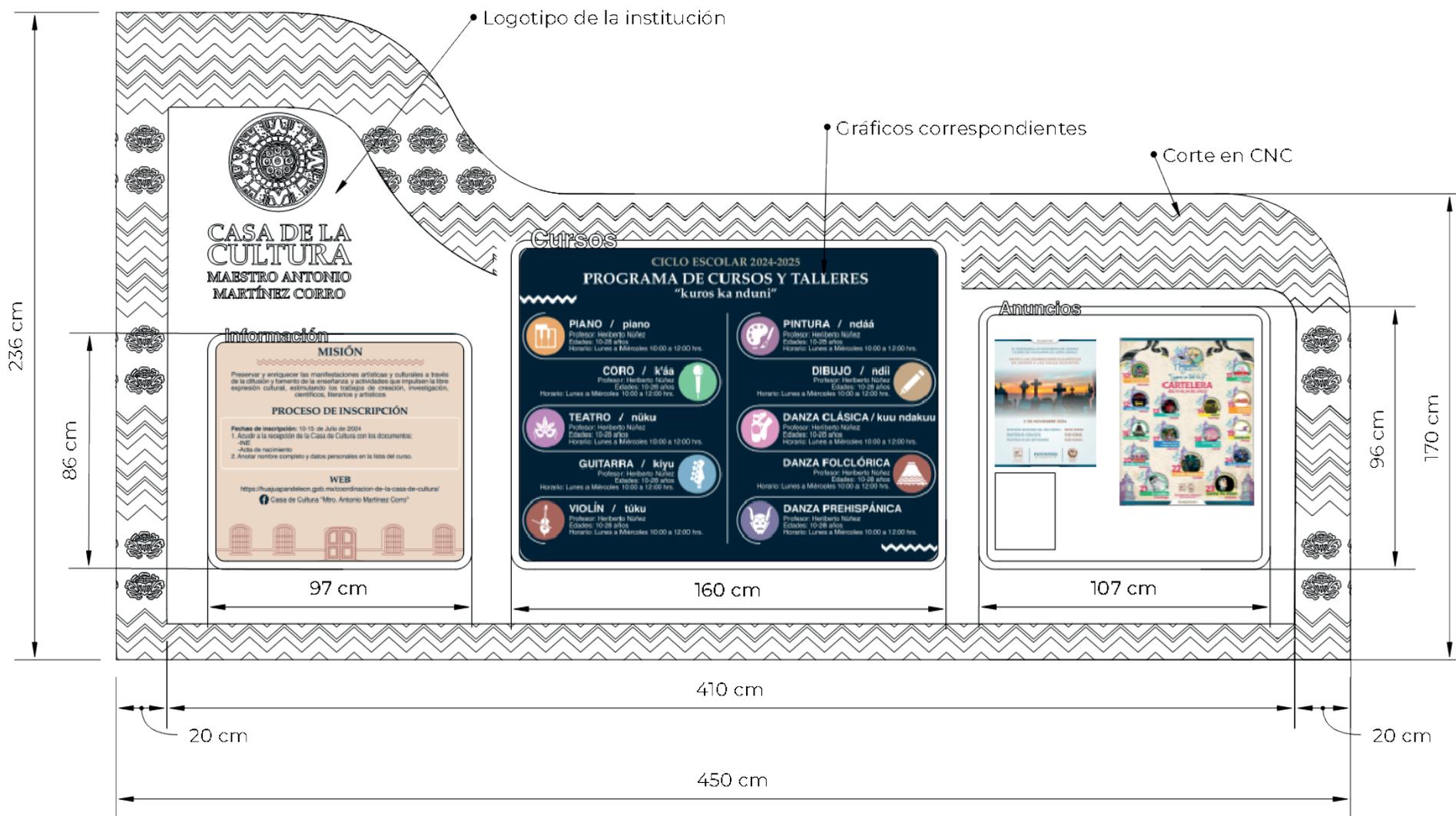
Triplay de madera de pino con corte CNC y gráficos en impresión de vinil HD adheridos a la estructura de madera.



Este pizarrón es modificable cada ciclo escolar desprendiendo el vinil y renovándolo con uno nuevo de información actualizada.

Además es sujetado al muro mediante un bastidor de madera atornillado.

MEDIDAS DE PIZARRA INFORMATIVA



PLANO DE MOBILIARIO DE PIZARRA

Unidades: centímetros | Material: Triplay de pino 12 mm | Diseño: Aylin Martínez

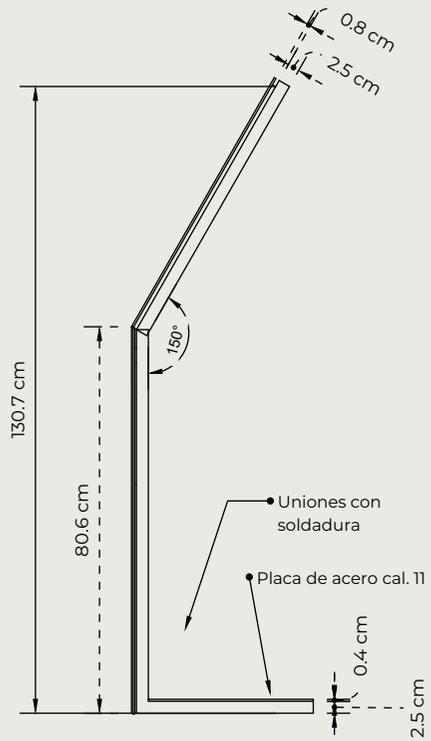
DISEÑO DE MAPA PARA WAYFINDING



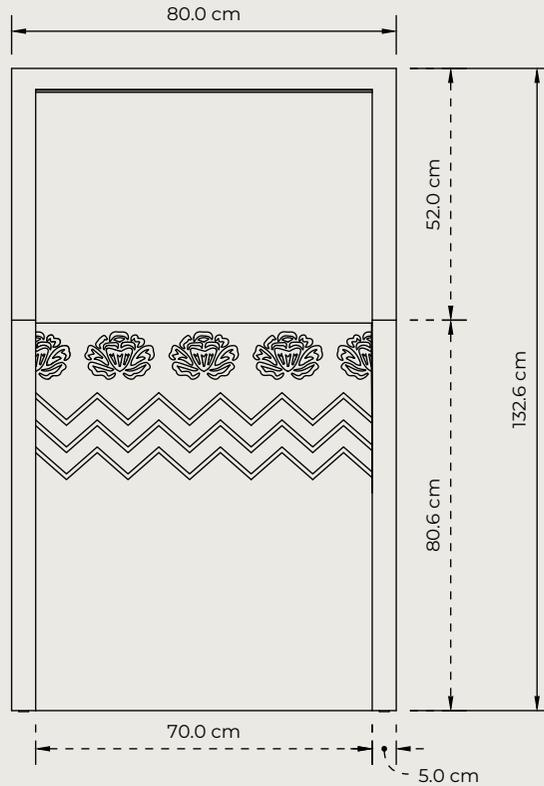
El mapa de ubicación es crucial para que los usuarios encuentren fácilmente su destino dentro de la Casa de la Cultura. Facilita un recorrido autónomo y mejora la experiencia al destacar el wayfinding, asegurando una navegación clara y eficiente por el espacio.

Este mapa se coloca dentro de una estructura mostrada a continuación y es una plantilla para una segunda etapa de proyecto que involucre el segundo nivel del edificio.

ESTRUCTURA PARA MAPA DE UBICACIÓN

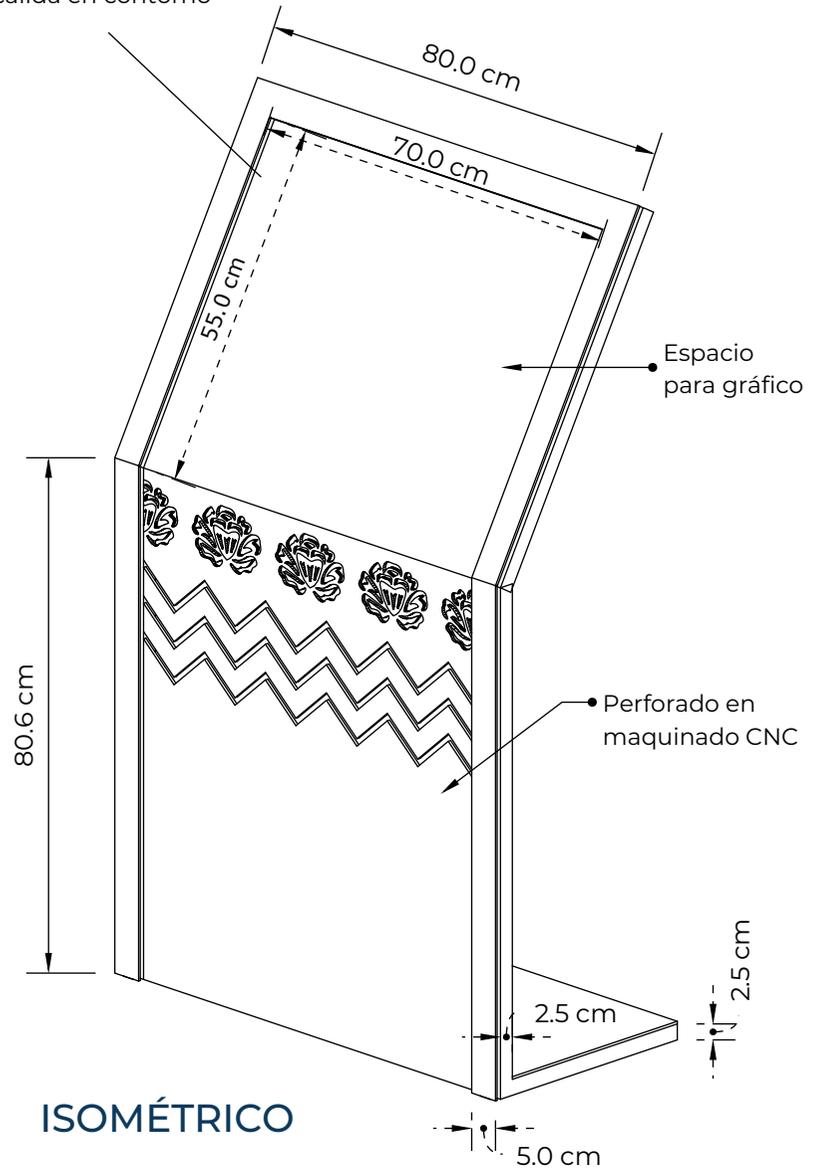


LATERAL DERECHO



FRONTAL

Ranura para Iluminación LED
cálida en contorno



ISOMÉTRICO

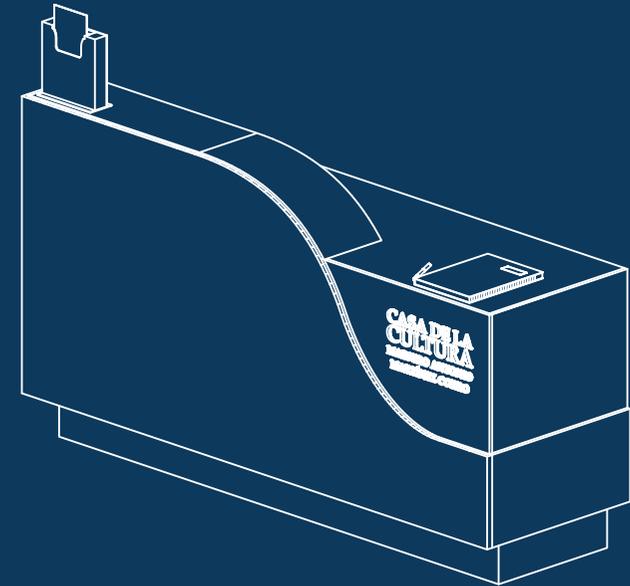
PLANO DE ESTRUCTURA DE MAPA

Unidades: centímetros | Material: Placa y perfiles de acero | Diseño: Aylin Martínez



DISEÑO DE MUEBLE DE RECEPCIÓN

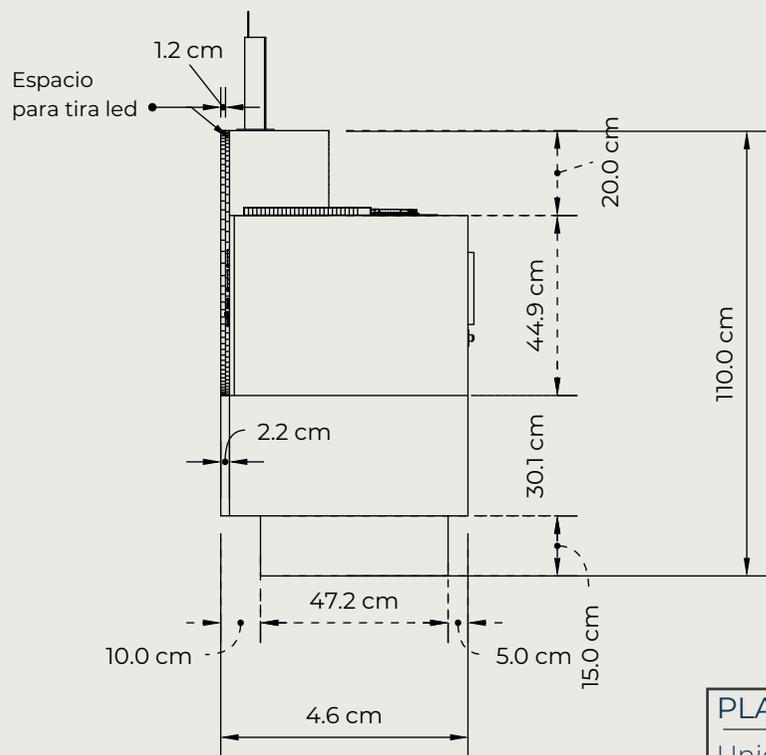
Diseñar un mueble de recepción acorde a la arquigrafía del lugar asegura coherencia visual, mejora la bienvenida a los visitantes y facilita la comunicación y atención personalizada, complementando la información disponible en el espacio.



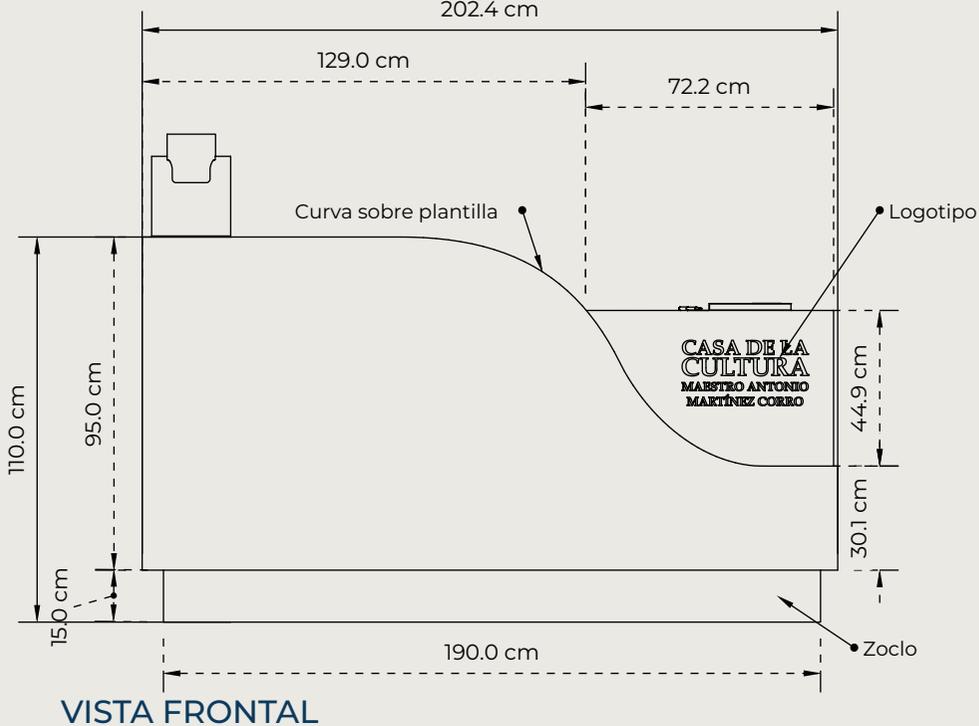
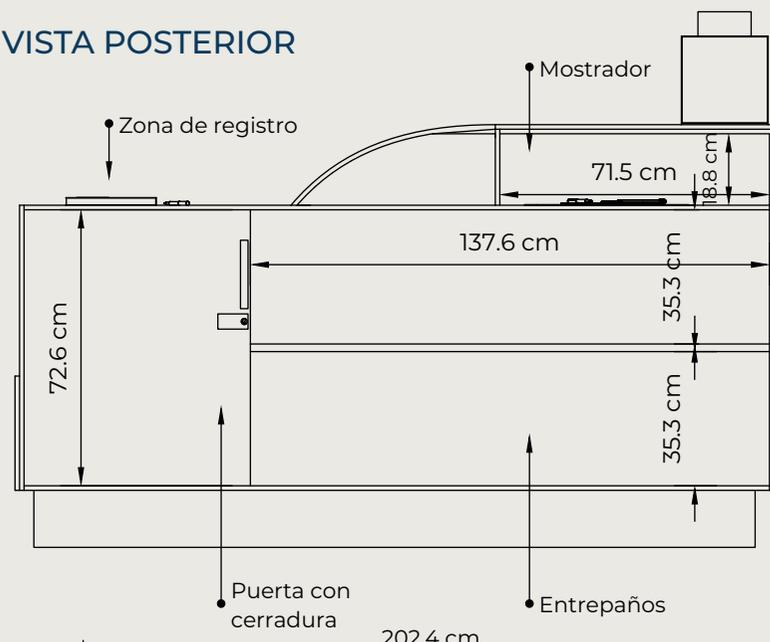


Diseño industrial DETALLES Y MEDIDAS

VISTA LATERAL IZQ.



VISTA POSTERIOR



PLANO DE MOBILIARIO DE ESCRITORO DE RECEPCIÓN

Unidades: centímetros | Material: Madera de pino 12 mm | Diseño: Aylin Martínez



INFORMACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN
CARRERAS
TELÉFONO

CASA DE LA
CULTURA
MAESTRO ANTONIO
MARTÍNEZ CORRO



PROPUESTA ARQUIGRÁFICA EN CIRCULACIONES Y DESTINOS

- **Conmemoración al Jarabe Mixteco**
- **Señalética sobre circulaciones**
- **Reubicación de murales**
- **Información sobre cada salón**





1999
ROSA Y MANUEL



1998
ROSA Y GABRIEL



1987
ROSA Y GABRIEL



1987
ROSA Y GABRIEL



1987
ROSA Y GABRIEL



1987
ROSA Y GABRIEL



1987
ROSA Y GABRIEL



1987
ROSA Y GABRIEL



1987
ROSA Y GABRIEL



ROSA Y GABRIEL
EXPOSICIÓN DE OBRAS
DEL 1987 AL 1999
MUSEO DE ARTE
CALLE 100 N. 100-100
BOGOTÁ, COLOMBIA

ROSA Y GABRIEL
EXPOSICIÓN DE OBRAS
DEL 1987 AL 1999
MUSEO DE ARTE
CALLE 100 N. 100-100
BOGOTÁ, COLOMBIA



DISEÑO DE GRÁFICOS INFORMATIVOS EN DESTINOS

SALÓN DE CORO, CANTO Y PIANO

ve'e ka'ano noo sitasa'ana
casa grande donde bailan

HORARIOS

CORO: GABY INIESTA
Lunes, Martes y Viernes 18:30-7:10 hrs.

CANTO: GABY INIESTA
Miércoles y Jueves

PIANO: GABY INIESTA
Miércoles y Jueves



SALÓN DE DANZA CLÁSICA

ve'e ka'ano noo sitasa'ana
casa grande donde bailan

HORARIOS

TONATZIN BRAVO
Martes a Jueves 16:00-20:30 hrs

MIGUEL CALDERÓN
Viernes 15:00-19:30 hrs Sábado 09:00-13:30 hrs.



SALÓN DE PIANO

Ve'e ka'ano nativi
Casa grande de personas que tocan instrumentos musicales

HORARIOS

RAMON DE LA CRUZ
Lunes a viernes 16:00-21:00 hrs. Sábado 09:00-14:00 hrs.

LUCINA RAMÍREZ
Lunes a Viernes 11:00-16:00 hrs.

MAYRA LILIANA
Lunes, Miércoles y Sábado.



SALÓN DE DIBUJO

ve'e ka'ano noo sitasa'ana
casa grande donde bailan

HORARIOS

ÁNGELES RUBÍ NICOLÁS
Lunes a Miércoles 16:00-20:00 hrs.



SALÓN DE PINTURA

ve'e ka'ano noo sitasa'ana
casa grande donde bailan

HORARIOS

GIOVANNI SALAZAR
Martes y Jueves 17:00-20:00 hrs.

GUILLERMO SANTIBÁÑEZ
Jueves a Sábado 16:00-20:00 hrs.

YADIRA AIDEE CHÁVEZ
Lunes a Miércoles 16:00-19:00 hrs.



SALA DE EXPOSICIONES

ve'e ka'ano noo sitasa'ana
casa grande donde bailan

EXPOSICION ACTUAL

OBRAS DE CERÁMICA
Autora: María Cervantes
ARTISTA PLÁSTICA



SALA DE VESTUARIOS

ve'e ka'ano noo sitasa'ana
casa grande donde bailan

DANZA FOLCLÓRICA

ACCESO SÓLO PERSONAL
AUTORIZADO



Protección de acrílico para cada destino colocado sobre la puerta de cada aula atornillado.

PLANTILLA

Medidas para cartel : CARTA
21.6*27.9 cm impresos en hoja
tipo opalina gruesa.

Nombre del salón o área
respectiva de la puerta

SALÓN DE DANZA CLÁSICA

Traducción al mixteco

ve'e ka'ano noo sitasa'ana

casa grande donde bailan

Encabezado de Horarios

HORARIOS

TONATZIN BRAVO

Martes a Jueves 16:00-20:30 hrs

Nombre de profesores y hora-
rios en los que imparten cada
taller comenzando de días a
horas.

MIGUEL CALDERÓN

Viernes 15:00-19:30 hrs Sábado 09:00-13:30 hrs.



**CASA DE LA
CULTURA**
MAESTRO ANTONIO
MARTÍNEZ CORRO

Imagotipo de la
casa de cultura

WAYFINDING EN PUNTOS DE DECISIÓN

Diseñar señalética coherente y clara es esencial para guiar al usuario de manera efectiva hacia su destino, mejorando la orientación y asegurando una experiencia de navegación intuitiva, fluida y sin confusiones.



Esta señalética funciona a doble vista sobre un bastidor de PVC colocado en los pilares clave que funcionan como puntos de decisión en el recorrido del usuario.

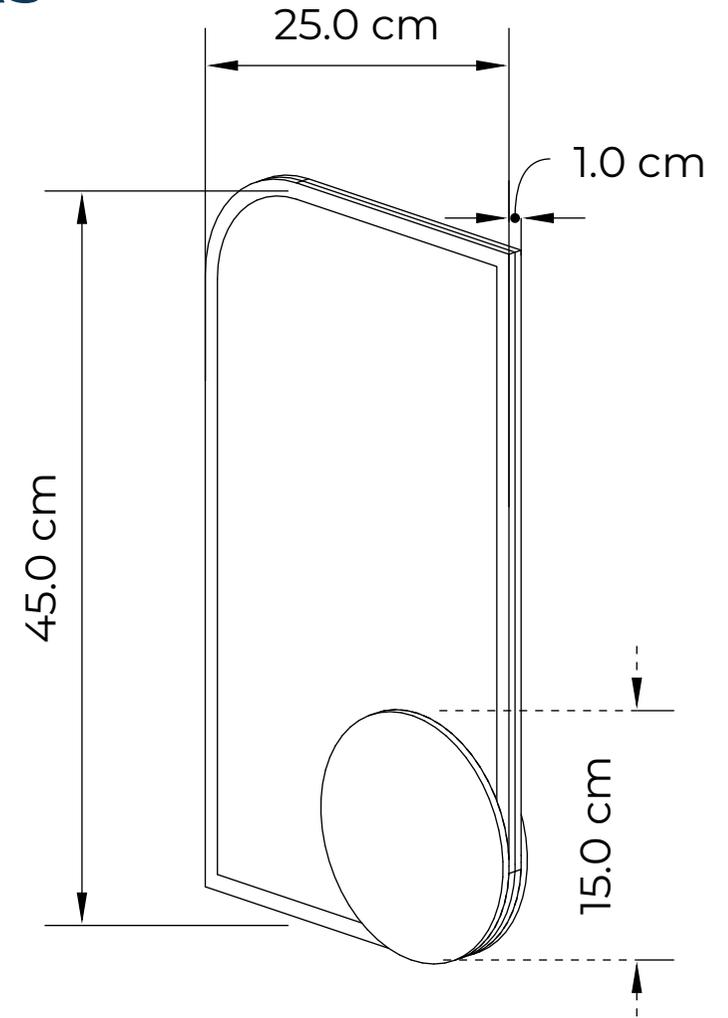
Además es una plantilla para la señalética del segundo edificio de la institución respetando la jerarquización de los elementos así como el orden de la información.

PLANTILLA



- Ícono y nombre del espacio al que el usuario se dirige
- Marco de color azul
- Flecha en tamaño adecuado que indica el sentido de la circulación en el recorrido.

MEDIDAS

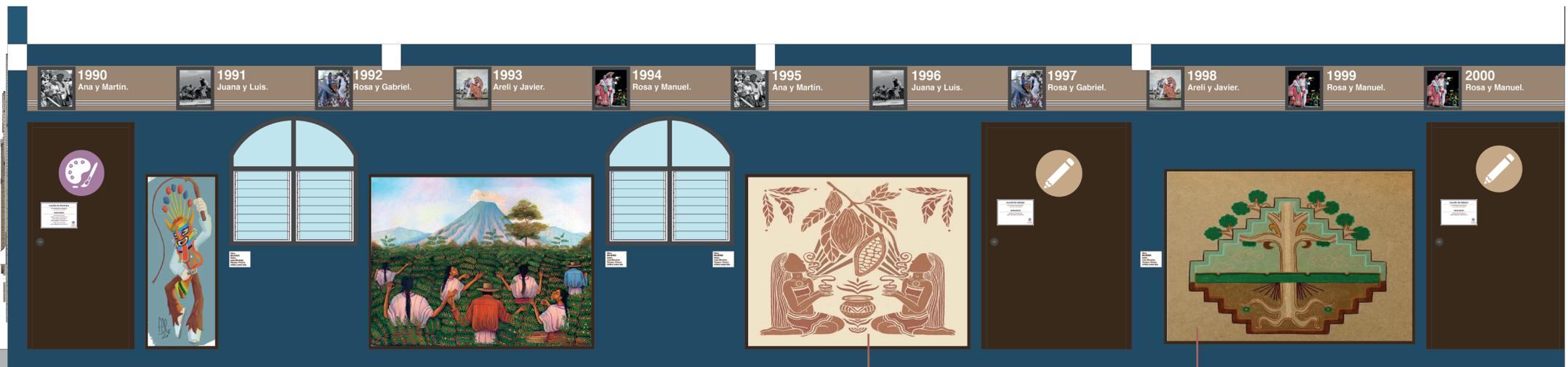


PLANO DE ESTRUCTURA DE SEÑALÉTICA

Unidades: centímetros | Material: PVC de 5 mm

Diseño: Aylin Martínez

DISEÑO DE CIRCULACIONES Y DESTINOS



Murales ó pizarras informativas sobre otros cursos (piano, coro, guitarra, etc).

INFORMACIÓN EN DESTINOS

Linea en conmemoración a las parejas del jarabe mixteco.



Ícono de taller



1985
Ana y Martín.



1986
Juana y Luis.



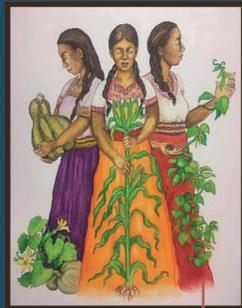
1987
Rosa y Gabriel.



1988
Areli y Javier.



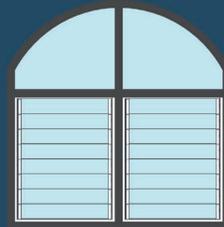
1989
Rosa y Manuel.



Bastidor para mural.



Ficha técnica de mural.
(autor, obra y técnica)



Cartel informativo de salón.
(taller, horarios y profesores).

SALÓN DE DANZA CLÁSICA

ve'e ka'ano noo sitasa'ana
casa grande donde bailan

HORARIOS

TONATZIN BRAVO
Martes a Jueves 16:00-20:30 hrs

MIGUEL CALDERÓN
Viernes 15:00-19:30 hrs Sábado 09:00-13:30 hrs.



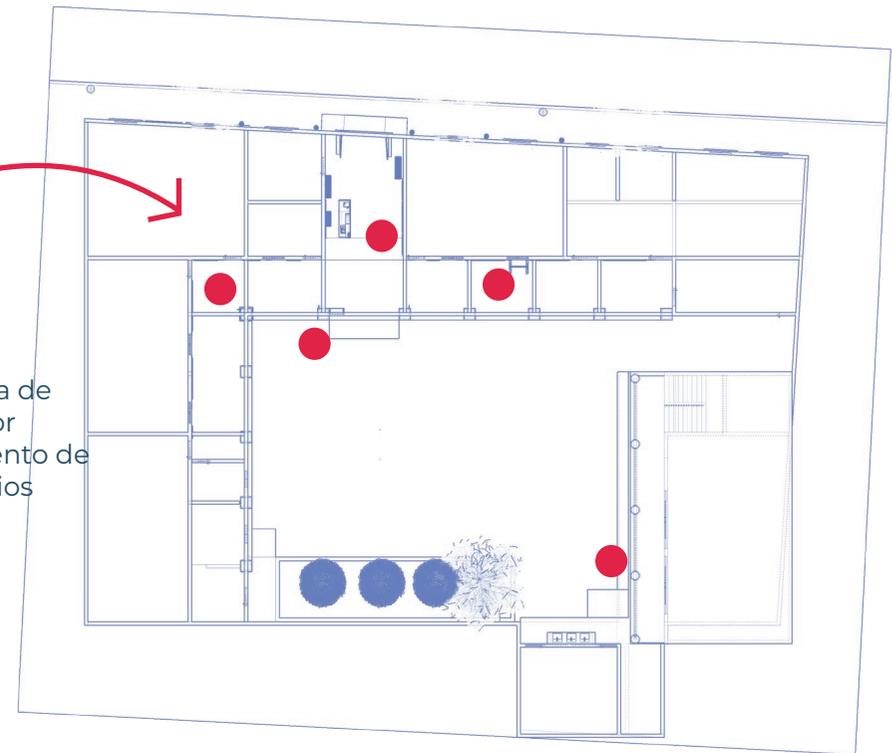
CASA DE LA CULTURA
MEXICO D.F.

Preservación de la pizarra móvil

Una pizarra móvil es una herramienta versátil que permite adaptar la comunicación visual a diferentes espacios dentro de la Casa de la Cultura, como el auditorio, el patio, los pasillos, salones y recepción. Su capacidad de ser trasladada facilita la difusión de anuncios, gráficos e información específica en eventos o actividades puntuales, optimizando la comunicación con los usuarios y garantizando que la información llegue de manera eficiente y visible a distintas áreas según las necesidades del momento.



Aumento de placa de corcho para mayor facilidad al momento de colocar los anuncios







DISEÑO DE FACHADA





Preservación de Placa con nombre del espacio cultural



Festival de música tradicional

Diffusión de los conciertos por artistas Huajuapetén

10	Rodrigo Rocha
Agosto	20:30 h
GRATIS	Reserva gratuita
11	Juan Miguel
Agosto	23:30 h
GRATIS	Reserva gratuita
12	Elizabeth Rodríguez
Agosto	21:30 h
GRATIS	Reserva gratuita

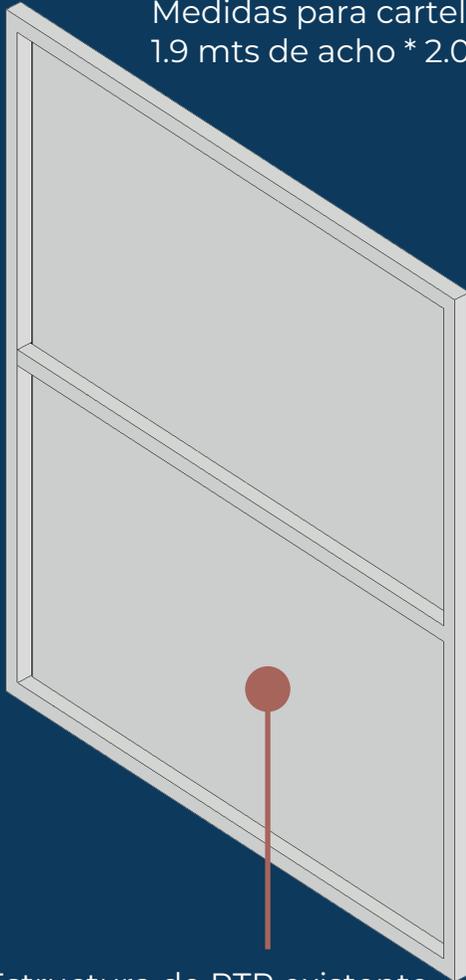
Patrocinado por:

- Logo 1
- Logo 2
- Logo 3
- Logo 4



DISEÑO DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Medidas para cartel /lona:
1.9 mts de ancho * 2.0 mts de alto



Estructura de PTR existente
en la Casa de Cultura



**CASA DE LA
CULTURA**
MAESTRO ANTONIO
MARTÍNEZ CORRO

Incluir Imagotipo
monocromático
blanco

Ocupar
espacio para
diseño libre de
cartel

Incluir viñeta de
Encabezado

Festival de música tradicional

Disfruta de los conciertos por artistas Huajuapeños

10 Agosto 20:30 h	Rodrigo Rocha Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse eu elit vitae duilarem blandit do luctus. Mauris conseter velit quam, at lorem asit asme asmet lorem ipsum dolor. @unsitiogenial
GRATIS	Música regional 15 €
11 Agosto 23:30 h	Juan Miguel Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse eu elit vitae duilarem blandit do luctus. Mauris conseter velit quam, at lorem asit asme asmet lorem ipsum dolor. @unsitiogenial
GRATIS	Música regional 35 €
12 Agosto 21:30 h	Elizabeth Rodriguez Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse eu elit vitae duilarem blandit do luctus. Mauris conseter velit quam, at lorem asit asme asmet lorem ipsum dolor. @unsitiogenial
GRATIS	Música regional 10 €

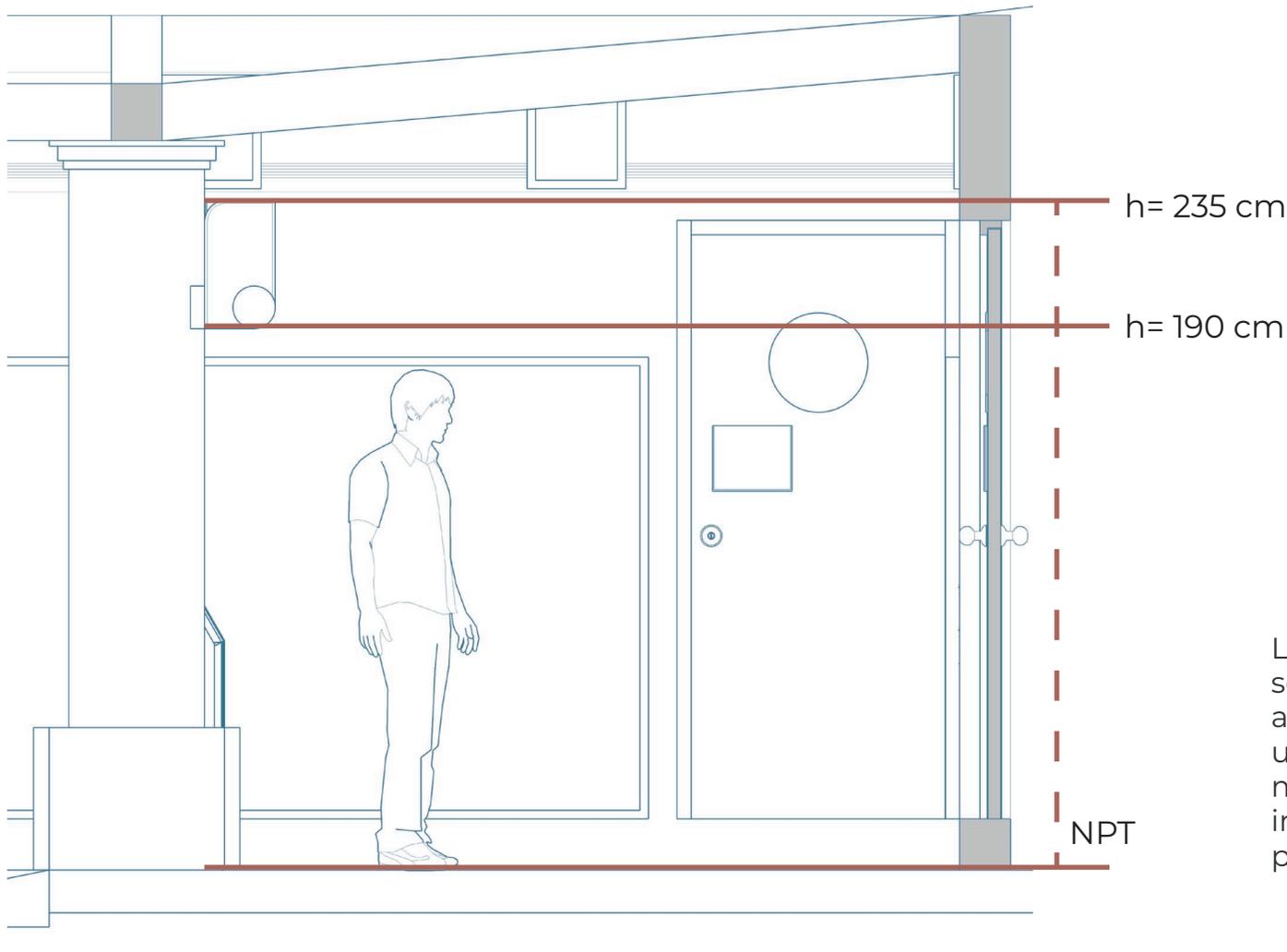
¡Apúntate! Entradas:
www.gobierno.de.huajuapan.de.leon.com
Calle Cualquiera 123, Cualquier Lugar

Patrocinado por:

Incluir viñeta de
Pie de Cartel

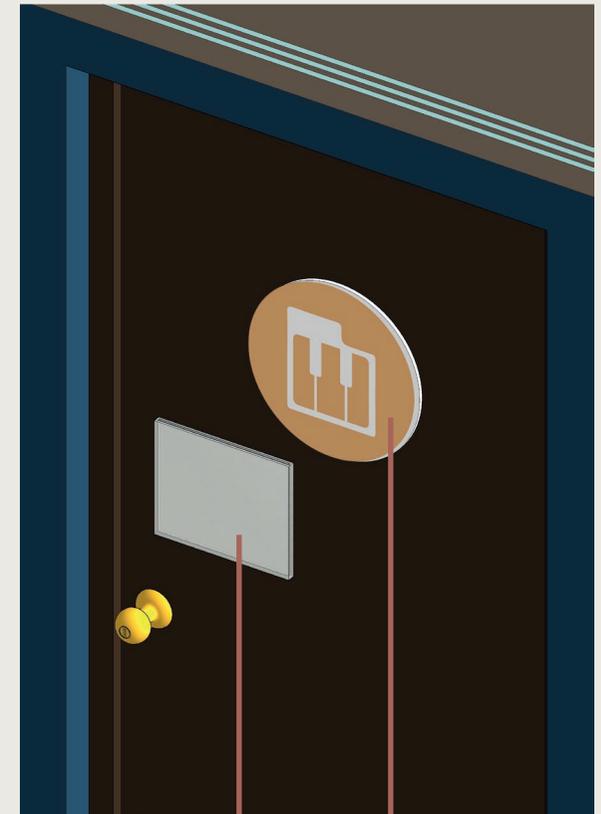
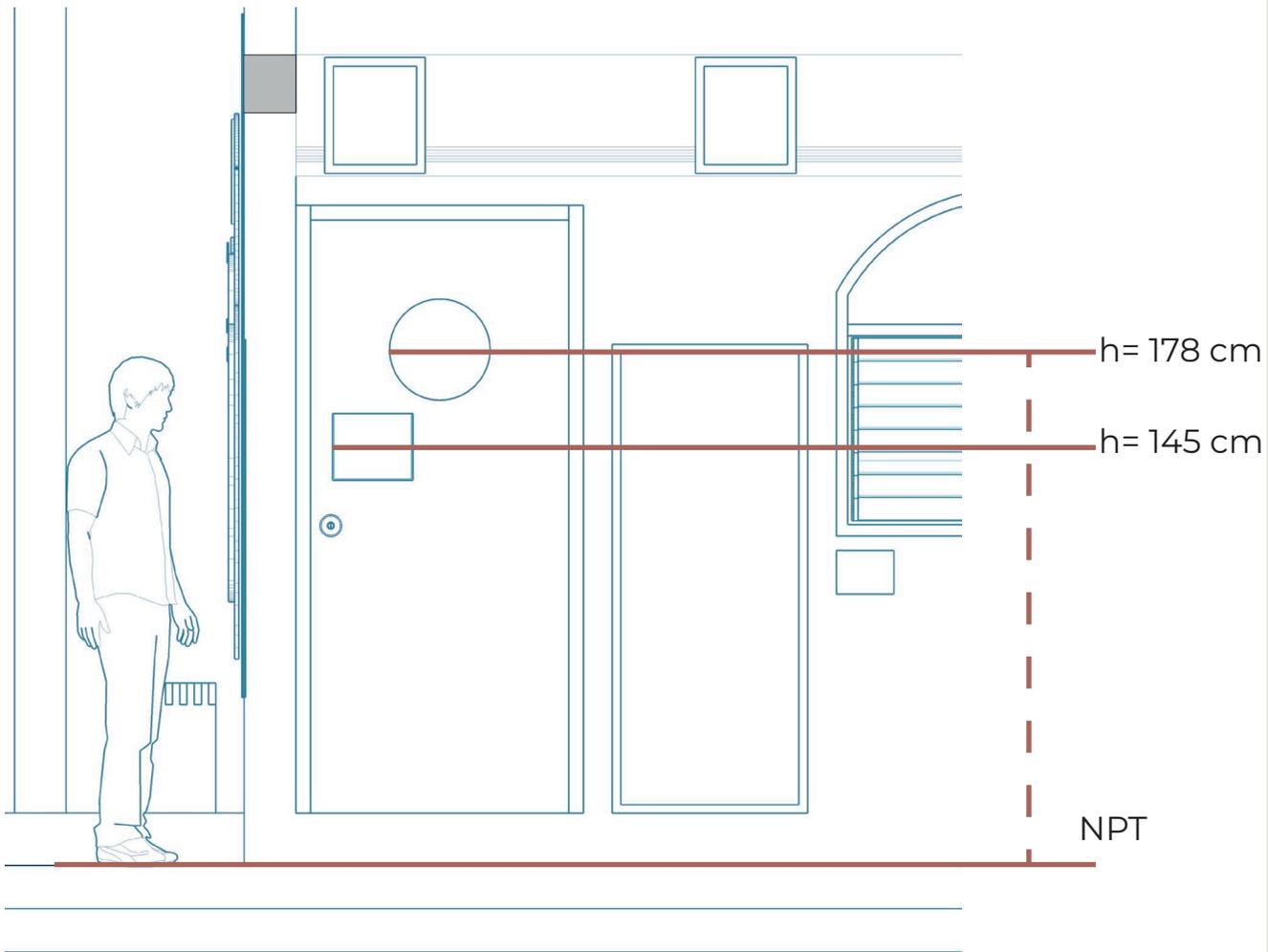
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS PARA COLOCACIÓN DE LAS PROPUESTAS

ALTURA DE SEÑALÉTICA EN CIRCULACIONES



Las medidas de la colocación de la señalética están diseñadas de acuerdo a la mejor visibilidad posible para los usuarios logrando destacar entre las multitudes al momento en que la institución cuente con un gran flujo de personas en las circulaciones.

ALTURA DE SEÑALÉTICA E INFORMACIÓN EN PUERTAS

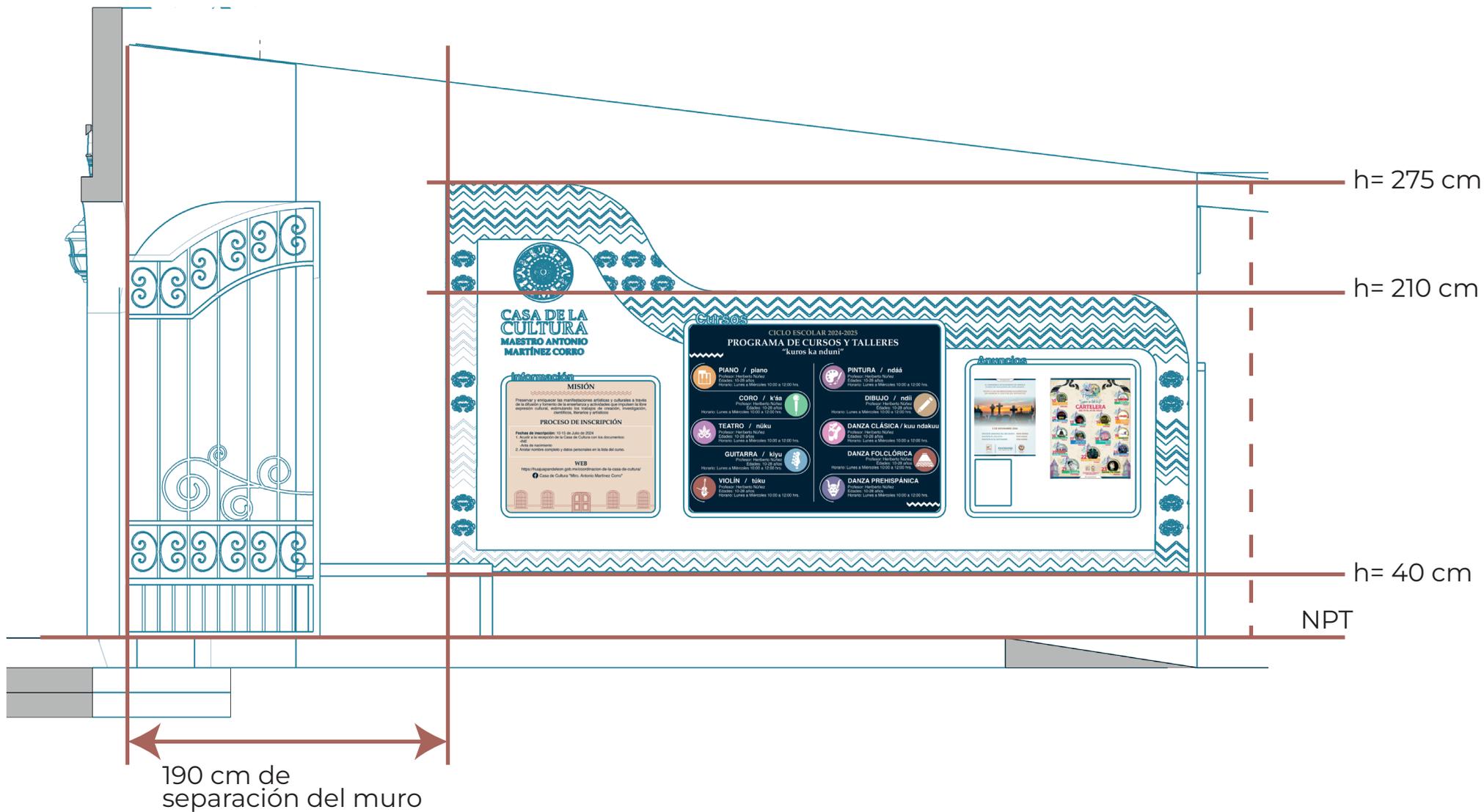


PVC de 5 mm con
gráfico de impresión
de Vinil HD

Gráfico de opalina
Protector de acrílico

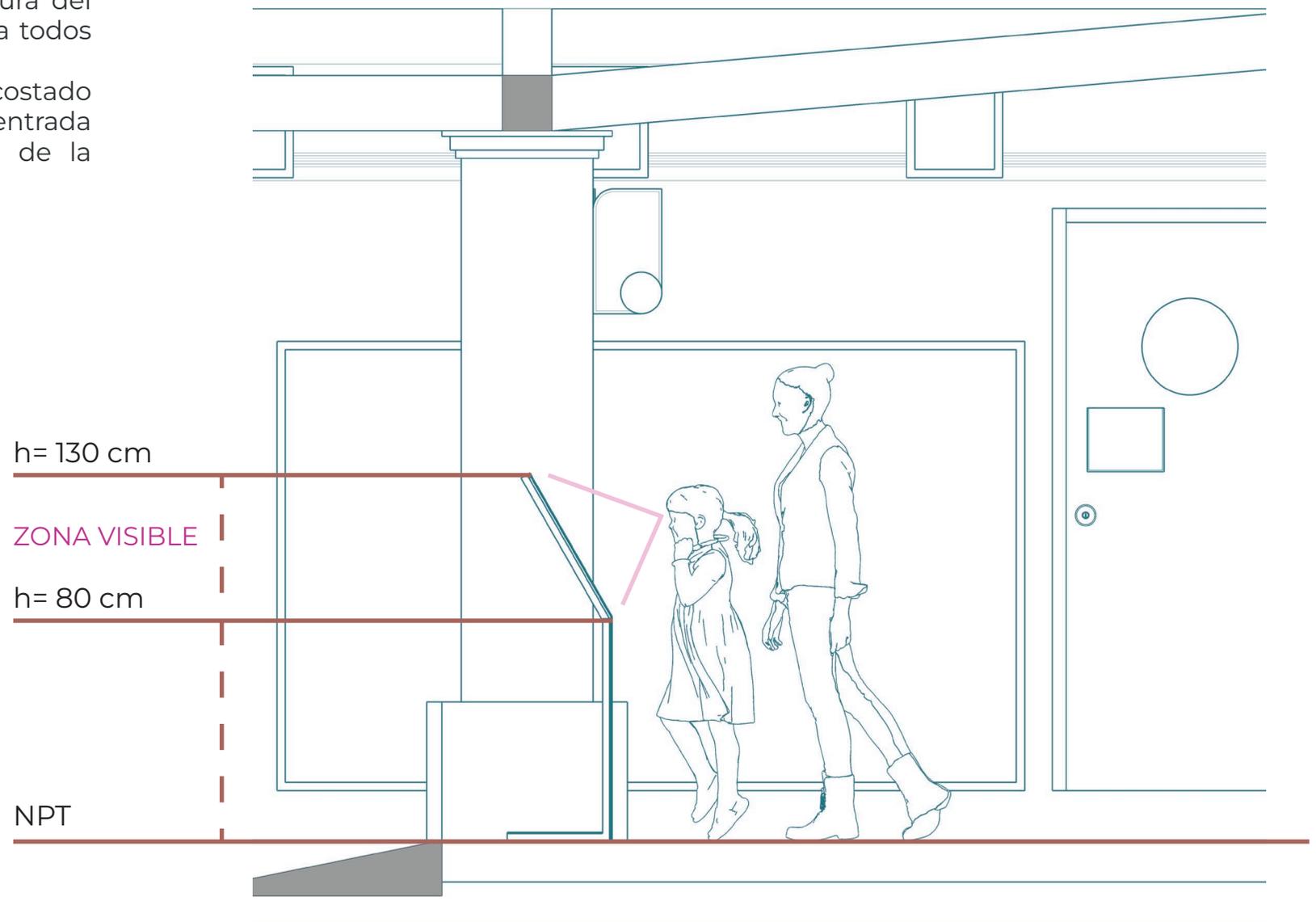
**MATERIAL PARA
SEÑALÉTICA EN PUERTAS**

COLOCACIÓN DE PIZARRA PRINCIPAL



COLOCACIÓN DE MAPA DE WAYFINDING

Las medidas de la estructura del mapa están diseñadas para todos los tipos de usuarios. Y es colocado justo al costado izquierdo del pilar de la entrada peatonal hacia el interior de la casa de cultura.



ALTURAS DE MUEBLE DE RECEPCIÓN

Las medidas de este mobiliario están diseñadas para su uso ergonómico de acuerdo a las actividades de atención y registro en la bitácora de visitas.

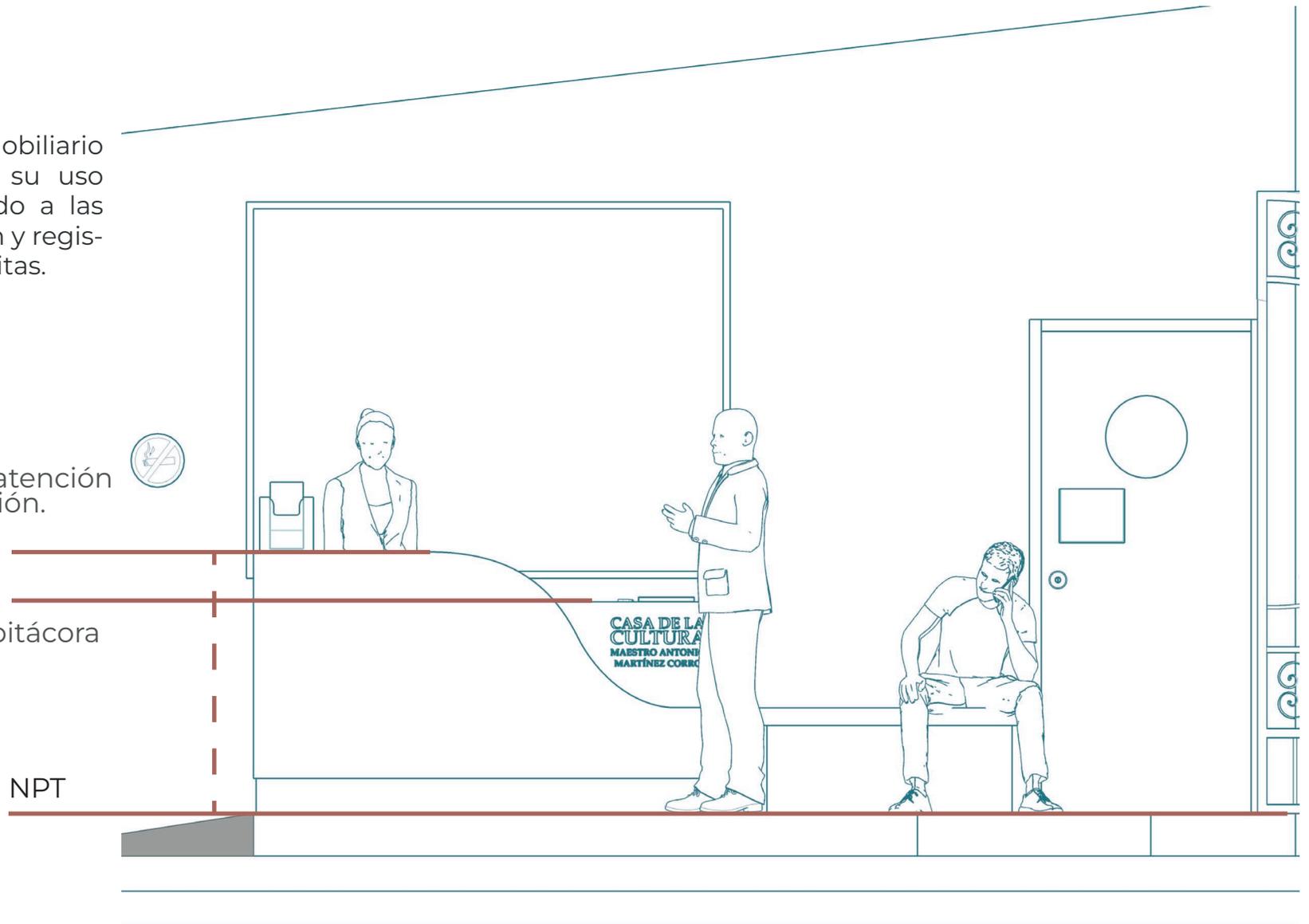
Zona de atención información.

h= 110 cm

h= 90 cm

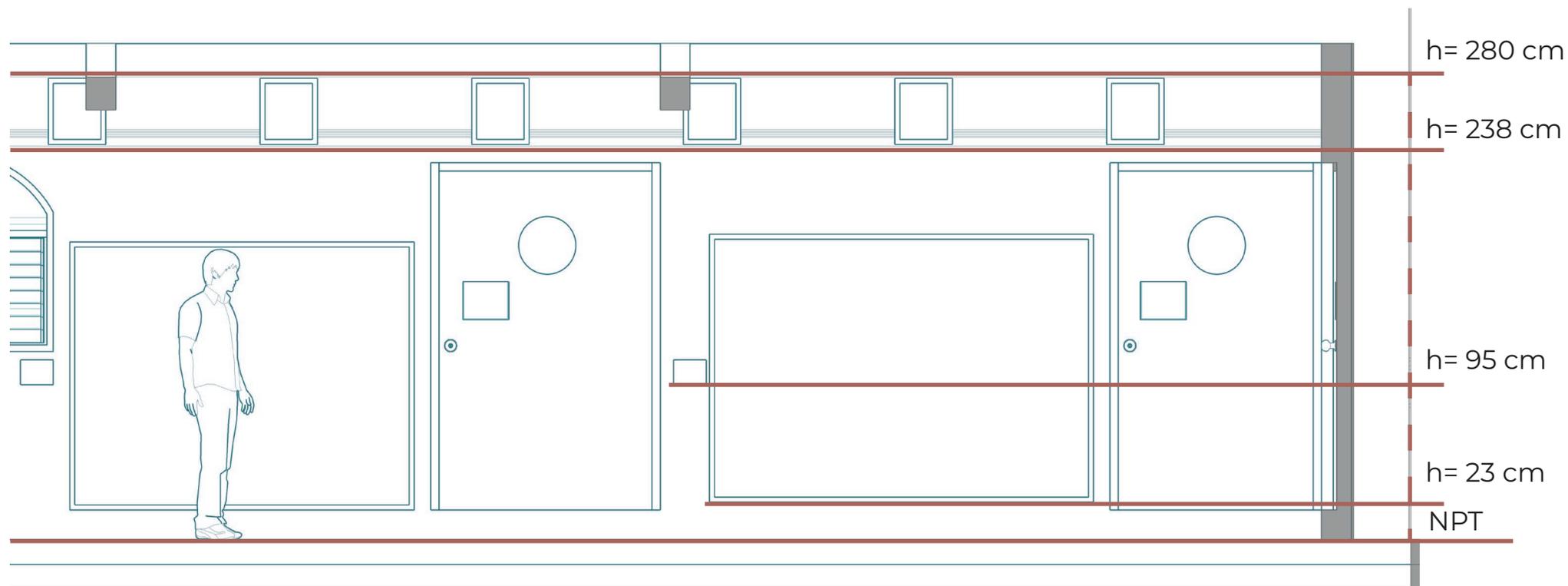
Zona de bitácora

NPT



ALTURAS DE ELEMENTOS DE CIRCULACIÓN

Los elementos visuales como la línea conmemorativa al jarabe mixteco o los murales hechos por los alumnos de dibujo y pintura e incluso las pizarras sobre otros cursos refuerzan la identidad de la institución mientras el usuario recorre las circulaciones.



CONCLUSIONES

Este proyecto demuestra que la arquigrafía no es solo un medio para embellecer los espacios, sino una herramienta esencial para mejorar la funcionalidad, accesibilidad y percepción visual de los usuarios. Además, la arquigrafía tiene un enorme potencial de aplicación en espacios públicos y privados, así como en cualquier entorno que busque mejorar la comunicación con sus usuarios. Propuestas como esta pueden ser escalables y adaptadas a diversas instituciones y espacios, contribuyendo al desarrollo de entornos más inclusivos, eficientes y conectados con sus comunidades.







Director de Tesis: Itzcóatl Bolaños Gómez

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA MIXTECA

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN

5.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO

En este capítulo se aborda la fase final del proyecto, centrada en la evaluación y validación de la propuesta arquigráfica diseñada para la Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”. Esta etapa es crucial para verificar si la solución planteada responde efectivamente a la problemática inicial identificada en la investigación, como la falta de identidad visual, la saturación de elementos y la carencia de elementos gráficos informativos y funcionales.

A través de la presentación de la propuesta ante las autoridades de la institución y usuarios clave, se busca obtener retroalimentación directa que permita evaluar su funcionalidad, estética y capacidad de mejorar la experiencia del usuario en el espacio cultural. Posteriormente, se realiza un análisis de la información obtenida, atendiendo las observaciones y sugerencias para optimizar la propuesta final.

Este proceso no solo asegura que la solución cumpla con los objetivos establecidos, sino que también refuerza la relación entre los usuarios y la institución, al integrar sus perspectivas en el diseño. La evaluación de la propuesta permite cerrar el ciclo de diseño con una solución fundamentada, práctica y alineada con las necesidades específicas del espacio cultural y su comunidad.

5.2 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO ARQUIGRÁFICO A COORDINADORA DE LA CASA DE CULTURA

Se diseñó una presentación que muestra toda la propuesta arquigráfica abarcando desde la identificación de la problemática en la institución, la identidad visual, los elementos diseñados para fachada, recepción, circulaciones y destinos, hasta los planos de cada una de las propuestas. Además, se explicó el proceso que se llevó a cabo para lograr esos resultados, los materiales que se pueden utilizar incluyendo el método de colocación.

Figura 58: Presentación de propuesta para directora



Fuente: Elaboración propia

Luego se procedió a implementar una tabla de preguntas dirigida a la coordinadora de la Casa de Cultura utilizando el método de Evaluación basada en la Escala Likert, cuyo propósito es analizar aspectos clave como funcionalidad, claridad visual, y alineación con la identidad de la institución como respuesta a la problemática identificada. Este análisis permitirá validar la efectividad de la propuesta y conocer la opinión de la directiva de esta institución.

Instrucciones para responder:

Utilice la escala del 1 al 5 para calificar cada pregunta, donde:

1: Totalmente en desacuerdo (No refleja o no cumple con lo esperado).

2: En desacuerdo (Refleja o cumple solo en algunos aspectos, pero requiere mejoras importantes).

3: Neutral (Cumple de forma básica, pero no destaca).

4: De acuerdo (Cumple bien con lo esperado y tiene elementos funcionales).

5: Totalmente de acuerdo (Está muy bien logrado).

Tabla 21. Escala Likert para evaluación de propuesta.

Categoría	Indicador	Pregunta de evaluación	Calificación (1-5)
Estética	Atractivo visual	¿La propuesta presentada mediante renders es visualmente atractiva y adecuada para el espacio cultural?	5
Estética	Coherencia del diseño	¿El diseño mostrado mantiene una armonía con la arquitectura y la función de la Casa de Cultura?	5
Funcionalidad	Accesibilidad arquigráfica	¿Los elementos gráficos presentados son claros y accesibles para todos los posibles usuarios?	4 En el ícono de danza prehispánica los usuarios no se sentirán identificados debido a que esa danza de diablos no es originaria de Huajuapán de León, puede cambiarse por un símbolo azteca.
Funcionalidad	Claridad de señalización	¿La señalización propuesta es comprensible y parece funcional para guiar a los usuarios?	5
Wayfinding	Acceso visual	¿Los renders muestran un diseño que facilita la identificación de las áreas principales desde diferentes puntos?	5

Wayfinding	Diferenciación de zonas	¿Es fácil identificar las zonas de recepción, circulaciones y destinos en la propuesta presentada?	5
Lectura y comprensión	Aspectos de lectura fácil	¿La tipografía y los elementos gráficos propuestos permiten una lectura clara y rápida?	5
Lectura y comprensión	Diseño que se adecue a la identidad cultural	¿La propuesta refleja de manera convincente la identidad cultural de la Casa de Cultura?	5
Identidad cultural	Representación de la cultura local	¿El diseño presentado en los renders comunica efectivamente la esencia cultural de Huajuapán y la Mixteca?	5
Identidad cultural	Conexión con la comunidad	¿Crees que la propuesta podría generar un sentido de pertenencia en la comunidad si se implementara?	5 Si, claro, la fortalece.
Impacto proyectado	Satisfacción estimada del público	Basándote en la propuesta, ¿crees que los usuarios estarían satisfechos con estos cambios?	5
Impacto proyectado	Interés proyectado	¿La propuesta parece lo suficientemente interesante para motivar a más personas a visitar la Casa de Cultura?	5 Por supuesto.
		TOTAL	59 /60

Fuente: Elaboración propia

Sección de Retroalimentación Específica:

1. ¿Qué aspectos del diseño presentado consideras más destacados y funcionales para el espacio?

La pizarra que se encuentra en la entrada es un elemento que era muy necesario.

2. ¿Hay elementos que te generan dudas o qué crees que podrían ajustarse para una mejor implementación? En el espacio que ocupa esa misma pizarra se encuentra una caja de luz, podría modificarse para no interferir con ella.

3. ¿Qué recomendaciones adicionales harías para mejorar esta propuesta antes de su implementación física? Solamente el ícono de la danza prehispánica. La propuesta quizá no se aplique tan rápido, podría aplicarse parcialmente debido al presupuesto, pero sin duda, sería muy útil para la institución. Comenzaríamos por poner la pizarra en la recepción, que es lo que más nos hace falta.

Figura 59. Entrevista con coordinadora de casa de cultura



Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la evaluación muestran una calificación mayoritaria de 5 en la escala Likert, lo que indica que la propuesta arquigráfica es considerada "**totalmente adecuada**" por la coordinadora en la mayoría de los aspectos evaluados. Esto sugiere que la propuesta cumple de manera sobresaliente con los objetivos de funcionalidad, claridad visual y alineación con la identidad de la Casa de Cultura. La única calificación de 4, que corresponde a un aspecto evaluado como "**muy adecuado**", señala una pequeña área de mejora, aunque sigue siendo un resultado altamente positivo. En general, los resultados reflejan que la propuesta es bien recibida y está en línea con las expectativas y necesidades de la institución.

5.3 PRESENTACIÓN DE PROYECTO ARQUIGRÁFICO A LOS USUARIOS

Se realizó una evaluación en el sitio donde se propone colocar el mapa de ubicación, entrevistando a diversos tipos de usuarios, como niños, jóvenes, adultos, visitantes y alumnos. El objetivo fue analizar la comprensión del diagrama y verificar si podían identificar con facilidad los puntos clave del espacio, como el salón de danza, el salón de pintura, los baños y el auditorio. Además, se indagó si los usuarios podrían orientarse y llegar de manera autónoma a estos destinos utilizando la información proporcionada por el mapa. Esta evaluación permitió obtener retroalimentación sobre la claridad y funcionalidad del diseño propuesto, asegurando que responda efectivamente a las necesidades de orientación del público.

Se mostró una impresión en tamaño tabloide con el siguiente gráfico:

Figura 60: Mapa de ubicación



Fuente: Elaboración propia

Resaltan las siguientes instrucciones y preguntas:

- ¿Podrías señalarme en el mapa dónde se ubica el salón de exposiciones? Después, ¿Puedes señalarme dónde se encuentra este salón físicamente?
- ¿Podrías señalarme en el mapa dónde se ubica el salón de danza clásica? Después, ¿Puedes señalarme dónde se encuentra este salón físicamente?
- ¿Se te dificulta reconocer el significado de alguno de los símbolos o imágenes?
- ¿Crees que este es un buen lugar para colocar este mapa y las personas puedan encontrar y llegar más rápido a sus destinos?

Figura 61. Evaluación con usuarios



Fuente: Elaboración propia

El ejercicio de evaluación del mapa de ubicación con los usuarios mostró resultados altamente positivos. De los **15 usuarios evaluados**, **100%** fue capaz de ubicarse correctamente en el mapa y de identificar las áreas solicitadas, como el salón de danza, pintura, los baños y el auditorio. Además, todos los participantes **reconocieron rápidamente** el significado de los íconos, en menos de **5 segundos**, lo que demuestra la efectividad de los diseños utilizados. La única excepción fue un usuario que inicialmente tuvo dificultades para identificar el ícono del piano, aunque inmediatamente lo reconoció pocos segundos después.

Este resultado confirma que el mapa es intuitivo y funcional para los usuarios, permitiéndoles orientarse de manera autónoma con facilidad.

5.4 PRESENTACIÓN DE PROYECTO ARQUIGRÁFICO A RECEPCIONISTA DE LA CASA DE CULTURA

Se realizó una entrevista con la encargada de recepción de la Casa de Cultura con la finalidad de mostrarle los resultados de la propuesta final y verificar que se cumpla con el objetivo haciendo énfasis y resaltando las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son las preguntas más frecuentes que le realizan los visitantes cuando ingresan a la institución? Las preguntas que vienen a hacerme son respecto a los horarios de los cursos, los profesores e incluso el costo de los cursos. También me preguntan qué deben hacer para poder inscribirse a un curso.
2. ¿Considera que con la aplicación de estos elementos arquigráficos se podrá dar mayor información a los usuarios de manera rápida y eficaz? Si, claro.
3. ¿Considera que estos elementos resolverán la mayoría de las dudas de los visitantes? Así es. Todas las dudas.

Los resultados del ejercicio de evaluación con la recepcionista de la Casa de Cultura indican que los elementos arquigráficos propuestos cumplen eficazmente con el objetivo de proporcionar información de manera rápida y clara a los usuarios. Según la recepcionista, las preguntas más frecuentes que reciben los visitantes están relacionadas con los horarios de los cursos, los profesores, el costo de los mismos y el proceso de inscripción. La implementación de los nuevos elementos gráficos permitirá responder a estas dudas de forma inmediata, mejorando la experiencia del usuario y reduciendo la carga informativa sobre el personal de recepción, además de atender a estas dudas cuando el personal no se encuentra laborando.

Estos gráficos facilitarán la comunicación sobre la misión de la institución, así como los procesos relacionados con los cursos y actividades, logrando una atención más eficiente y accesible.

Figura 63. Entrevista con recepcionista de casa de cultura



Fuente: Elaboración propia

Figura 62. Gráficos informativos

CICLO ESCOLAR 2024-2025
PROGRAMA DE CURSOS Y TALLERES
"kuros ka nduni"

<p>PIANO / piano Profesores: Ramón Ríos, Luciana Ramirez, Mayra Liliana, Alicia Iniesta y Valeria Soriano Edades: 10-28 años Horario: Lunes a Sábado Horarios diversos.</p>	<p>PINTURA / ndáá Profesor: Giovanni Salazar, Guillermo Santibáñez y Yadirá Chávez, Edades: 10-28 años Horario: Lunes a Sábado Horarios diversos.</p>
<p>CORO / k'áa Profesor: Mayra Liliana y Alicia Iniesta Edades: 10-28 años Horario: Lunes a Miércoles Horarios diversos.</p>	<p>DIBUJO / ndii Profesor: Guillermo Santibáñez y Angeles Rubi Edades: 10-28 años Horario: Lunes a Sábado Horarios diversos.</p>
<p>TEATRO / niku Profesor: Néstor Soriano Edades: 10-28 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.</p>	<p>DANZA CLÁSICA / kuu ndakuu Profesor: Tonatzin Bravo y Miguel Calderón, Edades: 10-28 años Horario: Martes a Sábado Horarios diversos.</p>
<p>GUIARRA / kiyu Profesor: Salomón Villarreal Edades: 10-28 años Horario: Lunes a Miércoles 11:00 a 13:00 hrs.</p>	<p>DANZA FOLCLÓRICA / danzá ndáku Profesor: Diana Martínez y José Velásquez, Edades: 10-28 años Horario: Lunes a Jueves 18:00 a 20:00 hrs.</p>
<p>VIOLÍN / túku Profesor: Jesús Ramírez Edades: 10-28 años Horario: Lunes a Miércoles 10:00 a 12:00 hrs.</p>	<p>DANZA PREHISPÁNICA / nuu sa'vi kúo Profesor: José Luis Velásquez Edades: 10-28 años Horario: Lunes a Miércoles Horarios diversos.</p>

PARA MÁS INFORMACIÓN SOBRE HORARIOS ACERCARSE A RECEPCIÓN

Fuente: Elaboración propia

MISIÓN

Preservar y enriquecer las manifestaciones artísticas y culturales a través de la difusión y fomento de la enseñanza y actividades que impulsen la libre expresión cultural, estimulando los trabajos de creación, investigación, científicos, literarios y artísticos

PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Fechas de inscripción: 05 al 15 de enero de 2025

1. Acudir a la recepción de la Casa de Cultura con los documentos:

MENORES DE 18 AÑOS:	MAYORES DE 18 AÑOS:
-Copia de acta de nacimiento y copia de INE de tutor.	-Copia de INE
-1 fotografía tamaño infantil	-1 fotografía tamaño infantil

2. Rellenar formato de inscripción.
3. Generar orden de pago con el personal de la institución y confirmar el pago.
4. Generar credencial de alumno.

WEB

<https://huajuapandeleon.gob.mx/coordination-de-la-casa-de-cultura/>
Casa de Cultura "Mtro. Antonio Martínez Corro"

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE REQUERIMIENTOS DE ACUERDO AL CAPÍTULO 3

En este apartado se evalúa la propuesta de acuerdo a los datos obtenidos en el capítulo 3, se realiza una revisión de los puntos en los que la propuesta cumple con su función a través de una tabla resumen donde se muestran las principales necesidades y requerimientos halladas en cada levantamiento y se expone la manera en que fueron resueltas. Además, se anexa al final de la tabla una comparativa del antes y después de las áreas para intervenir con la propuesta.

NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	PROPUESTA
LEVANTAMIENTO 1: FOTOGRAFICO EXPLORATORIO	
<ul style="list-style-type: none"> • Letreros en puertas poco comprensibles y frágiles. • Poca información sobre los trabajos realizados por alumnos. • Señalética visualmente desordenada. • Elementos conmemorativos sin información. • Saturación visual (colores, tipografías, letreros, anuncios). • No existe una línea de diseño para anuncios y elementos informativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Letreros con diseño unificado, información sobre cursos, profesores y horarios y con material de protección en cada uno. • Pizarra con toda la información sobre las actividades de la institución. • Unificación y diseño de elementos conmemorativos en pasillos (jarabe mixteco y pintura). • Establecimiento de una línea de diseño para elementos informativos y señalética mediante creación de iconos por cada taller, paleta de colores, tipografías y elementos gráficos complementarios.
LEVANTAMIENTO 2: COORDINADORA DE LA CASA DE CULTURA	
<ul style="list-style-type: none"> • Los usuarios no identifican: salones, auditorio, profesores, horarios, oficinas. • Falta de identidad visual institucional (logotipo, colores). • Confusión en el área de recepción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mapa que muestra la ubicación de salones y áreas. • Unificación visual mediante una identidad gráfica para la Casa de Cultura. • Pizarra informativa en recepción junto con mobiliario que se muestra como módulo informativo funcional para personal atendiendo dudas y registro.
LEVANTAMIENTO 3: VISITANTES	
<ul style="list-style-type: none"> • 55% de las personas se dirigen a la recepción con el fin de obtener información que no pueden encontrar de manera fácil. • Los usuarios preguntan en recepción sobre áreas, horarios, eventos y profesores. 	<ul style="list-style-type: none"> • En la pizarra informativa se atiende a la resolución de dudas de manera visualmente atractiva y llamativa sobre: cursos, horarios, profesores, misión de la institución, anuncios, método de inscripción y páginas web.
LEVANTAMIENTO 4: ENCARGADOS DE RECEPCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • No hay información sobre las actividades y cursos de la casa de 	<ul style="list-style-type: none"> • Se informa sobre eventos y actividades mediante un anuncio exterior en la Casa de Cultura que

<p>cultura.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los padres de familia no ubican las aulas correspondientes a los cursos de sus hijos. • Se necesita unificar la línea de diseño de los elementos informativos y de señalética. 	<p>mantiene la línea de diseño propia de la identidad visual.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fácil acceso hacia el mapa de ubicación de las áreas.
<p>LEVANTAMIENTO 5: COORDINADORA DE LA CASA DE CULTURA</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Hacen falta elementos que comuniquen un sentido de pertenencia de la comunidad a la institución. • Se necesitan parámetros para fijar una identidad visual propia de la casa de cultura. • Los usuarios no identifican la ruta a seguir hacia sus destinos, además de que constantemente necesitan actualización sobre eventos, cursos, festividades, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se resaltan elementos con los que el usuario se identifica como la danza, los murales, la pintura, las grecas, las flores. • Las señaléticas que dirige a los usuarios hacia los salones o áreas están estratégicamente propuestas en los puntos de decisión del recorrido en los pasillos de la Casa de Cultura.
<p>OTROS REQUERIMIENTOS DE ACUERDO A LA TEORÍA</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos de acuerdo a la accesibilidad para todo tipo de usuario. (contraste de color, tamaño de letra, orden visual) • Elementos de acuerdo a la legibilidad confirme a la distancia de lectura, estatura y edades de los usuarios (tamaño de letra, formas, colores, alineación de párrafos). • Identidad visual definida: paleta de colores, imagotipo, tipografía, elementos gráficos. • Plantillas para señalética. • Plantilla para anuncios. • Plantilla para fichas técnicas. • Plantilla para elementos informativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se diseñaron todos los elementos creando entregables como: gráficos explicativos, renders, planos que incluyen detalles de medidas y materiales, plantillas, elementos gráficos para su uso en todo el contenido: paleta de colores, tipografía, imagotipo y recursos gráficos.
<p>ANTES</p>	<p>DESPUÉS</p>
	



SALÓN DE PINTURA

ve'e ka'ano noo sitasa'ana
casa grande donde bailan

HORARIOS

GIOVANNI SALAZAR
Martes y Jueves 17:00-20:00 hrs.

GUILLERMO SANTIBÁÑEZ
Jueves a Sábado 16:00-20:00 hrs.

YADIRA AIDEE CHÁVEZ
Lunes a Miércoles 16:00-19:00 hrs.

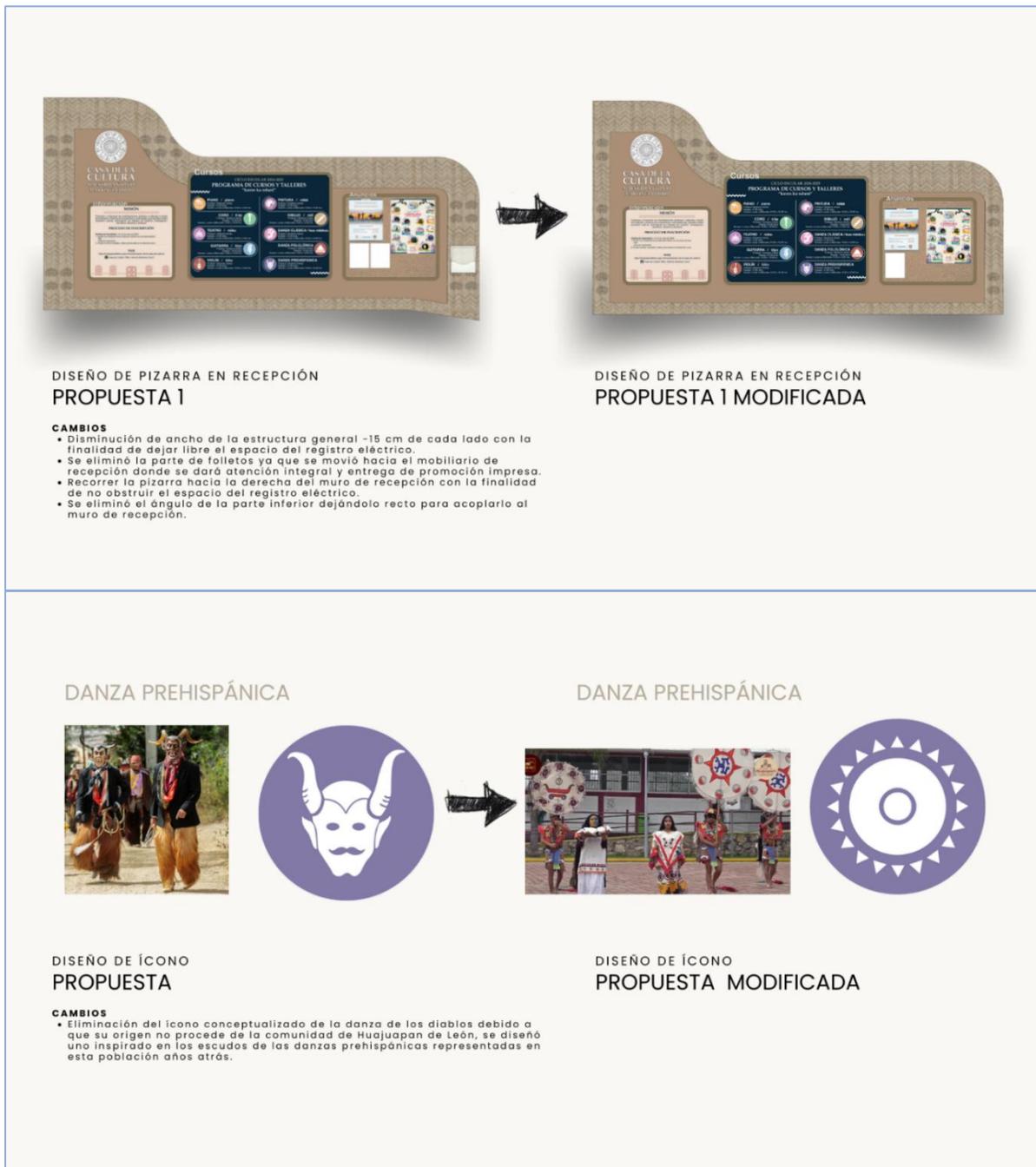

CASA DE LA CULTURA
MAESTRO ASTENGO
MARIPUECO, COCUBU



5.5 ANÁLISIS Y ATENCIÓN DE OBSERVACIONES PARA AJUSTES DEL PROYECTO ARQUIGRÁFICO

Se atendieron a las observaciones realizadas en esta evaluación corrigiendo el tamaño de la pizarra y estructura principal y modificando el ícono de danza prehispánica, ya que no iba acorde a la identidad de la institución.

Figura 64. Correcciones a la propuesta



CONCLUSIONES

El desarrollo de este proyecto de tesis se elaboró siguiendo una metodología basada en el Design Thinking y la metodología de diseño de Bruce Archer, asegurando un enfoque sistemático y centrado en el usuario. Inicialmente, se analizó la problemática en la Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro” en Huajuapán de León, identificando la necesidad de mejorar la comunicación visual mediante soluciones arquigráficas. Posteriormente, se llevó a cabo una fase de investigación exhaustiva que incluyó desde conceptos teóricos como la comunicación y su proceso hasta requerimientos y principios específicos necesarios para la arquigrafía, respaldada por el análisis de proyectos análogos donde la arquigrafía ha demostrado su eficacia.

La recopilación de información se realizó mediante múltiples herramientas como entrevistas, levantamiento fotográfico, levantamiento arquitectónico y método de observación, permitiendo un entendimiento integral de las necesidades de los usuarios y las condiciones del edificio. Esta información, junto con un análisis teórico detallado, fundamentó la selección de los elementos arquigráficos adecuados para intervenir en el espacio. El proceso creativo incluyó el desarrollo de bocetos, planos, renders y finalmente la formulación de la identidad gráfica y un manual arquigráfico. Este documento no solo establece una identidad visual clara para la Casa de Cultura, sino que también ofrece directrices para implementar una comunicación visual efectiva con usuarios, alineada con los valores y la misión de la institución municipal.

La etapa de evaluación constituyó un componente esencial del proyecto; en primer lugar, la propuesta fue revisada por la directiva de la Casa de Cultura, alumnos(as), profesores(as), visitantes y personal de recepción, es decir, con usuarios directos de Casa de Cultura; y en segundo lugar, la propuesta se comparó con los requerimientos identificados en el capítulo 3, lo que en conjunto, permitió realizar ajustes en la propuesta final que fortalecen la funcionalidad y pertinencia del diseño propuesto.

Los objetivos planteados al inicio de esta tesis se cumplieron en su totalidad y de una manera integral. Se investigaron los fundamentos teóricos y prácticos de la arquigrafía, se identificaron las necesidades específicas de la Casa de Cultura y se diseñó una propuesta que no solo resuelve los problemas iniciales, sino que también enriquecerá la experiencia del usuario y fortalecerá la identidad cultural del espacio.

Con base en los resultados obtenidos en las evaluaciones, la propuesta mejorará significativamente la experiencia del usuario en la Casa de Cultura al transformar diversos aspectos del espacio. En primer lugar, la impresión inicial del usuario se enriquece con una fachada diseñada de manera acorde al propósito cultural del edificio, complementada con elementos informativos sobre las actividades disponibles. En el área de recepción, se facilita el acceso a información que permite al visitante orientarse, inscribirse a cursos y conocer las actividades ofertadas para poder hacer uso del espacio. Además, el recorrido dentro del espacio se optimiza mediante una guía visual clara que dirige al usuario fácilmente hacia su destino de interés, mientras se refuerza su conocimiento sobre expresiones artísticas como la danza y la pintura. Esta experiencia no solo informa al usuario sobre la función de la institución, sino que también fomenta un sentido de pertenencia cultural. Sin embargo, aunque la propuesta aborda áreas clave, existe oportunidad de continuar implementando mejoras adicionales, como intervenciones en el segundo nivel del edificio, la inclusión de otras artes como la música, el piano o la guitarra en la arquigrafía de los recorridos, mejoras en el diseño interior de salones y auditorio, y la implementación de tecnología. Estas acciones futuras pueden llevar la experiencia del usuario a un nivel aún más integral.

Más allá de cumplir con los objetivos planteados, este trabajo representa un ejemplo valioso de cómo la arquigrafía puede aplicarse en diversos contextos para mejorar la interacción entre las personas y los espacios. Además, abre puertas a futuras investigaciones y aplicaciones en campos

como el diseño de señalética, mobiliario, arquitectura, experiencia de usuario, tecnología aplicada a espacios, diseño de interiores y uso de materiales y técnicas innovadoras.

En este sentido, se han planteado recomendaciones para la Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro” para futuras implementaciones, como la incorporación de uso de tecnología en la propuesta, la adaptación a lenguaje braille o el diseño interior de aulas. Estas sugerencias subrayan el potencial evolutivo del proyecto y su capacidad para adaptarse a nuevos retos y necesidades.

Como ingeniera en diseño, este trabajo refleja el papel clave que podemos fungir en propuestas integrales que abordan necesidades interdisciplinarias. Nuestra formación en objetos, imagen y espacios nos brinda la versatilidad para generar soluciones funcionales, estéticas y sostenibles, promoviendo un impacto positivo en la sociedad y contribuyendo al desarrollo cultural y social de nuestras comunidades.

El manual arquigráfico propuesto no solo es una herramienta para mejorar la comunicación en la Casa de Cultura, sino también un modelo replicable en otros contextos como escuelas, hospitales o instituciones públicas y privadas. Este trabajo deja claro que la colaboración entre arquitectura y diseño gráfico puede transformar espacios públicos en entornos más accesibles, funcionales y significativos, reafirmando el papel de la arquigrafía como una disciplina fundamental en el diseño integral de espacios.

REFERENCIAS

- De Vicente, F. (2011). La industria creativa. Uno de los caminos para alcanzar el desarrollo. En *Cultura Oportunidad de Desarrollo* (1a ed., Vol. 1, pp. 72–87).
<https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Cultura-Oportunidad-de-Desarrollo.pdf>
- Pérez Rioja, J. A. (1974). *Importancia de la Información: Las casas de la cultura*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=968045>
- Roth, L. (1999). *ENTENDER LA ARQUITECTURA*. Gustavo Gili.
https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425217005__inside.pdf
- Unesco. Cultura y nuestros derechos culturales, (2012).
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf000022834>
- Reyes-Martínez, J. y Martínez-Martínez, O. A. (2021). La marginación social y su relación con la participación cultural en México. *Córima, Revista de Investigación en Gestión Cultural*, 6(10).
- Casa de Cultura “Mtro. Antonio Martínez Corro”*. (2022, 6 de mayo). Ayuntamiento 2022–2024.
<https://huajuapandeleon.gob.mx/casa-de-cultura-mtro-antonio-martinez-corro/>
- Ramírez, M. (2023). Explicación de la casa de Cultura [Entrevista personal].
- Miles de museos, millones de visitas*. (2022, Enero 28). Fazit Communication GmbH.
<https://www.deutschland.de/es/topic/saber/museos-de-alemania-datos-y-cifras>
- Cultura*. (2023, octubre 5). Unesco org. <https://www.unesco.org/es/culture>
- EFE. (2015, diciembre 5). *Aumentan los visitantes a espacios culturales en Italia por mayor inversión*. Diario Libre.
<https://www.diariolibre.com/actualidad/aumentan-los-visitantes-a-espacios-culturales-en-italia-por-mayor-inversion-HN2087191>
- Cambariere, L. (2011, septiembre 10). Medio siglo de diseño. *Página 12*.
<https://www.pagina12.com.ar/imprimir/diario/suplementos/m2/10-2138-2011-09-10.html>
- Sznajder, B. (2017). Mediatizaciones en los subtes de Buenos Aires. *Inmediaciones de la Comunicación*, 12, 305–331.

- Reyes-Martínez, J. y Martínez-Martínez, O. A. (2021). La marginación social y su relación con la participación cultural en México. *Córima, Revista de Investigación en Gestión Cultural*, 6(10).
- Diseño Shakespear realiza la nueva señalización de los vagones del Subte.* (2014, 17 de marzo). Gráfica.
<https://graffica.info/disenos-shakespear-subte/>
- Toormix. *Diseño y señalética para l'Hospital de la Vall d'Hebron.* (2015, 12 de octubre).
<https://toormix.com/proyecto/fundacio-small>
- KIPP NYC college prep high school.* (s/f). Pentagram. Recuperado el 7 de enero de 2024, de
<https://www.pentagram.com/work/kipp-nyc-college-prep-high-school>
- Nonsnik, A. (1988). *Comunicación organizacional práctica: manual gerencial.* Trillas.
- FISKE, John. (2002). *Introduction to Communication Studies*, 2a. ed. Londres: Routledge.
- Berlo, D. (1960). *The process of communication: an introduction to theory and practice*, Holt, Reinhart and Winston, New York.
- Tomas, F. (2022, 28 diciembre). ¿Qué es el diseño de interiores (y por qué puede hacerte sentir mejor)? ArchDaily México. <https://www.archdaily.mx/mx/936043/que-es-el-diseño-de-interiores-y-por-qué-puede-hacerte-sentir-mejor>
- Alonso, F. (1999). *Los Beneficios de Renunciar a las Barreras. Análisis Económico de la Demanda de Accesibilidad Arquitectónica en las Viviendas.* Instituto de Migraciones y Servicios Sociales, IMSERSO, Madrid
- Asociados, M. A. &. (2023, 4 agosto). *Espacios que Hablan: Cómo la identidad visual arquitectónica fortalece la imagen corporativa.* Martín Alba & Asociados | Endomarketing, Comunicación Interna y Fotografía Profesional.
<https://martinalba.com/espacios-que-hablan-como-la-identidad-visual-arquitectonica-fortalece-la-imagen-corporativa>
- Weisman, J. (1981). Evaluating architectural legibility—way-finding in the built environment. *Environment and Behavior*, 13(2), 189–204.
- Medina Reguera, A., & Balaguer Girón, P. (2022). *Textos cognitivamente accesibles: Lectura fácil y Leichte Sprache en contraste.* Magazin, 29

- Fernández, B. (junio de 2018). La señalética inclusiva que asegura el uso de los espacios. HOSPITECNIA. Arquitectura, ingeniería y gestión hospitalaria y sanitaria: <https://hospitecnia.com/arquitectura/accesibilidad/senaletica-inclusiva/>
- Llano, G. (2022). Instituto de Accesibilidad. <https://institutodeaccesibilidad.com/blog/accesibilidad-aplicada-en-senaletica-accesible/>
- Acaso, M. (2009). El lenguaje visual (Primera Edición). Ediciones Paidós Ibérica S.A. www.paidos.com
- Buenaño, D. A., Racines, M. F. M., & Tello, F. Z. (2018). Diseño y comunicación visual: Perspectivas para su abordaje desde la imagen corporativa. In Kepes (Vol. 15, Issue 17, pp. 251–271). Universidad de Caldas. <https://doi.org/10.17151/kepes.2018.15.17.11>
- Costa, J. (1989). Señalética (2nd ed., Vol. 1). Centro de Investigacion y aplicaciones de la comunicacion.
- Costa, J. (2012). Cambio de paradigma: la Comunicación Visual. <https://foroalfa.org/articulos/cambio-de-paradigma-la-comunicacion-visual>
- Costa, Joan. (2003). Imágen corporativa en el siglo XXI (1st ed., Vol. 1). Crujia.
- Cultura y Nuestros Derechos Culturales (2012). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228345>
- De Gasperin, R. (2010). Barreras en la comunicación y en las relaciones humanas. In Comunicación y relaciones humanas (1st ed., pp. 95–135). Universidad Veracruzana.
- DESIGN EDUCATION MANIFESTO, Pub. L. No. DESIGN EDUCATION MANIFESTO, international council of graphic design alliance (2011).
- Dondis, D. (2017). Sintaxis de la imagen (2nd ed., Vol. 1). Gustavo Gili.
- Duana Avila, D., & Hernández, S. (2021). Proceso de comunicación. Boletín Científico de Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA.
- Eduardo Harada Olivares. (2014, January). MIXCOAC de la academia a la sociedad UNAM. 33, 2.
- Fonseca, S., Correa, A., Ignacia Pineda, M., & Lemus, F. (2011). Comunicación oral y escrita (L.

- Gaona Figueroa, Ed.; 1a ed.). Pearson Educación de México, S.A. de C.V. .
- Frascara, J. (2004). Diseño gráfico para la gente Comunicaciones de masa y cambio social (Tercera edición). Infinito. https://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno_grafico_para_la_gente_frascara.pdf
- Gálvez, A. (2019). Enseñando Diseño Gráfico a estudiantes de arquitectura. *Pedagogía y Arquitectura*, 99–108.
<https://revistas.urp.edu.pe/index.php/PedagogiaArquitectura/article/view/2045>
- Gálvez Nieto, A. (2020). La Sostenibilidad en la enseñanza del Diseño Gráfico a estudiantes de arquitectura. *P&A. Pedagogía y Arquitectura*, 4, 33–41.
<https://doi.org/10.31381/pedagogiaarquitectura.v0i4.3279>
- Gamonal, R., & García, F. (2014). La capacidad discursiva del diseño gráfico. *Arte, Individuo y Sociedad*, 27(1), 9–24. https://doi.org/10.5209/rev_aris.2015.v27.n1.43009
- García Moreno, D. (2011). Diseño de sistemas de orientación espacial: wayfinding. In *Accesibilidad Universal y Diseño para todos* (1st ed., pp. 36–57). Fundación Arquitectura COAM.
- García Villagarán, J. (1964). *Teoría de la arquitectura* (1st ed.). Palacio de Bellas Artes.
- Germani, R., & Fabris, S. (1981). *Fundamentos del proyecto gráfico* (2nd ed.). Don Bosco.
- González Pastrano, É. (2017, November 15). ¿Es rentable medir la comunicación en la empresa? *Estrategias Investigación En Comunicación*.
- Guzmán, C., Becerra, Y., Carreño, V., Carreño, M., & Velasquez, B. (2021, July). La importancia de la Arquigrafía como comunicación visual. *Convicciones*, 47–53.
<https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/873>
- Huerta Peralta, J. (2007). *DISCAPACIDAD Y DISEÑO ACCESIBLE* (Vol. 1). Serinsa.
- Lizondo Sevilla, L. (2011). La Función en Arquitectura. In *Andar por casa* (1st ed., Vol. 1, pp. 51–57). General de Ediciones de Arquitectura.
<https://www.researchgate.net/publication/302462003>
- López Vílchez, I. (1996). *Señalética Análisis y Normalización* (1st ed.) [Tesis doctoral]. Universidad de Granada.
- Mancipe López, L. D. (2016, November). El diseño gráfico y de comunicación. Una

aproximación al objeto de estudio y a la pertinencia de la profesión en las pymes manufactureras colombianas.

Martínez Ramírez, D. H. (2021). Simbolismo y legibilidad Diseño Arquitectónico Básico IV.

Munari, B. (1985). Diseño y comunicación visual (2nd ed.). Gustavo Gili.

Perelló, A. (1994). La clave de la arquitectura.

Plazola, A. (1996). Enciclopedia de la Arquitectura (3rd ed., Vol. 3). Plazola Editores.

Polión, V. D. M. (1987). De arquitectura.

Rivas, R. (2015). Cultura: factor determinante del desarrollo humano Resumen.

www.utec.edu.sv,

Rivera Arredondo, A. (2018). NUEVO SIGLO, NUEVA DEFINICIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO: DEL PENSAMIENTO DE DISEÑO A LA PRÁCTICA FORMATIVA DE COMUNICACIÓN VISUAL. In Foro Historia del diseño en México (1st ed., Vol. 1). Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas.

Solano Meneses, E. E. (2003, March). Lectura fácil en los espacios arquitectónicos y urbanos. Revista de Estudios Interdisciplinarios Del Arte, Diseño y Cultura, 51–70.

Uribe Orozco, M. F. (2009). CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO DEL DISEÑO DE COMUNICACIÓN (GRÁFICO / VISUAL) Y SU RELACIÓN CON LAS DIFERENTES DIMENSIONES DE APLICACIÓN: EMPÍRICA, PROFESIONAL Y ACADÉMICA [Maestría en diseño y creación interactiva]. Universidad de Caldas .

ANEXOS

ENTREVISTA A COORDINADORA DE LA CASA DE CULTURA “MTRO ANTONIO MARTÍNEZ CORRO”

“Aplicación de la arquigrafía como herramienta de comunicación visual en un espacio cultural”

Fecha:	2 de mayo de 2024
Hora:	2:2:15 PM
Tiempo total de la entrevista:	15 minutos
Nombres de los entrevistados:	Yadira Aidé Chávez Cruz.
Medio:	Audio en celular.

Presentación:

Buen día, mi nombre es Aylin Daniela, soy estudiante de la Universidad Tecnológica de la Mixteca y la intención de esta entrevista es conocer la función que desempeña la recepción de casa de cultura debido a que me encuentro realizando un proyecto que propone la implementación de la señalética y gráficos que mejoren la comunicación de este edificio con los usuarios.

Agradezco el tiempo que me brinda y su colaboración para este proyecto.

1. ¿Cuál es la función que desempeña en esta institución?

En este momento soy la encargada de la coordinación de la casa de cultura.

2. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la casa de cultura?

Llevo como maestra de pintura llevo 27 años, atendiendo a niños de 4 a 11 años y como encargada de la coordinación llevo 2 meses.

REFERENTES A LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL

3. ¿Cuál es la misión y visión actual de esta institución?

Crear ciudadanos y niños conscientes de su cultura, de amarla y de reconocerla, ya que, si formamos niños con un espíritu cultural, formamos niños que no sean violentos, que saben expresarse, que descubran que hay nuevas maneras de invertir su tiempo, niños que crezcan sin miedos y sin inseguridades.

4. ¿Cuenta con un manual de identidad gráfica?

No, solamente tiene su logotipo. Ya que de ahí en fuera como tipografía para oficios o colores, vamos cambiando de acuerdo a la administración que esté en el poder.

5. ¿Cuál es la historia o significado del logotipo de la casa de cultura (año, creador, colores, etc)?

Desde que se fundó la casa de cultura está ese logotipo, no sé quien lo hizo, pero desde que yo trabajo aquí siempre está ese logotipo.

6. ¿Cómo eligen el diseño, colores y tipos de carteles que implementan en los espacios de esta institución?

Dependemos del ayuntamiento; la administración saca su gama de colores, sus tipografías y todas las oficinas que dependemos de ellos, nos regimos a lo que ellos nos digan.

Depende del partido político que está en el momento.

7. ¿En qué consistió el proyecto de remodelación y pintura más reciente y cómo eligieron la paleta de colores?

Fue un proyecto de limpieza y acondicionamiento por parte del ayuntamiento, pusieron algunos letreros, nos pusieron lavamanos, cambiaron las puertas, pusieron lámparas, arreglaron goteras, agregaron telón eléctrico y sonido en el auditorio y pintaron el interior y exterior, pero ellos eligieron el color, no nos preguntaron.

8. ¿Considera necesario el diseño de un manual de identidad gráfica (logotipo, colores, tipografías, aplicaciones) para mejorar la imagen que da este espacio a sus usuarios?

Yo considero que si porque es importante tener una identidad propia, porque nosotros tenemos el logotipo nada más y se maneja para todo; pero siempre depende del partido que esté en el poder.

REFERENTES A LOS SEÑALAMIENTOS

9. ¿Ha identificado problemas con la falta de ubicación de los espacios al momento en que ingresan alumnos, visitantes u otro tipo de usuarios?

Si, cuando son nuevos no saben donde está su salón; ahora que fue la remodelación se pudieron algunas plaquitas que indican el nombre de algunos salones, pero como tenemos varios maestros; por ejemplo, de música tenemos 5 maestros y los usuarios no saben qué salón les toca o que maestro.

Si hace mucha falta eso, porque solo hay unos letreros.

10. ¿Considera que podría ser útil la implementación de señalética desde la recepción, circulaciones y destinos en este edificio para que los usuarios tengan un desplazamiento más fácil y comprensible hacia su zona de interés?

Si, sería muy útil, es importante y es necesario porque igual llegas y no sabes dónde están las áreas.

11. ¿Ha identificado problemáticas en la obtención de información acerca de cursos, horarios, maestros administrativos, etc por parte de los usuarios?

Si, lo mismo.

**12. ¿Qué técnica usan para informar a los visitantes sobre los cursos, horarios y maestros?
¿Considera que sería útil la utilización de gráficos y mensajes visuales que comuniquen la función de la casa de cultura como horarios, cursos, etc?**

Se hace uso de unos trípticos, ahí viene el curso, la edad, maestro, costos y horarios. Ahorita no tenemos impresos esos trípticos, sería cosa de preguntar a la persona que los diseña. (Quedó de enviarlo de manera digital)

13. ¿Considera que sería útil la implementación de letreros y gráficos para señalar el nombre y la función de cada salón?

Si, es muy necesario, algo importante que hay que rescatar también son los nombres en lengua indígena mixteca, porque es importante seguir fomentando esa lengua que nos distingue como cultura mixteca, eso tienes que tomar mucho en cuenta.

14. ¿Considera adecuada la unificación de una identidad visual con un manual de señalética para unificar la imagen del edificio?

Sería muy útil.

Despedida y agradecimiento:

Muchas gracias por el tiempo que me dedicó, esta información será de mucha utilidad para el proyecto que estoy desarrollando y de esta manera implementar señalética que ayuden a la función de la recepción de esta institución.

Datos adicionales otorgados por entrevista corta a Prefecta: Ruth Solano Sánchez.

- ✓ 700 alumnos actualmente desde los 4 años hasta adultos mayores.
- ✓ 10 talleres: piano, coro guitarra, danza folclórica, danza prehispánica, guitarra, pintura, teatro, violín, dibujo, danza clásica.
- ✓ 15 maestros.

- ✓ Los horarios se publican en la página de gobierno de Huajuapán de León en Facebook antes de que inicie el ciclo de cursos, aproximadamente por inicios de Julio; también vienen fechas de inscripciones y requisitos.
- ✓ Los talleres son de 4 pm en adelante, de lunes a viernes.
- ✓ Los maestros de danza vienen viernes sábado y domingo.
- ✓ En la mañana solo ensayan los de guitarra.
- ✓ Comúnmente vienen visitas a ver exposiciones.
- ✓ Se abre todo el día de 10 am a 9 pm.
- ✓ Muchas personas vienen a preguntar sobre cursos y esa es mi función, informarles.
- ✓ Mi horario es de 1 pm a 9 pm
- ✓ En la mañana los policías de vialidad están en recepción.
- ✓ Vienen en las tardes varios chicos a hacer su servicio social y me apoyan en recepción.

Se explicó el propósito de mi proyecto y se preguntó:

¿Considera que podría ser útil la implementación de señalética desde la recepción, circulaciones y destinos en este edificio para que los usuarios tengan un desplazamiento más fácil y comprensible hacia su zona de interés?

Si porque hay padres de familia que vienen y no saben dónde están los salones, el auditorio cuando hay demostraciones y algo así los ayudaría a ubicarse, también para informarles qué talleres hay.

ENTREVISTA A RECEPCIONISTAS DE LA CASA DE CULTURA “MTRO ANTONIO MARTÍNEZ CORRO”

“Aplicación de la arquigrafía como herramienta de comunicación visual en un espacio cultural”

Fecha:	25 de abril de 2024
Hora:	6:00 a 7:30 pm
Tiempo total de la entrevista:	10 minutos
Nombres de los entrevistados:	Salvador Eladio Carrasco y Sofía
Medio:	Audio en celular.

Presentación:

Buen día, mi nombre es Aylin Daniela, soy estudiante de la Universidad Tecnológica de la Mixteca y la intención de esta entrevista es conocer la función que desempeña la recepción de casa de cultura debido a que me encuentro realizando un proyecto que propone la implementación de la señalética y gráficos que mejoren la comunicación de este edificio con los usuarios.

Agradezco el tiempo que me brinda y su colaboración para este proyecto.

1. ¿Cuál es el cargo que desempeñan en esta institución?

Sofía es la policía encargada de vigilar la entrada de la casa de cultura y Salvador es el encargado de recepción debido a su servicio social.

2. ¿Cuál es su horario de trabajo?

1 día a la semana de 10 am a 8 pm

3. ¿Cuántos visitantes nuevos ingresan a la casa de cultura al día?

20 visitantes aproximadamente al día.

4. ¿En que horario vienen más visitantes?

Medio día, de 10 am a 12 pm.

5. ¿Asisten turistas a la casa de cultura?

Si, más que nada visitantes de otros pueblos cercanos a Huajuapán.

6. Cuando llegan visitantes nuevos, ¿qué dudas tienen a cerca de la función o los servicios de la casa de cultura?

Nos preguntan más que nada sobre exposiciones o cursos y luego ellos pasan a recorrerla y se toman fotos con las pinturas, los murales, y algunos trabajos.

7. ¿Existe personal que se encargue de dar estos recorridos a los nuevos visitantes?

Si, hay unas personas que trabajan en oficinas y a veces dan esos recorridos, son Paco, Raúl, Ruth y Fer, ellos están de 8:00 am a 4:00 pm

8. ¿Cuántas personas entran a la casa de cultura a preguntar específicamente por los cursos o a inscribirse a ellos?

Aproximadamente 5 al día.

9. ¿Cuál es el curso/ taller por el que más preguntan?

Danza y guitarra.

10. ¿Cuál es el área, zona o salón por el que más preguntan los usuarios nuevos o alumnos?

También por el de danza, vienen muchos a preguntar de ese curso.

11. ¿Usted considera necesaria la aplicación de señalética, letreros y gráficos que muestren la ubicación de los lugares (salones, oficinas, etc.) y que informen sobre las actividades que se realizan dentro de la casa de cultura?

Si, bastante, porque a veces las mamás que vienen a dejar a los alumnos no se ubican y no saben donde dejar a sus hijos porque las puertas no tienen una referencia, por ejemplo: pintura, danza, coro.

Tampoco ubican a los maestros de cada taller ni a los maestros y vienen a preguntar aquí.

12. ¿Las mamás que me comenta son tutoras de los usuarios más pequeños? Si, de los niños de 9 o 10 años. Algunas mamás vienen y los dejan hasta su salón y otras solo los dejan en el portón y luego vienen a recogerlos.

13. ¿En que rango de edad se encuentran la mayoría de los alumnos? La mayoría son niños y jóvenes, vienen pocos adultos.

Despedida y agradecimiento:

Muchas gracias por el tiempo que me dedicó, esta información será de mucha utilidad para el proyecto que estoy desarrollando y de esta manera implementar señalética que ayuden a la función de la recepción de esta institución.

RESULTADOS DEL LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIÓN

