



Universidad De San Carlos De Guatemala
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico

SEÑALIZACION DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

"RUTAS TURÍSTICA E HISTÓRICA Y SITIOS INSTITUCIONALES"

Pamela María Albizúrez Gil
Aleyda Lissette Guzmán Orellana

GUATEMALA, OCTUBRE DE 1,995

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



Universidad De San Carlos De Guatemala
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico

SEÑALIZACION DEL CENTRO HISTÓRICO
DE LA CIUDAD DE GUATEMALA
"RUTAS TURÍSTICA E HISTÓRICA Y
SITIOS INSTITUCIONALES"

Asesor D.G José Francisco Chang Meneses

JUNTA DIRECTIVA:

Decano: Arq. Julio René Corea Y Reyna
Secretario: Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón
Vocal I: Arq. José Jorge Uclés Chávez
Vocal II: Arq. Victor Hugo Jáuregui García
Vocal III: Arq. Silvia Evangelina Morales C.
Vocal IV: Br. Marco Vinicio Barrios
Vocal V: Br. César Mauricio Meléndez Roca

TERNA EXAMINADORA:

Arq. Brenda Penados Baldizón
D.G. María Elisa Guilló Antillón
Arq. Julio Roberto Tórtola Navarro

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

02
+ (702)
C4

Dedico este proyecto,

A Dios

por darme la vida y
bendecirme con una familia
unida en el amor.

A mis papás

por su dedicación, su esfuerzo,
su apoyo incondicional
y por llenar mi vida de tanto amor.

A Mónica

por ser una hermana como ninguna,
noble, generosa, cariñosa y solidaria.

A mis grandes amigos:

Fray René

quien me acompañó al inicio
y durante toda mi carrera,
animándome y recordándome
que los obstáculos nos hacen grandes.

Padre Joaquín

quien me ha guiado con sus consejos
y me ayudó grandemente a lo largo
de mi carrera
Desde lejos, ¡gracias de todo corazón!

Edy

por hacerme ver que la amistad
se alimenta de pequeñas cosas

Luis Ernesto

por su amistad y
por enseñarme que la vida debemos
llevarla siempre con optimismo y seguridad.

A los frailes de la Provincia

**Franciscana Nuestra Señora de
Guadalupe de Centroamérica y Panamá**

por enseñarme con su ejemplo
los valores de la solidaridad, fraternidad,
sencillez y servicio a los demás.

A Aleyda y Carlos

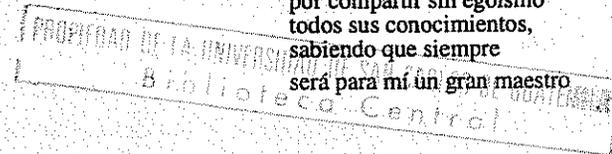
por la amistad que surgió con este proyecto

A Roberto Pico Quiñónez

por compartir sin egoísmo
todos sus conocimientos,
sabiendo que siempre
será para mí un gran maestro

*Sumo glorioso Dios,
ilumina las tinieblas de mi corazón,
dame fe recta, esperanza cierta y caridad perfecta
sentido y conocimiento Señor para cumplir tu santo y
verdadero mandamiento.*

San Francisco de Asís



Pamela María

Dedico este proyecto a

Dios
por sus bendiciones

Mi mamá
Elizabeth Orellana

Mi papá
Eulalio Guzmán

Carlos Osorio

Glenda y Conrado

Karla, Ronald y Nineth

Pamela María

Geraldina y Verónica

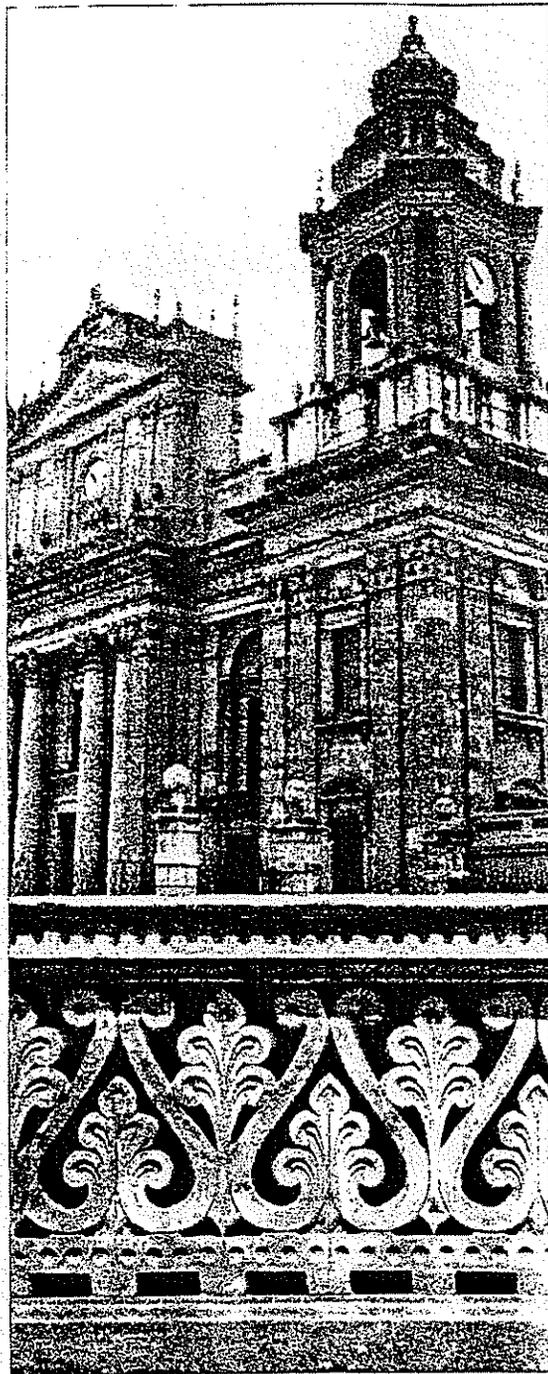
Amarilis de Palala

Pico y Jorge

por su ayuda y apoyo incondicional
¡mil gracias!

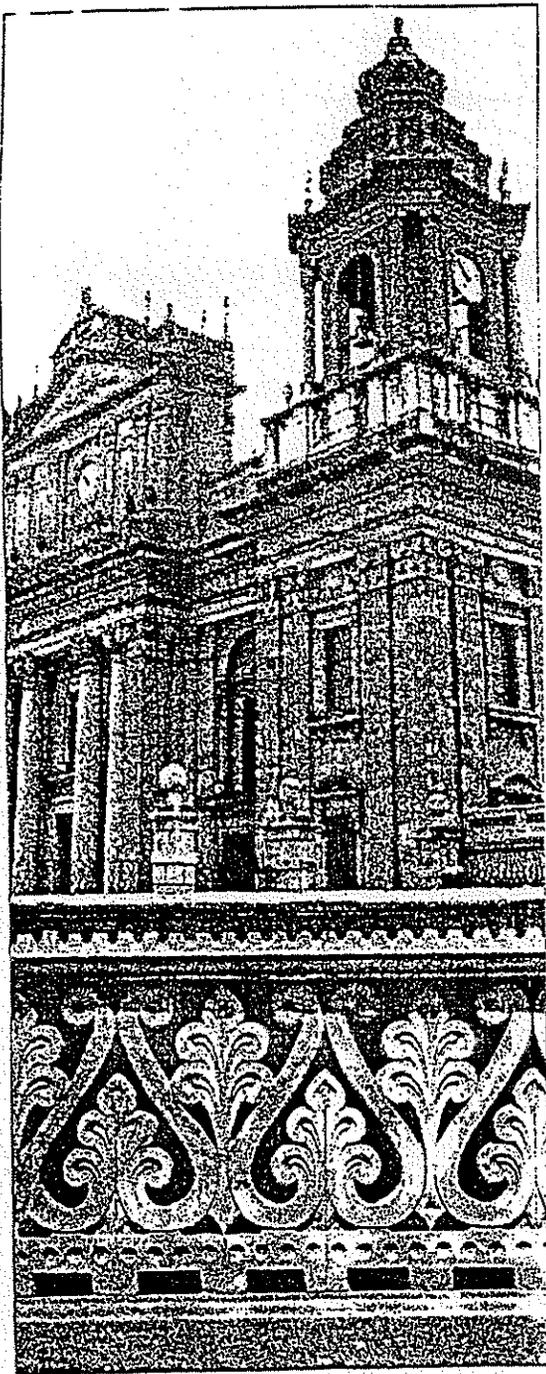
Aleyda

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



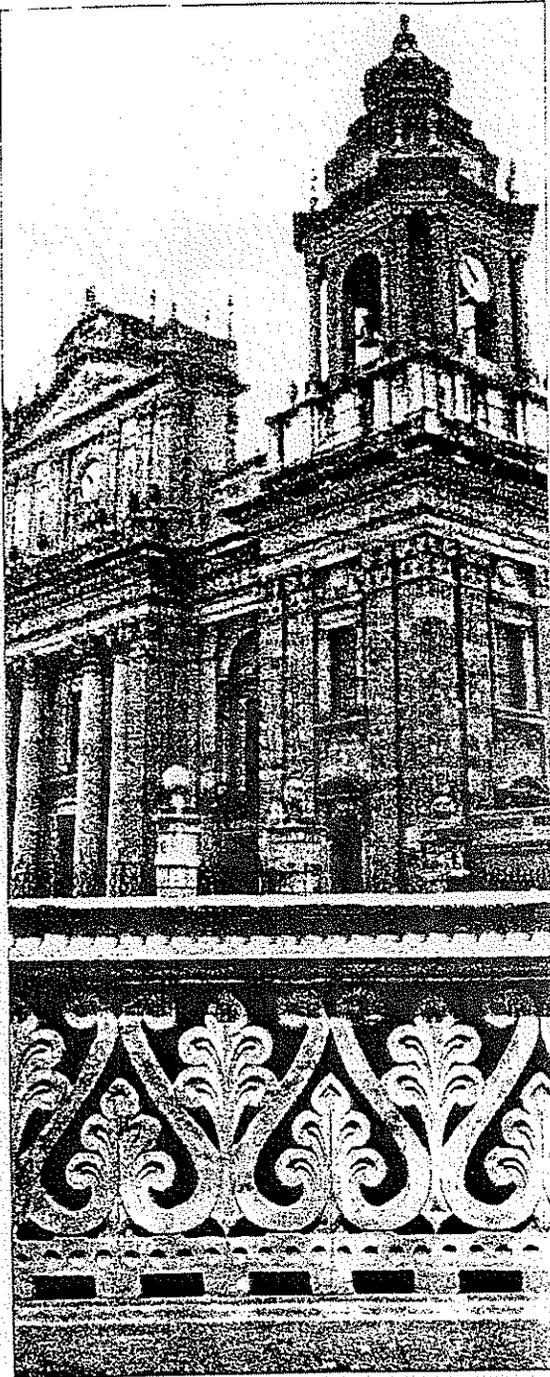
INDICE

	Pag.
Introducción	8
Objetivos	10
Formulación preliminar del problema	11
Justificación	12
Delimitación del tema	13
Metodología y técnicas de investigación	14
1. EL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA	15
1.1 Arquitectura del centro histórico de la Ciudad de Guatemala	17
2. EL PROYECTO RENACENTRO	19
3. LA SEMIOLOGIA	22
3.1 Signo	23
3.2 Signo visual	23
3.3 Niveles del signo	23
3.4 Reglas de semiología	24
4. PRINCIPIOS BÁSICOS DEL DISEÑO	25
5. EL COLOR	27
5.1 Clasificación del color	28
5.2 Aspectos psicológicos y significado de los colores	29
5.3 Funciones del color	32
6. ANALISIS DE CASOS INTERNACIONALES DE SEÑALIZACION	33
6.1 México	34
6.2 Argentina	34
6.3 Inglaterra	35
6.4 Conclusiones	35
7. ANALISIS DE LA SEÑALIZACION EN GUATEMALA	36
7.1 Señales preventivas	37
7.2 Señales restrictivas	37
7.3 Señales informativas	37
7.4 Conclusiones	37
8. VISITAS AL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA	38
9. ANALISIS DE LA LEY 11-74	
LEY DE ROTULOS Y ANUNCIOS EN CARRETERAS Y VIAS URBANAS	40
9.1 Aspectos positivos	41
9.2 Aspectos negativos	41
9.3 Conclusiones	41



10. SITIOS A SEÑALIZAR	42
11. BRIEF	44
12. PROPUESTA FINAL DE DISEÑO	48
12.1 Forma, tipografía, soporte y técnica de las señales	49
12.2 Sistema de orientación en las aceras	49
12.3 Sitios institucionales	50
12.4 Ruta histórica	51
12.5 Ruta turística	53
12.6 Desplegable	60
12.7 Presupuesto	64
13. CONCLUSIONES	65
14. RECOMENDACIONES	67
15. BIBLIOGRAFIA	69
GLOSARIO	72
ANEXOS	73

INTRODUCCIÓN



Sin lugar a dudas, el centro histórico de la Ciudad de Guatemala es un área con gran riqueza histórica, artística, turística y cultural, de la cual una cantidad de personas no están conscientes.

En él se encuentran construcciones muy valiosas, ya sea por ser ejemplos de una bella arquitectura o por haber sido testimonio de acontecimientos históricos, políticos o sociales que forman parte de la historia del país.

El centro posee atractivos turísticos, y al mismo tiempo ofrece diversos e importantes servicios al turista.

Además, es un área en la cual se realizan actividades ligadas a la gestión gubernamental. Muchas de las edificaciones originales del centro histórico han sido modificadas para adecuarlas a nuevas necesidades. La gran mayoría de sitios y monumentos históricos son demolidos, se están deteriorando o se les dan usos inadecuados.

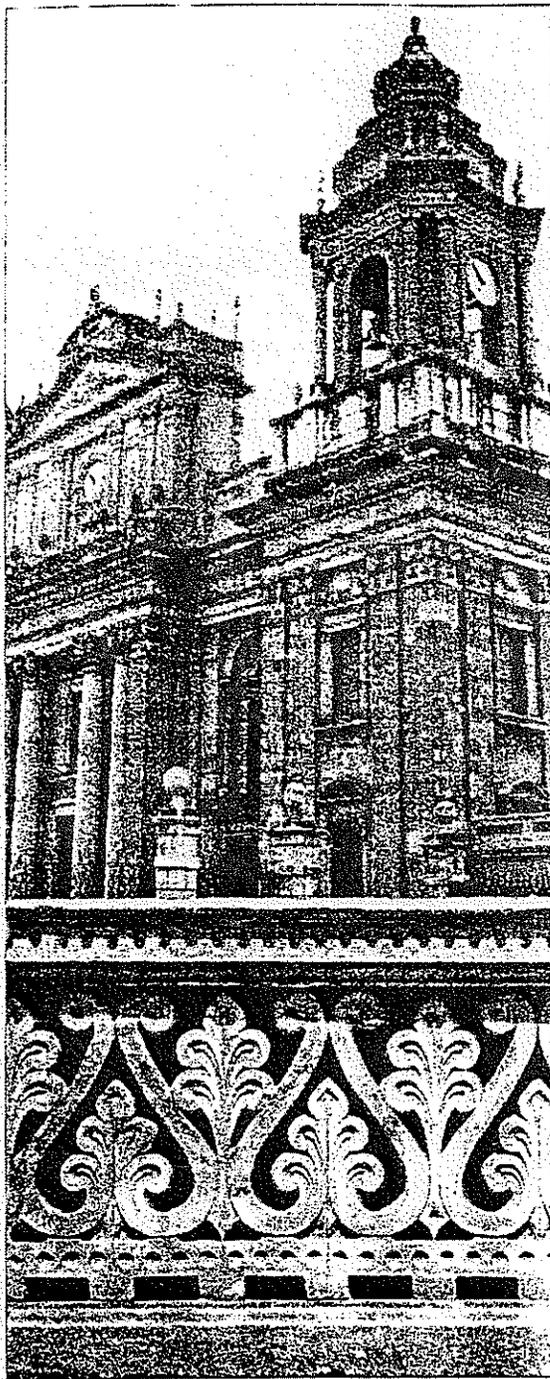
El centro histórico de la Ciudad de Guatemala no cuenta con un sistema de señalización que identifique sitios importantes y oriente a las personas por el centro histórico de la Ciudad de Guatemala.

Por tal razón, la Municipalidad de Guatemala y la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través del proyecto RENACENTRO, decidió diseñar una ruta histórica y una ruta turística. Todo esto como parte de lo que persigue el proyecto: hacer que el centro de la Ciudad sea apreciado por sus visitantes y su público usuario desde una perspectiva diferente, de manera que gocen de las riquezas culturales que guarda, tomen conciencia de su carácter ligado al pasado de Guatemala y Centroamérica, vivan su singular ambiente urbano y obtengan beneficios económicos de las facilidades particulares que ofrece.

La finalidad principal de este proyecto de graduación es crear y diseñar un sistema de señalización adecuado de identificación y orientación de las rutas turística e histórica y de los sitios institucionales del centro histórico de la Ciudad de Guatemala.

Para lograr este fin, se diseñó una señal para cada ruta, y una para las instituciones de gobierno.

Asimismo, para cada sitio que forma parte de las rutas, se propone una señal, a excepción de la de hotel y la de museo, que son señales establecidas internacionalmente.



Todo esto estará reforzado por un sistema de orientación que consiste en una señalización en las aceras por donde pasan las rutas.

De tal manera que el presente trabajo es un aporte técnico a RENACENTRO y a toda la población que visita el centro. Forma parte de los esfuerzos de cooperación que la Universidad de San Carlos, como promotora del proyecto, ha brindado a través del Programa de Diseño Gráfico para el rescate del centro histórico de la Ciudad de Guatemala.

Sería injusto de nuestra parte no agradecer la asesoría que, para el desarrollo del presente proyecto, nos brindaron el Arquitecto José Luis Menéndez y el Diseñador Gráfico Francisco Chang. Ellos, gracias a sus orientaciones, hicieron menos arduo nuestro trabajo.

Mención muy singular queremos hacer del Diseñador Gráfico Roberto "Pico" Quiñónez, quien continua y desinteresadamente nos acompañó y orientó con sus conocimientos en las diversas etapas que abarca nuestro proyecto. Para Pico nuestra imperecedera gratitud y la certeza de que sus enseñanzas guiarán nuestro quehacer profesional.

Esperamos que este trabajo contribuya en el rescate, conservación y protección del centro histórico y ayude a que muchas personas se conciencen del valor tan grande que posee.

OBJETIVOS

Objetivos generales

-Crear un sistema de señalización para identificar y orientar las rutas turística e histórica y los sitios institucionales del centro histórico de la Ciudad de Guatemala

-Contribuir en la promoción de la cultura, en la consolidación de un sentimiento de nacionalismo en la sociedad guatemalteca y en la concienciación de que el centro es un área con gran valor histórico, turístico, artístico y cultural

Objetivos específicos

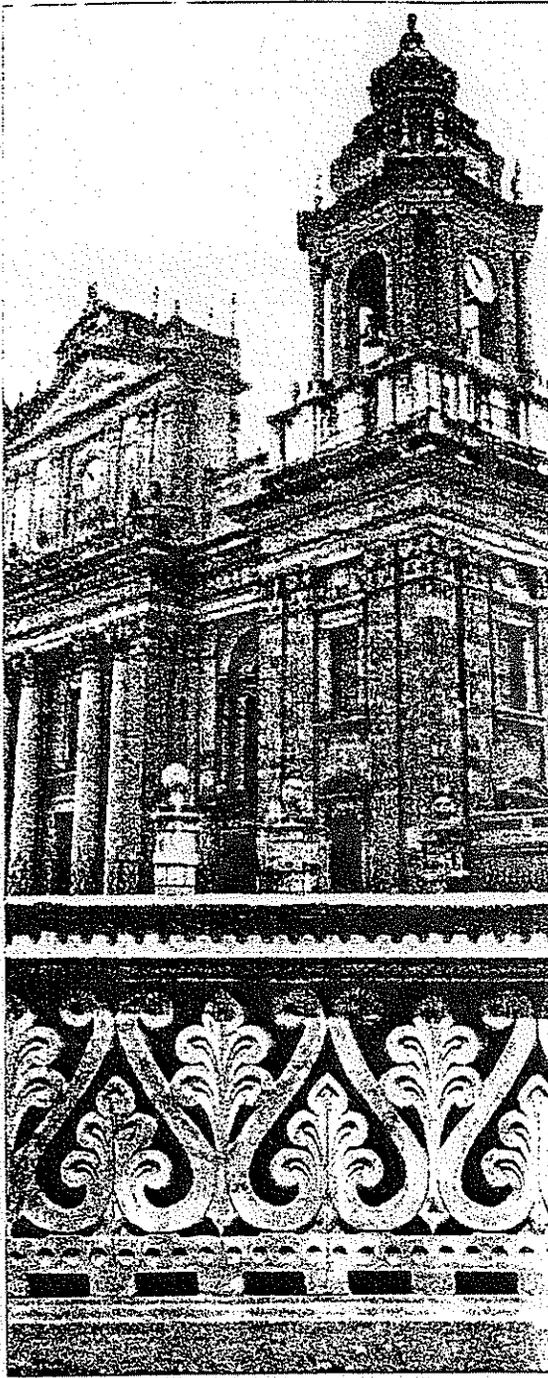
-Contribuir, mediante una propuesta técnica, al Proyecto RENACENTRO en el rescate de los valores históricos y turísticos del centro de la Ciudad de Guatemala

-Definir criterios gráficos para el sistema de señalización y orientación de las rutas turística e histórica y de los sitios institucionales del centro histórico de la Ciudad de Guatemala

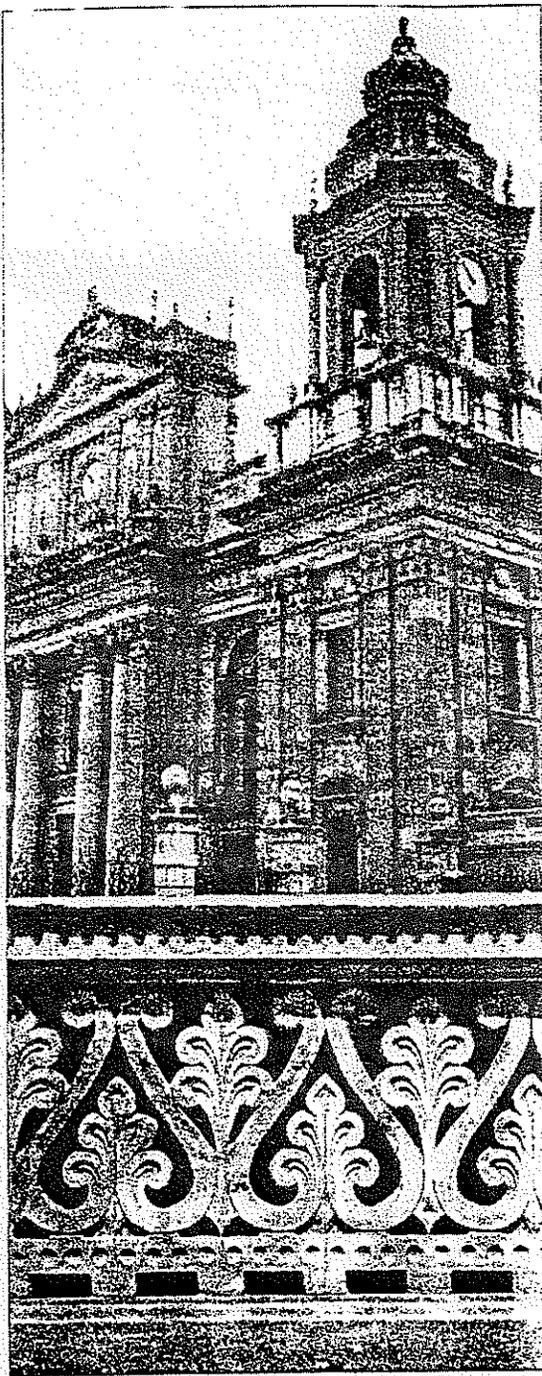
-Diseñar material gráfico de apoyo para el sistema de señalización del centro histórico de la Ciudad de Guatemala

-Diseñar modelos gráficos para el sistema de señalización del centro histórico de la Ciudad de Guatemala

-Contribuir a que la población que usa y visita el centro histórico de la Ciudad de Guatemala se guíe para orientarse en una forma rápida y adecuada.



FORMULACIÓN PRELIMINAR DEL PROBLEMA



A raíz de una serie de investigaciones e iniciativas de instituciones públicas y privadas, pero especialmente por medio de la Municipalidad de Guatemala y el Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura (CIFA) de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se ha determinado que el centro de la Ciudad de Guatemala cuenta con un patrimonio con valor cultural e histórico; y con gran potencial turístico, especialmente puesto de manifiesto en el conjunto arquitectónico urbano. Dichos valores no han sido incorporados a la dinámica de desarrollo del centro histórico de la Ciudad de Guatemala. Para lograr esta integración de valores y darles realce, así como el mayor aprovechamiento y conservación de esas riquezas históricas, es necesario evidenciar cuatro aspectos determinantes:

-Los avisos comerciales relegan a un segundo plano a los sitios, edificios y conjuntos históricos y culturales de la Ciudad de Guatemala.

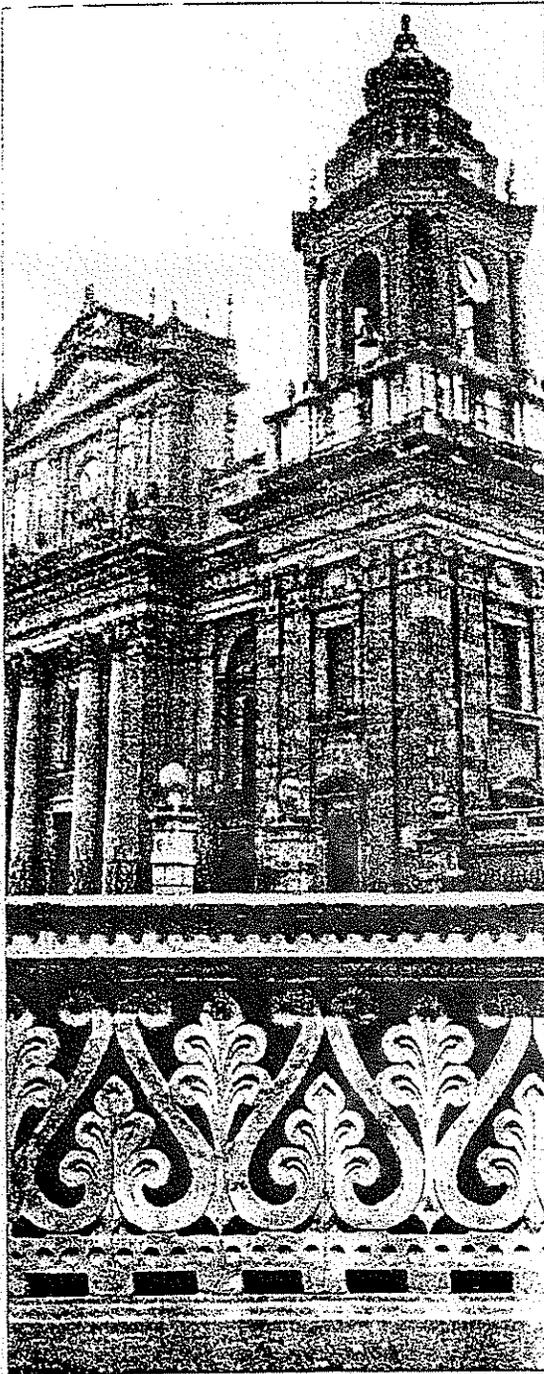
-La población guatemalteca desconoce y/o no identifica aquellos sitios, edificios y conjuntos arquitectónicos y urbanísticos relacionados con su historia, y, por ende, no valora ni aprecia las riquezas existentes en el centro histórico de la Ciudad de Guatemala.

-En el centro de la Ciudad de Guatemala se desarrollan una serie de funciones y actividades urbanas importantes para la metrópoli. A pesar de que lo más evidente es lo comercial, una de las funciones más importantes es la gestión. De allí que gran parte de las instituciones de gobierno y de servicios del país encuentran en el centro el lugar adecuado para su instalación. Sin embargo, la saturación de información comercial dificulta la identificación de los edificios y sitios en los que se desarrollan las actividades comerciales y administrativas.

-El centro histórico de la Ciudad de Guatemala cuenta aproximadamente con 2,000 edificios de valor histórico y cultural; muchos de ellos son utilizados para actividades turísticas, otros poseen potencial para ser incorporados como destinos turísticos. Sin embargo, no existe un diseño de rutas ni un sistema de orientación que permita al turista reconocerlos y que lo conduzca por un recorrido.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

JUSTIFICACIÓN



En síntesis, el centro histórico de la Ciudad de Guatemala carece de un sistema de señalización que oriente a las personas y que identifique los sitios históricos, turísticos e institucionales.

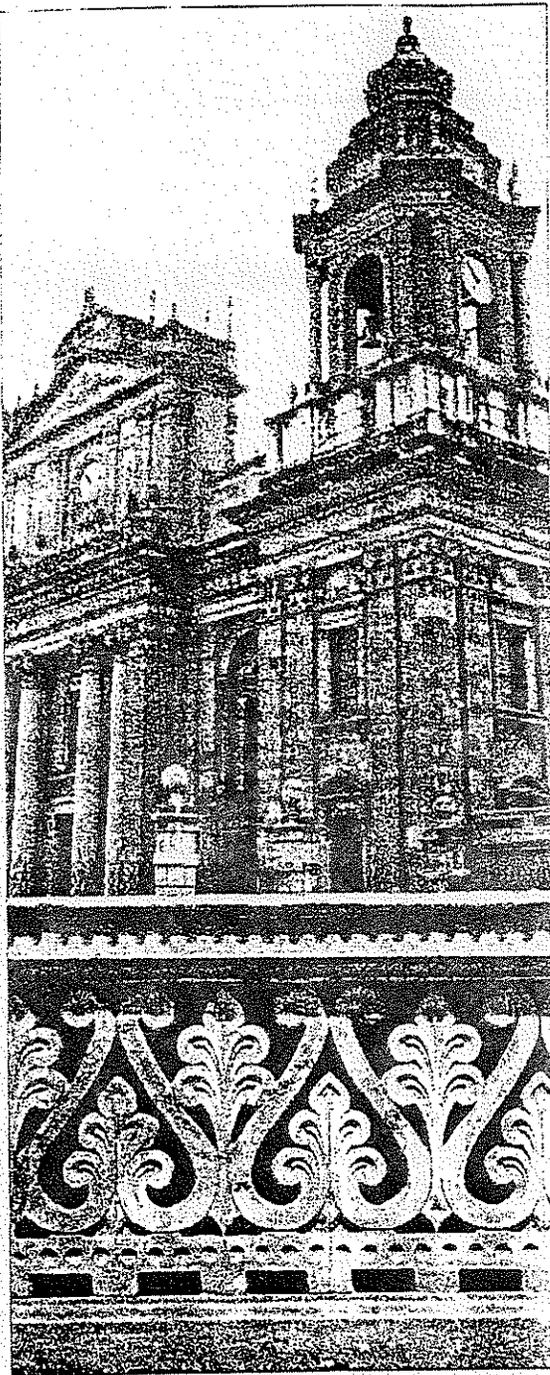
La Universidad de San Carlos de Guatemala, por medio de la Facultad de Arquitectura y el Programa de Diseño Gráfico, colabora con la Municipalidad de Guatemala y específicamente con el proyecto RENACENTRO en el rescate del centro histórico de la Ciudad de Guatemala.

Tomando en cuenta que el campo de acción del diseñador gráfico es la comunicación visual, se considera que estamos en la capacidad de definir criterios y elaborar modelos para la solución del problema de identificación y orientación de las rutas turística e histórica y de los sitios institucionales.

Dado que los visitantes del centro histórico de la Ciudad de Guatemala poseen "diferentes culturas" y hablan diversos idiomas, la solución gráfica es la más adecuada para la identificación de los sitios históricos, turísticos e institucionales.

En proyectos como éste, es importante que el diseñador gráfico contribuya a la solución de problemas que afectan a la sociedad guatemalteca.

DELIMITACIÓN DEL TEMA



Límites geográficos:

El centro histórico de la Ciudad de Guatemala está comprendido dentro del siguiente espacio físico: de la avenida Elena a la 12 avenida y de la 1a calle a la 18 calle zona 1.

Grupo objetivo:

El grupo objetivo se define de la siguiente forma:

Ruta turística: hombres y mujeres mayores de 10 años, extranjeros y guatemaltecos

Ruta histórica: hombres y mujeres mayores de 8 años, extranjeros y guatemaltecos

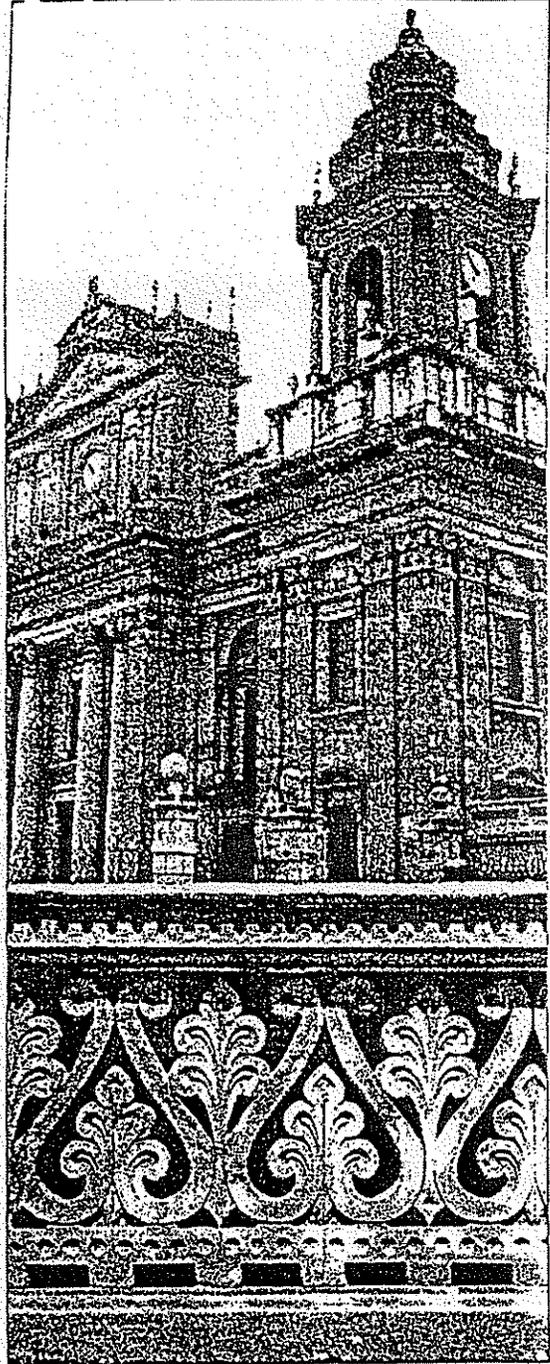
Sitios institucionales: hombres y mujeres, mayores de 18 años, guatemaltecos

Enfoque:

Fundamentalmente el proyecto se dirige al diseño de un sistema de señalización viable para la orientación de los visitantes y usuarios del centro histórico de la Ciudad de Guatemala y la identificación de las rutas turística e histórica y de los sitios institucionales.

El carácter de la producción de nuestro trabajo deberá, por un lado, generar en el usuario la idea de que el centro es un lugar con gran valor artístico, turístico, histórico y cultural; y por otro lado, generar en el guatemalteco una imagen de identidad cultural.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN



METODOLOGIA

TECNICA

- 1. Reconocimiento del objeto de estudio**
- a. Sitios históricos
 - b. Sitios turísticos
 - c. Sitios institucionales
 - d. Reconocimiento del centro histórico (estado de señales, tipología, problemas)

Visitas al centro histórico de la Ciudad de Guatemala para identificar y localizar algunos sitios históricos, turísticos e institucionales y determinar si existe una señalización, el estado en que se encuentra, qué tipos de señales hay y los problemas existentes.

- 2. Buscar soluciones**
- a. Definición de criterios
 - b. Análisis de casos
 - c. Análisis de criterios
 - d. Reglas de semiología
 - e. Significado, importancia y aspectos psicológicos del color.
 - f. Principios básicos de diseño

- Discusión para analizar la situación que observamos en la visita realizada, partiendo de la capacidad técnica que poseemos.
- Consulta bibliográfica de las señales internacionales.
- Consulta bibliográfica sobre semiótica, el color y principios básicos de diseño.
- Diseño de un desplegable y de modelos gráficos que identifiquen las rutas turística e histórica, los sitios que las conforman y los sitios institucionales.

- 3. Conocimiento de los criterios institucionales de RENACENTRO**

Consulta bibliográfica y entrevistas con personas integrantes de RENACENTRO.

- 4. Conocimiento del marco legal**

- a. Leyes
- b. Disposiciones y
- c. Reglamentos que rigen la elaboración y colocación de los rótulos

Consulta de los reglamentos y leyes existentes.

- 5. Conocimiento de los colores que los visitantes y usuarios del centro histórico recomiendan para cada tipo de señal.**

Estudio de campo por medio de encuestas a los visitantes y usuarios del centro histórico.

- 6. Fase de producción**

- a. Diseño de bocetos
- b. Aprobación de criterios
- c. Aprobación de bocetos
- d. Aprobación de medios
- e. Elaboración de artes finales

Se definirán después de la realización del estudio para determinar las técnicas y los materiales más adecuados para la elaboración final.

- 7. Viabilidad económica del proyecto**

En base a nuestra experiencia y conocimientos técnicos recomendamos a la administración de RENACENTRO lo más adecuado para lograr un plan efectivo de señalización.

Elaboración de un presupuesto.

- 8. Presentación**

La presentación se hará por medio de una exposición.

1. EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

Respecto de este tema, consideramos apropiado reproducir un fragmento del folleto *La renovación urbana del centro de la Ciudad de Guatemala*.¹

El centro tuvo sus orígenes con la fundación de la nueva Ciudad capital del país en el valle de "La Ermita" o de la "Virgen", como resultado del traslado que se derivó de los terremotos de 1,773, que causaron serios daños a la entonces "Ciudad de Santiago de los Caballeros", situada en el valle de "Panchoy", la actual "Antigua". Fue el 2 de enero de 1,776, al instalarse el Cabildo en el valle, cuando se oficializó el inicio de la nueva Ciudad. Sin embargo, su trazo no se dió sino hasta en 1,777, basado en un diseño original de Luis Díez de Navarro, finalmente modificado por Francisco Sabatini, en el que se siguieron los criterios establecidos en las "ordenanzas" de Felipe II del año 1,573: un plano ajedrezado, con la Plaza mayor en el centro y cuatro plazas secundarias equidistantes de ésta.

El actual "centro" de la Ciudad fue destinado a la población de mayor rango y prestigio dentro de la sociedad de la época.

La construcción de las primeras edificaciones de la Ciudad, así como la introducción de infraestructura urbana se concentraron originalmente en las principales vías, dentro de un perímetro equidistante de la Plaza Mayor. Los principales edificios eclesiásticos y de gobierno se ubicaron frente a esta Plaza, el proceso constructivo fue relativamente lento.

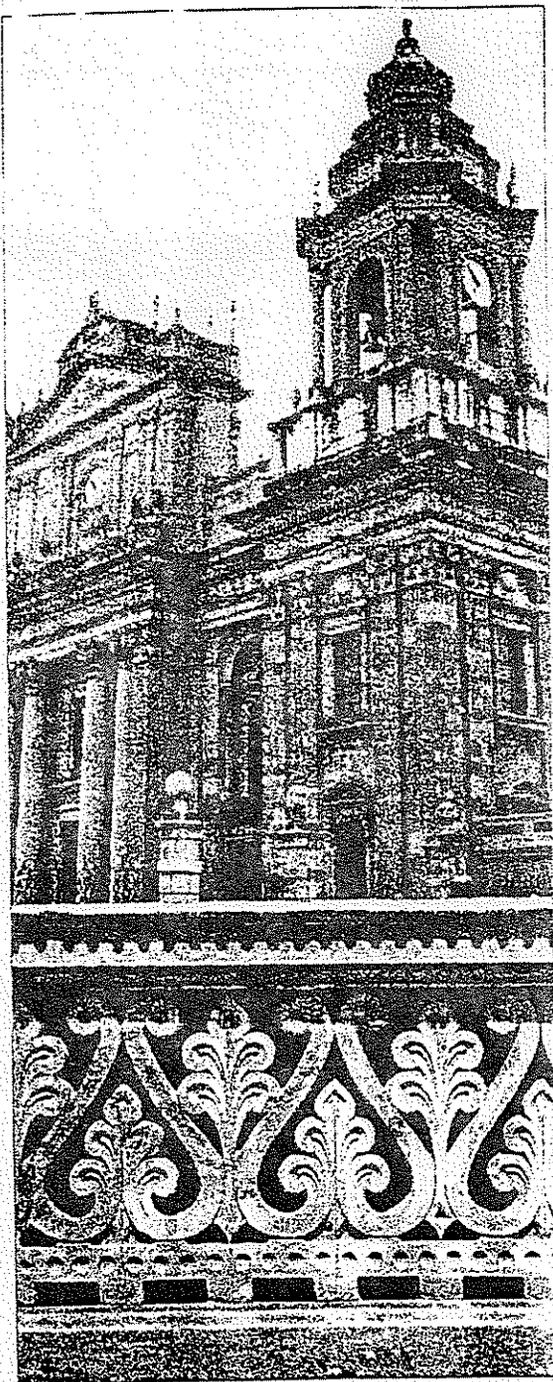
De las edificaciones originales del centro de la Ciudad, queda poco pues las que no fueron destruidas por la acción de los terremotos, han sufrido modificaciones a lo largo del tiempo, para adecuarlas a nuevas necesidades o para ajustar su aspecto a los estilos en moda. Sin embargo, existe en el centro tradicional de la Ciudad un rico y excepcional legado artístico y arquitectónico que es testimonio del pasado de la Ciudad y del país.

Se trata de un centro con bellos ejemplos de arquitectura religiosa mayoritariamente "neoclásica"; con importantes edificios públicos como el de la sede original de la Universidad, construido entre 1786 y 1840, el del antiguo Registro de la Propiedad Inmueble, de los últimos años del siglo XIX a los más recientes "Palacio de la Policía" y "Palacio de Comunicaciones", de los años 40; así como con interesantes conjuntos como el "Pasaje Aycinena", de 1894; y las varias decenas de edificios y casas, preciosos exponentes de la arquitectura doméstica y comercial de los últimos doscientos años, esparcidos a lo largo del área.

La expansión que ha sufrido la Ciudad principalmente a partir de los años setenta, está ligada a un cambio de funciones de este centro tradicional en relación con el resto de la Ciudad. Tanto actividades ligadas a la gestión gubernamental, como las del comercio especializado y la prestación de servicios, han buscado lugares fuera de esta área. En otros casos el traslado ha sido a áreas en donde han podido construirse edificios "adecuados a las necesidades actuales".

A esta área se le ha asignado nuevos usos indiscutiblemente rentables; pero a través de los cuales se desaprovechan las altas potencialidades que tiene la misma, en función de su valor histórico y de la infraestructura y servicios de los que goza.

¹ Fernando Masaya. *La renovación urbana del centro de la Ciudad de Guatemala*. (Guatemala: noviembre 1990) pp.4-8.



El centro de la Ciudad ya no es el área tranquila, al contrario, es un área llena de bullicio, que demanda ahora más que nunca que se le atienda, para evitar su deterioro y abandono. Es un lugar de contradicción, en el que la presión de la época presente borra el pasado y la identidad misma de la Ciudad.

El crecimiento de la población y la intensificación de las actividades económicas han caminado a un ritmo mucho mayor que el de los proyectos de desarrollo urbano o que el de los trabajos de introducción de mejoras. Las áreas de la Ciudad que tradicionalmente han contado con adecuados niveles de urbanización, han caído en un proceso de desatención, que se combina con una contrastante intensificación en su uso. La "información" de la economía ha provocado fuertes cambios en el uso del suelo del centro tradicional de la misma.

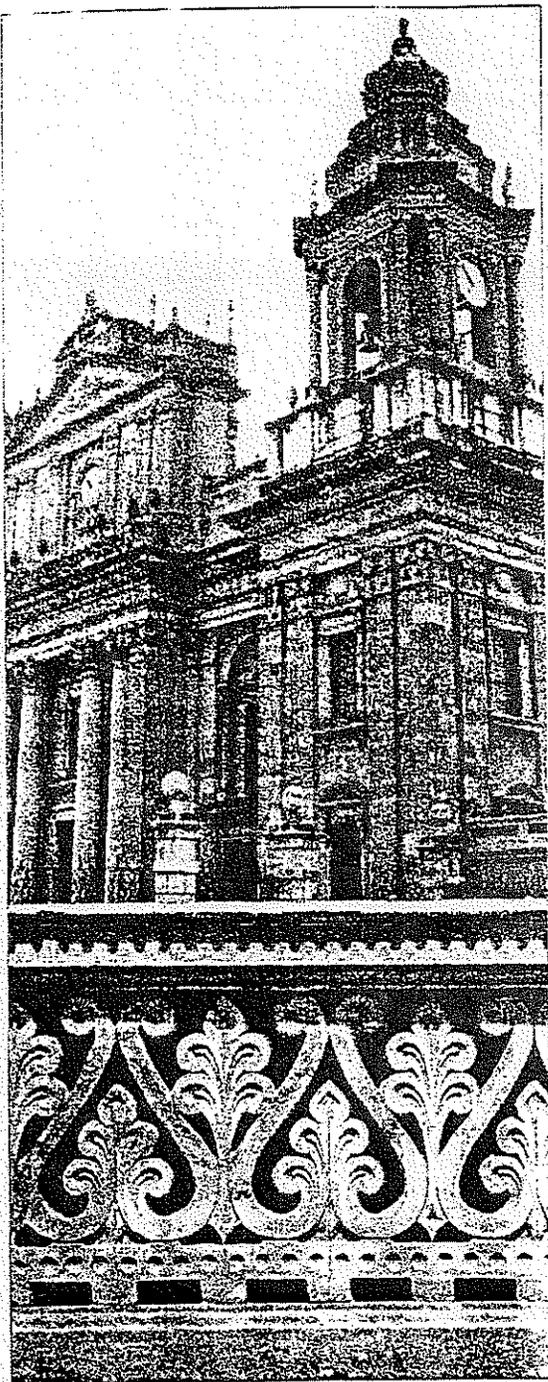
En el centro la infraestructura de servicios es insuficiente para la demanda actual del lugar y necesita ser renovada; el sistema vial ha llegado a peligrosos niveles de saturación; gran parte de los edificios están en los límites de su vida útil o no se ajustan ya a los nuevos usos; los monumentos y sitios históricos del lugar están en su mayoría, abandonados o son destinados a usos inadecuados; y, lo que es más preocupante, los servicios que el área brinda a la población son limitados y poco eficaces.

En situaciones de contradicción como la que vive el centro, es frecuente que se den dos tipos de fenómenos si no se evitan las tendencias: que se acreciente el deterioro del área y cambie substancialmente su uso, sin que se den mayores cambios en los inmuebles; o que se dé un creciente y violento proceso de demolición y nueva construcción, que termine con las estructuras históricas, lo que puede representar la consolidación de una ciudad sin carácter propio, sin historia, sin identidad.

1.1 ARQUITECTURA DEL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

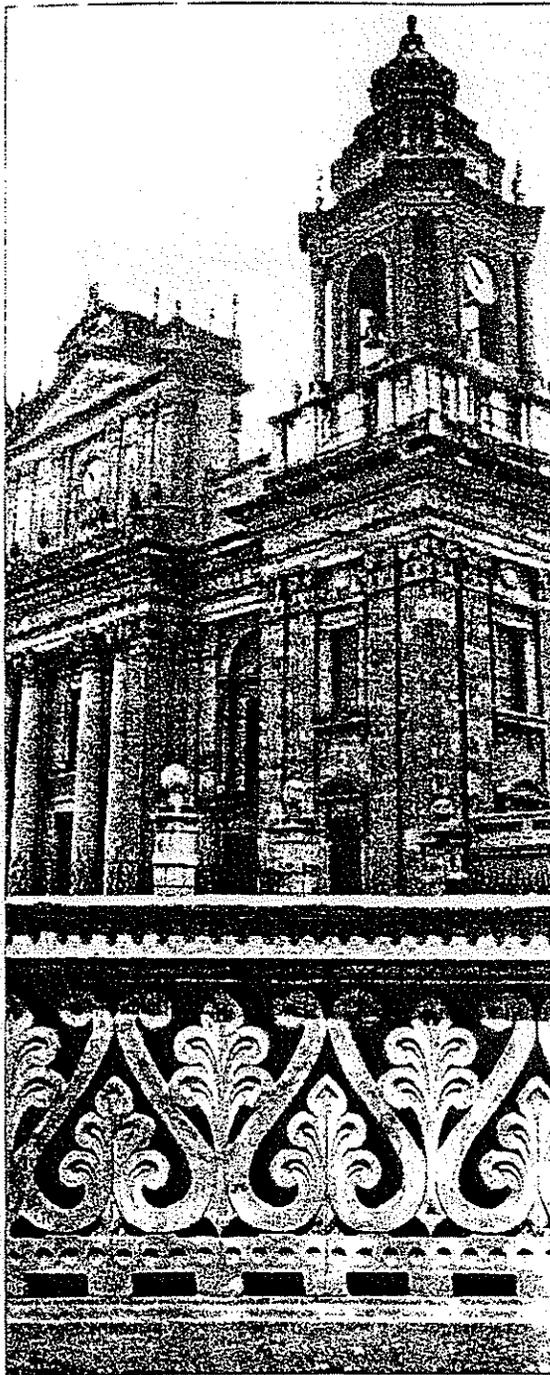
El estilo neoclásico fue el utilizado en la construcción de la ciudad, en lo cual difiere de la antigua capital del Reino donde, como es sabido, predomina el barroco. Solamente las iglesias del Beaterio de Santa Rosa (1786) y Capuchinas (1789) fueron las que funcionaron con algunos elementos barrocos en la nueva ciudad.

El carácter neoclásico podemos observarlo en las siguientes construcciones: Iglesia y Convento de Santo Domingo (1808), Iglesia de la Merced (1813), Iglesia de El Carmen (1814), Iglesia Catedral (1815), Iglesia de Santa Teresa (1816), Iglesia de La Recolectión (1842), Iglesia de San Francisco (1831) Iglesia de Candelaria (1867), la Universidad de San Carlos (1806-1840); con columnas y pilastras soportando entabladuras; en el interior con continuas pilastras y columnas en mampostería y balaustradas, que se conservan hoy día. En las construcciones civiles domésticas también fueron proyectadas con enriquecimiento clásico, en forma ornamental con sus balcones de hierro forjado e internamente con columnas y pilastras con base de piedra y balaustradas.

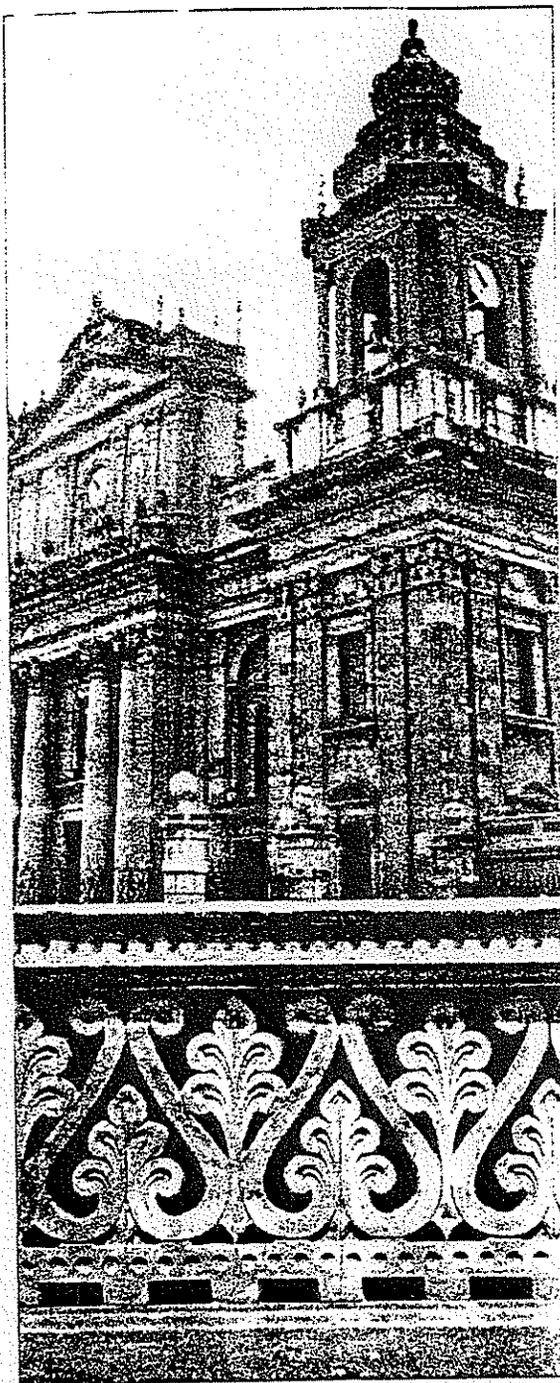


Desde el final del siglo XIX, el neoclásico, a la par de movimientos eclécticos, se caracterizó esencialmente por la aplicación en estuco de elementos decorativos góticos mezclados con mudéjar, exaltando motivos naturales, cabezas y figuras de animales y rostros humanos, así como las formas geométricas del arte romántico caprichosamente mezclados con elementos neoclásicos que se aplicaron expresamente en la arquitectura civil privada, edificios gubernamentales, comerciales y religiosos, tales como el colegio de Santo Domingo (1900), iglesia del Santuario de Guadalupe (1931), la iglesia de El Calvario (1932), la Capilla del Señor de las Misericordias (1933).

Surge también la aplicación del Art Nouveau para la reconstrucción de la ciudad que se destruyó parcialmente después de los terremotos de 1918, como un estilo nuevo, cuya ornamentación fue la forma de expresión predilecta de los edificios como la Tipografía Nacional (1922-1926), el que ocupa hoy el colegio Canadiense (1926), el utilizado por la Alianza Francesa (1930).



2. EL PROYECTO RENACENTRO



2. EL PROYECTO RENACENTRO

Para asegurar que el centro conserve su valor histórico y cultural y, al mismo tiempo, ofrezca condiciones para las funciones presentes y futuras que le corresponden, la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos, a través de su Centro de Investigaciones (CIFA), ha propuesto desde octubre de 1989 el desarrollo de un proyecto de renovación urbana del área.

La iniciativa de trabajar en el rescate y protección de esta parte de la Ciudad, a decir verdad, ha surgido también a nivel de otras instituciones. El Ministerio de Cultura y Deportes, a través del Instituto de Antropología e Historia IAEH, tiene en desarrollo un proyecto dirigido al registro computarizado de los inmuebles que tienen algún valor histórico o cultural. La Municipalidad de Guatemala, a la que de acuerdo con Código Municipal, le corresponde atender este tipo de proyectos, ha ofrecido apoyo al IAEH en la preparación del registro de inmuebles.

El Proyecto de Renovación ha sido planteado para el logro de los siguientes objetivos:

- Determinar el valor urbanístico y arquitectónico del patrimonio inmobiliario del centro de la Ciudad;
- Determinar la función que cumple el centro en relación con el resto de la Ciudad y del país;
- Identificar opciones para el adecuado funcionamiento del centro, con base en las determinaciones referidas;

- Integrar un plan general para el desarrollo y renovación del centro, y planes para el tratamiento y atención de los principales sectores y aspectos de éste, así como de sus monumentos y sitios históricos;
- Ejecutar los proyectos que convengan a los intereses y necesidades de la población.

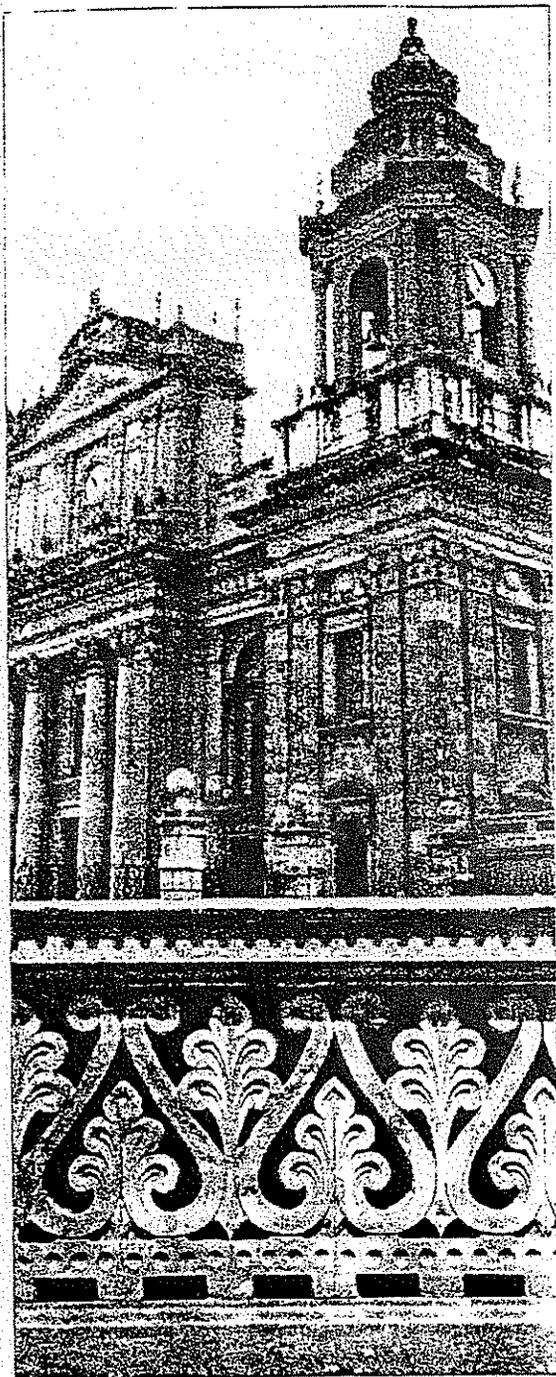
El propósito general del Proyecto RENACENTRO es rescatar el centro de la Ciudad de Guatemala, en el sentido de que su capacidad instalada sea aprovechada al máximo para el cumplimiento de las funciones que le corresponden en relación con el resto del área metropolitana y del país.

El área que se propone que atendida por el proyecto es el "centro tradicional" de la Ciudad, cuyos límites coinciden en gran parte con los que tenía ésta a mediados del siglo pasado.

Se preseleccionaron estos límites en función de cuatro circunstancias:

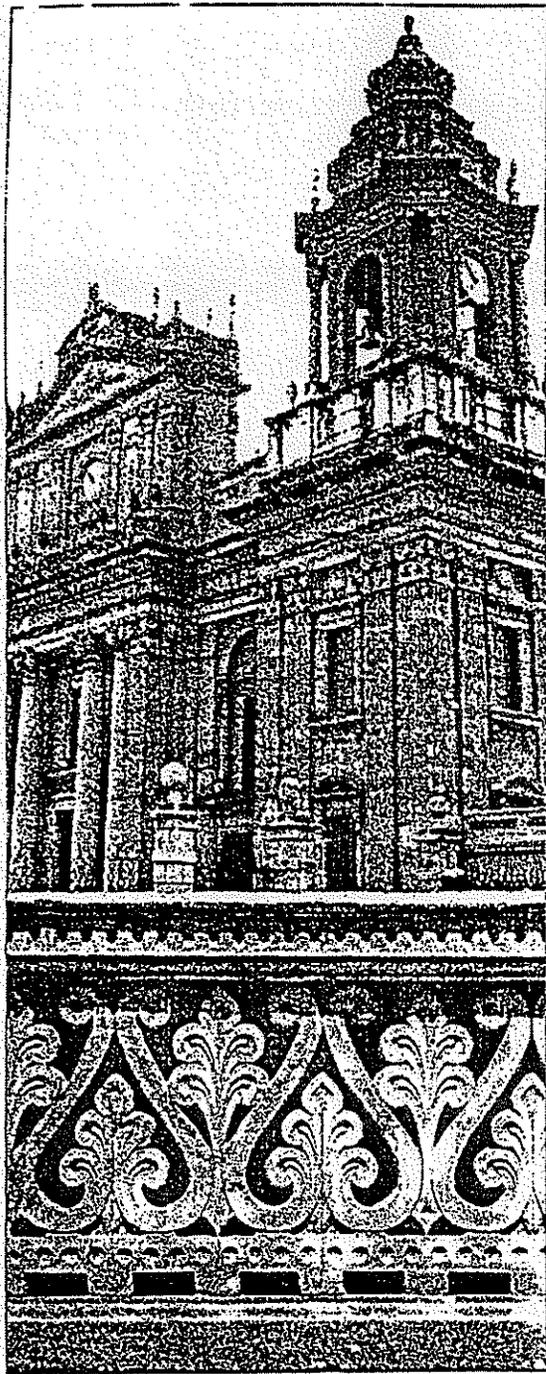
- Hay indicadores que el deterioro creciente que sufre la Ciudad se concentra dentro de los límites;
- Este sector urbano sirve de centro a gran parte de la actividad de gobierno y a importantes actividades ligadas al intercambio y a la prestación de servicios;
- Es el área que contiene los principales edificios, monumentos y sitios históricos de la capital;
- Es un área urbana que tiene unidad funcional y que, por consiguiente, ha de recibir un tratamiento integral.

Se trata de darle una nueva vida al centro de la Ciudad, en condiciones equilibradas, consecuentes con las funciones que esta área desempeña o conviene que desempeñe. En tal sentido, la renovación no habrá de dirigirse a la demolición indiscriminada de estructuras y edificios, para dar lugar a nuevos, como tampoco ha de dirigirse a la conversión del área en un museo, irremisiblemente muerto para la vida urbana.

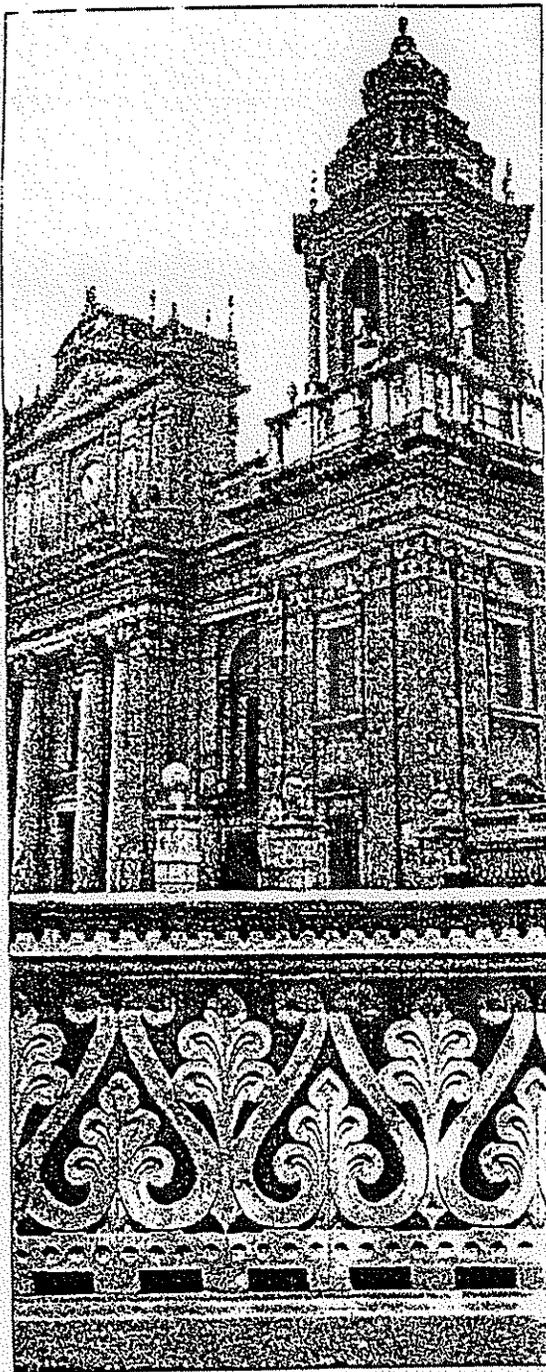


El proyecto se ha programado para ser conducido mediante la coordinación y la asesoría especializada de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. La Municipalidad de Guatemala está llamada a tomar un papel importante en este proyecto, toda vez que por tratarse de un área de su jurisdicción, el Código Municipal le otorga competencia. Se ha previsto la participación del Gobierno Central, en función de que el proyecto es de indiscutible interés nacional, en términos de apoyo político, técnico y financiero, tanto directamente, como por medio de sus instituciones descentralizadas. Por sus características, este proyecto, más que muchos otros, ha de contar con la participación importante del sector privado y de los vecinos organizados.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



3. LA SEMIOLOGIA



3. SEMIOLOGIA

Es la ciencia de los signos.²

Es la ciencia que estudia los sistemas de signos, lenguas, códigos, señalizaciones, etc.³

Semiología es la ciencia que trata de los sistemas y conjuntos de signos utilizados para la comunicación. Semiología de la imagen debe ser entendida como una parte que estudia y analiza los signos que percibimos visualmente.

3.1 SIGNO

Es una señal, una sustancia sensible, que transmite una significación. Se compone de significante (lo sensible) y de significado (lo que se transmite a través del signo).⁴ Un signo puede ser un objeto, forma, fenómeno o elemento que representa algo distinto a sí mismo. El diseñador es un productor de signos.

3.2 SIGNO VISUAL

Es una asociación entre un significante que percibimos con la vista y un significado al que remite. El signo es siempre la marca de una intención de comunicar un sentido.

- Significante: es un elemento perceptible por medio de los sentidos. Por ejemplo un sonido, un elemento acústico o visual.

- Significado: es un elemento no perceptible. Por ejemplo un concepto o una idea a que se refiere el significante.⁵

3.3 NIVELES DE SIGNO

3.3.1 Signos de la primeridad (En cuanto a sí mismo)

3.3.1.1 Cualisigno: cualidad que es un signo. Ej.: los colores, los sonidos.

3.3.1.2 Legisigno: signos que representan autoridad o ley. Ej.: semáforo, signos y señales de tránsito.

3.3.1.3 Sinsigno: ocurrencias convencionalizadas. Ej.: monedas, billetes.

3.3.2 Signos de la segunda (En cuanto al objeto)

3.3.2.1 Icono: signo que sustituye al objeto real representando algunas de sus características. Es motivado por semejanza y se sub-clasifica en los siguientes:

3.3.2.1.1 Imagen: posee un alto grado de semejanza con su referente. Representación con cierta exactitud. Ej.: esculturas, fotos.

3.3.2.1.2 Diagrama: reproduce relaciones de la realidad. No reproduce elementos de percepción, sino relaciones internas y abstracta. Ej.: mapas, tablas, gráficas, planos, etc.

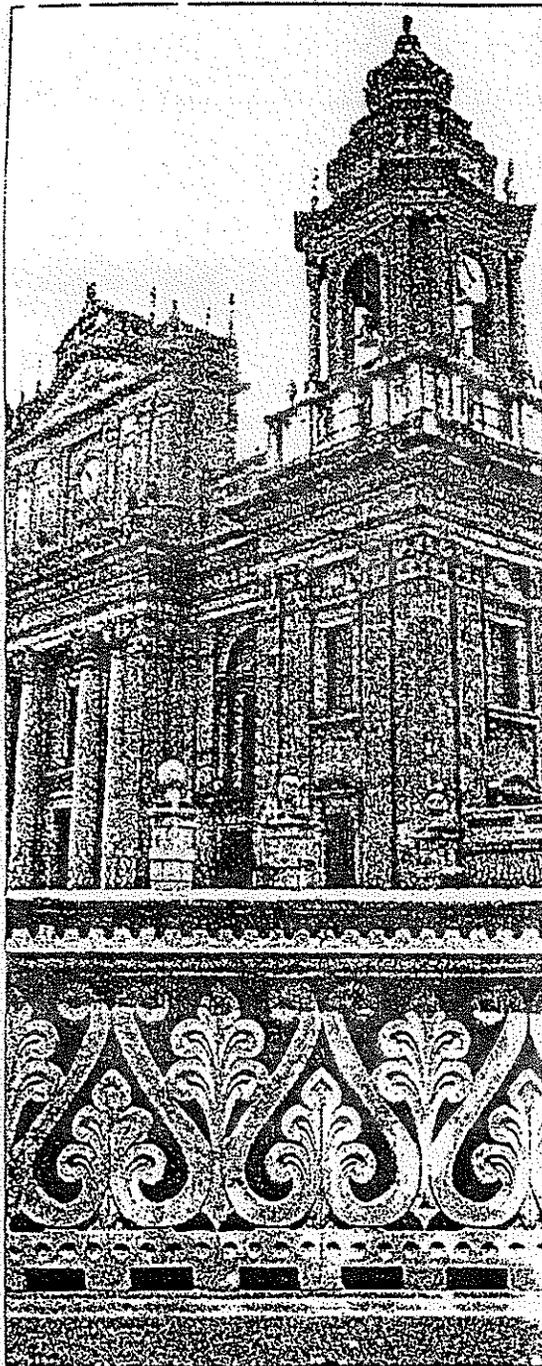
3.3.2.1.3 Metáfora: se sirve de la imagen para representar algo distinto a ella; establecer metáforas significa representar por comparación. Ej.: huellas por pies, joyas por lujo.

² Oswald Ducrot y Tzvetan Todorov. *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. (Argentina: Siglo XX) pp. 105-106.

³ Pierre Guiraud. *La Semiología*. 1a edición. (Argentina: Siglo XXI Argentina editores S.A. 1972) p.7

⁴ Francisco Albizúrez Palma. *Manual de comunicación lingüística*. Edición corregida y aumentada. (Guatemala: ediciones Superación, 1993) p.16.

⁵ Lucía Lazotti Fontana. *Comunicación visual y escuela*. (México: ediciones Gili, 1983) pp.60-99



3.3.2.2 Index o índice: relación de proximidad con su referente, está afectado por el objeto, es decir, motivado por proximidad. Se trata de un hecho que en nuestra experiencia (implica o anuncia) de forma natural (por las reglas de la naturaleza y la lógica) a otro hecho inmediato o anterior. Ej.: gotas de sangre es índice de un herido, huellas en el lodo es índice de que alguien pasó.

3.3.2.3 Símbolo: variedad de signos que se caracterizan por el hecho de ser convencionales y que se usan interconventionalmente. No hay motivación alguna, es arbitrario. Ej.: logotipos, alfabetos, señales.

3.3.3 Signos de la terceridad (En cuanto al interpretante)

3.3.3.1 Rema: se denomina así a los significados de los signos así, una palabra puede tener tantos remas como significados le encontremos. A este fenómeno se le conoce como polisemia (varios significados). Cada elemento que logremos descifrar de un grafismo será un rema.

3.3.3.2 Decisigno: el hombre posee además de la palabra y de la escritura otros signos que utiliza para comunicarse, aquellos que produce con su cuerpo se denominan signos dicentes. Ej.: el mimo, los gestos.

3.3.3.3 Argumento: implica todo proceso argumental, es decir, razonamiento para probar o demostrar una proposición o para convencer de lo que se afirma o niega utilizando para ello todos o cualquier código, ya sea lingüístico, visual, auditivo, gestual, etc.

3.4 REGLAS DE SEMIOLOGIA:

3.4.1 Pertenencia: ajuste entre el signo y la materia de que está hecho. Por ejemplo, el material apropiado para una señal de tránsito.

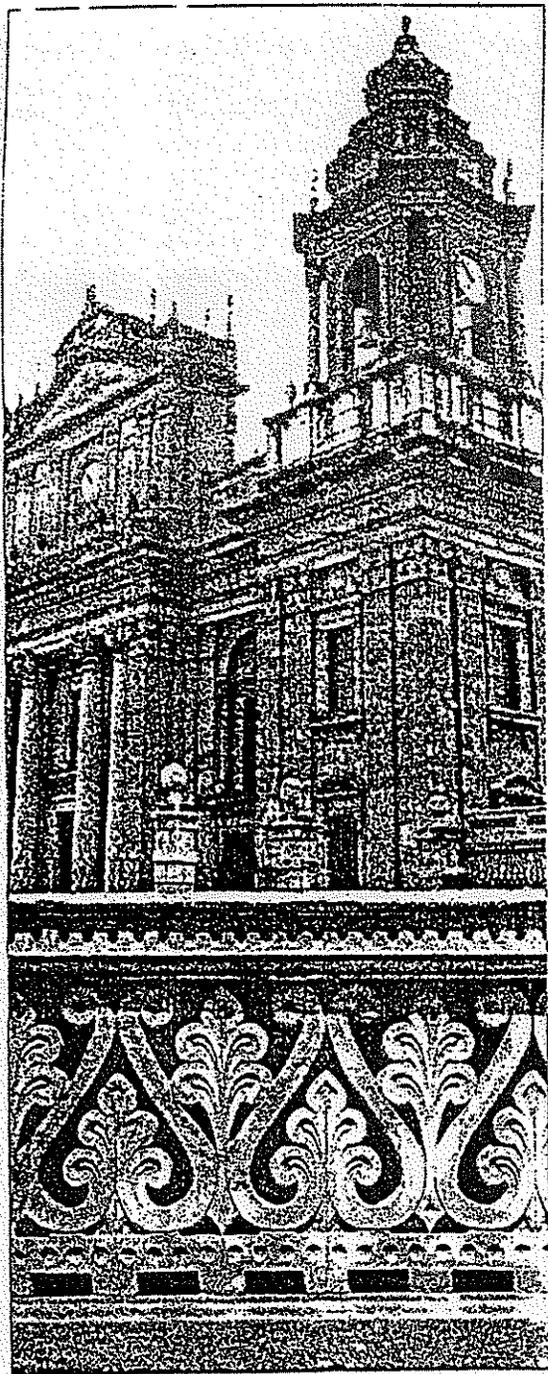
3.4.2 Decodificabilidad: necesidad de que el destinatario pueda entender el mensaje.

3.4.3 Adecuación entre el tipo de signo y el tipo de receptor.

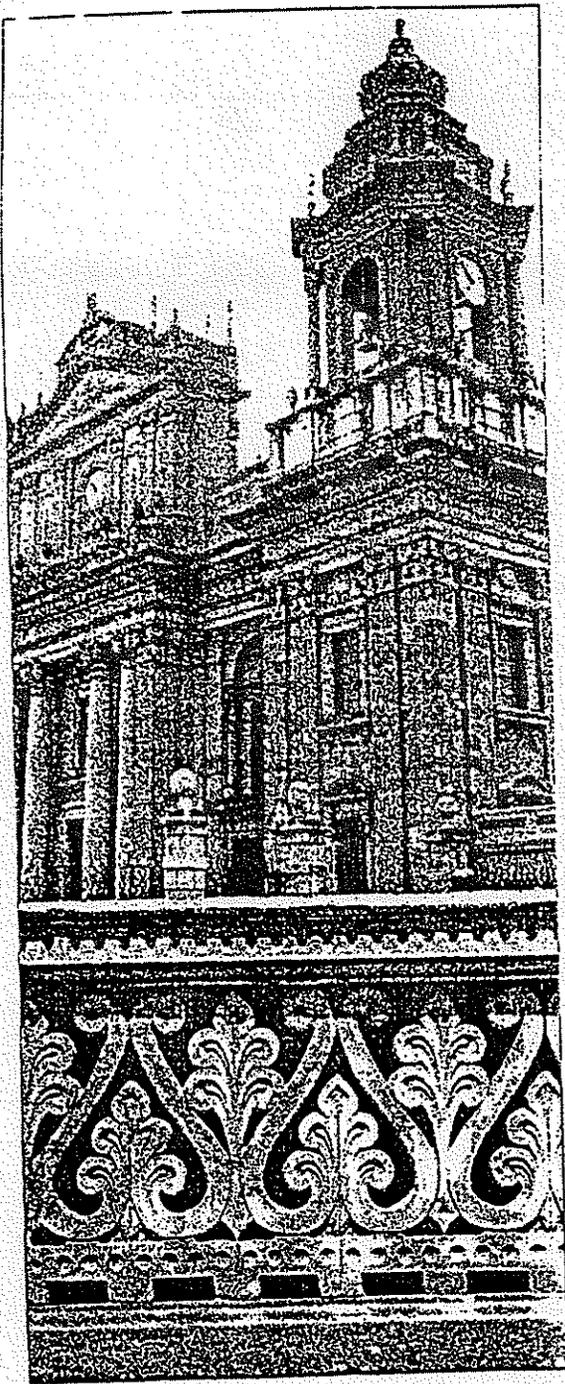
3.4.4 Noción de oportunidad: el signo debe ser oportuno. Debe estar en el lugar y momento apropiados para cumplir con los objetivos que se persiguen.

3.4.5 Contextuabilidad: todo signo se entiende y se justifica solamente en determinado contexto.⁶

⁶ Entrevista con Francisco Albizúrez Palma. Enero 1995



4. PRINCIPIOS BÁSICOS DE DISEÑO



4. PRINCIPIOS BASICOS DE DISEÑO

4.1 EQUILIBRIO

Se origina de la colocación prudente de los elementos de acuerdo con su peso. El color le agrega más peso a los elementos, los colores brillantes resultan más ligeros y los colores oscuros, más pesados.

4.2 CONTRASTE

Es necesario para la legibilidad. El contraste en los valores es más significativo que el contraste en los colores; por esta razón, cuando el color sirve como fondo debe tenerse cuidado en su tratamiento para que no disminuya otros elementos.

4.3 PROPORCION

Se refiere a las relaciones entre dos colores; una presentación proporcional requiere del equilibrio placentero de:

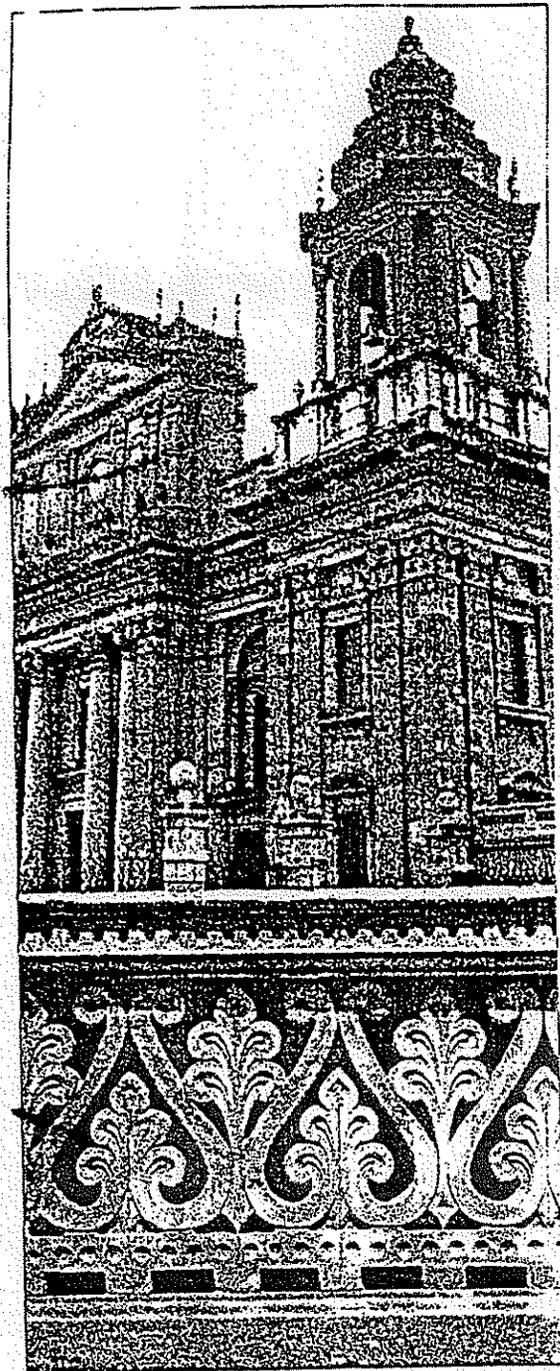
- Colores oscuros y claros
- Colores opacos o débiles y colores brillantes

4.4 RITMO

El ritmo del color se logra mediante su repetición en diversos puntos de la pieza impresa; pueden usarse en forma efectiva manchas de segundo color; de esta forma se guiará el ojo del lector a través del mensaje.

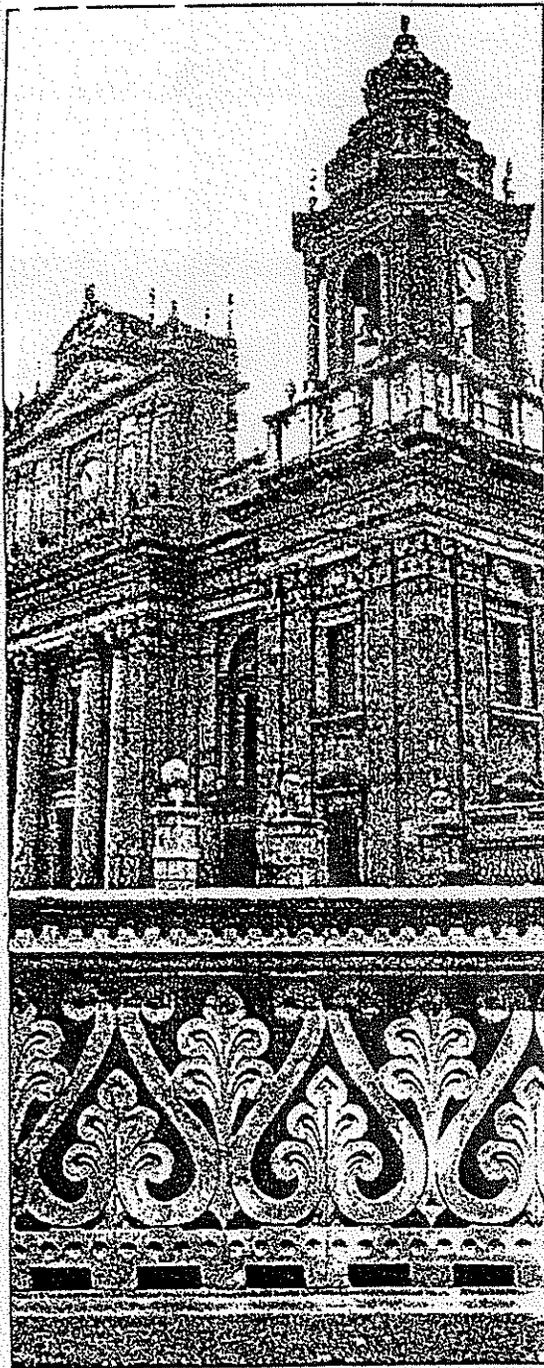
4.5 ARMONIA

En el sentido más amplio, es resultado del respeto que se tenga a los otros principios del uso del color. La armonía se aplica a los llamados esquemas del color. Existe armonía de colores monocromáticos, complementarios o análogos.



5. EL COLOR

UNIVERSIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



5. COLOR

El color es una sensación producida en el cerebro; es la impresión que se produce en la retina del ojo por la luz reflejada por los cuerpos. Dicha sensación se transmite al cerebro por medio del nervio óptico.

El color es un elemento básico de la estimulación visual; desempeña una parte muy importante en la vida emocional del hombre.

La decisión de emplear frecuentemente el color se basa en el supuesto de que es mejor que el blanco o el negro. Muchos factores deben considerarse cuidadosamente antes que el color o los colores correctos puedan ser seleccionados. Una vez determinado y aplicado de manera adecuada, el color contribuirá sustancialmente a una comunicación efectiva.

5.1 CLASIFICACION DEL COLOR

5.1.1 Colores primarios

Son los que dan origen a todos los demás colores, no admiten descomposiciones y no están formados por ningún otro color. Los colores primarios son:

- Rojo
- Amarillo
- Azul

5.1.2 Colores secundarios

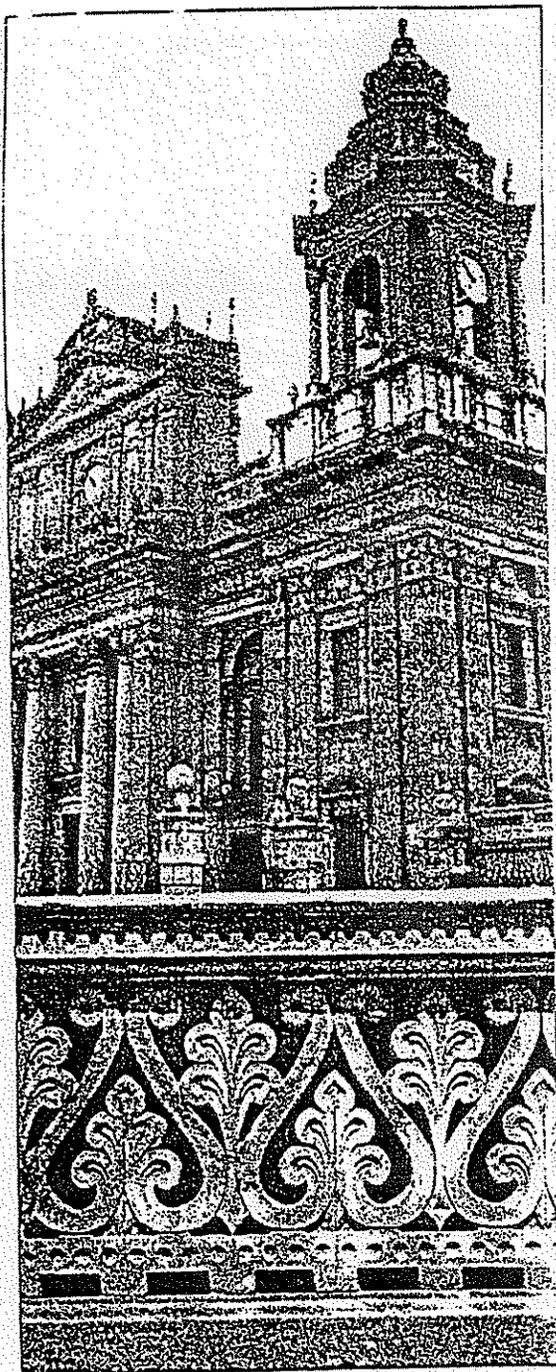
Son aquellos que se obtienen al mezclar dos colores primarios en porciones iguales, y son:

- Naranja
- Verde
- Violeta

5.1.3 Colores intermedios

Son los que se obtienen al mezclar un color primario con un secundario, y son:

- Rojo-violeta
- Rojo-naranja
- Amarillo-verde
- Amarillo-naranja
- Azul-verde
- Azul-naranja



5.1.4 Colores complementarios

Son llamados así los colores que están diametralmente opuestos en el círculo cromático, y son:

- Amarillo-violeta
- Rojo-verde
- Azul-naranja

5.1.5 Gama de colores fríos

Son los que tienen predominio del color azul y dan sensación de lejanía, y son:

- Azul
- Verde
- Violeta

5.1.6 Gama de colores cálidos

Son los que poseen mayor cantidad de rojo y amarillo, y son:

- Rojo
- Amarillo
- Naranja

5.2 ASPECTOS PSICOLOGICOS Y SIGNIFICADO DE LOS COLORES

Se ha demostrado que todo hombre posee una escala de colores propia, y con ella puede expresar su forma de ser. También se ha comprobado que los seres humanos reaccionan de forma diferente según los colores que les rodean. Estudios psicológicos han demostrado que cada color guarda una relación con cada uno de los centros hormonales del hombre, provocando reacciones distintas.

Los colores pueden influir sobre el estado de ánimo. Por ejemplo, el verde transmite tranquilidad y naturalidad, y se considera un color ideal para inducir a la relajación.

Hay otras connotaciones de los colores que derivan no tanto de las sensaciones que producen como del significado simbólico que se les atribuye. Algunos significados son naturales y fácilmente comprensibles. El azul representa el cielo y el mar; el amarillo, la naturaleza y el crecimiento; el marrón fuerte, la tierra; el rojo, la sangre.

A menudo estos significados generados por el hombre dependen de la cultura. Por ejemplo, en Francia el rojo es el color de la masculinidad, mientras que para la mayoría de los otros países lo es el azul.

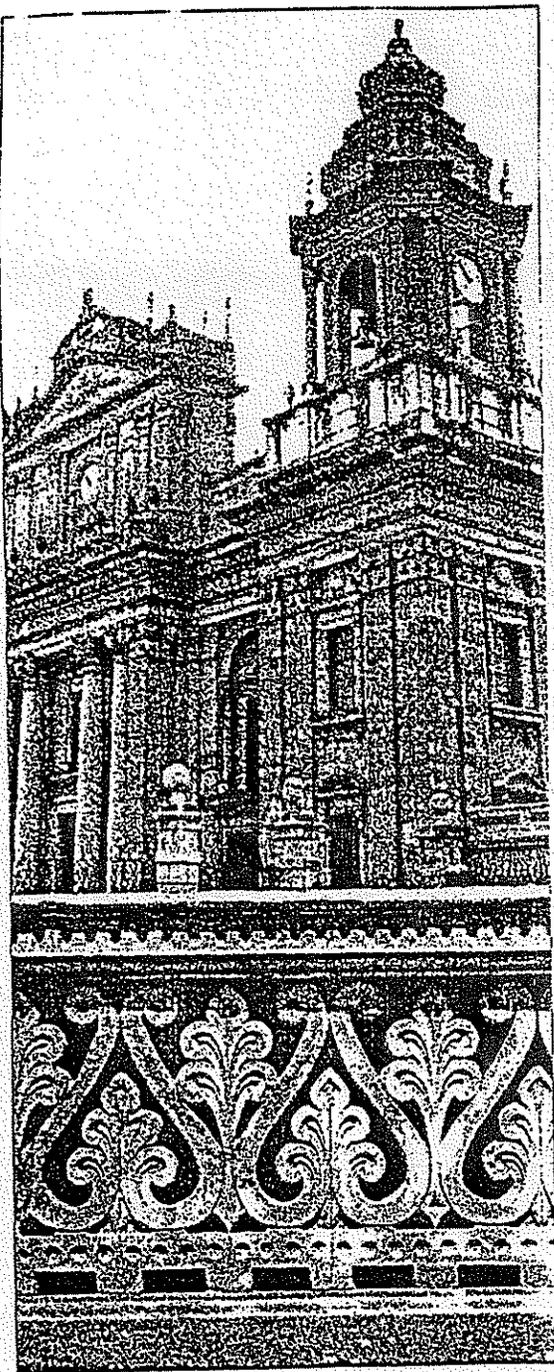
5.2.1 El rojo

El rojo es el color de las emociones: de la pasión, la fuerza y la masculinidad. Los rojos vivos y fuertes pueden simbolizar la sangre, la ira, el fuego y el sexo.

El rojo también significa peligro y se usa en forma de tipografía gruesa y clara y para símbolos en función de avisos, haciéndolos inmediatamente reconocibles y dándoles el sentido de urgencia e importancia.

El borgoña, color de los famosos vinos, ha llegado a simbolizar la buena calidad.

En el otro extremo de la escala, los rosas vivos, junto con colores claros y vivos, son adecuados para la moda, especialmente para el mercado juvenil e infantil.



5.2.2 El azul

Las connotaciones más naturales del azul vivo claro empiezan con el cielo, el mar y el agua. A partir de ahí manan ideas de frescura, limpieza, frialdad y pureza.

El azul es considerado comúnmente un color frío, aunque, tal como sucede con los demás colores, su calidez o frialdad depende del contexto en el que se usa o, en otras palabras, de cómo se relaciona con los otros colores que aparecen junto a él.

En la mayoría de los países, el azul representa la integridad, la estabilidad, la respetabilidad, la formalidad y el conservadurismo.

El azul puede usarse a veces como sustituto del negro, si se escoge un tono suficientemente oscuro.

El azul es un símbolo del cielo, el mar y el agua fresca y pura.

5.2.3 El amarillo

El amarillo es usado a menudo por los diseñadores para representar la luz. Es cálido, alegre y lleno de energía.

De entrada, el amarillo es el más visible y reconocible de los colores. Por este motivo se ha adoptado como señal de peligro.

Puede representar la frescura.

Además de las alegres connotaciones de la luz del sol y la naturaleza, también está asociado con la enfermedad.

El amarillo vivo y claro es un color explotado generalmente por su presencia brillante y dominante.

5.2.4 El verde

El verde es el color "natural" por excelencia. La amplia gama de verdes naturales tiene connotaciones de paz y tranquilidad.

Los verdes diva o amarronados pueden aportar la sugerencia de países cálidos o, por otro lado, de camuflaje y militarismo.

Los verdes pueden ser buenos colores de fondo para tipografía en negativo (con tal que sean lo bastante fuertes o vivos).

Los verdes oscuros sugieren lujo y buena calidad.

5.2.5 El naranja

El naranja es cálido, vibrante, vivo y claro. Las connotaciones más obvias del naranja vivo son los lugares cálidos y exóticos, y la fresca y sabrosa fruta.

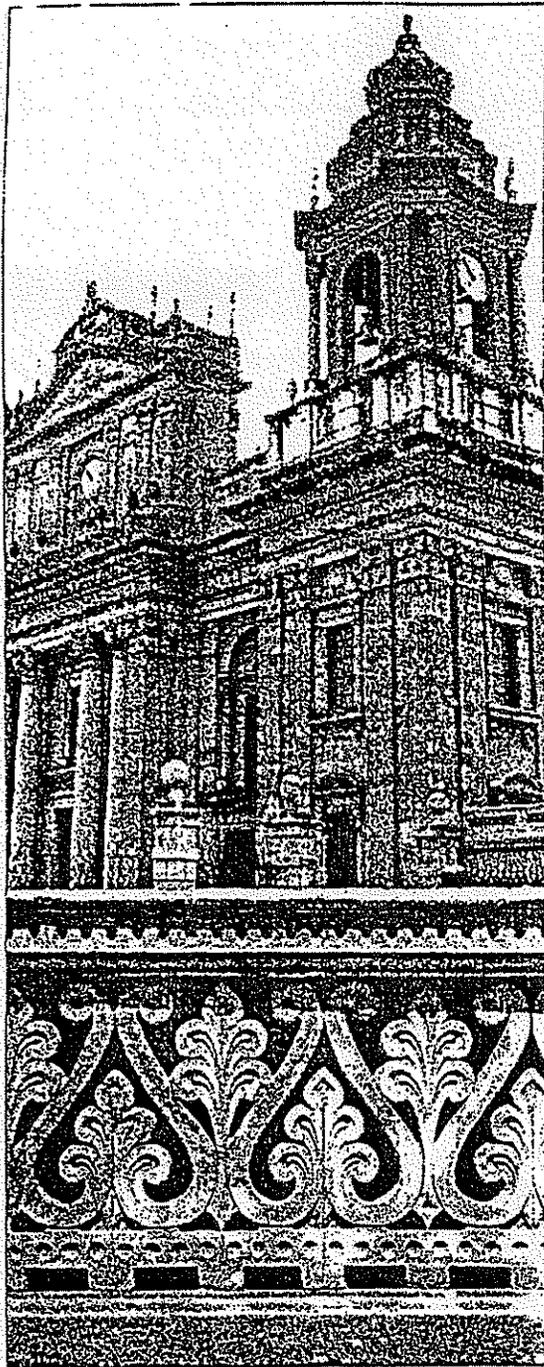
Es una opción natural para crear una atmósfera tropical o exótica.

Los tonos más oscuros de naranja son colores naturales campestres, posiblemente otoñales. Atraen particularmente a los jóvenes. También es un color típico del período de los años treinta.

No es un color que se pueda usar fácilmente en tipografía.

El naranja posee la capacidad de evocar el sol y la imagen del verano.

Los naranjas vivos se pueden usar en el mercado juvenil.



5.2.6 El púrpura

Las asociaciones obvias que hacemos con el púrpura son la realeza, el alto rango y la excelencia. Usado junto con el oro y la plata, el púrpura es lujoso y de aspecto caro. También puede ser un color romántico y femenino, utilizando los lilas más claros. Fue un color característico de la época victoriana. En Europa se le asocia también con el chocolate.

Históricamente, el púrpura no se ha usado con frecuencia para la tipografía, pero los púrpuras oscuros pueden usarse para la mayoría de los rotulados, y el blanco en negativo sobre púrpura es claramente legible.

Los toques de este color pueden establecer una atmósfera de misterio, intriga e, incluso, sexualidad. El púrpura profundo ha sido tradicionalmente el color utilizado para denotar énfasis e importancia. Fue llevado por los emperadores, y todavía reafirma el rango y la categoría de las jerarquías supremas de la Iglesia Católica.

Los púrpuras más claros sugieren espiritualidad.

5.2.7 El marrón

En general, el marrón es un color cálido, tranquilizante y confortable, que sufre poco la oscilaciones de la moda. La gama de marrones tiene un considerable valor en el contexto de la nostalgia por lo añejo.

Se le asocia principalmente con cosas tales como la madera, la tierra, el otoño y el campo. También es el color de la buena salud.

El marrón ofrece posibilidades para crear nostalgia o imágenes históricas y, como color de la tierra, está naturalmente asociado con la vida sana, los productos naturales, la salud y las actividades al aire libre.

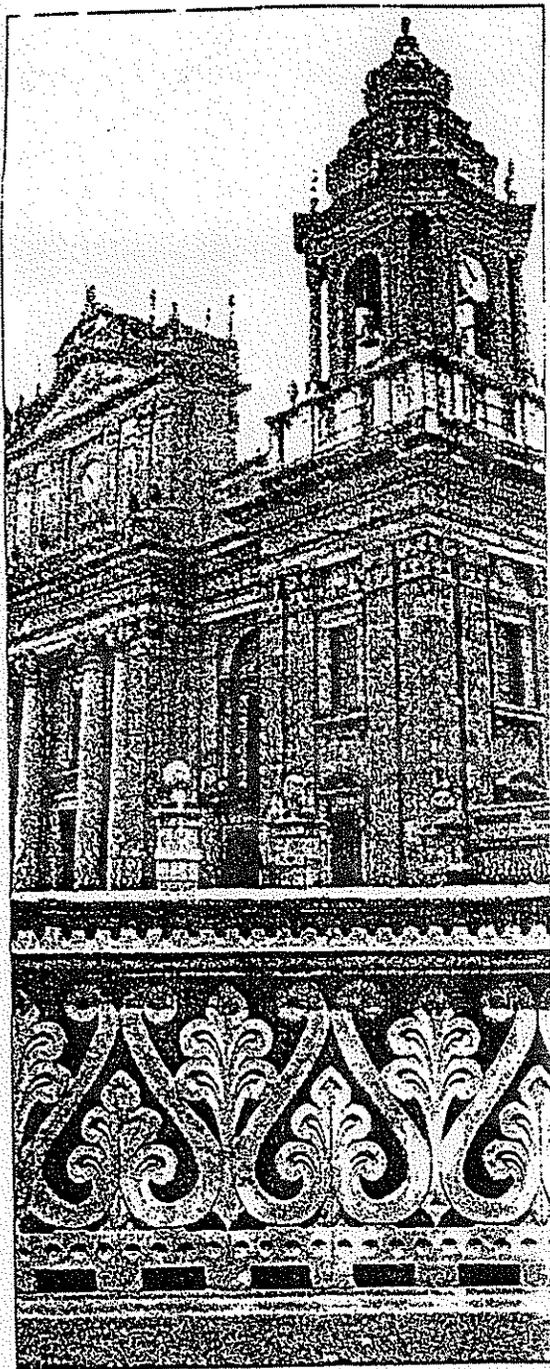
5.2.8 Blanco, negro y gris

El negro puro es más oscuro que cualquier otro color, mientras que el blanco es más claro que cualquier otro. El blanco y el negro son los colores tradicionales que acepta la imprenta, y se usan para la mayoría de los trabajos a un solo color. Proporcionan una excepcional legibilidad debido a su elevado contraste.

Hablando en puridad, el negro no es un color en absoluto. No tiene tono ni intensidad: sólo se le puede medir en términos de su luminosidad.

Vale la pena recordar que en la mayoría de los casos el blanco básico para el diseño es el color del papel en el que se imprime el diseño. Sin embargo, al igual que con el negro, se pueden añadir toques de otros colores, azul, rojo o amarillo, para crear colores que probablemente clasificaríamos como blancos más bien que como pasteles pálidos.

Los grises no tienen por qué ser simples pigmentos de negro. Los grises cálidos se pueden producir con un contenido de rojo, y los grises fríos, con azul. Los grises más lujosos contienen dos o tres colores en vez de sólo negro.



El negro se asocia con la seriedad, la tristeza y el misterio. Grandes áreas de negro darán al diseño sofisticación y estilo. En los últimos años el negro mate ha llegado a estar asociado con la alta calidad. El negro es también excelente para comunicar una sensación de inteligencia y seriedad.

El gris es un conjunto conservador, un color de buen gusto. Puede ser frío, digno y discreto - no es llamativo-.

Al blanco se le asocia con la limpieza, la pureza y la inocencia. Desde luego, es un excelente color de fondo. Según el contexto, el simple blanco puede resultar llamativo.

El uso del color está justificado sólo en tanto contribuya a la realización de tres importantes objetivos de la comunicación gráfica:

1. Atraer y lograr la atención
2. Ser legible y comprensible
3. Causar una impresión.

5.3 FUNCIONES DEL COLOR

Las funciones del color en la impresión de material gráfico son:

5.3.1 Llamar la atención

El contraste de los colores es la base de la atención. Llamar la atención se refiere a dos respuestas independientes de los lectores:

- Que se sientan atraídos
- Que pongan atención acerca de si lo que los atrajo conserva significado o interés

5.3.2 Producir efectos psicológicos

Los colores que predominan en un anuncio y otras piezas impresas deben adaptarse al estilo general del mensaje.

5.3.3 Desarrollar asociaciones

Es natural que las personas asocien ciertos colores con diferentes productos.

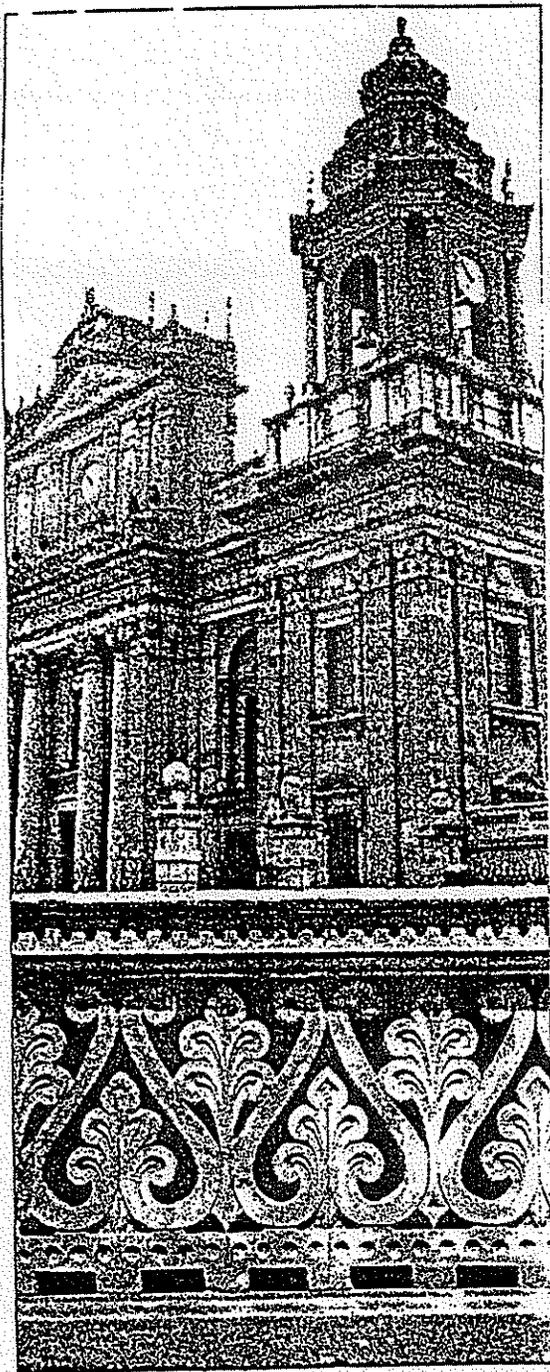
5.3.4 Retener la atención

Para identificar algo es probable que se haga referencia al color predominante del objeto.

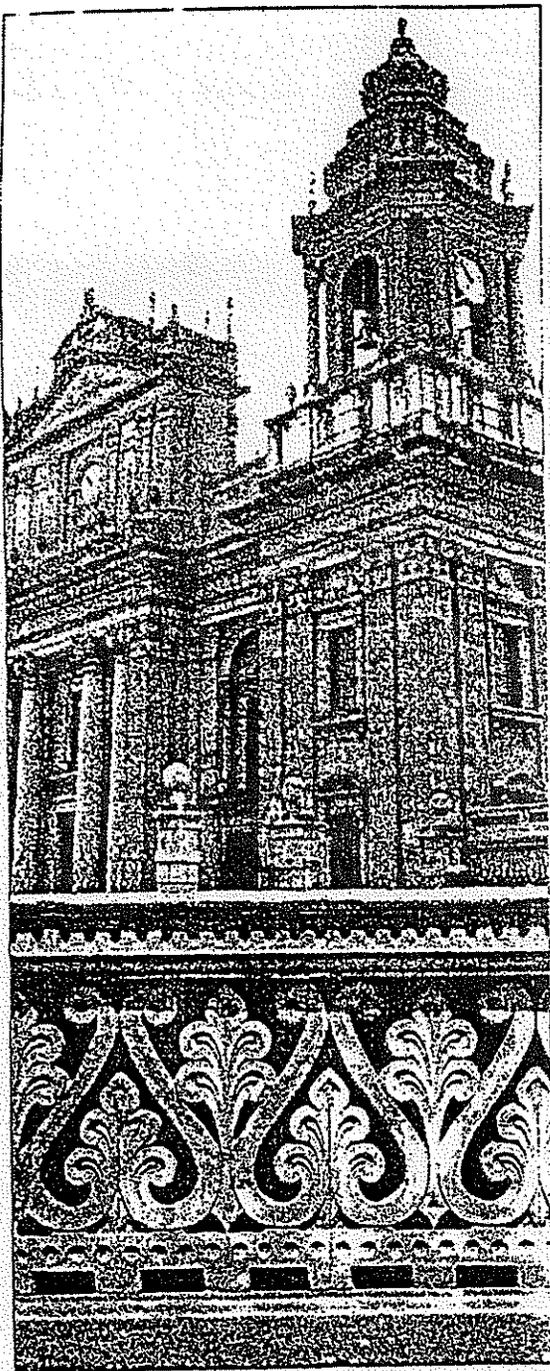
5.3.5 Crear una atmósfera placentera

El mal uso del color en un mensaje es peor, desde el punto de vista del comunicador, que la falta total de colores. El color puede llamar la atención inicialmente, pero si esta no es sostenida y convertida en interés, el lector no invertirá tiempo en absorber el mensaje.

En una pieza impresa, los colores deben tener equilibrio, contraste, proporción, ritmo y armonía.



6. ANÁLISIS DE CASOS INTERNACIONALES DE SEÑALIZACIÓN



6. ANALISIS DE CASOS INTERNACIONALES DE SEÑALIZACION

6.1 MEXICO

En México las señales están divididas en tres grupos:

6.1.1 Restrictivas

Indican las limitaciones, prohibiciones u obligaciones que reglamentan el tránsito.

- La forma es circular (utilizando en algunos casos una diagonal), octogonal o triangular (con el vértice hacia abajo).
- El color utilizado es el rojo con fondo blanco.

6.1.2 Preventivas

Advierten al conductor sobre la existencia y la naturaleza de un riesgo en el camino.

- Son romboidales.
- Se utiliza el negro sobre fondo amarillo.

6.1.3 Informativas

Tienen por objeto guiar al usuario en el curso de su desplazamiento, proporcionándole indicaciones.

- Son cuadradas.
- El color utilizado es el verde sobre fondo blanco.

Las señales de México, en su mayoría, están integradas por imagen. Eventualmente utilizan texto.

6.2 ARGENTINA

En Argentina las señales se dividen en tres grupos:

6.2.1 Reglamentarias

Indican limitaciones, prohibiciones u obligaciones que reglamentan el tránsito.

- La forma es redonda, octogonal o triangular (con el vértice hacia abajo)
- Los colores utilizados son: rojo con fondo blanco, blanco con fondo azul, blanco con fondo rojo, y rojo y negro con fondo blanco.

6.2.2 Preventivas

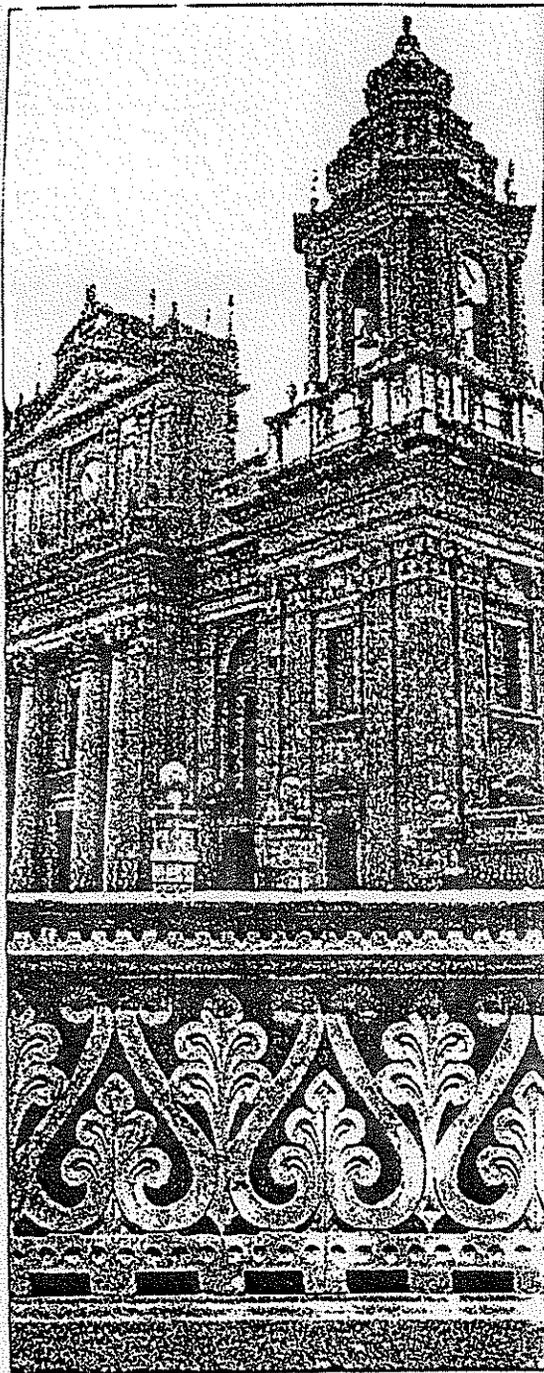
Advierten al conductor sobre la existencia y la naturaleza de un riesgo en el camino.

- Son cuadradas y triangulares.
- Se utiliza el amarillo, negro sobre fondo amarillo, rojo o negro sobre fondo blanco.

6.2.3 Informativas

Tienen por objeto guiar al usuario en el curso de su desplazamiento, proporcionándole indicaciones.

- Son rectangulares o cuadradas.
- Se utiliza el blanco sobre fondo verde, el negro sobre fondo blanco, el blanco sobre fondo azul, y el blanco y negro sobre fondo azul.



6.3 INGLATERRA

En Inglaterra las señales se dividen en cuatro grupos:

6.3.1 Prohibitivas

Indican las limitaciones, prohibiciones u obligaciones que reglamentan el tránsito.

- Son circulares con una diagonal.
- Se utiliza el rojo y negro sobre fondo blanco.

6.3.2 Preventivas

Advierten al conductor sobre la existencia y la naturaleza de un riesgo en el camino.

- Son triangulares.
- Son negras y amarillas sobre fondo blanco.

6.3.3 Obligatorias

Indican lo que se debe hacer.

- Son circulares.
- Son azules sobre fondo blanco.

6.3.4 De seguridad

Tienen por objeto informar a las personas, para que tomen las debidas precauciones.

- Son cuadradas o rectangulares.
- Son blancas con fondo verde.

En Inglaterra las señales están integradas en su mayoría por texto e imagen.

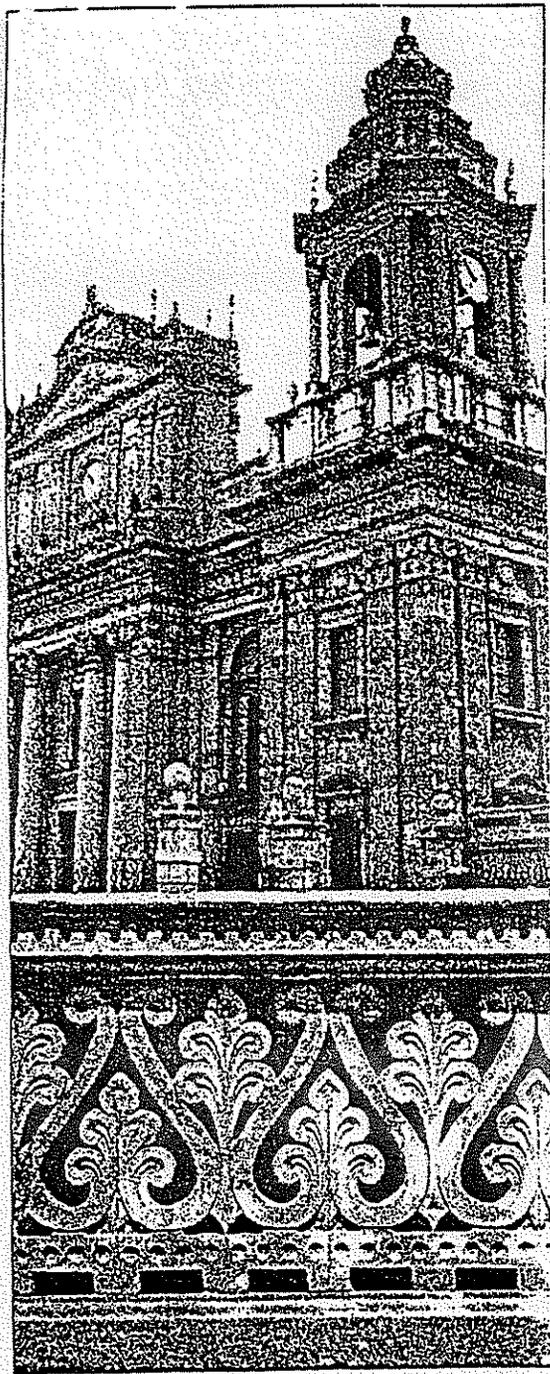
6.4 CONCLUSIONES

6.4.1 La clasificación de las señales en Inglaterra es más ordenada, completa y específica que en México y Argentina. En Inglaterra las señales están orientadas a proporcionar la mayor seguridad a las personas, lo que no sucede en el caso de México y Argentina.

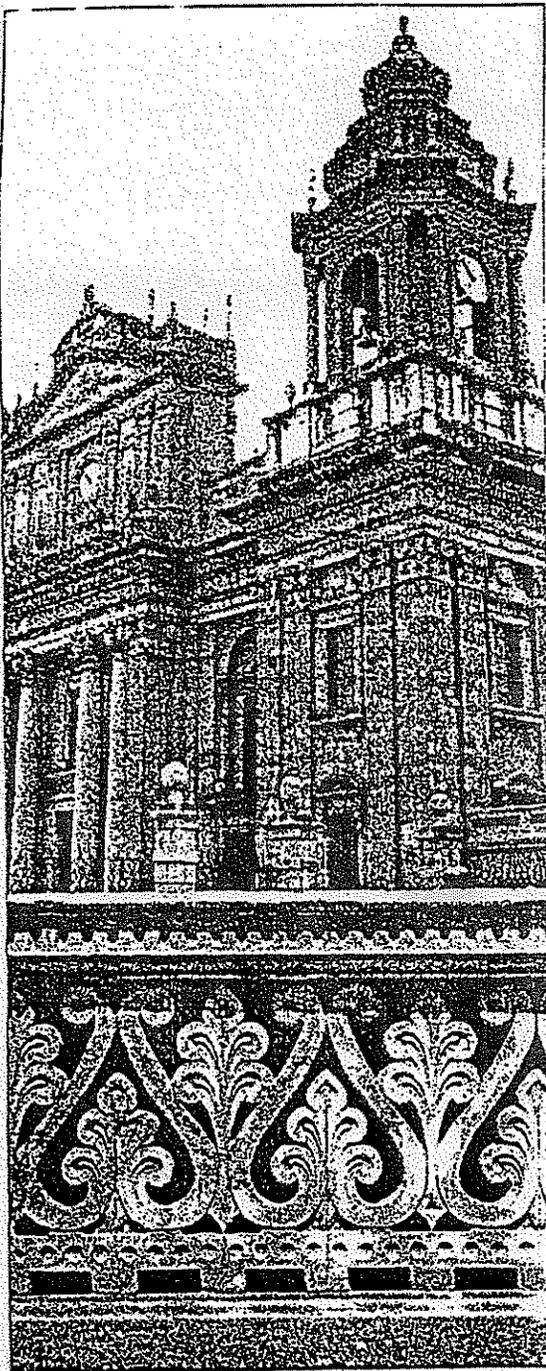
6.4.2 En México e Inglaterra se tiene establecido un color para cada tipo de señalización. Por el contrario, en Argentina son utilizados ocho colores, combinados entre sí, para los tres tipos de señalización. Es más funcional la señalización de México e Inglaterra, ya que cada tipo de señalización tiene establecido un color, lo cual facilita la comprensión de las personas. En Argentina las diversas combinaciones de color pueden crear confusión.

6.4.3 En los tres países las señales están integradas por figuras sencillas y comprensibles. En ciertos casos están reforzadas por tipografía. Lo más adecuado y efectivo es utilizar figura con tipografía para lograr una clara comprensión.

7.4.4 Las formas utilizadas son las correctas, ya que cada clasificación se puede identificar por su color y forma.



7. ANÁLISIS DE LA SEÑALIZACIÓN EN GUATEMALA



7. ANALISIS DE LA SEÑALIZACION EN GUATEMALA

En Guatemala las señales están divididas en tres grupos:

7.1 Señales preventivas

Se utilizan para advertir al conductor sobre la existencia de algún riesgo en el camino.

- Son romboidales.
- Son negras sobre fondo amarillo. El color anaranjado es utilizado en señales de protección de obras.
- Se utiliza únicamente figura.

7.2 Señales restrictivas

Indican las limitaciones, prohibiciones u obligaciones que reglamentan el tránsito.

- Son rectangulares, octogonales, triangulares (con el vértice hacia abajo) y circulares.
- Se utiliza el rojo y negro sobre fondo blanco.
- Predomina la tipografía sobre la figura.

7.3 Señales informativas

Tienen por objeto guiar al usuario en el curso de su desplazamiento, proporcionándole indicaciones.

- Son cuadradas o rectangulares.
- El azul es utilizado en información turística y el verde en información vial.

7.4 CONCLUSIONES

7.4.1 La clasificación de las señales es ordenada y adecuada.

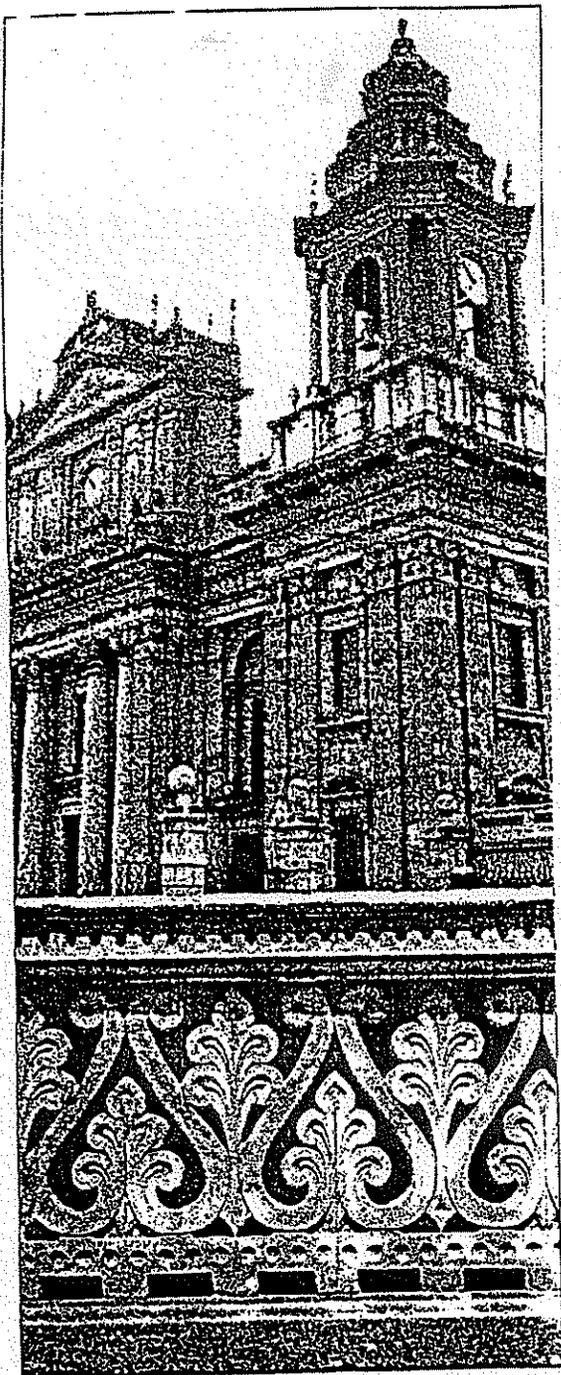
7.4.2 Para cada tipo de señalización se tiene establecido un color.

7.4.3 En las señales predomina el uso de la figura, siendo reforzada en ciertos casos por texto.

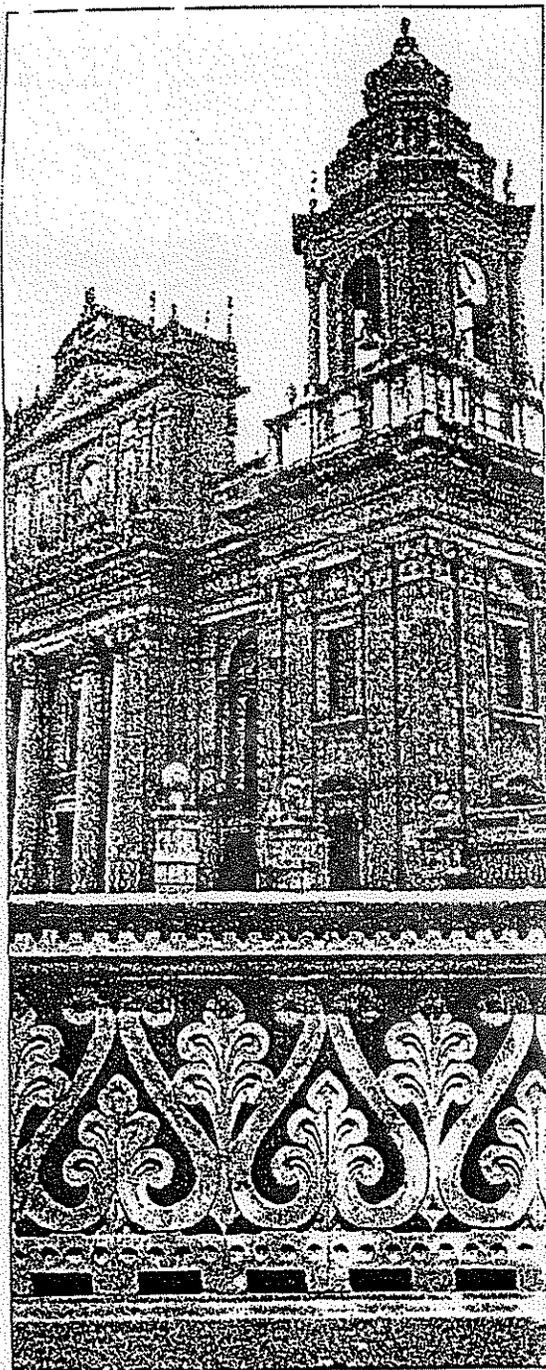
7.4.4 No se tiene una forma determinada para cada tipo de señales.

7.4.5 Ciertas señales utilizadas son internacionales.

Las señales que en este proyecto proponemos son señales informativas.



**8. VISITAS AL CENTRO HISTÓRICO
DE LA CIUDAD DE GUATEMALA**



8. VISITAS AL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

Luego de realizar recorridos por el centro de la Ciudad de Guatemala, con base en la identificación de áreas, sectores y sitios más importantes de carácter turístico, histórico e institucional, se logró determinar el estado en que éstos se encuentran, en particular, los elementos de identificación, señalización y orientación que al presente trabajo interesan.

Como un aspecto complementario, se realizó un reconocimiento del estado físico de sectores y edificaciones.

Una primera aproximación nos permite afirmar que existen en el centro de la Ciudad de Guatemala, cerca de 2,000 sitios de interés histórico, turístico y cultural, tales como los edificios ocupados actualmente por la Alianza francesa, el Liceo francés, la iglesia de La Recolectión, etc.

Además, el recorrido permitió confirmar que en el centro de la Ciudad de Guatemala aún existen edificaciones que datan de los años iniciales de la misma, especialmente del siglo pasado, y de principios y mediados del presente siglo. Estos monumentos históricos necesitan el apoyo de la identificación, ya que los pocos que aparecen identificados, lo están en una forma muy pequeña y poco visible. Un sector del centro de la Ciudad (6a avenida entre 8a y 18 calle) está saturado de rótulos comerciales, lo que no permite la visibilidad de las fachadas que poseen valor histórico.

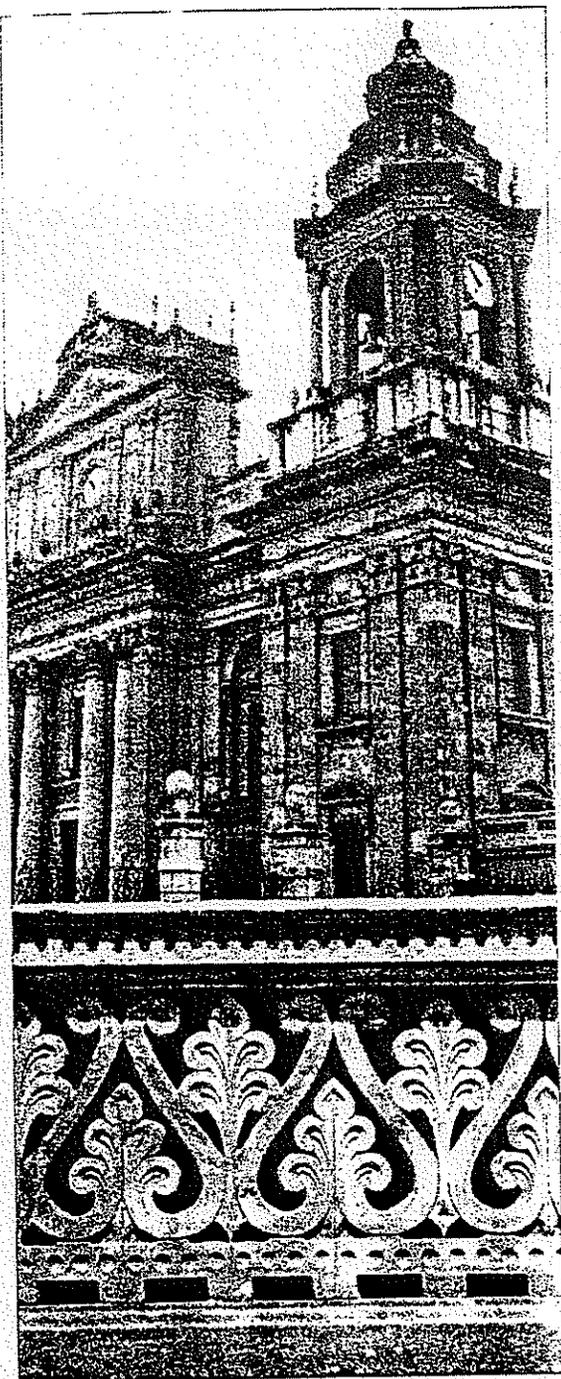
Otro aspecto importante es que en torno del centro de la Ciudad, y a partir de él, se realizan actividades turísticas y existe una variedad de atractivos y servicios turísticos. No existe señalización que oriente e informe a las personas. La existente prohíbe y no informa.

Las instituciones del Gobierno tienen mucha presencia en el centro de la Ciudad. Estas se encuentran identificadas, pero de una forma poco atractiva y muy saturada de texto, lo que dificulta su lectura.

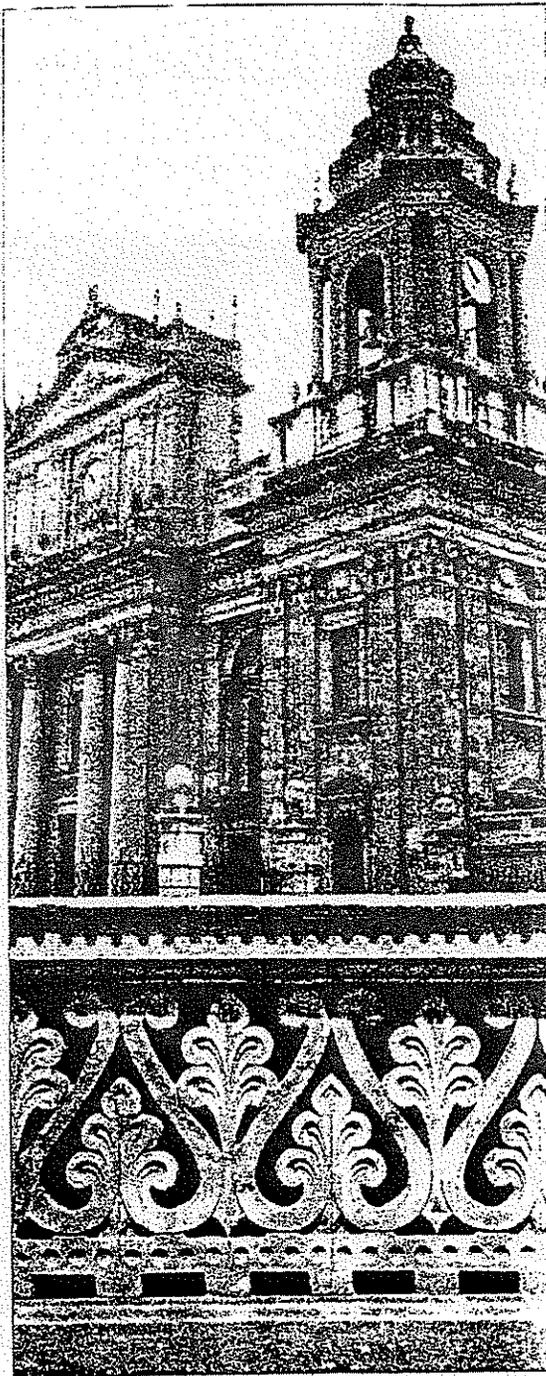
Son necesarios tres tipos de señalización en el centro de la Ciudad:

- de orientación
- de identificación del lugar
- de información

A pesar de lo expuesto anteriormente, se puede notar que existe ya un interés en algunas personas e instituciones por conservar las edificaciones con valor histórico y turístico.



**9. ANÁLISIS DE LA LEY 11-74
LEY DE RÓTULOS Y ANUNCIOS EN CARRETERAS
Y VÍAS URBANAS**



9. ANALISIS DE LA LEY 11-74

Ley de rótulos y anuncios en carreteras y vías públicas urbanas

9.1 Aspectos positivos

Fue elaborada para simplificar el control de la colocación de rótulos y anuncios y la recaudación de impuestos derivados de las faltas cometidas contra la ley.

Establece que los impuestos, tasas y arbitrios están destinados a las municipalidades correspondientes, logrando, así, mayores beneficios para cada comunidad.

Contempla criterios de seguridad y conveniencia social y cultural.

Establece el respeto a los aspectos arquitectónicos de las fachadas o edificios y monumentos. También contempla la armonía con el medio ambiente y los paisajes.

9.2 Aspectos negativos

Al otorgar privilegios excesivos al comercio, a la libre empresa y a la propiedad privada, estos se sienten protegidos y abusan de los mismos.

No define conceptos básicos, lo que hace que cada uno interprete la ley a su conveniencia.

A raíz de que el valor de las multas es muy bajo, los anunciantes no se preocupan por el cumplimiento de la ley.

No exige a los anunciantes, fabricantes y/o instaladores de toda clase de rótulos o anuncios proporcionar suficiente información para localizarlos en caso de incumplimiento.

Se cobra impuesto únicamente por el área gráfica efectivamente utilizada en el rótulo.

9.3 Conclusiones

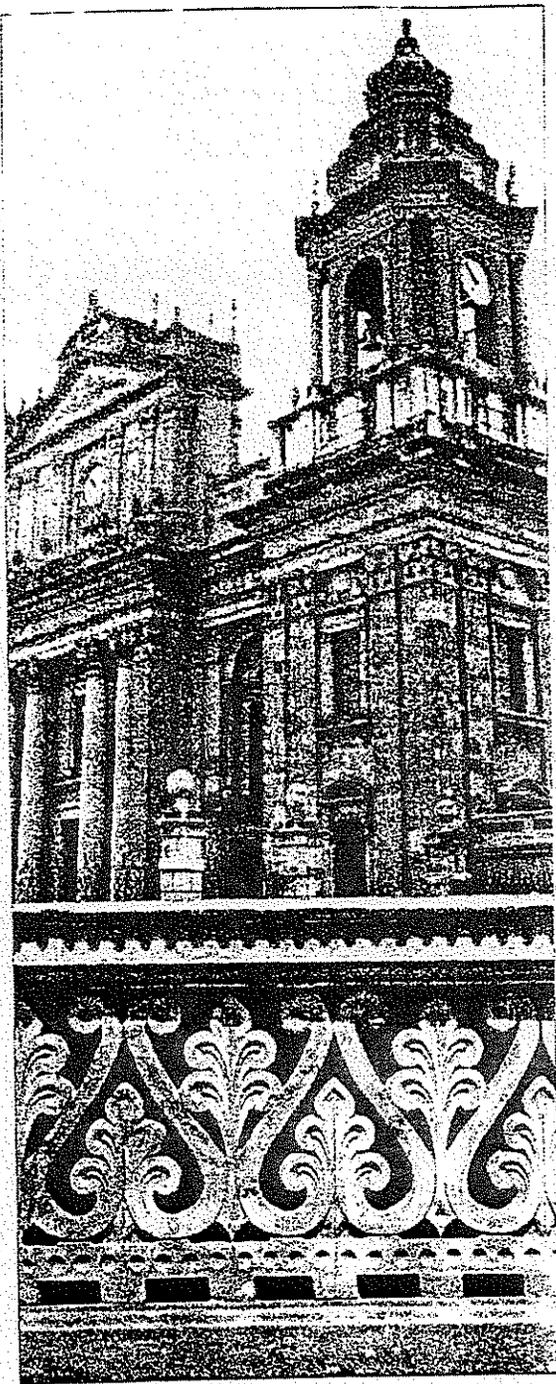
9.3.1 Está enfocada a carreteras y vías públicas urbanas, excluyendo a los rótulos y anuncios colocados en la propiedad privada.

9.3.2 Otorga privilegios excesivos al comercio, libre empresa y propiedad privada.

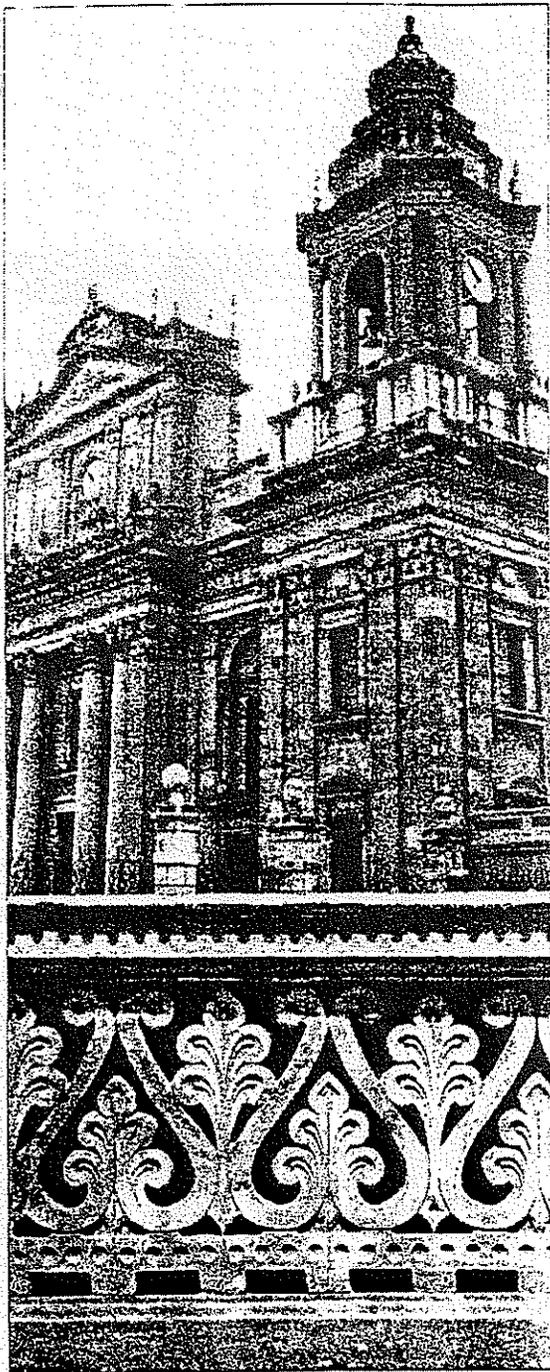
9.3.3 Utiliza términos muy confusos, por ejemplo, la palabra estética puede ser interpretada de diversas formas.

9.3.4 Establece que el valor de las multas no será mayor al doble del impuesto a pagarse por cada rótulo o anuncio. (El monto máximo del impuesto es de Q.5.00 por año).

9.3.5 Existen contradicciones en la ley.



10. SITIOS A SEÑALIZAR



10. SITIOS A SEÑALIZAR

Se seleccionaron los sitios más importantes y de mayor utilidad para los visitantes y usuarios del centro histórico de la Ciudad de Guatemala.

10.1 Señales institucionales

10.1.1 Instituciones de gobierno

10.2 Señales históricas

10.2.1 Ruta histórica

10.2.2 Edificio histórico

10.2.3 Monumento histórico

10.3 Señales turísticas

10.3.1 Ruta turística

10.3.2 Artesanía

10.3.3 Emergencia

10.3.4 Tienda de regalos

10.3.5 Museo

10.3.6 Estación de autobuses extraurbanos

10.3.7 Parque

10.3.8 Teatro

10.3.9 Estación de ferrocarril

10.3.10 Mirador

10.3.11 Iglesia

10.3.12 Biblioteca

10.3.13 Hotel

10.3.14 Alquiler de vehículos

10.3.15 Banco

10.3.16 Mercado

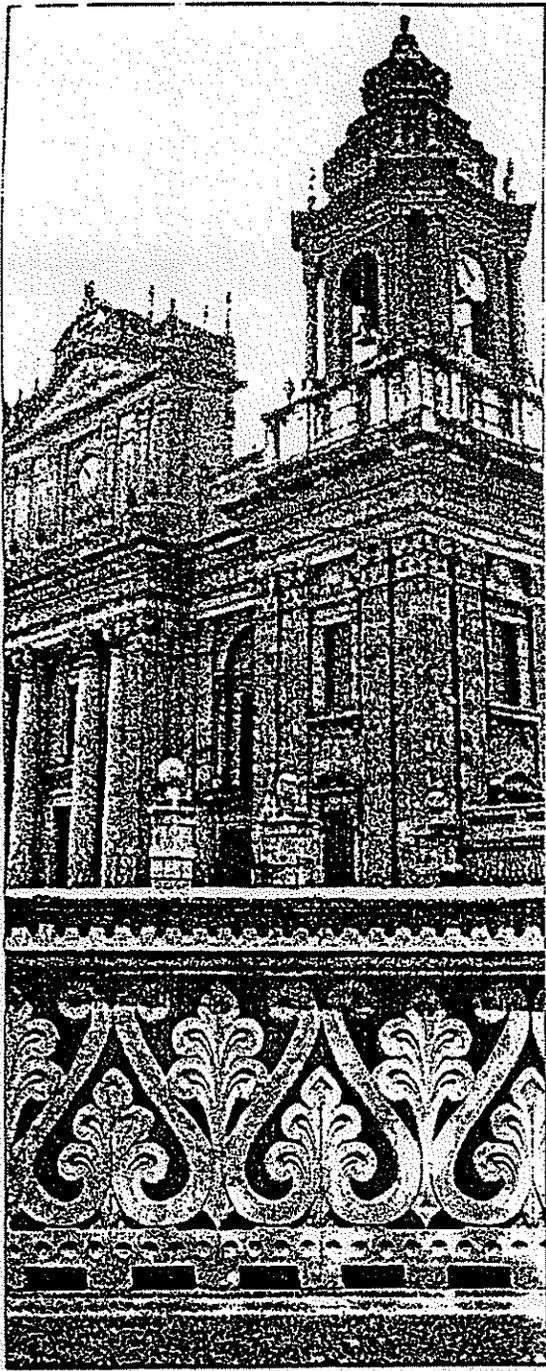
10.3.17 Agencia de viajes

10.3.18 Restaurante

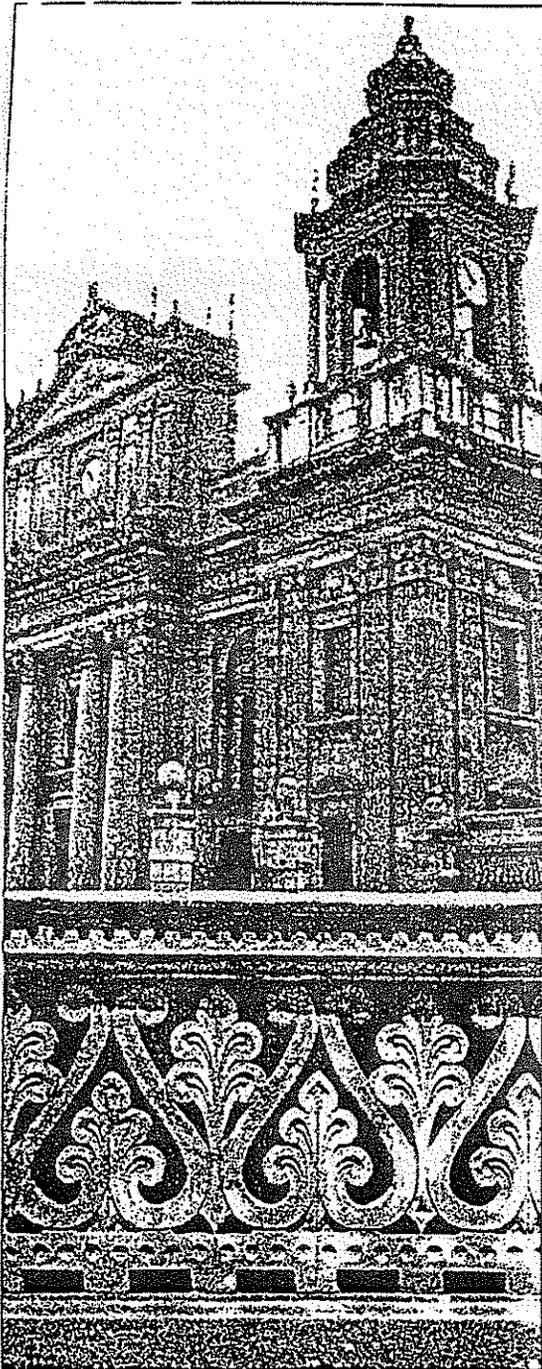
10.3.19 Correo

10.3.20 Telecomunicación internacional

10.3.21 Telecomunicación nacional



11. BRIEF



11. BRIEF

11.1 Antecedentes

Existe el proyecto RENACENTRO, cuyo objetivo es rescatar, conservar y proteger el centro histórico de la Ciudad de Guatemala. Este proyecto se ha programado para realizarse mediante la coordinación y la asesoría especializada de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. La Municipalidad de Guatemala está llamada a desempeñar un papel importante en este proyecto, toda vez que, por tratarse de un área de su jurisdicción, el Código Municipal le otorga competencia. Se ha previsto la participación del Gobierno Central, en función de que el proyecto es de indiscutible interés nacional, en términos de apoyo político, técnico y financiero, tanto directamente, como por medio de sus instituciones descentralizadas. Por sus características, este proyecto, más que muchos otros, ha de contar con la participación del sector privado y de los vecinos organizados.

11.2 Historial de la institución

Lo que hoy llamamos "centro", tuvo sus orígenes con la fundación de la nueva Capital del país en el valle de "La Ermita" o de "La Virgen", como resultado del traslado que se derivó de los terremotos de 1773, que causaron serios daños a la entonces "Ciudad de Santiago de los Caballeros", situada en el valle de "Panchoy", actualmente La Antigua Guatemala. El centro histórico de la Ciudad de Guatemala está comprendido dentro del siguiente espacio físico: de la avenida Elena a la 12 avenida y de la 1a a la 18 calle, zona 1.

Existe en el centro tradicional de la Ciudad un rico y excepcional legado artístico y arquitectónico, que testimonia el pasado de la ciudad y del país.

11.3 Descripción del proyecto

Consiste en la creación de criterios y modelos gráficos para la identificación y orientación de las rutas turística e histórica y de los sitios institucionales del centro histórico de la Ciudad de Guatemala, como apoyo al proyecto RENACENTRO.

11.4 Restricciones legales

En la *Ley de Rótulos y Anuncios en carreteras y vías públicas urbanas*, encontramos las siguientes restricciones legales:

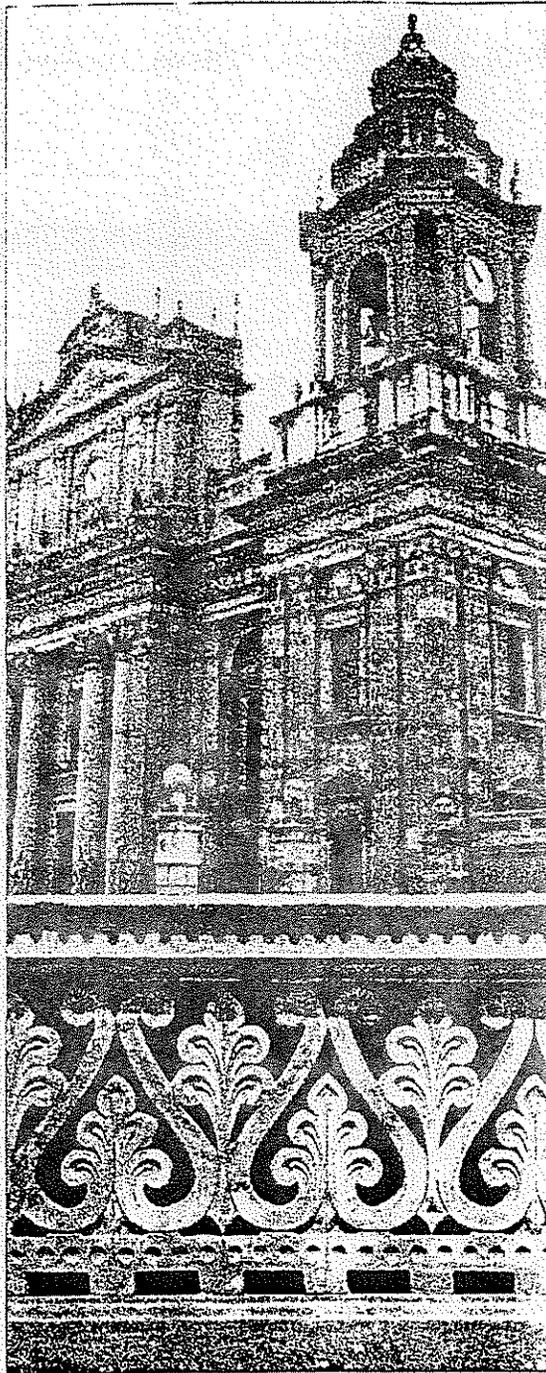
Artículo 3

d) Queda prohibida la colocación de todo tipo de rótulos o anuncios en árboles, rocas u otros elementos naturales.

Artículo 12

a) Se prohíbe su colocación cuando puedan impedir u obstaculizar el libre tránsito de peatones y vehículos y cuando constituyan un peligro para el público;

b) Deberán colocarse de tal manera que no obstruyan la línea de visión, especialmente por su ubicación en la intersección o unión de vías; o la visibilidad de señales de tránsito, tales como semáforos e indicadores de vías, señales o avisos de peligro;



- c) Su presentación no debe desvirtuar los aspectos arquitectónicos de las fachadas o edificios cercanos, ni al proyectarse en la perspectiva de una calle, plaza, edificio o monumento, ni deben alterar su valor arquitectónico, así como tampoco deben colocarse en lugares donde alteren o desfiguren los paisajes, debiendo estar, en todo caso, en armonía con el medio que los rodea;
- d) Su figura, diseño o grafismo en general, debe guardar el respeto a la dignidad humana y a los buenos usos de lealtad en el comercio;
- e) Deben ser estéticos, tanto en su forma y contenido, como en relación con el paisaje circundante;
- f) Los anuncios fijos adosados a las paredes no deberán interferir con las placas de nomenclatura de las calles o numeración de casas;
- k) No deben interferir con señales de tránsito o iluminación de edificios públicos o de aquellos catalogados como monumentos históricos o arqueológicos, o con fuentes públicas luminosas.

En el *Reglamento de señales, rótulos y anuncios para el municipio de Guatemala* encontramos las siguientes restricciones:

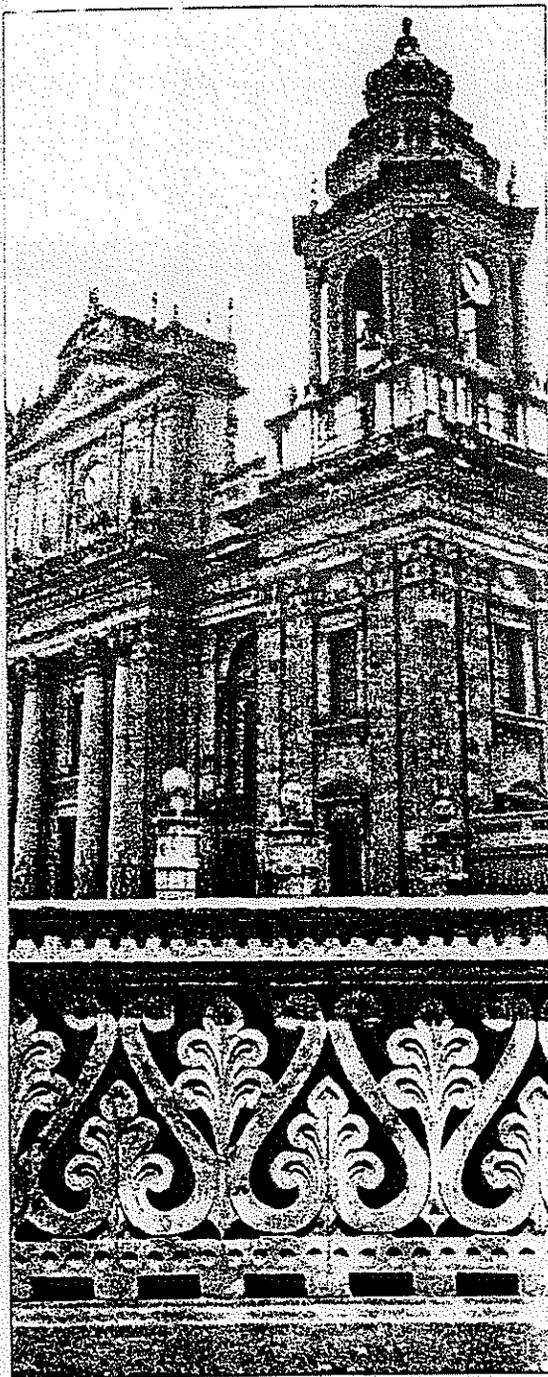
Artículo 9º. Lengua: El texto escrito de las señales, rótulos o anuncios deberá ser en lengua española, con sujeción a sus reglas de ortografía y gramática.(...)

Artículo 33º. Del entorno y paisaje urbanos: Los rótulos o anuncios, y sus estructuras portantes, no deberán desvirtuar los aspectos arquitectónicos de los edificios en los que se coloquen, ni de los edificios vecinos o cercanos, ni deberán afectar la perspectiva ni la volumetría características del área urbana de que se trate. Por consiguiente, no se permitirá la instalación de rótulos o anuncios que tapen la perspectiva de la ciudad o que se constituyan en punto focal al final de vías urbanas, ni atrás de monumentos.(...)

Artículo 34º. De las áreas, sitios y monumentos históricos: Los rótulos o anuncios serán colocados en total respeto a las áreas y sitios de interés histórico o monumental, y por lo tanto no se aceptará que tapen o desvirtúen la vista o interrumpen las perspectivas en las cuales aparezcan edificios públicos, monumentos históricos o sitios específicos declarados de interés monumental o histórico por el Concejo Municipal.

Artículo 35º. De la interferencia de rótulos y anuncios con las señales viales y otros elementos de señalización: Los diseños y las condiciones de instalación de rótulos o anuncios, así como los de las señales turísticas o institucionales, deberán no dar lugar a que estos se confundan, interfieran o tapen señales viales o de tránsito, ni placas de nomenclaturas de calles o de numeración de inmuebles. No se permitirá la colocación de rótulos o anuncios integrados con o en señales viales o de tránsito, incluidos semáforos y similares.

Queda prohibida la colocación de rótulos o anuncios que sobresalgan del plano de proyección de los ochavos en esquinas.



Artículo 36°. De la seguridad del público: Las señales, rótulos y anuncios, así como sus estructuras portantes deberán disponerse y mantenerse por cuenta del propietario en condiciones que garanticen seguridad y ausencia de peligro para el público.

Ningún rótulo o anuncio, ni sus estructuras portantes, deberán obstaculizar el libre tránsito ni la visibilidad de las áreas de paso de los transeúntes.

No se permitirá la colocación de rótulos o anuncios con luces intermitentes, luces o reflectores dirigidos hacia las vías vehiculares, elementos gráficos móviles o sonido, en lugares en los que puedan constituir distracción peligrosa para los conductores de vehículos automotores, (...)

Artículo 37°. De la salud pública:

(...) Tampoco podrán colocarse rótulos o anuncios en lugares o condiciones que tapen ventanas o vanos que sean necesarios para la ventilación e iluminación natural de las casas y edificios.

11.5 Objetivos del proyecto

Identificar las rutas turística e histórica y los sitios institucionales del centro de la Ciudad de Guatemala, y así contribuir en la promoción de la cultura, para que la población que visita el centro histórico de Ciudad de Guatemala se guíe a fin de orientarse en una forma rápida y adecuada.

11.6 Estrategia

Se creará un sistema integrado por señales que identificarán: sitios institucionales, las rutas turística e histórica, y los sitios que conforman cada una de ellas. Se reforzará con un sistema de orientación en las aceras de las calles por donde pasan las rutas. Como complemento se diseñará un desplegable.

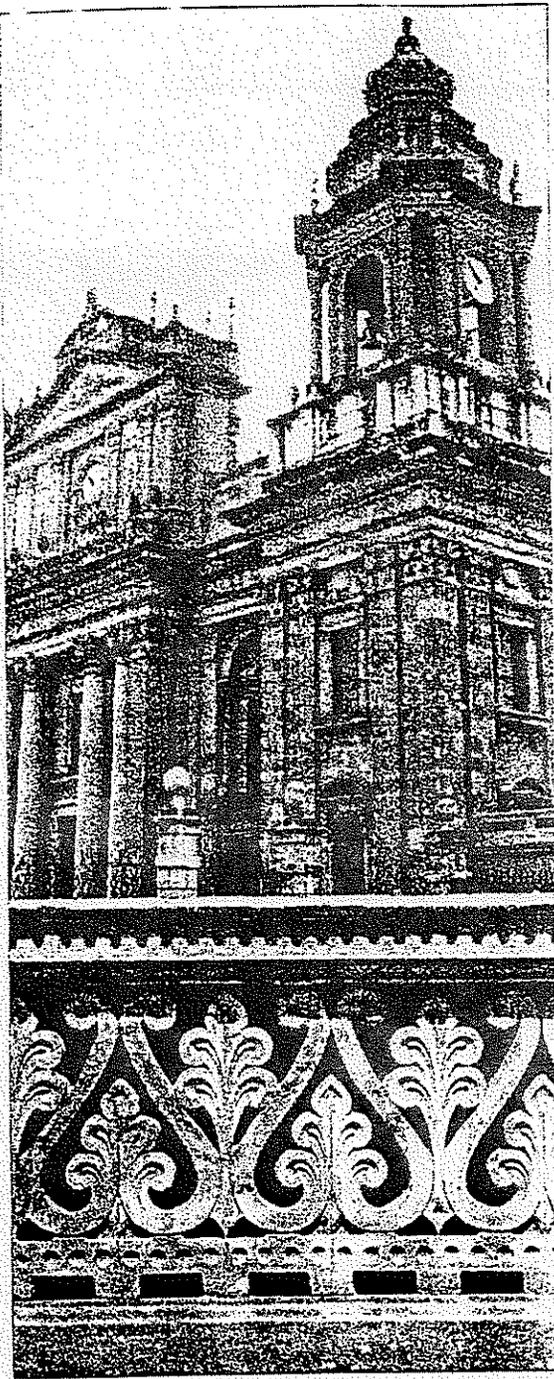
11.7 Grupo objetivo

El grupo objetivo se define de la siguiente forma:

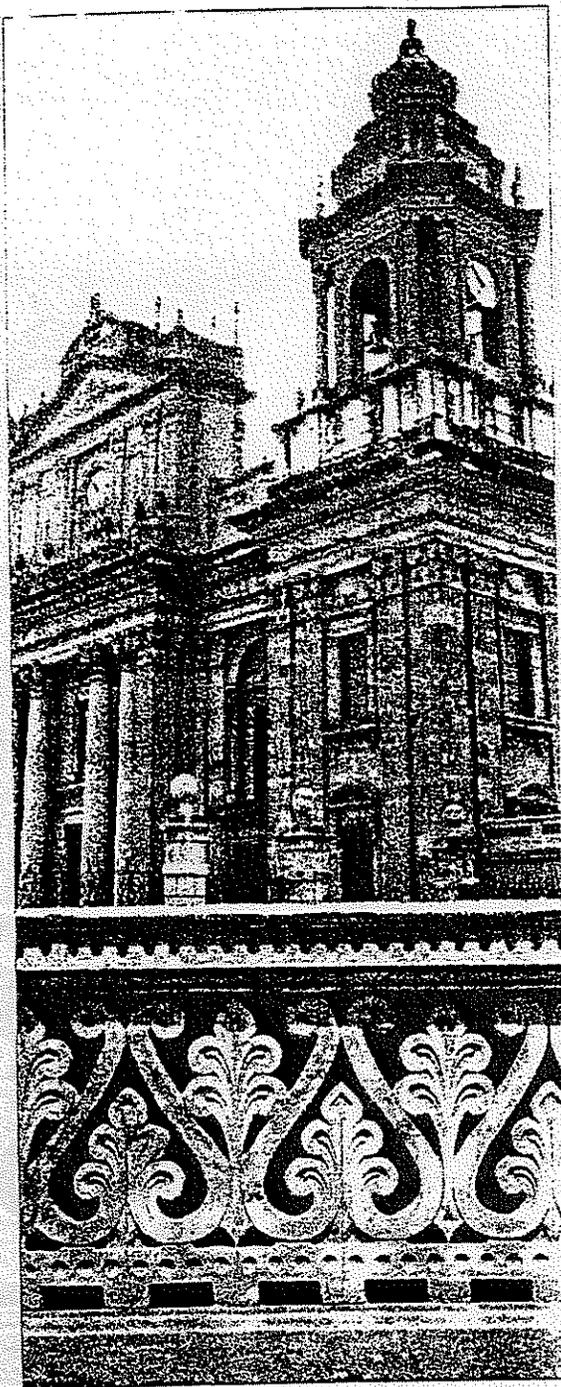
- Ruta turística: hombres y mujeres mayores de 10 años, extranjeros y guatemaltecos.
- Ruta histórica: hombres y mujeres mayores de 8 años, extranjeros y guatemaltecos.
- Sitios institucionales: hombres y mujeres mayores de 18 años, guatemaltecos.

11.8 Proposición al público

Contribuir con la población que hace uso y visita el centro histórico de la Ciudad de Guatemala para que se oriente de una forma más rápida y adecuada.



12. PROPUESTA FINAL DE DISEÑO



12.1 FORMA, TIPOGRAFIA, SOPORTE Y TECNICA DE LAS SEÑALES

La forma es rectangular con los bordes superiores redondeados, por ser la que mejor se adapta al diseño y no crea confusión con las señales ya existentes.

En los textos al pie de la señal se colocará el título del sitio que se está identificando, así como el nombre de la institución de gobierno, de servicio o de atractivo turístico. El tipo de letra que se utiliza es helvética regular o condensada, dependiendo de la extensión del texto.

El material del soporte es lámina lisa galvanizada calibre 3/64".

Las señales que identifican las rutas turística e histórica, se colocarán sobre una base de tubo proceso calibre 1 1/2". El tamaño es de 15"x15" - 3 3/4" - 2 1/4".

Las señales de las instituciones de gobierno y de los sitios que integran cada ruta serán adosadas a la pared de cada sitio. El tamaño es de 12"x12" - 2 15/16" - 1 11/16".

La técnica sugerida para su reproducción es serigrafía pintada sobre una calcomanía reflectiva (distribuida por 3M) adherida a la lámina. Se seleccionó este material por tener garantía de 10 años de vida y por su visibilidad en la oscuridad.

12.2 SISTEMA DE ORIENTACION EN LAS ACERAS

En las aceras de las calles por donde pasan las rutas turística e histórica, se pintará una franja de 3 1/2" que conducirá a las personas a través de los dos recorridos. En el caso de que las rutas coincidan en ciertas calles, deberán ser pintadas paralelamente sin alterar la dimensión establecida.

Haciendo uso de un rodillo de esponja dura se pintará en las aceras el diseño de cada ruta, del color respectivo, con esmalte para pisos. Media hora después se rociará con esfera de vidrio de manera que se vea en la noche.

RUTA HISTORICA



RUTA TURISTICA



12.3 SITIOS INSTITUCIONALES

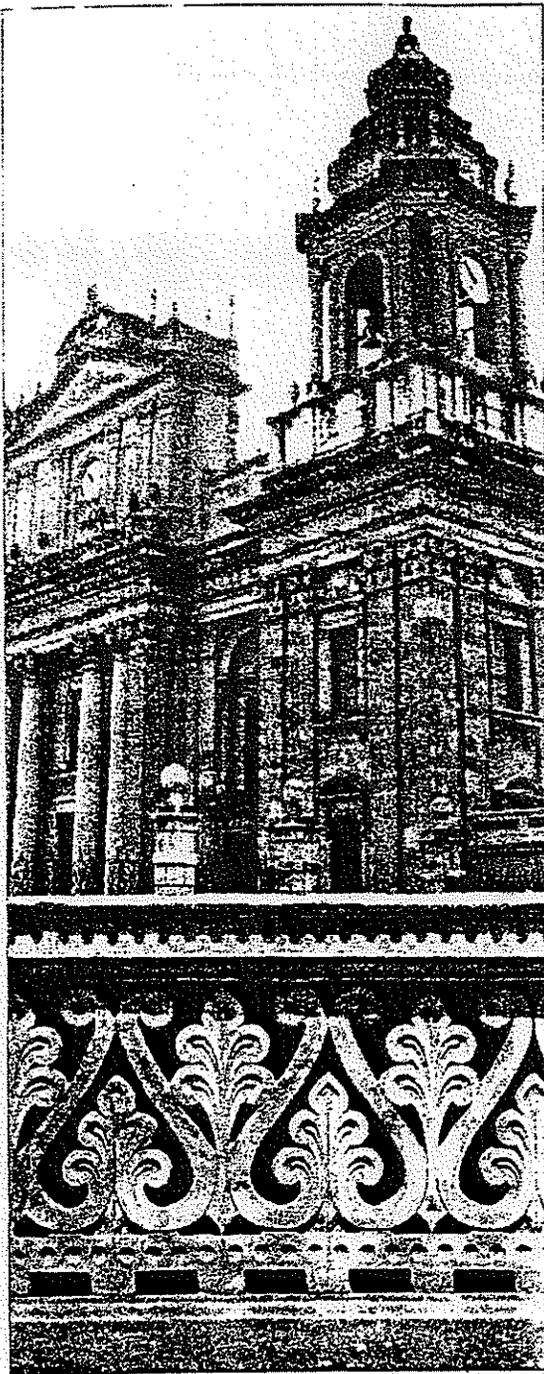
12.3.1 Señal que identifica las instituciones de gobierno

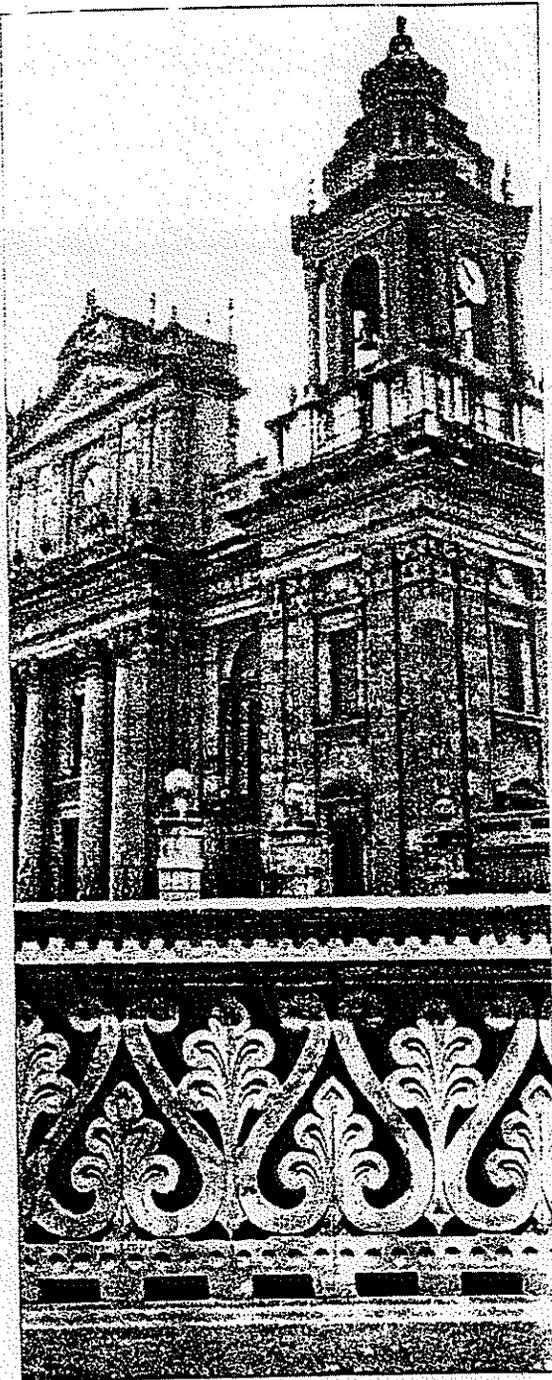
12.3.1.1 Color

El color seleccionado es el azul reflex, ya que despierta en la sociedad guatemalteca un sentimiento de nacionalismo. Además, este color expresa confianza, amistad, fidelidad y amor, sentimientos que son importantes de despertar tanto en la población guatemalteca como en los turistas. El 85% de los encuestados indicó que identificaría las instituciones de gobierno con los colores azul y blanco.

12.3.1.2 Símbolo

El escudo y la bandera de Guatemala son los elementos que componen la señal. Se eligieron por ser símbolos patrios y, por lo tanto, se les relaciona con el Gobierno de Guatemala.





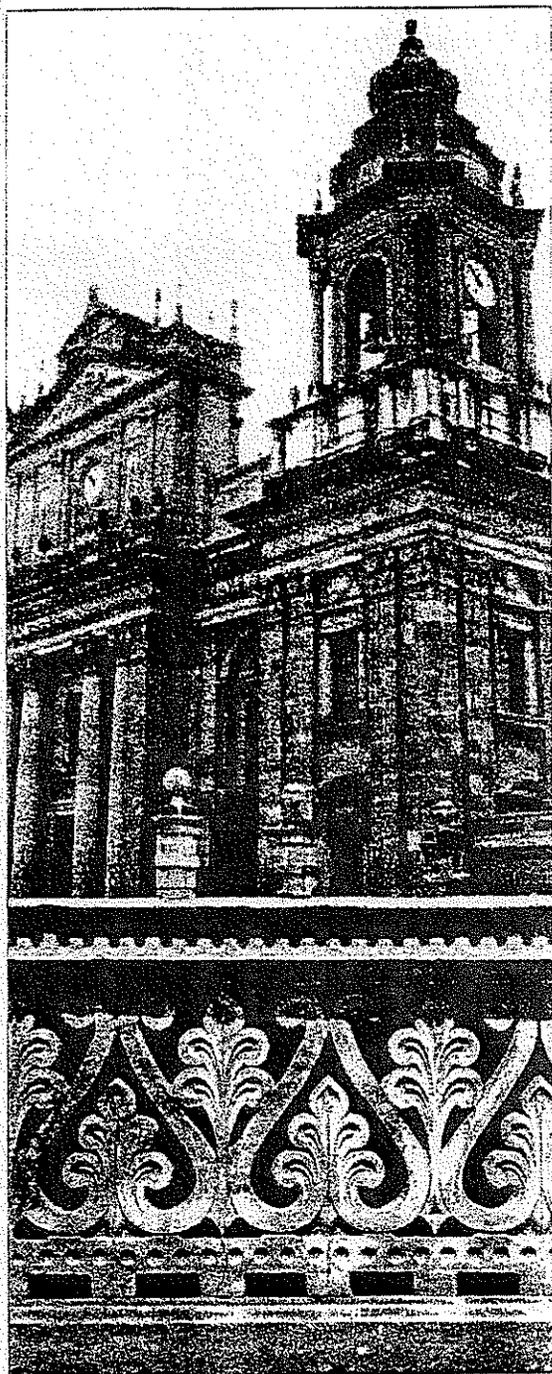
12.4 RUTA HISTORICA

12.4.1 Señal que identifica la ruta histórica

Esta señal está integrada por los dos símbolos que representan los sitios históricos, ya que así la comprensión y la asociación es más fácil. Al igual que la señal de la ruta turística, llevará en la parte inferior una franja que se colocará en el bordillo de las aceras por donde pasa esta ruta. La franja de 3 1/2", posee un ornamento utilizado en la arquitectura del centro histórico, con un triángulo en un extremo para indicar la dirección de la ruta.

El color que se eligió para representar la ruta histórica es el marrón Pantone 490C por ser un color cálido, tranquilizante y confortable, que sufre poco las oscilaciones de la moda. Además se asocia con lo antiguo, con imágenes históricas, y es un color que da la sensación de seriedad y sobriedad, lo cual se adecua al tipo de señal que es. Asimismo las encuestas realizadas demuestran que el marrón es el color sugerido por la mayoría de las personas. Las señales de esta ruta y de todo lo que forme parte de ella utilizarán este color.





12.4.2 Señales que identifican los sitios que integran la ruta histórica

12.4.2.1 Edificio histórico

El edificio de correos, específicamente el arco de este, se eligió como símbolo de los edificios históricos por ser arquitectura antigua (años 40), por su fácil comprensión y por ser un edificio que se relaciona rápidamente con el centro de la Ciudad de Guatemala.

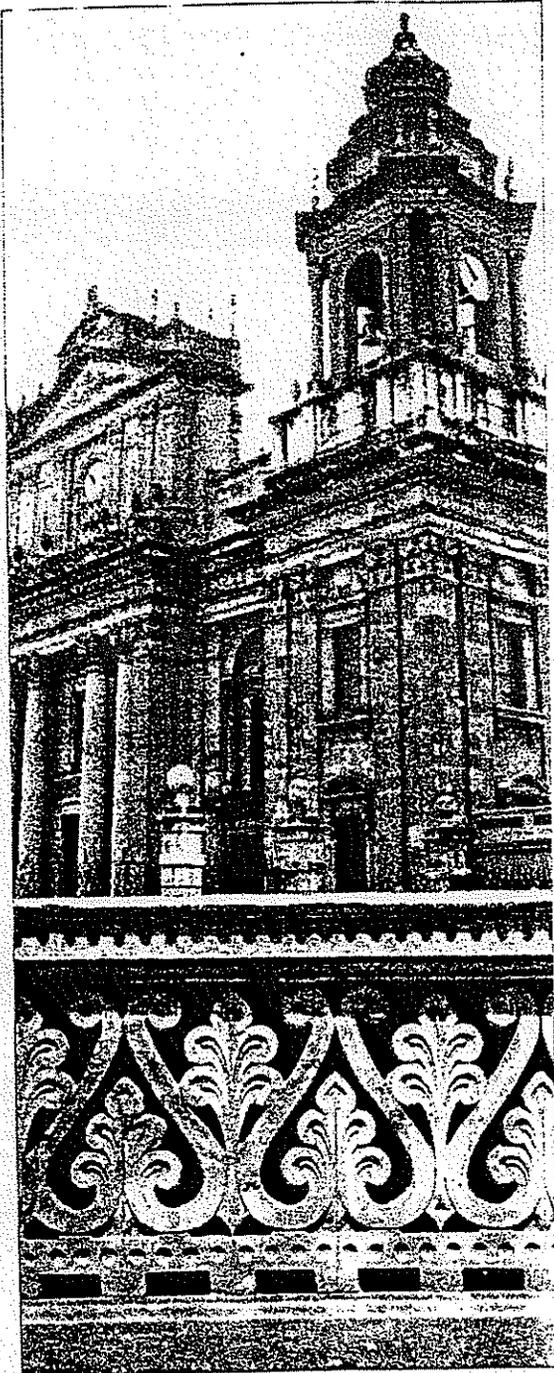


12.4.2.2 Monumento histórico

La fuente Carlos III es el símbolo de esta señal. Se eligió por ser la primera fuente que estuvo en la plaza central cuando se fundó la nueva capital del país en el valle de "La Ermita". Además, monumento histórico es toda obra que se ha conservado a lo largo del tiempo, y esta fuente evoca y ha sido testigo de la historia del centro. Asimismo, es sencilla y de fácil comprensión.

La utilización de esta señal no se limita únicamente al perímetro del centro histórico de la ciudad de Guatemala.





12.5 RUTA TURISTICA

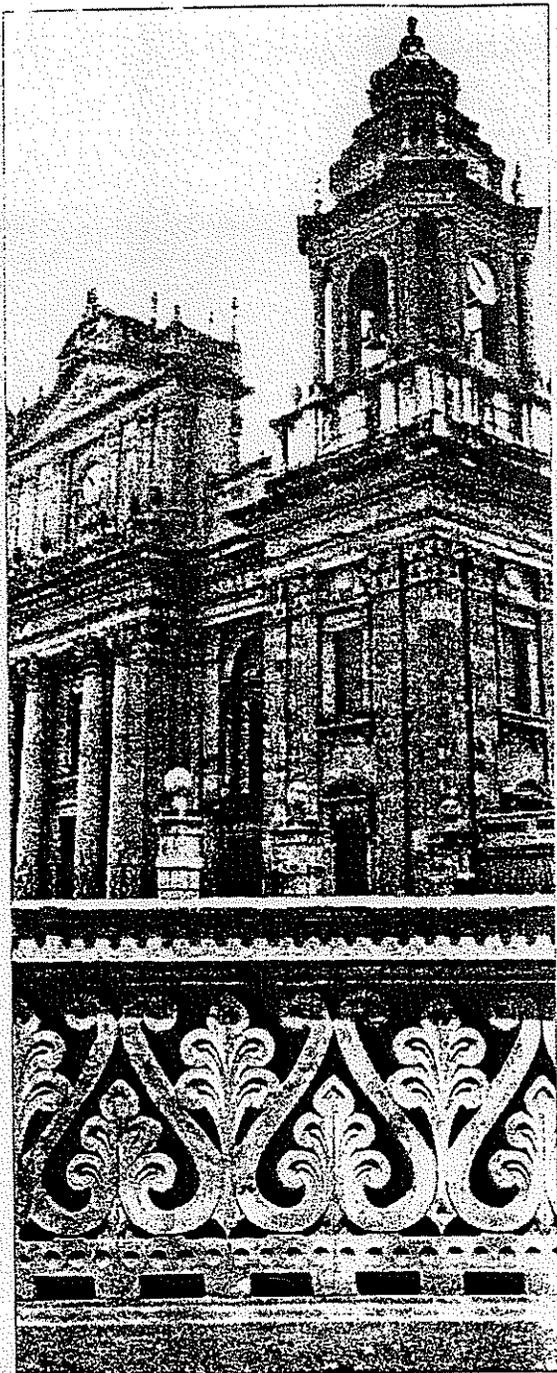
12.5.1 Señal que identifica la ruta turística

Se seleccionaron cuatro símbolos de sitios turísticos para representar la señal de la ruta turística. De esta forma se da a entender que esta está integrada por diversos atractivos y servicios turísticos.

El color elegido para identificar la ruta turística es el verde Pantone 348C, ya que tiene connotaciones de tranquilidad y paz; además es el color "natural" por excelencia. La naturaleza es un elemento que predomina y caracteriza a nuestro país. Por otra parte, es un color que hace legible a la señal. La mayoría de los encuestados mencionó este color como el más apropiado para identificar la ruta turística. Todas las señales de esta ruta y de todo lo que forme parte de ella utilizan ese color.

Se decidió colocar en la parte inferior una franja con una figura que aparece frecuentemente en objetos típicos del país. Esta franja, cuya dimensión será de 3 1/2", se instalará en los bordillos de las aceras de las calles por donde pasa la ruta turística. La dirección de la figura (patos) dependerá de hacia donde se dirige la ruta





12.5.2 Señales que identifican los sitios que integran la ruta turística

12.5.2.1 Teatro

Los elementos que componen esta señal son dos máscaras, las cuales internacionalmente identifican al género dramático. De esta manera, la comprensión será más fácil y rápida.



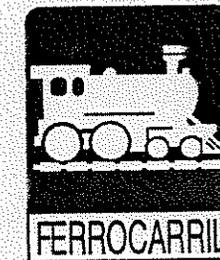
12.5.2.2 Parque

Los elementos que componen esta señal son una fuente, elemento característico en los parques tanto nacional como internacionalmente, y las siluetas de árboles que, generalmente, están presentes en los parques. De esta forma la comprensión será fácil.



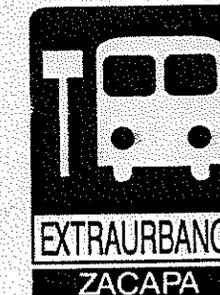
12.5.2.3 Ferrocarril

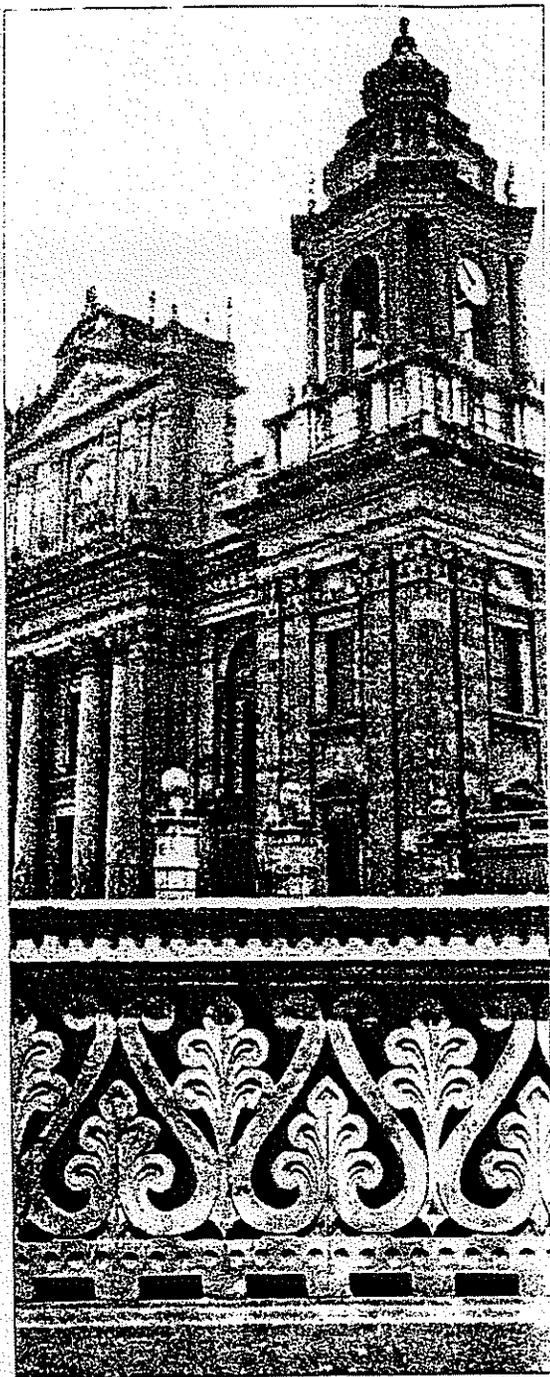
Se decidió colocar como elemento principal en esta señal, la silueta de una locomotora, ya que transmite claramente el mensaje deseado.



12.5.2.4 Extraurbano

El elemento principal de esta señal es la parte frontal de un autobús extraurbano, acompañado de una parada de bus. Se acordó colocar estos elementos por su fácil comprensión.





12.5.2.5 Mirador

El elemento de esta señal es un binocular, cuya utilización es común desde un mirador.



12.5.2.6 Correo

Se decidió colocar un sobre, ya que es un elemento característico de la correspondencia.



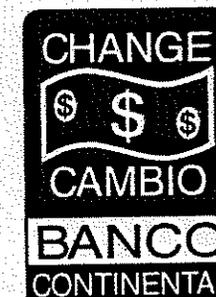
12.5.2.7 Restaurante

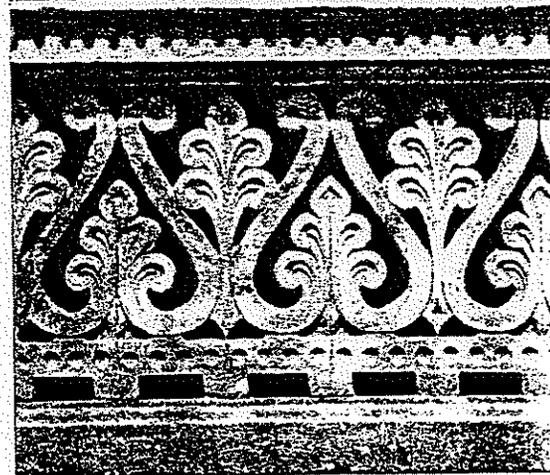
Los elementos utilizados en esta señal son un tenedor, una cuchara, un plato y una servilleta, ya que estos son básicos en un restaurante.



12.5.2.8 Banco

El elemento principal es un billete con el símbolo del dólar USA, complementado con las palabras cambio y "change", para hacer más claro el mensaje.





12.5.2.9 Alquiler de vehículos

Esta señal cuenta con dos elementos representativos del alquiler de un vehículo: la parte frontal de un auto y la silueta de una llave.



12.5.2.10 Tienda de regalos

Se colocó la silueta de un regalo, por su fácil comprensión.



12.5.2.11 Mercado

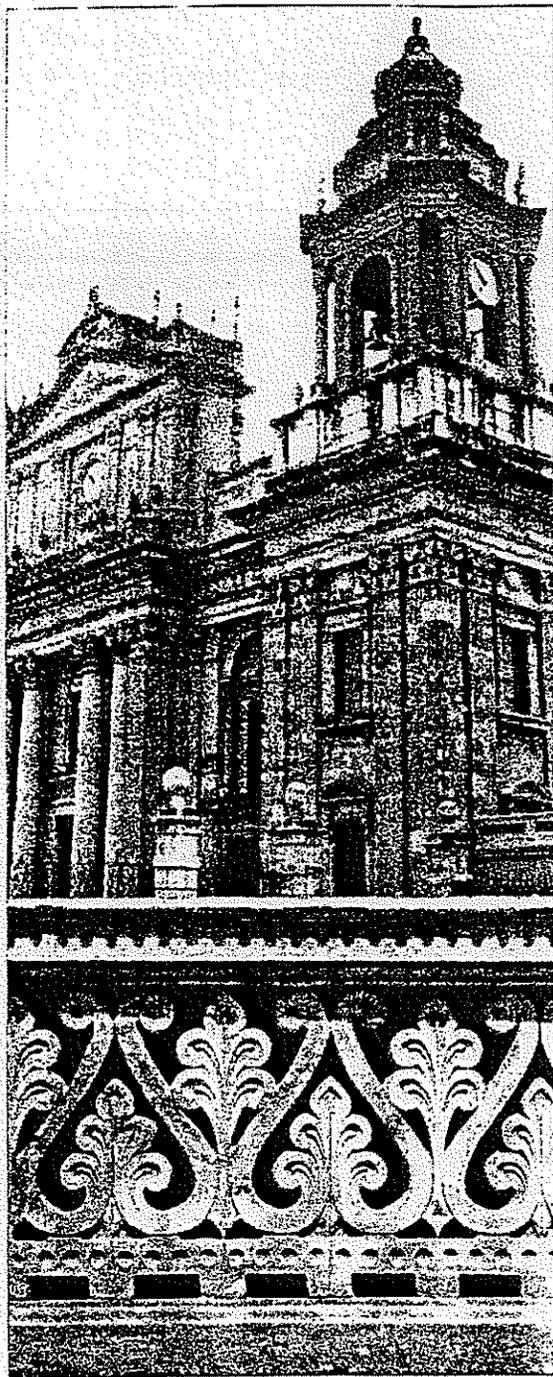
Los elementos que integran esta señal son una canasta con víveres y una artesanía. Su elección se debió a que estos son representativos del mercado guatemalteco.



1 2.5.2.12 Emergencia

El elemento principal en esta señal es una mano con un dedo vendado, acompañado por la cruz, que internacionalmente representa emergencia.





12.5.2.13 Iglesia

Se llegó a la conclusión de que el elemento más adecuado para transmitir el mensaje deseado es la fachada de una iglesia, ya que de esta forma no hay lugar a confusión.



12.5.2.14 Museo

El símbolo internacional para representar un museo es una letra M mayúscula, por lo que no es conveniente cambiar su diseño para no crear confusión.



12.5.2.15 Hotel

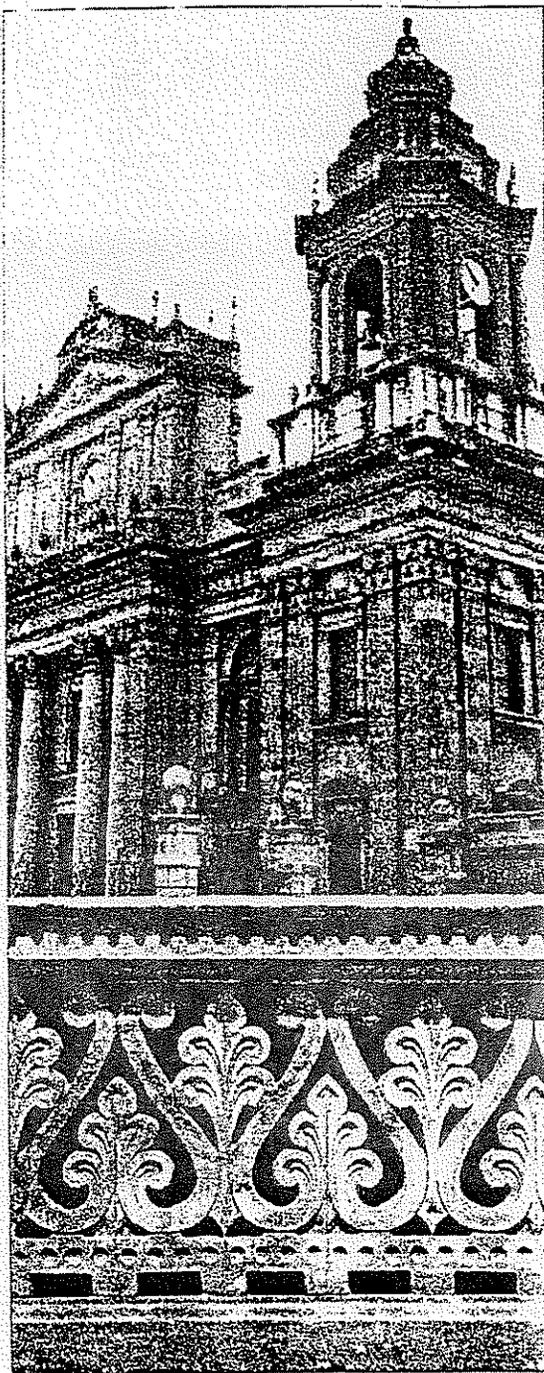
El símbolo internacional para representar hotel es una H mayúscula, por lo que no es conveniente cambiar su diseño para no crear confusión.



12.5.2.16 Agencia de viajes

Dos elementos componen esta señal: dos manos intercambiando un boleto aéreo y dinero, los cuales transmiten claramente el mensaje.





12.5.2.17 Biblioteca

Los símbolos que componen esta señal son los elementos característicos de lo que se realiza y se encuentra en ella.



12.5.2.18 Telecomunicación internacional

Se eligió como elemento para representar llamadas internacionales el símbolo utilizado por GUATEL; de esa forma no se creará confusión.



12.5.2.19 Telecomunicación nacional

El símbolo utilizado es similar al de telecomunicación internacional, con la única variante de que se sustituyó el mundo por un mapa de Guatemala, para dar a entender que solamente se puede realizar comunicación nacional.



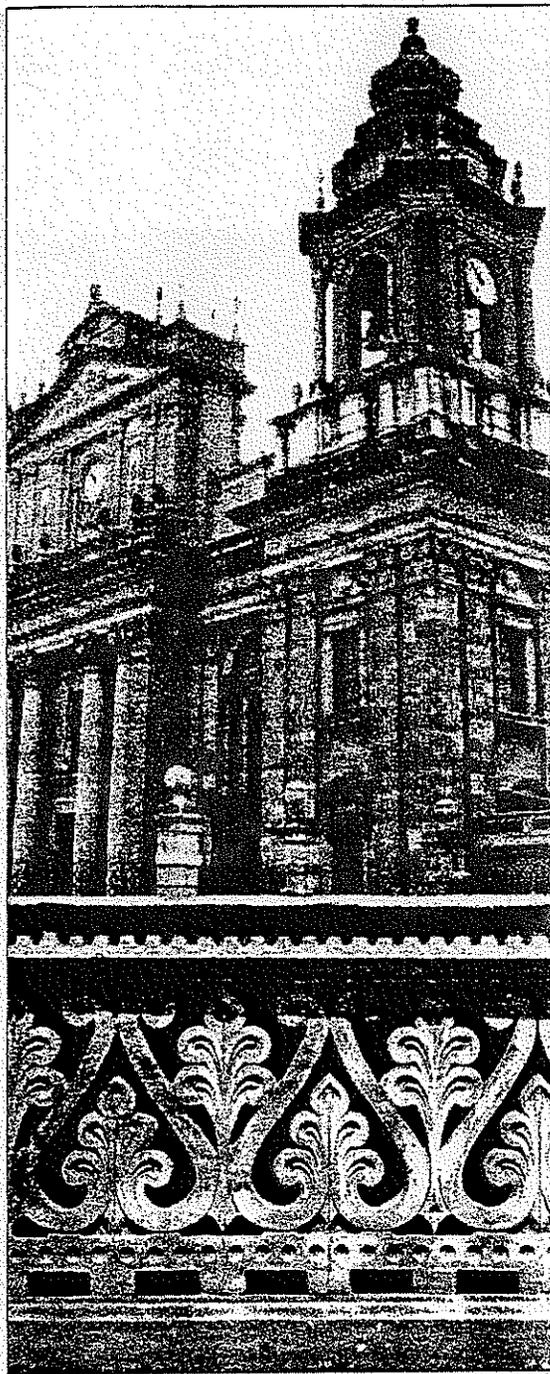
12.5.2.20 Artesanía

Se llegó a la conclusión de que lo más apropiado para transmitir el mensaje deseado es colocar dos vasijas con un diseño característico de la artesanía guatemalteca.





Ejemplo del Sistema Integrado de Señalización.



12.6 DESPLEGABLE

Se realizó un desplegable de doce cuerpos con información en el tiro y el retiro. Este tipo de folleto es el más adecuado por poderse incluir en él datos necesarios para que los visitantes y usuarios del centro histórico se guíen y orienten correcta y rápidamente. En él se reunió la información de las rutas turística e histórica y de los sitios institucionales para evitar la incomodidad de consultar tres folletos separadamente. Como ayuda al turista y a la población guatemalteca el desplegable se imprimirá en español, inglés, francés, italiano, alemán y por lo menos en una de las cuatro principales lenguas mayas del país.

Además de la impresión a todo color, sugerimos que se imprima otra cantidad de ejemplares a un solo color, de manera que este pueda ser utilizado, por ejemplo para estudiantes.

Para tener diversas opiniones sobre el formato empleado, diseño gráfico, diagramación, colores seleccionados, así como del contenido y redacción del desplegable, se mostró a diseñadores gráficos, personas con experiencia en diseño y comunicación, así como a personas ajenas al desarrollo de este proyecto, obteniéndose comentarios muy positivos acerca del mismo.

12.6.1 Tamaño

Las dimensiones del folleto totalmente desplegado son de 15" x 12 1/2" midiendo cada cuerpo 6 1/4" x 2 1/2". A este tamaño el desplegable se convierte en un folleto práctico, de fácil manejo y que puede guardarse fácilmente en el bolsillo de la camisa o pantalón, en la bolsa, en la chequera, etc.

12.6.2 Color

Será impreso a todo color, destacándose los siguientes:

12.6.2.1 Sepia

La fotografía de la portada, así como detalles en el interior del folleto, están impresos en este color por asociarlo con lo histórico.

12.6.2.2 Verde

Se utilizó en las secciones en donde se informa acerca de la ruta turística, ya que es el color que la identifica.

12.6.2.3 Marrón

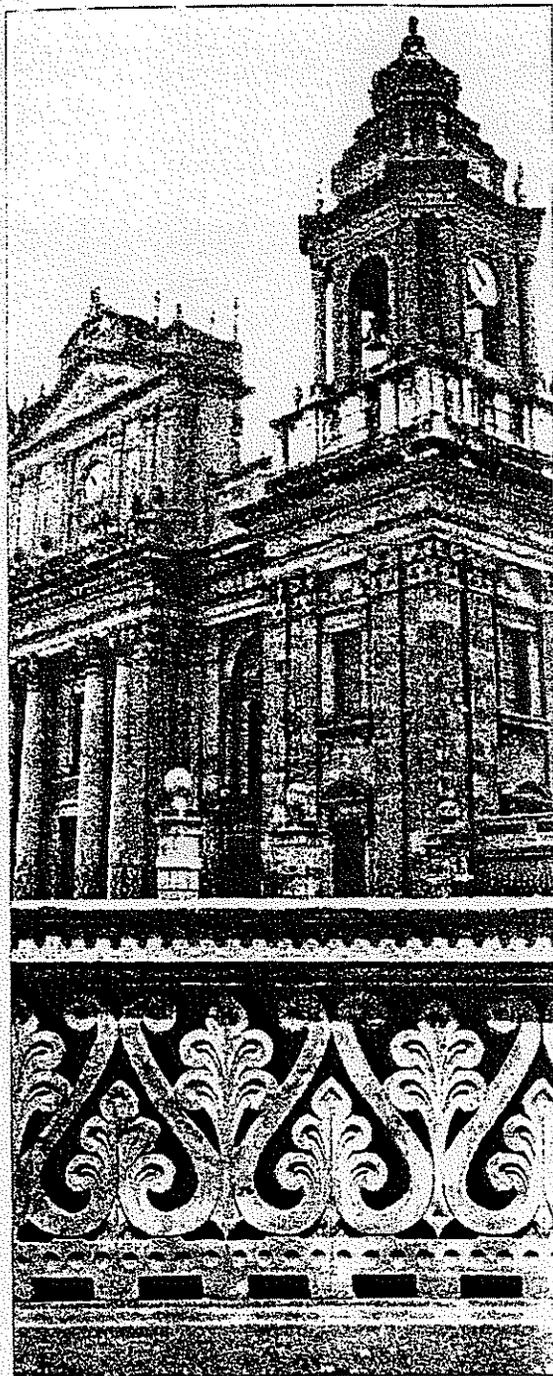
Se seleccionó para la información de la ruta histórica, por ser el color que la identifica.

12.6.2.4 Azul

Se empleó en el área en la que se nombran los sitios institucionales, porque se les identifica con ese color.

12.6.2.5 Amarillo

Se utilizó este color en textos para que no se le relacione con los colores de las rutas y de los sitios institucionales.



12.6.3 Material y técnica de impresión

El material en que se imprimirá el desplegable a todo color es papel Kimberly color marfil de 90grs.. La técnica de impresión es litografía. Se imprimirá en tonos mates, aplicándose un recubrimiento de barniz mate para su protección.

El desplegable a un solo color se imprimirá en papel Bond de 80 grs., en tonos mates y aplicándosele también un recubrimiento de barniz mate para su protección.

12.6.4 Información

12.6.4.1 Breve historia del centro histórico de la Ciudad de Guatemala

12.6.4.2 Ruta turística

12.6.4.3 Ruta histórica

12.6.4.4 Sitios institucionales

12.6.4.5 Logotipos de RENACENTRO y de la Universidad de San Carlos de Guatemala

12.6.4.6 Créditos

12.6.4.7 Cómo transitar correctamente por las rutas turística e histórica

12.6.4.8 Horarios de atención al público de sitios importantes

12.6.4.9 Teléfonos de emergencia

12.6.4.10 Teléfonos de farmacias con servicio de 24hrs.

12.6.4.11 Mapa del centro histórico "Ruta turística"

12.6.4.12 Mapa del centro histórico "Ruta histórica"

12.6.4.13 Mapa del centro histórico "Sitios institucionales"

12.6.5 Colocación

Los desplegables se colocarán en dispensadores ubicados en hoteles, agencias de viajes, bancos, instituciones de gobierno, Instituto Guatemalteco de Turismo, etc., para que los visitantes y usuarios del centro puedan encontrarlos rápida y fácilmente.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO

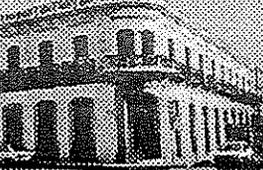
CEN TRO

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico
CEN TRO
Avenida Guzmán Ortíz

Como identificar las Ruinas Turística e Históricas

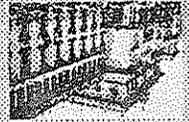
Las señales que identifican las Ruinas Turística e Históricas son de color verde y marrón respectivamente.

Las encontrará en las esquinas de las calles y avenidas por donde pasa cada una de ellas.



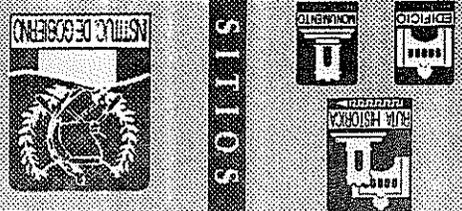
SITIOS INSTITUCIONALES

La Casa Presidencial y el Palacio Nacional están situados en el El Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala, así como otras ruinas de importancia. Por tal razón, es un área que requiere de un control estricto en la gestión ambiental.



A continuación puede observar la señal que identifica los sitios institucionales de gobierno y el nombre de cada uno. Debe tenerla a mano en cualquier momento que busque.

SIMBOLOGIA DE LOS SITIOS INSTITUCIONALES



SIMBOLOGIA DE LA RUTA HISTÓRICA

La ruta histórica de la Ciudad de Guatemala, desde el momento del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala, hasta el momento que posee gran riqueza histórica, artística y cultural.

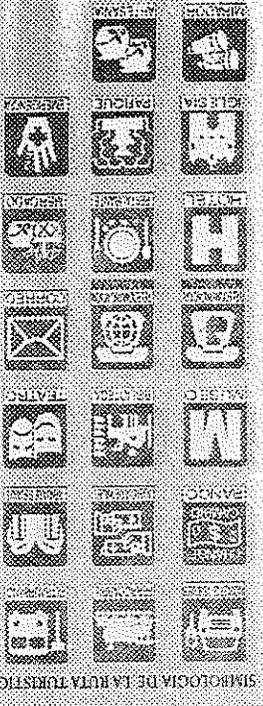
Encontrará edificaciones de gran importancia de los siglos XVIII, XIX y XX. Forman parte de la historia del país. Han sido testigos de acontecimientos políticos, sociales o culturales que han sido parte de la historia del país.

Una bella arquitectura por haber sido levantada en un momento de esplendor. Ya sea por ser un ejemplo de arquitectura o por haber sido levantada en un momento de esplendor.

Una historia que merece ser recordada. En la Ciudad de Guatemala, en la zona del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala, así como otras ruinas de importancia.

Al igual que la Ruta Turística, la Ruta Histórica requiere diversos tipos de señales que identifiquen los sitios de importancia.

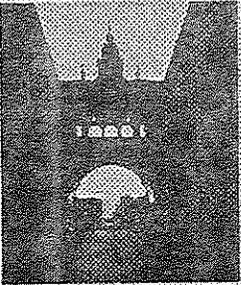
SIMBOLOGIA DE LA RUTA TURÍSTICA



Además, la franja que está en la parte inferior de cada señal (con un diseño especial para cada ruta) está pintado en el bordillo de las aceras por donde pasa cada ruta. Eso le indicará la dirección de la ruta de cada una de ellas.

RUTA TURÍSTICA

RUTA HISTÓRICA



A través de los recorridos encontrará los sitios que conforman cada ruta identificada con señales y su respectivo nombre y color.

SIMBOLOGIA DE LA RUTA TURÍSTICA

La Ruta Turística recomendará puntos del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Es un recorrido que incluye los sitios de importancia turística, así como los sitios que forman parte de la historia del país.

En la parte inferior de la señal se le presentará el nombre de los sitios de importancia turística, así como los sitios que forman parte de la historia del país.

La Ruta Turística recomendará puntos del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Es un recorrido que incluye los sitios de importancia turística, así como los sitios que forman parte de la historia del país.

INTERRUPCIÓN DE AYUDA

Horarios de atención al público en el centro histórico de la Ciudad de Guatemala

- MERCADOS**
Lunes a Domingo:
de 8:00 a 18:00 hrs.
- TIENDA DE REGALOS**
Lunes a Sábado:
de 9:00 a 18:00 hrs.
- RESTAURANTES**
Lunes a Domingo:
de 7:00 a 23:00 hrs.
- MUSEOS**
Lunes a Viernes:
de 9:00 a 16:00 hrs.
- BIBLIOTECAS**
Lunes a Viernes:
de 8:00 a 18:00 hrs.
- AGENCIAS DE VIAJE**
Lunes a Viernes:
de 9:00 a 17:00 hrs.
Sábado de 9:00 a 13:00 hrs.
- ALQUILER DE VEHICULOS**
Lunes a Viernes:
de 9:00 a 17:00 hrs.
Sábado 9:00 a 13:00 hrs.

SIMBOLOGIA DE LA RUTA HISTÓRICA

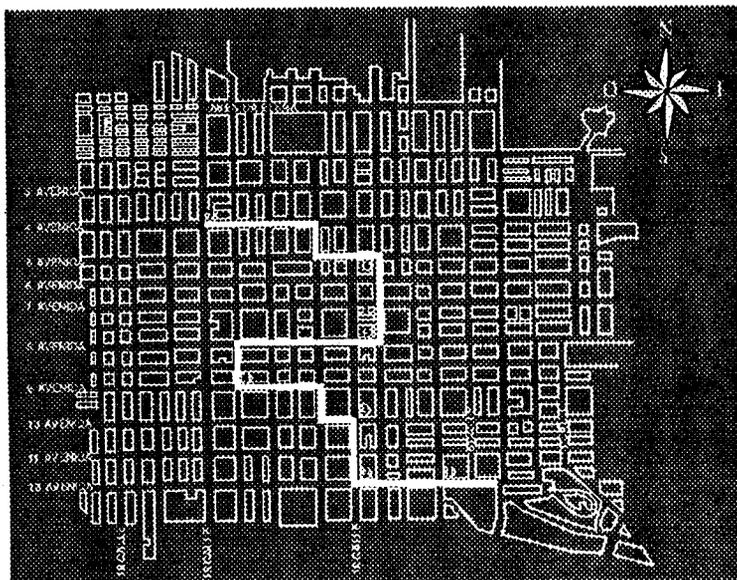
El Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala está comprendido dentro de la avenida Elera a la 12 avenida y de la 1ra a la 16 calle de la zona 1.

El Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala está comprendido dentro de la avenida Elera a la 12 avenida y de la 1ra a la 16 calle de la zona 1.

El Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala está comprendido dentro de la avenida Elera a la 12 avenida y de la 1ra a la 16 calle de la zona 1.

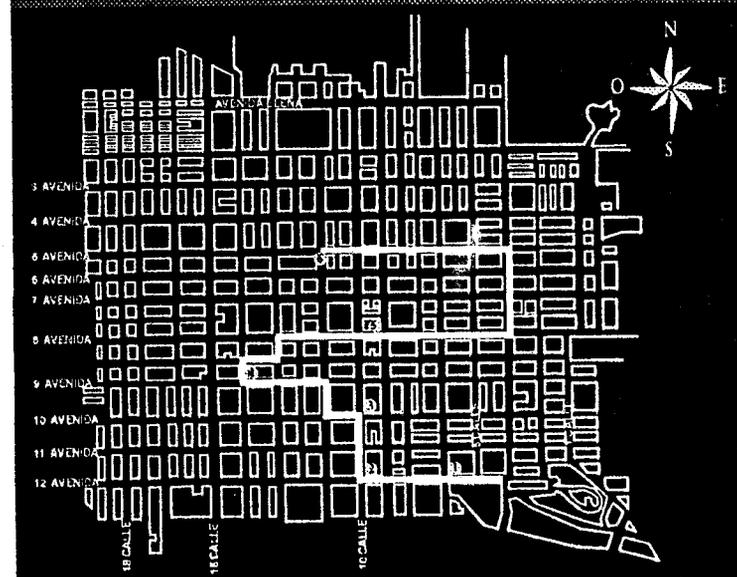
EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

BANCOS Lunes a Viernes: de 9:00 a 18:00 hrs. Sábado 10:00 a 13:00 hrs.	CORREOS Lunes a Viernes: de 8:00 a 17:00 hrs. * CIERRAN A MEDIODÍA.
Teléfonos de Emergencia:	
- BOMBEROS: 122	
- POLICIA NACIONAL: 123	
- FARMACIAS 24 Hrs.: 120	
- Sinai: 515276	
- San José: 25315	
- El Santuario: 82438	



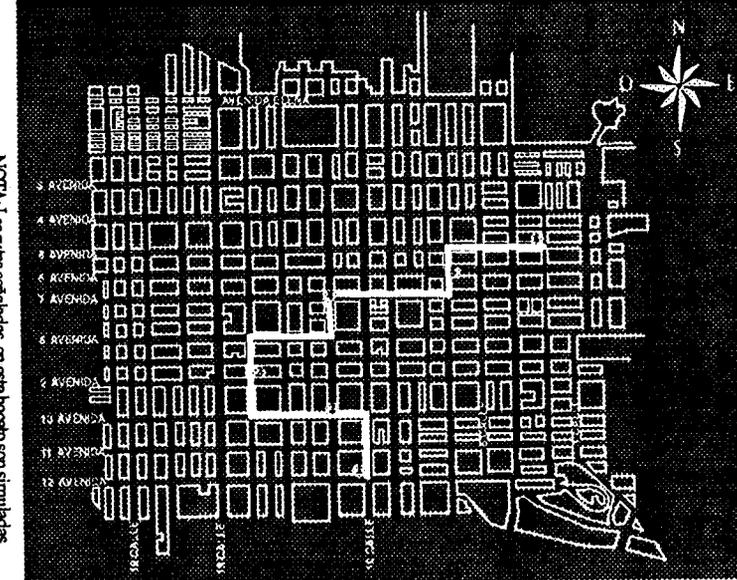
RUTA TURISTICA

1. ALQUILER DE VEHICULOS "EL QUETZAL"
2. TRANSPORTE EXTRAURBANO "A ZACAPA"
3. BANCO "CONTINENTAL"
4. "MUSEO NACIONAL DE HISTORIA"
5. "BIBLIOTECA NACIONAL"
6. "IGLESIA "LA MERCED"
7. TEATRO "ABRIL"
8. TELECOMUNICACION NACIONAL



RUTA HISTORICA

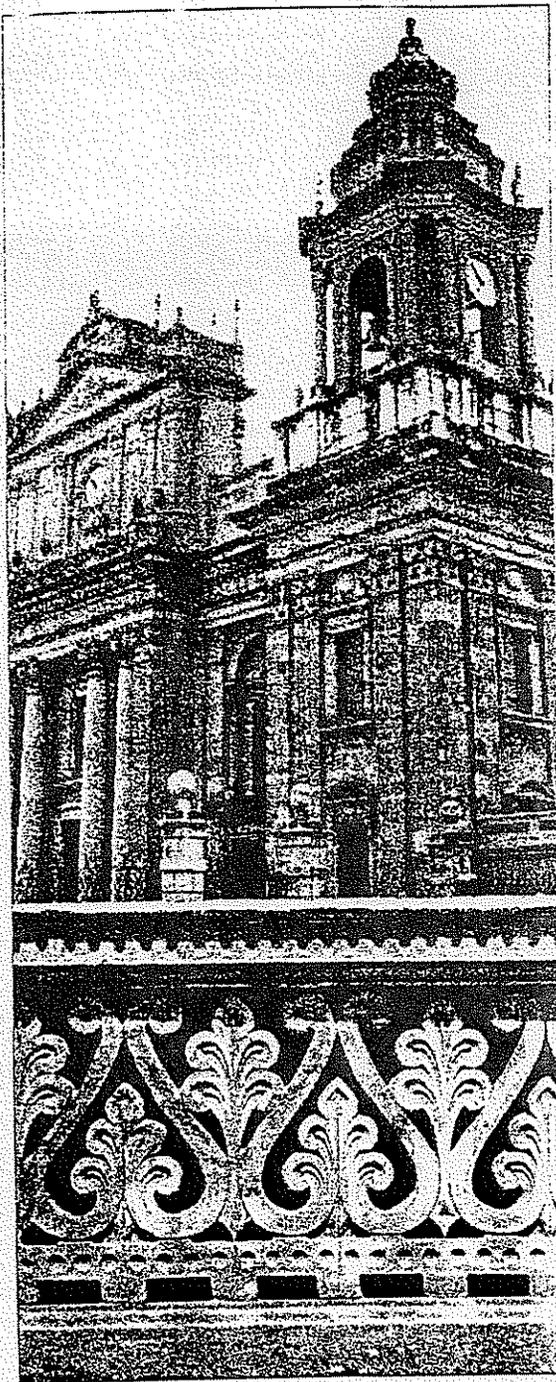
1. PASAJE RUBIO
2. PASAJE AICYUENA
3. PORTAL DEL COMERCIO
4. CATEDRAL METROPOLITANA
5. IGLESIA CANDELARIA
6. IGLESIA Y CONVENTO DE LA ERMITA DEL CARMEN Y AREA DEL CERRITO



SITIOS INSTITUCIONALES

1. CONGRESO NACIONAL
2. PALACIO NACIONAL
3. MINISTERIO DE SALUD PUBLICA
4. TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL
5. CORTE DE CONSTITUCIONALIDAD
6. DIRECCION GENERAL DE LA POLICIA

NOTA: Las rutas señaladas en este boocro son simuladas.



12.7 PRESUPUESTO

12.7.1 Señales que identifican las rutas turística e histórica (por unidad).

Material reflectivo y pintura	Q. 125.00
Estructura (lámina galvanizada, tubo proceso)	Q. 200.00
Mano de obra	Q. 50.00
Artes finales	Q. 300.00
Total por unidad	Q. 675.00

12.7.2 Señales que identifican los sitios que integra las rutas turística e histórica y los sitios institucionales (por unidad).

Material reflectivo y pintura	Q. 142.00
Estructura (lámina galvanizada, tubo proceso)	Q. 125.00
Mano de obra	Q. 50.00
Artes finales	Q. 200.00
Total por unidad	Q. 517.00

12.7.3 Señalización en las aceras

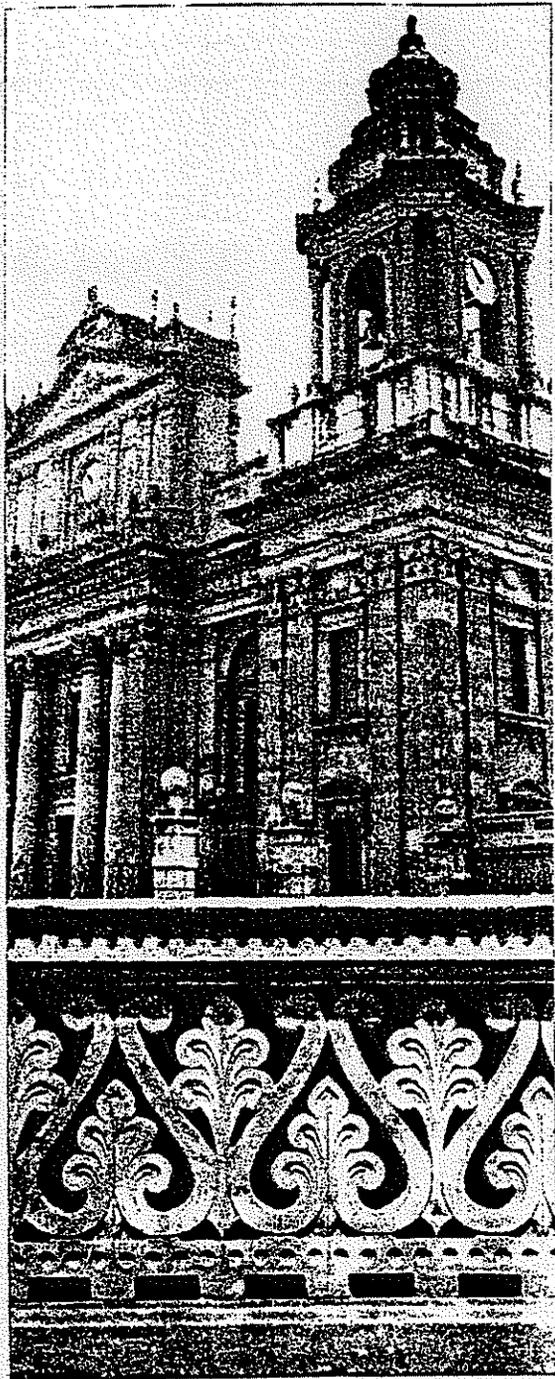
Rodillo de esponja dura	Q. 200.00
Esmalte para pisos	Q. 152.50 c/galón
Esfera de vidrio	Q. 6.70 c/libra
Mano de obra	(Municipalidad de Guatemala)

12.7.4 Desplegable a todo color

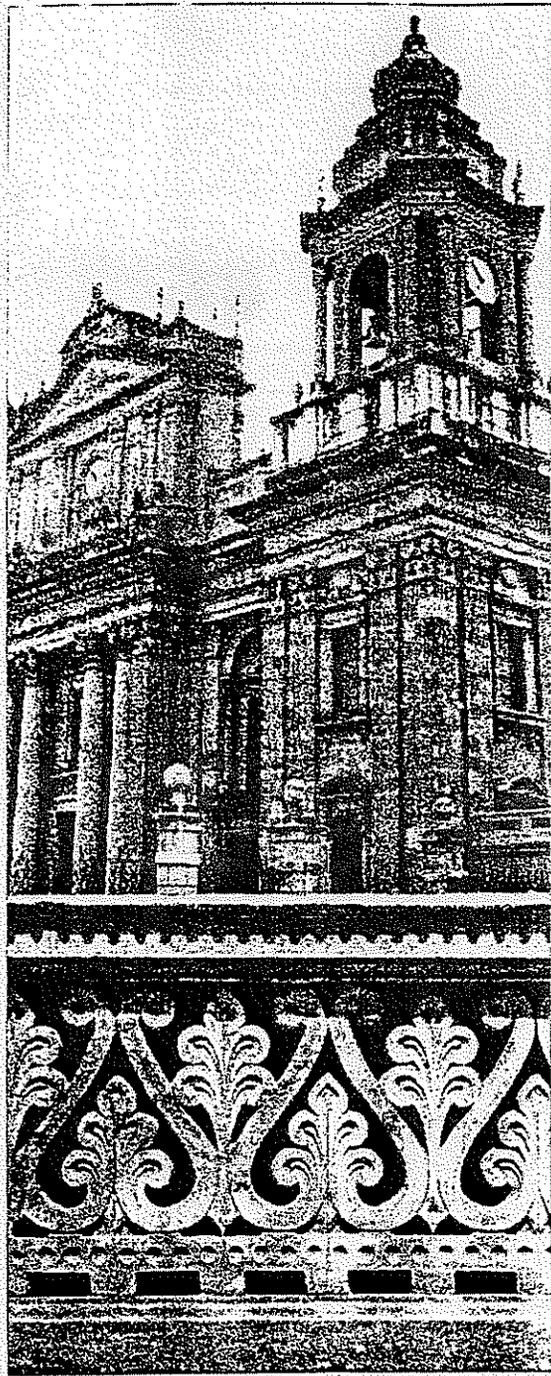
Artes	Q. 500.00
Separación de color (incluye color key)	Q. 3122.82
Impresión en papel Kimberly 90 grs. color marfil, tiro y retiro (30000 unidades) (incluye separación de color)	Q. 52200.00
Impresión en papel Kimberly 90 grs. color marfil, tiro y retiro (10000 unidades) (incluye separación de color)	Q. 21600.00
500 dispensadores (Q.7.00 c/u)	Q. 3500.00

12.7.5 Desplegable a un solo color

Artes	Q. 500.00
Impresión en papel Bond 80 grs. tiro y retiro (30000 unidades)	Q. 11400.00
Impresión en papel Bond 80 grs. (10000 unidades)	Q. 4650.00



13. CONCLUSIONES



13 CONCLUSIONES

13.1 El centro histórico es un área que posee altas potencialidades por su valor histórico y por los servicios que ofrece, lo cual no ha sido aprovechado y explotado.

13.2 Diversas causas han favorecido la demolición y el abandono de construcciones históricas, que refleja, por una parte una baja estima del valor histórico, cultural, turístico y artístico que posee el centro histórico de la Ciudad de Guatemala; y, por otra parte, la falta de un mayor ejercicio de la autoridad por parte de las entidades responsables.

13.3 Para lograr la protección y el rescate del centro histórico de la Ciudad de Guatemala es necesaria la colaboración y participación de toda la población guatemalteca, según sus posibilidades y habilidades (mano de obra, asesoría, donaciones, etc.).

13.4 La señalización que existe en el centro histórico de la Ciudad de Guatemala es escasa e insuficiente.

13.5 La Ley de Rótulos y Anuncios en carreteras y vías públicas urbanas, otorga privilegios excesivos a la propiedad privada, comercio y libre empres, lo que ha traído como consecuencia que estos se sientan protegidos y abusen de esos privilegios, causando así un gran daño al centro histórico.

13.6 Por ser tan bajas las multas que prescribe la ley, la mayoría de los comerciantes opta por pagarlas que cumplir con aquella.

13.7 El color es un elemento importante para unificar cada tipo de señalización propuesto en el presente trabajo.

13.8 Con base en las encuestas aplicadas, pareciera que existe una fijación del color vinculada al nacionalismo, a las riquezas que posee el país y al estado físico de las cosas.

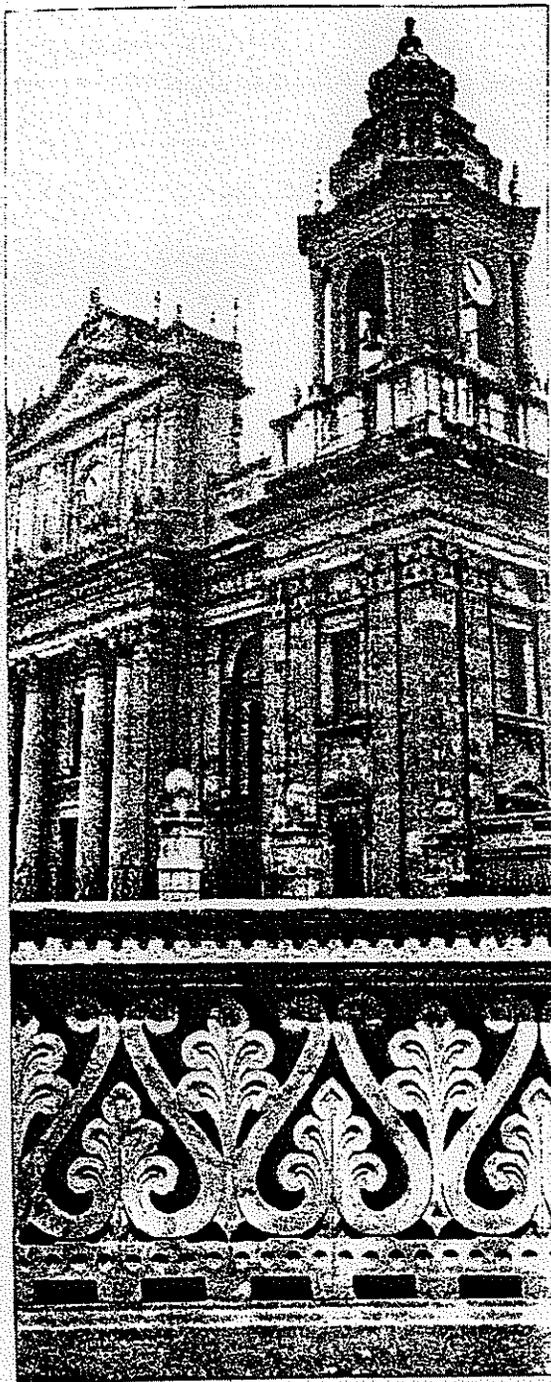
13.9 El sistema de señalización propuesto es aplicable y funcional, ya que las figuras utilizadas se basan en construcciones y elementos que guardan relación con el centro histórico de la Ciudad de Guatemala.

13.10 Las dimensiones sugeridas para las señales son las más apropiadas porque permiten la visibilidad a una distancia prudente.

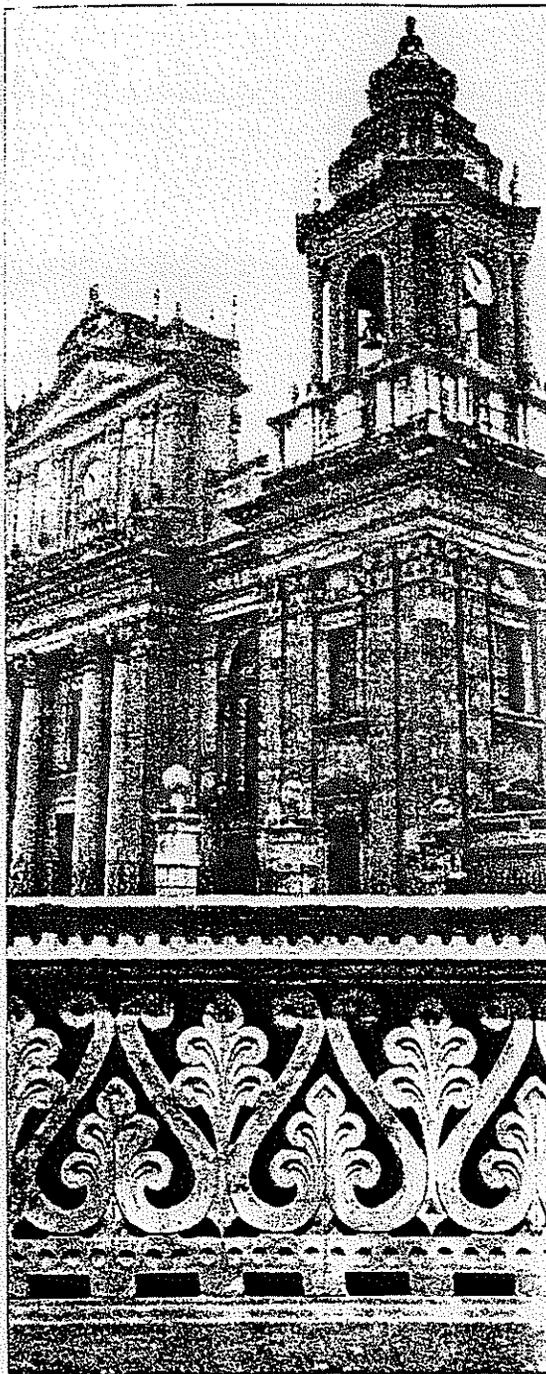
13.11 El material sugerido para la fabricación de las señales es el más adecuado, por ser resistente a las condiciones del ambiente, por contar con una garantía de 10 años de vida y por ser visible de noche.

13.12 El folleto recomendado es el más adecuado por poderse incluir en él información de las rutas turística e histórica y de los sitios institucionales, evitando así la incomodidad de consultar tres folletos separadamente.

13.13 El tamaño del desplegable es práctico y funcional por ser fácil e maniobrar



14. RECOMENDACIONES



14. RECOMENDACIONES

14.1 Que las entidades responsables detengan a las personas que, en el centro histórico de la Ciudad de Guatemala, demuelen o ajustan a los estilos de la moda actual construcciones de gran valor artístico e histórico para Guatemala.

14.2 Que se disminuya la cantidad y el tamaño de los rótulos publicitarios que hay en el centro histórico, ya que no permiten admirar las construcciones tan bellas que existen.

14.3 Que todas las edificaciones del centro histórico se pinten de colores adecuados para que el centro, poco a poco, vaya recuperando su identidad.

14.4 Que cada sector del país participe y colabore con el proyecto, poniendo como único interés el rescate y la protección del centro histórico de la Ciudad de Guatemala.

14.5 Que se dé revisión y mantenimiento periódico al sistema de señalización que este proyecto propone.

14.6 Que las aceras por donde pasan las rutas estén libres de obstáculos, para que se vea claramente la señalización que se colocará en ellas.

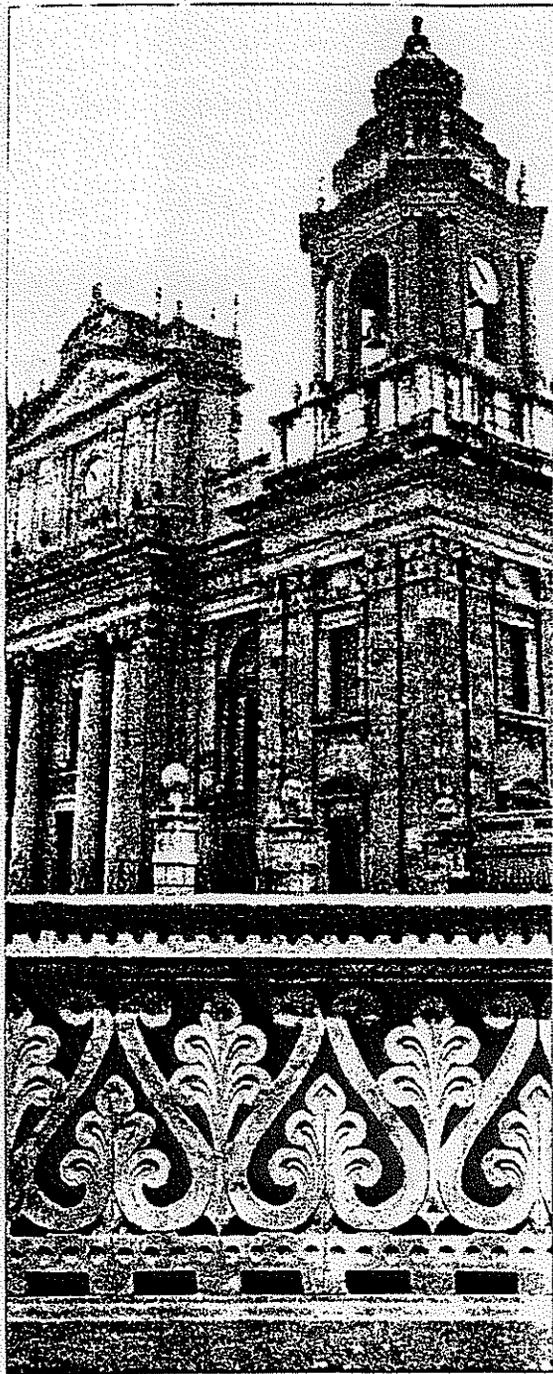
14.7 Que el desplegable sea impreso en los idiomas sugeridos.

14.8 Es necesario reformar la Ley de Rótulos y Anuncios en carretera y vías públicas urbanas.

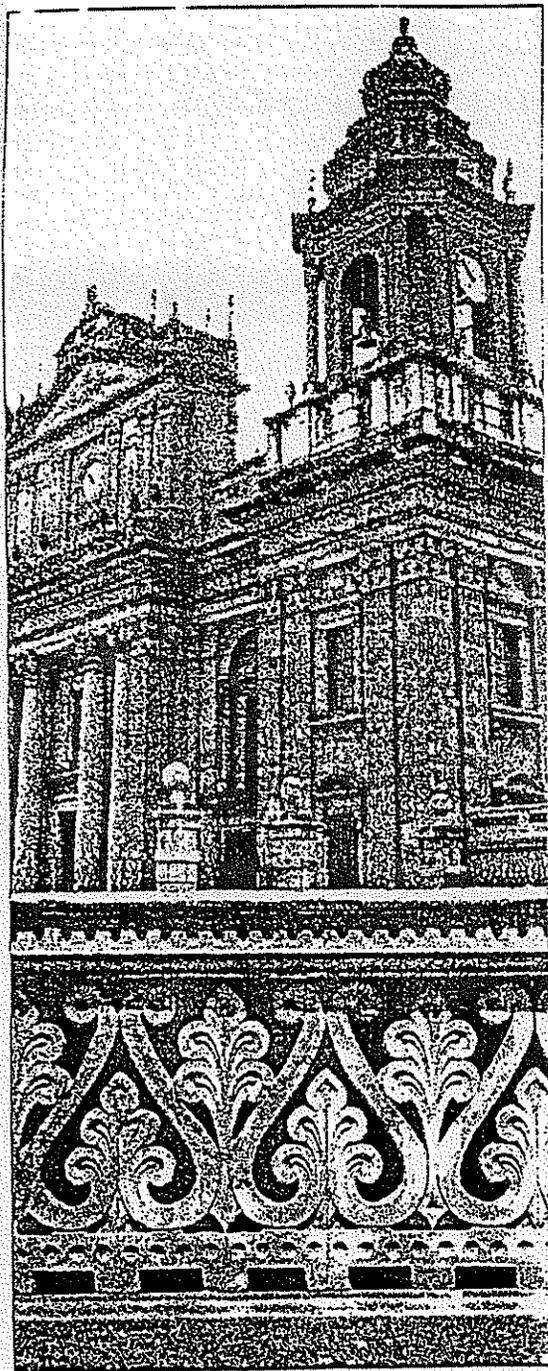
14.9 Que se respete la sugerencia de utilizar como material gráfico de apoyo un desplegable para que la idea global se mantenga.

14.10 Que al momento de querer incluir información sobre patrocinadores sea utilizado espacio en el retiro del folleto.

14.11 Que el desplegable sea impreso en el formato y dimensiones sugeridas por ser práctico y funcional.



15. BIBLIOGRAFIA



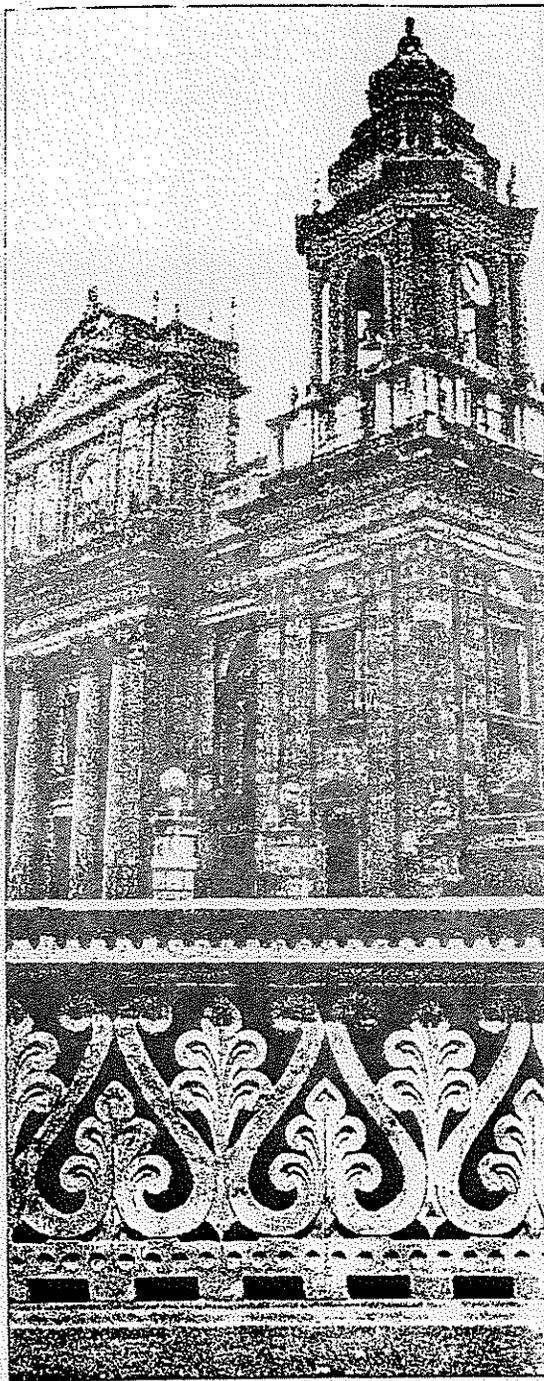
15. BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- Albizúrez Palma, David Francisco. *Manual de comunicación lingüística*. Ediciones Superación. Guatemala: 1993_142pp.
- Furones, Miguel A. *El mundo de la publicidad*. Salvat Editores, S.A. España: 1980_64pp.
- Gellert, Gisela; Pinto Soria, Julio César. *Ciudad de Guatemala. Dos estudios sobre su evolución urbana (1524-1950)*. Ediciones CEUR (USAC).
- Greimas, J.A; Courtés, J. *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: 1982_377pp.
- Guiraud Pierre. *La semiología*. Siglo Veintiuno Argentina editores S.A. Argentina: 1972_133pp.
- Lazotti Fontana, Lucía. *Comunicación visual y escuela*. Ediciones Gili. México: 1983.
- Swann, Alan. *El color en el diseño gráfico*. Principios y uso efectivo del color. Ediciones G. Gill, S.A. de C.V. Barcelona: 1993_144pp.

DOCUMENTOS

- Chang Meneses, José Francisco. *Desarrollando un brief*. 1994
- *Desplegable de la señalización en Argentina.*
- *Desplegable de la señalización en Inglaterra.*
- *Desplegable de la señalización en México.*
- *Diverso material gráfico de Guatemala y otros países (desplegables, trifoliales, bifoliales, etc.)*
- Masaya, Fernando. *Diseño de las rutas turística e histórica a través del centro histórico de la Ciudad de Guatemala*. Enero 1994.
- Masaya, Fernando. *Estudio de señalización y de ordenamiento de rótulos del centro histórico de la Ciudad de Guatemala*. Enero 1994.
- Masaya, Fernando. *La renovación urbana del centro de la Ciudad de Guatemala*. Guatemala. Noviembre 1990.
- *Tarjetones de señalización de Guatemala*



DICCIONARIOS

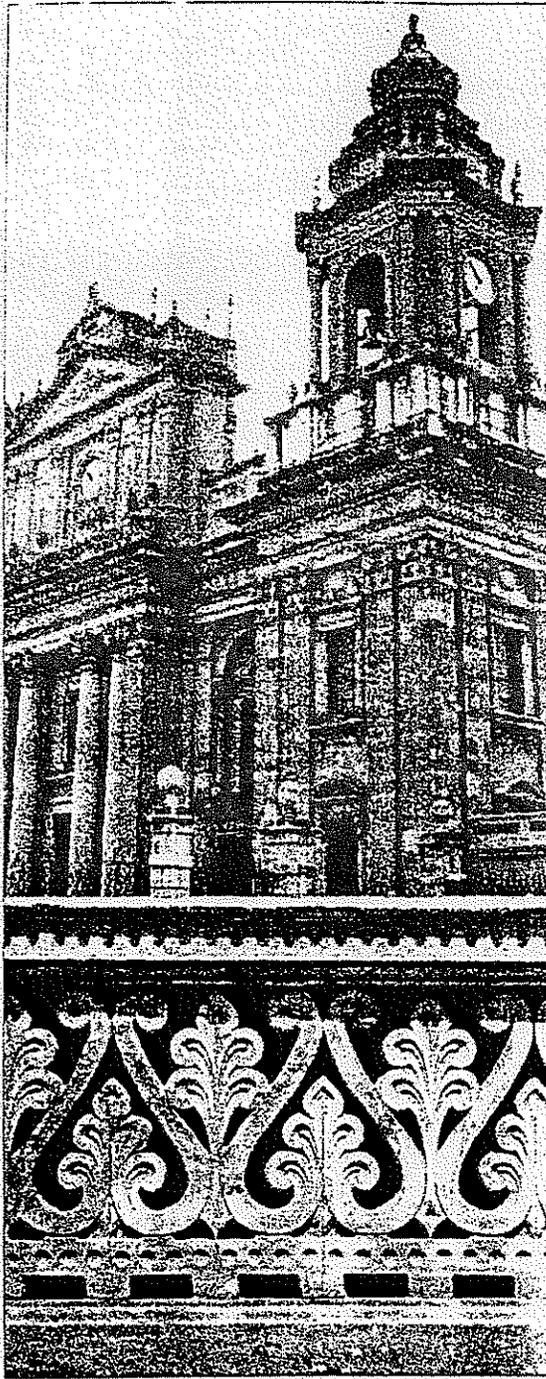
- *Diccionario enciclopédico básico*. Editorial Alfredo Ortells. Tomo I. España: 1977.
- Doezis, Michel. *Diccionario de sinónimos, antónimos y parónimos*. Editorial LIBSA. Madrid: 1990_531pp.
- Ducrot, Oswald y Todorov, Tzevetan. *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. Argentina: Siglo XX.
- Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*. Edit. Espasa Calpe,S.A. Tomos I y II. Madrid: 1992.

LEYES

- *Ley de Rótulos y Anuncios en carreteras y vías públicas urbanas*.
- *Reglamento de señales, rótulos y anuncios para el municipio de Guatemala*.
- *Acuerdo de la Corporación Municipal, el que se refiere a la creación del Departamento del centro histórico de la Ciudad de Guatemala, como dependencia de la unidad de planificación urbana*.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

GLOSARIO



CIFA: Centro de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Círculo cromático: Es aquel que básicamente se compone de los colores obtenidos por la descomposición de la luz, o sea, los colores del arcoiris: rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul y violeta.

Contraste: Diferencia notoria u oposición que existe entre personas u objetos.

En pureza: Claramente, sin rodeos.

Instituciones de gobierno: Son edificios en donde se realizan gestiones de carácter público relacionadas con entidades que representan al Estado guatemalteco.

Intercolumnio: Espacio entre dos columnas.

Modelo gráfico: Solución gráfica final.

Monumentos históricos: Son las obras que se han conservado a lo largo del tiempo, debido a su uso continuo, sin perder su identidad arquitectónica; su antigüedad es testimonio, un resultado histórico social, expresado en espacios que han servido y sirven como escenario de las relaciones que generan una identidad. (Rodríguez y Massolo, México 1988)

Mudéjar: Dícese del estilo arquitectónico que floreció en España desde el siglo XIII hasta el siglo XVI, caracterizado por la conservación de elementos del arte cristiano y el empleo de la ornamentación árabe.

Proyecto RENACENTRO: Proyecto para el Renacimiento del centro de la Ciudad de Guatemala.

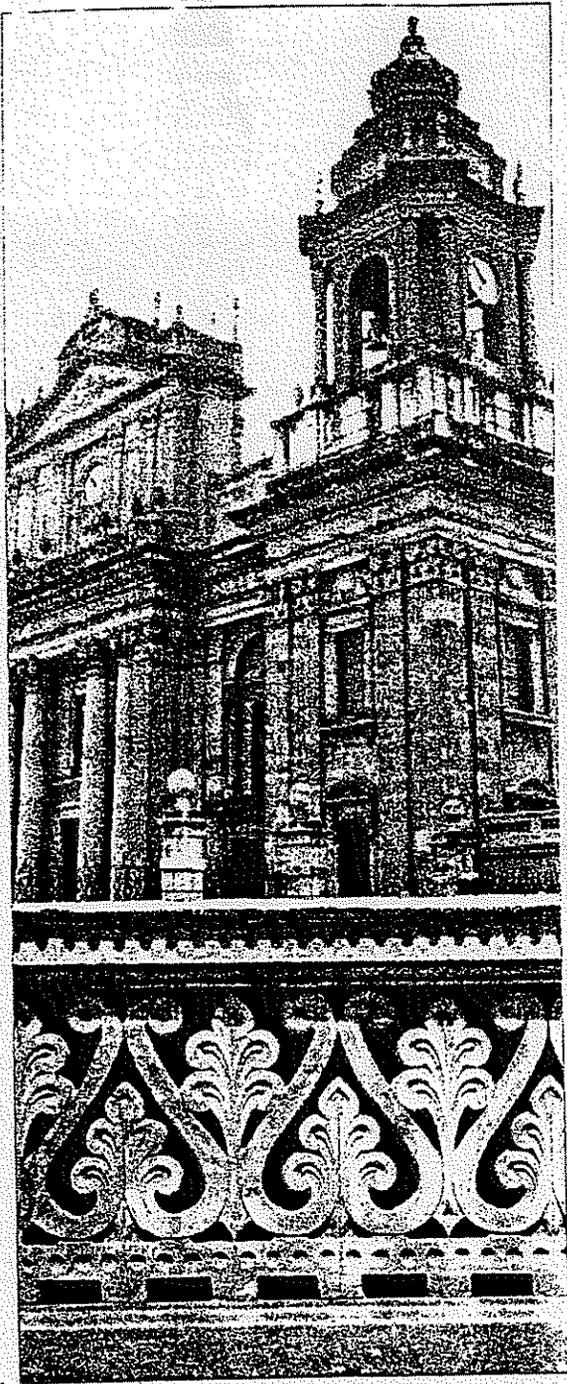
Rótulos: Comprenden todo tipo de dispositivo que, con base en elementos gráficos, sirva a la identificación de los comercios o almacenes del área urbana, o a la promoción o publicidad de servicios o productos de consumo.

Señales: Comprenden todo tipo de dispositivo que, con base en elementos gráficos ofrezcan al usuario del área urbana, sin fines comerciales, información que le sea útil para orientarse y movilizarse dentro de la misma.

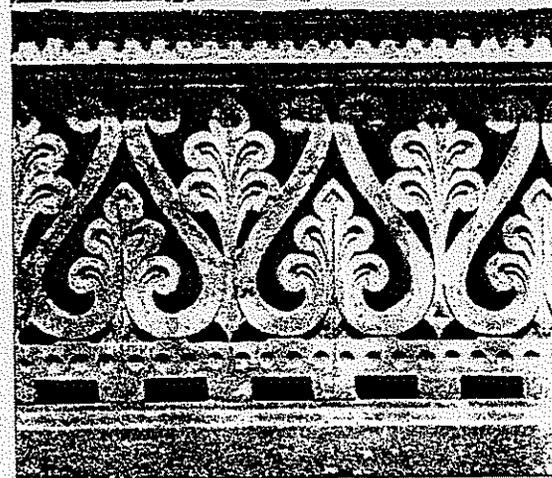
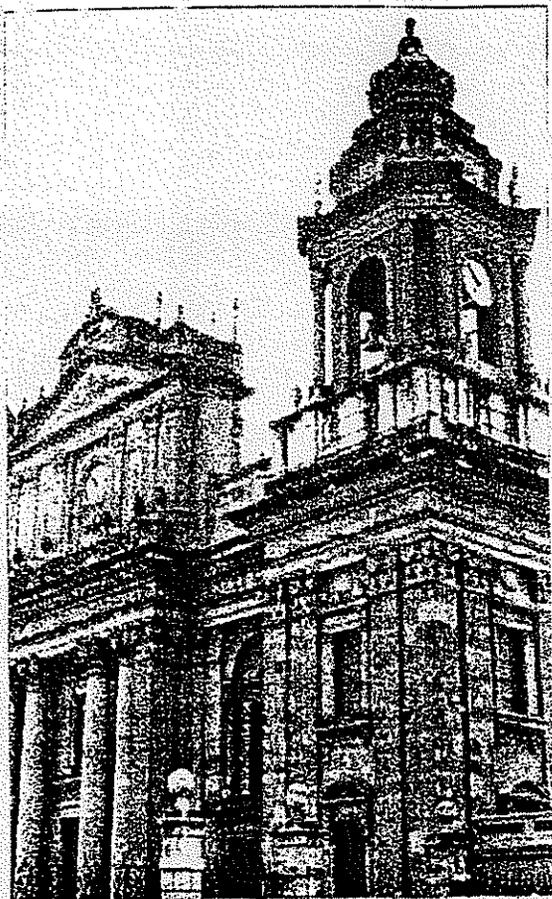
Sitios históricos: Lugares significativos donde sucedieron acontecimientos trascendentes para el país.

Sitios turísticos: Puntos, edificios, conjuntos de edificios, plazas, parques y lugares en donde se realizan actividades comerciales, tradicionales y culturales que se constituyen en puntos de interés para los visitantes nacionales y extranjeros.

Vano: Parte del muro en que no hay apoyo para el techo o bóveda; como son los huecos de ventanas o puertas y los intercolumnios.

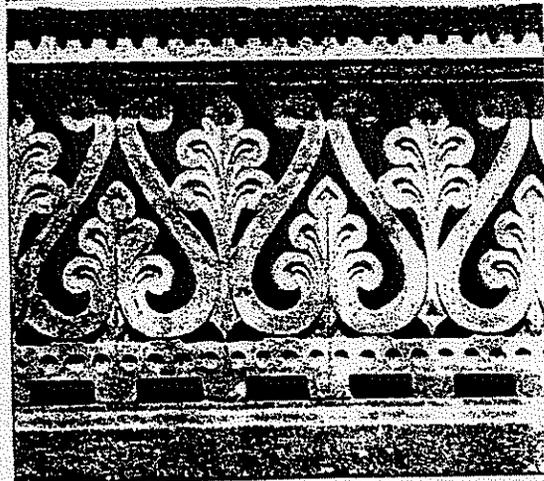
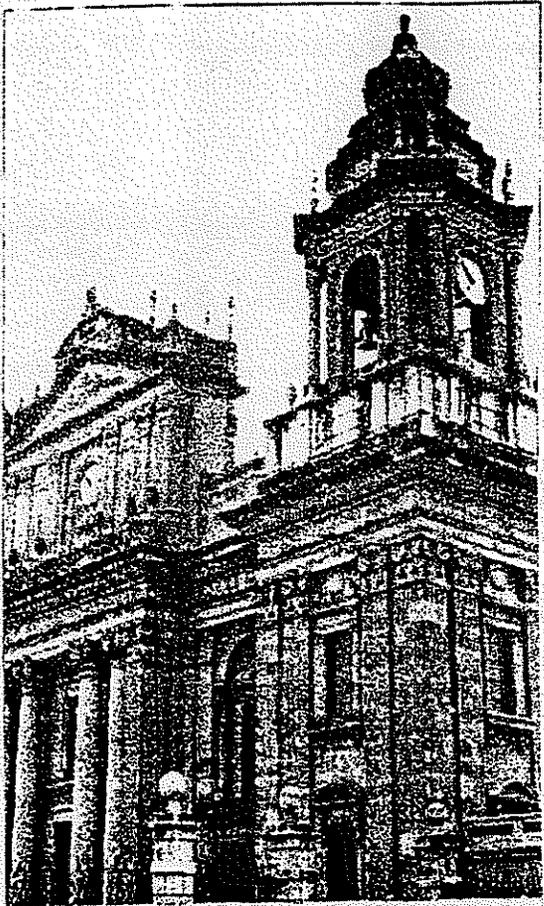


ANEXOS



ENCUESTAS REALIZADAS

Universo: 300 personas
Sexo: masculino y femenino
Edad: mayores de 8 años
Nacionalidad: guatemaltecos y
extranjeros



ENCUESTA INSTITUCIONAL

Edad _____

Sexo _____

Profesión _____

Escolaridad _____

Nacionalidad _____

Lugar de nacimiento _____

Instituciones:

Son edificios en donde se realizan gestiones de carácter público relacionadas con entidades que representan al Estado guatemalteco.

1. Nombre dos colores con los que usted identificaría las instituciones de gobierno:

_____ y _____

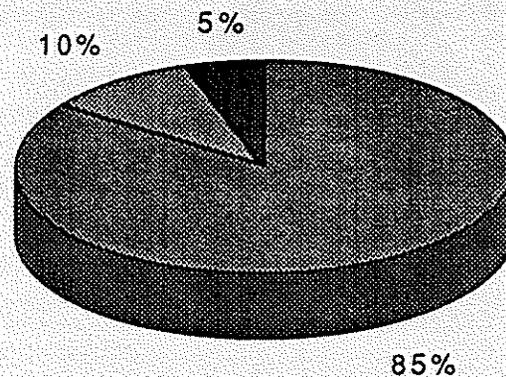
2. ¿Utilizaría esos colores en rótulos de instituciones de gobierno?

SÍ _____

NO _____

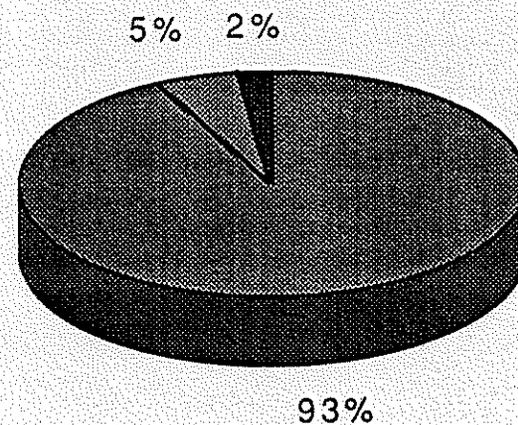
1. Nombre dos colores con los que usted identificaría las instituciones de gobierno

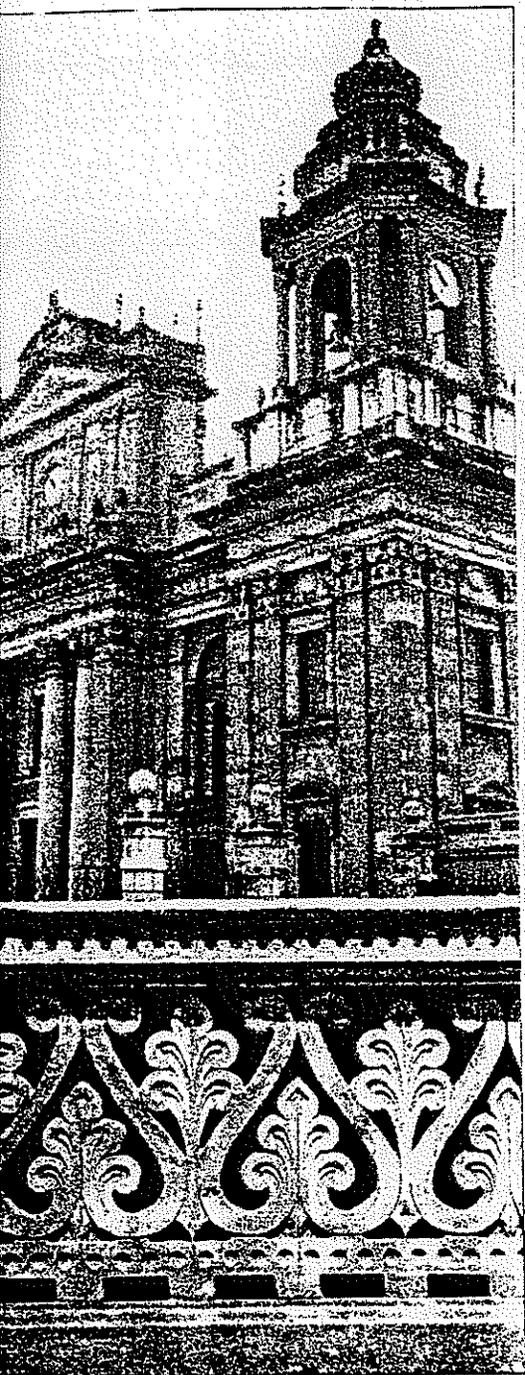
85%: azul y blanco
10%: verde y blanco
5%: otros



2. ¿Utilizaría esos colores en rótulos de instituciones de gobierno?

93%: Sí.
5%: No.
2%: No respondió.





ENCUESTA HISTORICA

Edad _____

Sexo _____

Profesión _____

Escolaridad _____

Nacionalidad _____

Lugar de nacimiento _____

Sitios históricos:

Son lugares significativos donde sucedieron acontecimientos trascendentes para el país.

1. Indique tres colores que le den la sensación de que algo es antiguo:

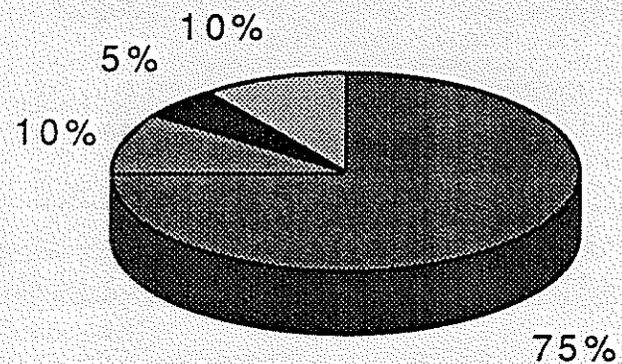
2. ¿Utilizaría esos colores en rótulos en lugares históricos?

SÍ _____

NO _____

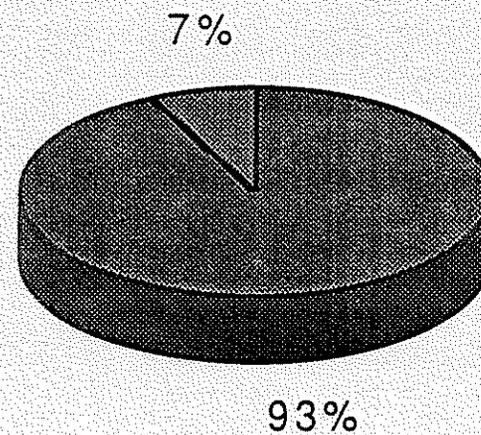
1. Indique dos colores que le den la sensación de que algo es antiguo.

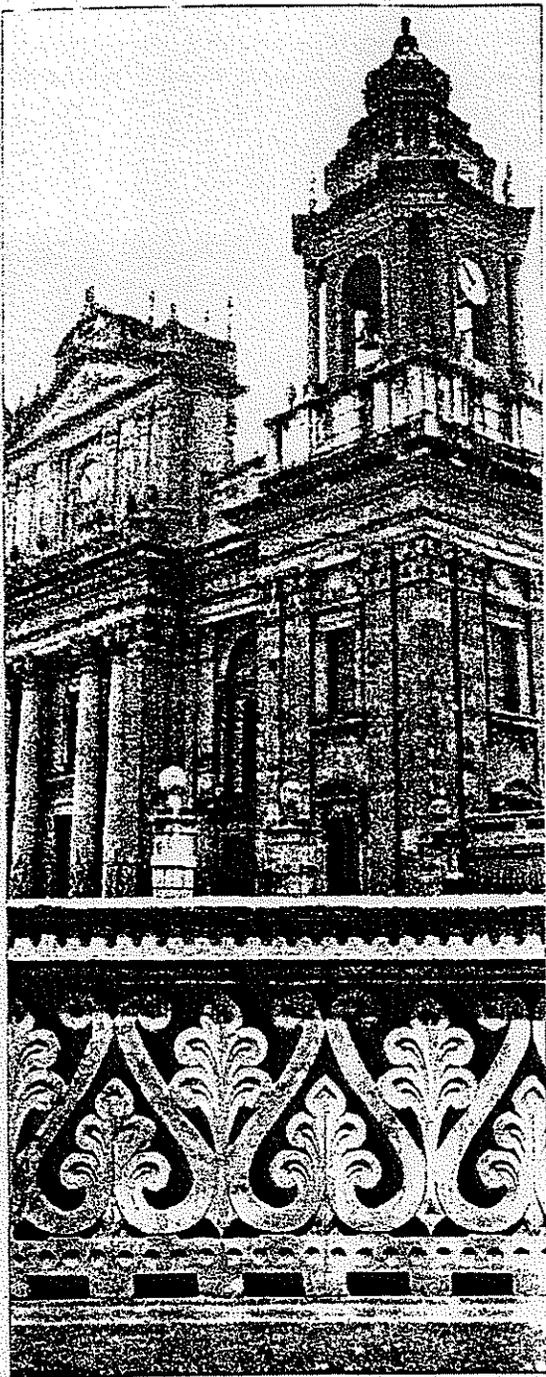
75%: Café, corinto
10%: Blanco hueso, amarillo
5%: Verde musgo, gris
10%: Otros.



2. ¿Utilizaría esos colores para rótulos en lugares históricos?

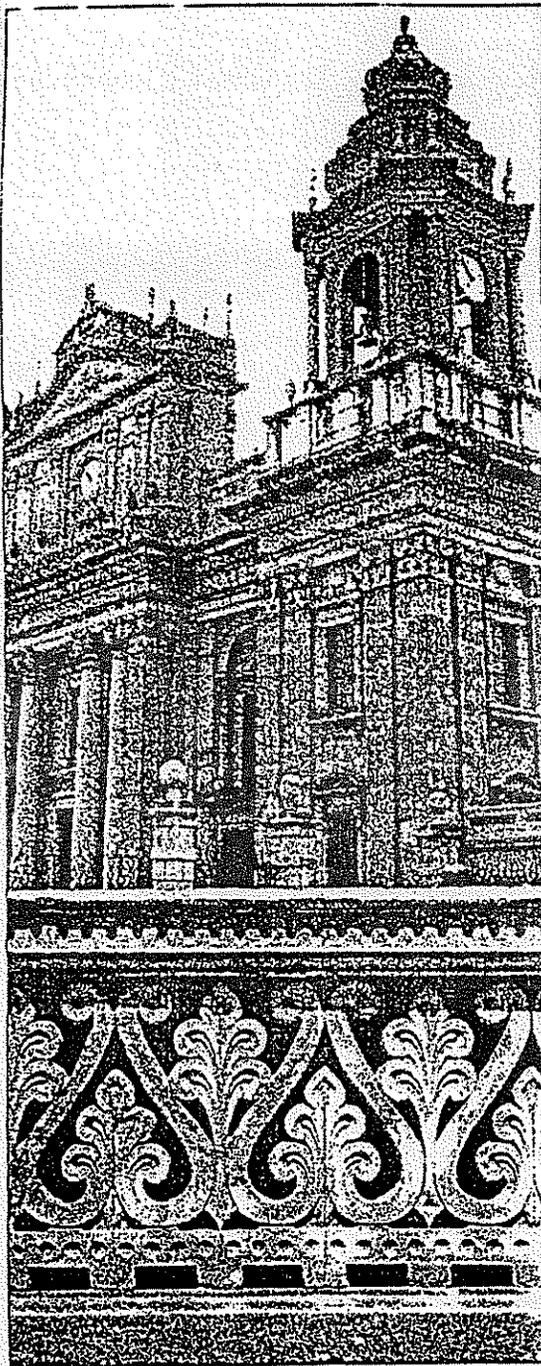
93%: Sí.
7%: No.





ENCUESTA TURISTICA

LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



Edad _____

Sexo _____

Profesión _____

Escolaridad _____

Nacionalidad _____

Lugar de nacimiento _____

Sitios turísticos:

Puntos, edificios, conjuntos de edificios, plazas, parques y lugares en donde se realizan actividades comerciales, tradicionales y culturales que se constituyen en puntos de interés de visitantes nacionales y extranjeros.

1. Además del blanco y el azul, ¿con qué otros colores identificaría Guatemala?

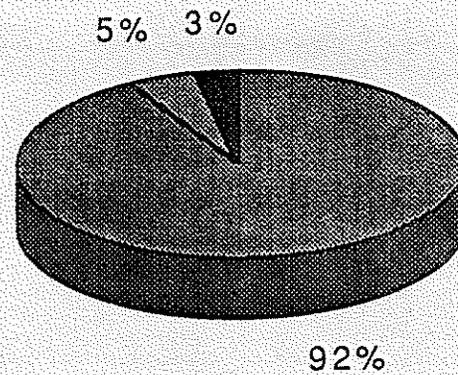
_____ y _____

2. ¿Utilizaría esos colores en rótulos de sitios turísticos?

SÍ _____ NO _____

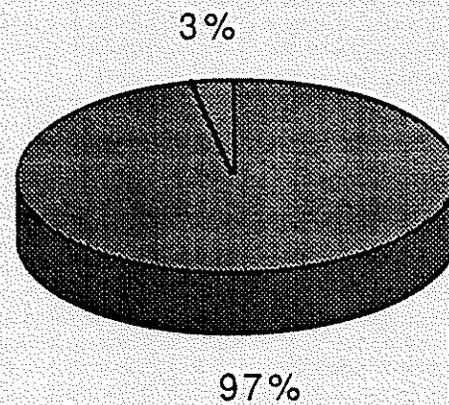
1. Además del blanco y el azul, ¿con qué otros colores identificaría Guatemala?

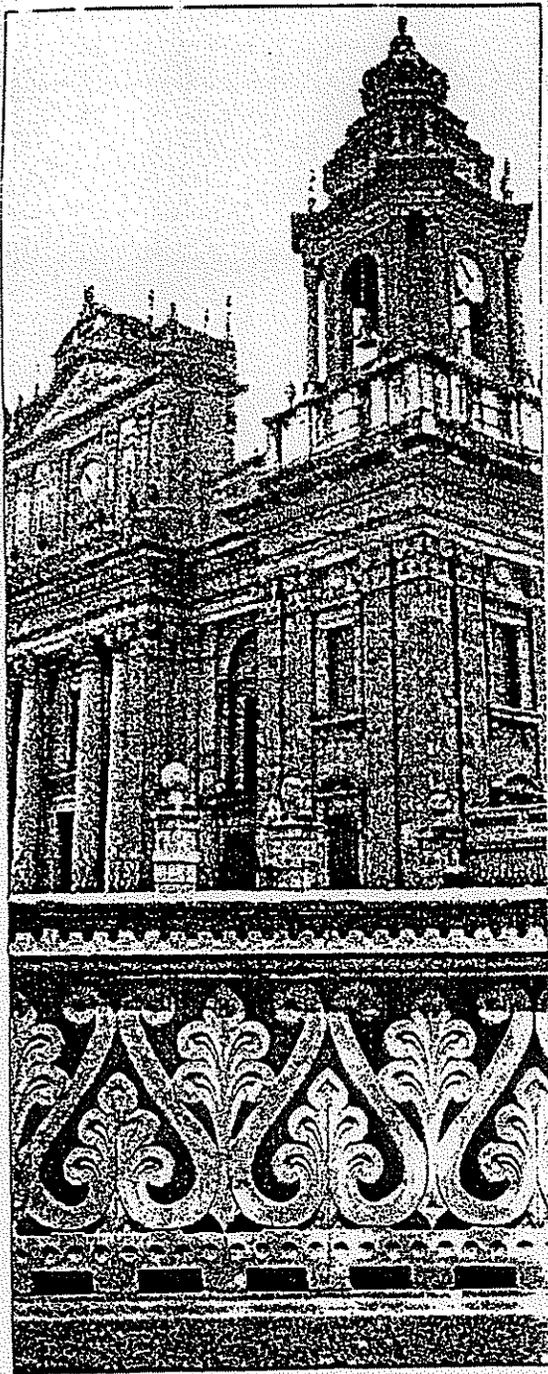
92%: Verde
5%: Morado.
3%: Otros



2. ¿Utilizaría esos colores en rótulos de sitios turísticos?

97%: Sí.
3%: No.

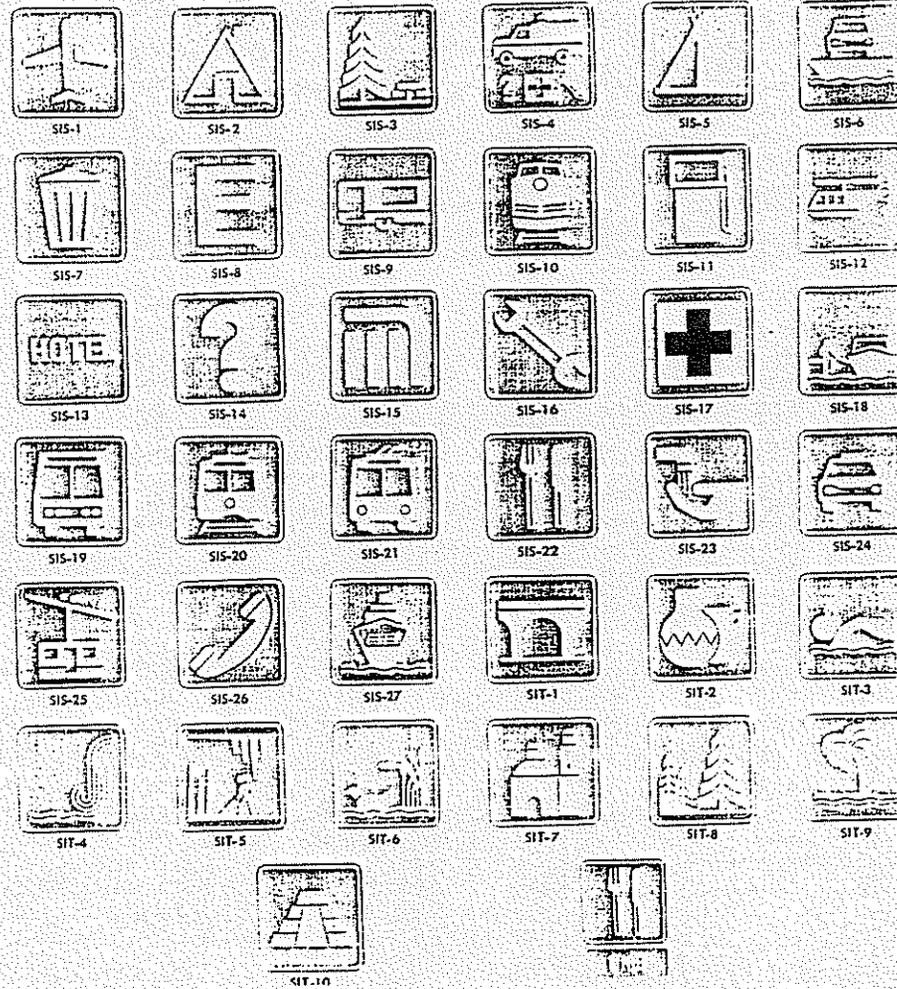




MÉXICO

SEÑALES INFORMATIVAS

DE SERVICIO Y TURISTICAS



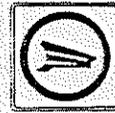
SEÑALES RESTRICTIVAS



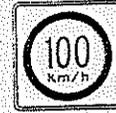
SR-6



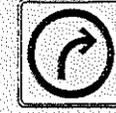
SR-7



SR-8



SR-9



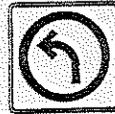
SR-10



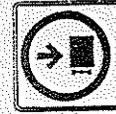
SR-11



SR-11A



SR-12



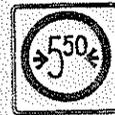
SR-13



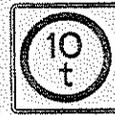
SR-14



SR-15



SR-16



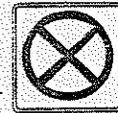
SR-17



SR-18



SR-19



SR-20



SR-21



SR-22



SR-23



SR-24



SR-25



SR-26



SR-27



SR-28



SR-29



SR-30



SR-31



SR-32



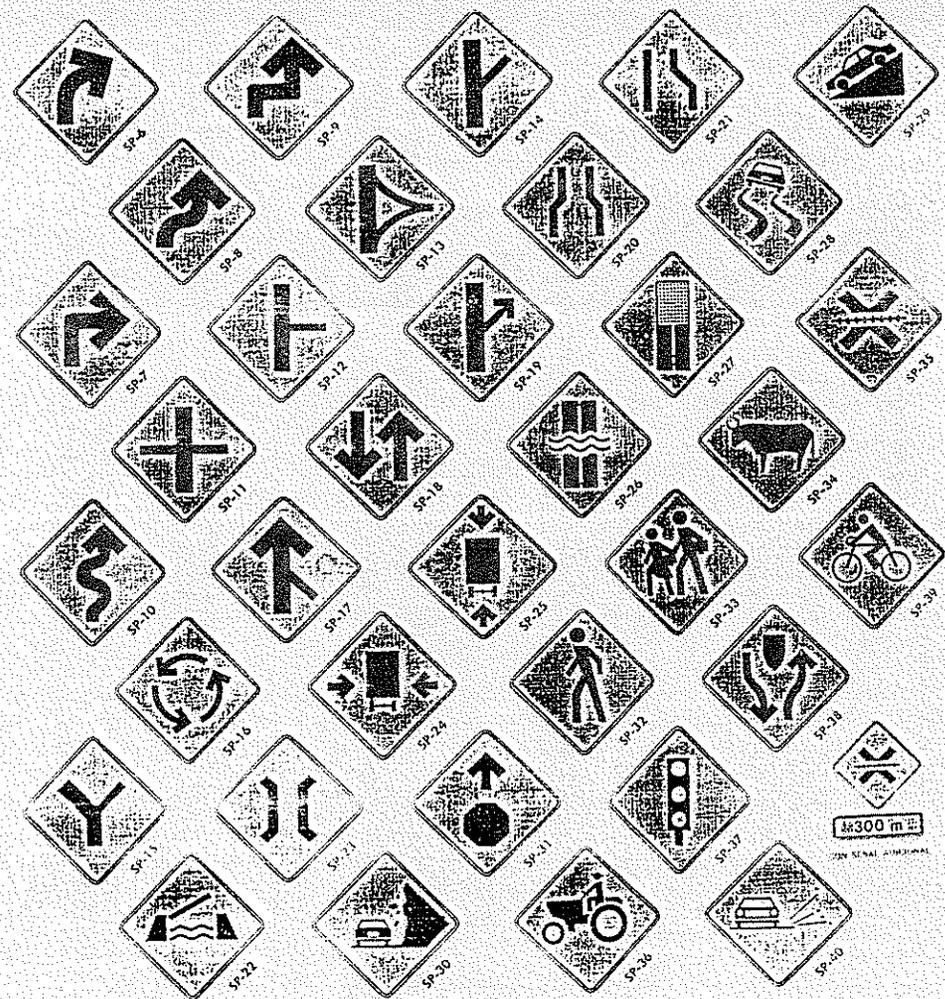
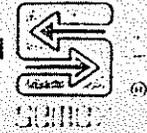
SR-33



SR-33

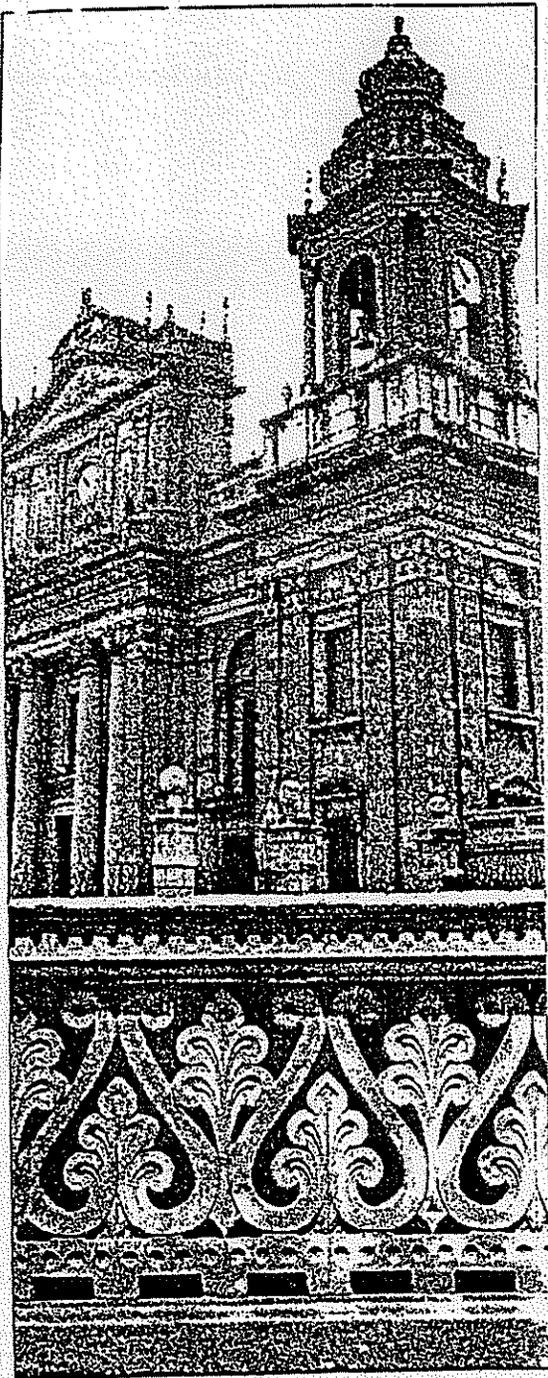
SEMEX

SEÑALES PREVENTIVAS



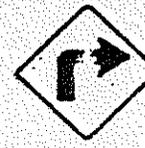
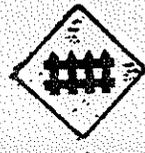
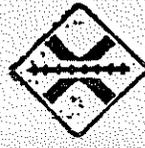
300 m

SEÑAL ADICIONAL



ARGENTINA

SEÑALES DE PREVENCIÓN



PASO A NIVEL FERROVIARIO
 a—b con o sin barreras, c sin barreras, d con barreras

Curva muy peligrosa

Curva pronunciada



Curva



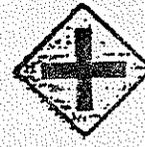
Camino sinuoso



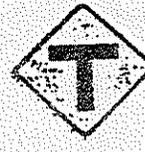
Curva y contracurva



Curva y contracurva menor



Cruce de caminos



Bifurcación en T



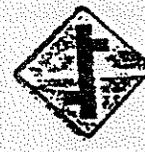
Bifurcación en Y



Camino lateral



Camino lateral



Empalmes contrarios sucesivos



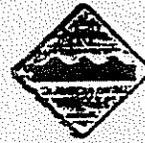
Rotonda



Incorporación de tránsito



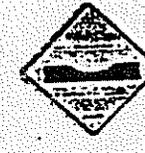
Proximidad de semáforo



Irregularidad continua (Serrucho)



Elevación transversal (Lomo de burro)



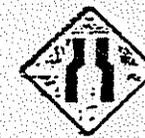
Depresión transversal (Baden)



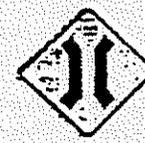
Pendiente peligrosa (Bajada)



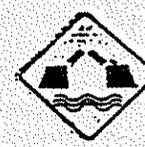
Pendiente peligrosa (Subida)



Calzada estrecha



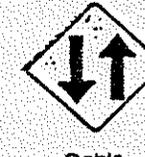
Puente angosto



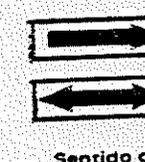
Puente móvil



Obras



Doble circulación próxima



Sentido de circulación
 a) único b) doble

SEÑALES DE REGLAMENTACION



Detención obligatoria



a
a - b Contramano



Prohibido girar a la izquierda



Prohibido girar en U



Prohibido estacionar o detenerse



Prohibido estacionar



Estacionamiento limitado



Permitido estacionar



Prohibido circular camiones



Prohibido circular automotores



Prohibido circular bicicletas



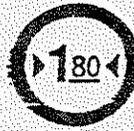
Prohibido adelantar



Carga máxima permitida



Altura máxima permitida



Ancho máximo permitido



Velocidad máxima permitida



Prohibido tocar bocina



Conserve su derecha



Doble circulación



a
a - b - c Circulación obligatoria (Sentido del tránsito)



b



c

LEY DE ROTULOS Y ANUNCIOS EN CARRETERAS
Y VIAS PUBLICAS URBANAS

DECRETO NUMERO 11-74

El Congreso de la República de Guatemala,

CONSIDERANDO:

Que el régimen tributario de Guatemala se caracteriza por una proliferación diversa de tributos que como género, derivan una serie de cargas variada índole que por su complejidad, se prestan a confusiones injustas, pero resulta claro el sentido y la forma de establecer los impuestos, así como las tasas y los arbitrios, no sólo conforme a las leyes vigentes, sino a la doctrina moderna en esa materia;

CONSIDERANDO:

Que en el caso de los rótulos y anuncios, por una parte se dictó un reglamento para la colocación de los mismos en las carreteras y vías públicas, por el Presidente de la República, con fecha 20 de mayo de 1959, estableciendo un arbitrio para el cobro de los rótulos y anuncios, y por otra parte, la Municipalidad de Guatemala, para esta sola ciudad, emitió un reglamento con fecha 16 de agosto de 1972, creando una tasa por cada rótulo o anuncio y regulando en forma confusa y contradictoria la materia, así como contradiciendo el anterior, que es de efectos generales y encuentra vigente;

CONSIDERANDO:

Que se hace necesario emitir una ley que dicte las normas básicas que debe regular lo relativo a los rótulos y anuncios con carácter general, tanto para carreteras como para las vías, públicas urbanas, estableciendo un régimen de impuestos y disponiendo lo conveniente para tales casos, en beneficio de las municipalidades de la República que puedan ser beneficiadas con tales ingresos y con instrumentos básicos para el ornato de cada ciudad;

CONSIDERANDO:

Que la autonomía comprende la facultad de disponer de sus recursos, el cumplimiento de sus fines propios y la atención administrativa de los servicios públicos locales, pero a la vez, ésta es de carácter técnico y propenderá al fortalecimiento económico, y para el caso de su régimen económico se prevé que su hacienda la constituye el producto de los impuestos que decreta el Congreso de la República directamente en favor de los municipios, y no obstante lo anterior el municipio debe fortalecerse con recursos de cualquier índole, pero a la vez, deben mantenerse incólumes los principios de la libre empresa, el derecho al trabajo y el respeto a la propiedad privada.

POR TANTO,

En cumplimiento de las atribuciones que le asigna el inciso 3º del artículo 170 de la Constitución y con base en los artículos 233 y 235 de la misma,

DECRETA:

La siguiente

LEY DE ROTULOS Y ANUNCIOS EN CARRETERAS Y VIAS PUBLICAS URBANAS

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1º—Se declara de interés público la regulación de los rótulos y anuncios en carreteras y vías públicas urbanas de toda la República.

Artículo 2º—La aplicación de la presente ley corresponde a las municipalidades de la República, en sus respectivas jurisdicciones, así como la reglamentación que se derive de la misma, sin alterar su espíritu.

Artículo 3º—Se consideran normas fundamentales para la aplicación e interpretación de la presente ley:

- a) El control y demás aspectos que debe hacerse con el fin de procurar un mejor ornato en carreteras y vías públicas urbanas, así como para evitar toda clase de peligro y facilitar la libre circulación de vehículos y peatones;
- b) Se respeta la libertad de industria, de comercio y de trabajo, lo cual se tratará de fomentar y estimular, salvo las limitaciones de tipo legal o de conveniencia social;
- c) Se prohíbe la colocación de rótulos o anuncios de todo tipo que se refieran a productos, artículos o servicios que evidentemente puedan afectar la salud física o mental de los habitantes de la República, de conformidad con normas establecidas o dictadas por las autoridades sanitarias del país; y
- d) Queda prohibida la colocación de todo tipo de rótulos o anuncios en árboles, rocas u otros elementos naturales.

Artículo 4º—Los impuestos que en esta ley se crean serán estrictamente a favor de la hacienda municipal y su recaudación será realizada en la forma que lo establezcan los reglamentos.

Artículo 5º—Las empresas anunciantes, los fabricantes y/o instaladores de toda clase de rótulos o anuncios deberán registrarse en la Municipalidad donde tengan su sede, con un registro mercantil y demás datos pertinentes, pero no estarán obligados a suministrar un capital y demás datos que perjudiquen sus actividades.

CAPITULO II

De los rótulos o anuncios en carreteras

Artículo 6º—La colocación, forma y detalles de rótulos o anuncios de propaganda comercial, industrial, político o de cualquier otra naturaleza en rocas o estructuras a las orillas de las carreteras, se regula por esta ley. Esta ley se aplicará a todas las áreas adyacentes a las carreteras del sistema nacional, dentro de las áreas de reserva de las mismas que se establecen en el respectivo Reglamento de Derecho de Vía, excluyéndose aquellas secciones que crucen zonas comerciales o industriales dentro de los límites de las áreas urbanas de las municipalidades.

Artículo 7º—En las carreteras, la colocación, forma y detalle de rótulos o anuncios debe sujetarse a las siguientes normas:

- a) Debe quedar fuera de los límites del derecho de vía, pudiendo solamente coincidir uno de sus extremos o todo el rótulo o anuncio, paralelamente a la línea del mencionado derecho;
- b) Deben colocarse en lugares que no impidan vistas o motivos de legítimo interés turístico;

- c) Deben ser colocados en forma tal que no obstruyan la visibilidad de las señales de tránsito, puentes, intersección de vías o cruce de vías férreas;
- d) Es prohibida la colocación de rótulos o anuncios cuyas medidas, formas, colores y estructuras en conjunto, puedan dar lugar a confusión con las señales de tránsito;
- e) Es prohibida la colocación de rótulos o anuncios cuya expresión escrita o dibujada en ellos, dañe, injurie o denigre otros derechos o intereses, directa o indirectamente, así como cualquier lesión a los principios de lealtad en el comercio, de acuerdo a la ley y a los tratados o convenios internacionales;
- f) Todo rótulo o anuncio debe presentarse en forma artística, de tal manera que sirva de ornamento;
- g) Todo rótulo o anuncio debe tener la identificación legible de la publicidad o fabricante del mismo;
- h) No se permitirá ningún anuncio que atente o parezca atentatorio a dirigir el movimiento del tránsito o que interfiera con éste, imite o recuerde cualquier señal oficial de tránsito, semáforos o dispositivos;
- i) En el área adyacente a las carreteras al sistema nacional no se permitirá ningún anuncio que contenga, incluya o sea iluminado por cualquier luz o luces intermitentes o móviles;
- j) En el área adyacente a las carreteras al sistema nacional, tampoco se permitirán luces que sean utilizadas en cualquier forma, relacionadas con anuncios cuyos rayos de iluminación sean dirigidos directamente a cualquier parte de la vía principal o que causen deslumbramiento de la visión de los conductores de vehículos, o que interfieran con la operación por parte de conductores de vehículos de motor; y
- k) Ningún anuncio debe tener partes móviles o animadas.

Artículo 8º.—Para la colocación de cualquier rótulo o anuncio debe obtenerse previamente el permiso escrito del municipio o del Estado o entidad descentralizada a que pertenece, o bien del propietario del terreno o su representante legal si fuere particular. Además debe dar aviso a la Municipalidad respectiva para el control y cobro del impuesto que se establece en esta ley. Se exceptúan del párrafo anterior y de lo relativo al derecho de vía, los siguientes casos:

- a) A propietarios de terrenos que deseen erigir anuncios de venta o arrendamiento de su propiedad;
- b) La venta de artículos producidos dentro de las propiedades a que se refiere el inciso anterior; y
- c) Señales erigidas con propósito de advertir cualquier servicio al público, tales como: lugares religiosos o monumentos históricos o turísticos.

Para el establecimiento de anuncios en las categorías anteriores deberá solicitarse autorización a la Dirección General de Caminos, la que será extendida gratuitamente. Sin embargo, toda señal o anuncio comprendido dentro de cualquiera categoría anterior deberá sujetarse a la presente ley y a su reglamento.

Artículo 9º.—Los rótulos o anuncios que contravengan cualesquiera de los incisos a), c) y d) del artículo 7º, deben ser retirados inmediatamente por la autoridad municipal respectiva, quedando los anuncios a disposición del propietario, a quien debe imponerse la multa correspondiente, por la misma autoridad. El Organismo Ejecutivo, por conducto del Ministerio de Comunicaciones y Obras Públicas, deberá emitir el reglamento de la presente ley para regular el sistema nacional de carreteras en lo que respecta al área de reserva contemplada en el Reglamento del Derecho de Vía, vigente al emitirse esta ley, de conformidad con el acuerdo gubernativo de fecha 25 de junio de 1942. La Dirección General de Caminos, a través de sus oficinas competentes, levantará un inventario de todos los

anuncios colocados a lo largo de las carreteras, a intervalos de seis meses. La Dirección podrá requerir la cooperación de los anunciantes y propietarios para el acatamiento de esta ley y sus respectivos reglamentos. Una vez obtenida la información anterior, la Dirección General de Caminos determinará las infracciones que hubiere; lo que se hará saber por escrito al propietario del anuncio, quien tendrá que efectuar, bajo su responsabilidad, todos los ajustes que sean necesarios dentro de un término de sesenta días, después del cual, en caso de no hacerse, la Dirección General de Caminos adoptará las medidas del caso a costa del propietario.

Artículo 10.—Se decreta, a favor de las municipalidades respectivas, el impuesto de un quetzal (Q1.00) al año, por cada metro cuadrado de rótulos o anuncios que se instalen dentro de sus jurisdicciones. El impuesto debe pagarse anticipadamente y cada Municipalidad debe reglamentar la forma de su recaudación o cobro, así como lo relativo a la computación del tiempo, para el pago correspondiente.

CAPITULO III

De los rótulos y anuncios en vías públicas urbanas

Artículo 11.—La instalación y conservación de rótulos o anuncios que se coloquen en las vías públicas urbanas se rige por esta ley o los reglamentos que se emitan, para determinar las especificaciones que establece la misma y los procedimientos para lograr un mejor ornato de las ciudades, en beneficio de los propios municipios y de la colectividad.

Artículo 12.—De conformidad con el artículo anterior, los rótulos o anuncios quedan sujetos a las siguientes normas fundamentales:

- a) Se prohíbe su colocación cuando puedan impedir u obstaculizar el libre tránsito de peatones y vehículos y cuando constituyan un peligro para el público;
- b) Deberán colocarse de tal manera que no obstruyan la línea de vi-

sión, especialmente por su ubicación en la intersección o unión de vías; o la visibilidad de señales de tránsito, tales como semáforos e indicadores de vías, señales o avisos de peligro;

- c) Su presentación no debe desvirtuar los aspectos arquitectónicos de las fachadas o edificios cercanos, ni al proyectarse en la perspectiva de una calle, plaza, edificio o monumento, ni deben alterar su valor arquitectónico, así como tampoco deben colocarse en lugares donde alteren o desfiguren los paisajes, debiendo estar en todo caso en armonía con el medio que los rodea;
- d) Su figura, diseño o grafismo en general, debe guardar el respeto a la dignidad humana y a los buenos usos de lealtad en el comercio;
- e) Deben ser estéticos, tanto en su forma y contenido, como en relación con el paisaje circundante;
- f) Los anuncios fijos a las paredes no deberán interferir con las placas de nomenclatura de las calles o numeración de casas;
- g) Su altura mínima a partir de las aceras o bordillos voladizos no puede ser menor de dos metros sesenta centímetros, siempre que no exceda a la línea vertical de las aceras; los que estén fuera de la línea de las aceras o bordillos deberán tener una altura mínima de cuatro metros cincuenta centímetros;
- h) Los fabricantes de rótulos o anuncios deben identificarse en ellos;
- i) Los anuncios en vitrinas o escaparates, no quedan afectos a la presente ley ni a reglamento alguno;
- j) Todo rótulo o anuncio que haya sufrido deterioro o que produzca ruido o vibraciones, debe ser reparado o retirado inmediatamente por el propietario o por la autoridad respectiva;
- k) No deben interferir con señales de tránsito o iluminación de edificios públicos o de aquellos catalogados como monumentos históricos o arqueológicos, o con fuentes públicas luminosas;

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

l) Se prohíbe la colocación de rótulos o anuncios por medio de láminas de metal, de plásticos o de cualquier otro material, que vayan atornilladas o adheridas en cualquier otra forma en la parte exterior de la carrocería de los autobuses urbanos, cuando éstos impliquen peligro para los peatones, permitiéndose libremente los pintados en el exterior de los autobuses y en el interior, con cualquier modalidad;

m) Por razón de interés público y seguridad de las personas, especialmente de peatones, queda terminantemente prohibido colocar rótulos o anuncios en las aceras, siempre que impliquen peligro, cualquiera sea la forma que adopten, salvo las señales de tránsito o rótulos con avisos acompañados con información de utilidad pública.

Artículo 13.—Los anunciantes o colocadores, están obligados a dar aviso de todo rótulo o anuncio que se instale, especificando el nombre del anunciante o propietario y la dirección del mismo, para los efectos del control respectivo.

Artículo 14.—Únicamente quedan sujetos a reglamentación;

- a) Los rótulos o anuncios temporales y los ambulantes;
- b) Los rótulos o anuncios en puentes o en pasarelas que se encuentren en las vías públicas;
- c) Los rótulos o anuncios en edificios públicos;
- d) Los rótulos o anuncios voladizos cuya extensión exceda de dos metros y medio a partir del rostro externo de las aceras o bordillos de los edificios en que se encuentren colocados;
- e) Los rótulos o anuncios en parquímetros; y
- f) Todo lo relativo al pago de los impuestos que establece esta ley y la forma de su recaudación.

En el caso del inciso d) anterior, el propietario y el colocador serán responsables mancomunadamente por cualquier consecuencia que se derive de la colocación del rótulo o anuncio voladizo.

Artículo 15.—Se decreta a favor de las municipalidades respectivas los siguientes impuestos por toda clase de rótulos o anuncios debidamente instalados, en la siguiente forma:

- a) Rótulos voladizos apoyados en lugares públicos municipales, Q5.00 por m.² al año;
- b) Los voladizos apoyados en fachadas o marquesinas, Q0.50 al año por m.²;
- c) En sombras colocadas en paradas de autobuses, Q2.00 por m.² o fracción, al año;
- d) En puentes, pasarelas o similares, Q5.00 por m.² al mes;
- e) En aceras, Q5.00 por m.² al año; y
- f) En parquímetros, Q3.00 al año.

Para la computación de los impuestos anteriores, especialmente en los rótulos o anuncios voladizos y adosados, se tomará en cuenta el área gráfica efectivamente utilizada en el mismo y no la estructura, soporte, marcos y demás elementos accesorios de los rótulos.

Artículo 16.—Quedan exceptuados del pago del impuesto anterior:

- a) Los rótulos de edificios públicos, entidades descentralizadas o de beneficencia pública;
- b) Los rótulos instalados dentro de los límites de propiedad privada;
- c) Los afiches y murales de cualquier clase, colocados o pintados en paredes;
- d) Los rótulos o anuncios cívicos o políticos y los de profesionales; y

e) En general, todos los rótulos o anuncios que no tengan fines comerciales.

Artículo 17.—Cada año se considera compuesto de 360 días y finalizará el 31 de diciembre, cualquiera que sea la fecha que se instaló el rótulo o anuncio. Para el pago del impuesto conforme a la fecha de instalación deben hacerse las resoluciones proporcionales en relación al tiempo faltante para que termine el año.

Artículo 18.—Con el objeto de proteger a la industria nacional, los rótulos fabricados o importados del exterior, sin excepción, serán gravados con un impuesto adicional del 50% del impuesto, o rótulos colocados en el país, salvo lo dispuesto en convenios internacionales.

CAPITULO IV

Recursos y sanciones

Artículo 19.—Contra las providencias y resoluciones relacionadas con la aplicación de la presente ley, podrán interponerse los recursos que establece el Código Municipal.

Artículo 20.—La infracción a cualesquiera de las normas de esta ley de los reglamentos, será sancionada con multa que impondrán los Jueces de Asuntos Municipales. En ningún caso las multas serán mayores al doble del impuesto a pagarse por cada rótulo o anuncio, computados en forma anual, según el anuncio de que se trate.

Artículo 21.—La falta de pago de los impuestos establecidos dará lugar a iniciar procedimiento económico-coactivo.

Artículo 22.—Los casos no previstos en esta ley, se resolverán por las autoridades respectivas de conformidad con el espíritu de la misma, con disposiciones de otras leyes análogas, de acuerdo a los principios generales del derecho, a la equidad o a lo dispuesto en las leyes del orden común.

CAPITULO V

Disposiciones transitorias y finales

Artículo 23.—Las licencias que se hayan extendido con arreglo a reglamentos anteriores a la vigencia de esta ley, tendrán toda su validez, salvo las prohibiciones y excepciones que esta misma ley dispone.

Artículo 24.—Los adeudos pendientes conforme a reglamentos anteriores, en virtud de ser excesivos los arbitrios establecidos, quedan sin efecto, pero deberá cumplirse con los impuestos establecidos en esta ley, sin excusa alguna. Los rótulos o anuncios a que se refieren los incisos l) y m) del artículo 12, que ya estén colocados al emitirse la presente ley, deben ser retirados dentro de un plazo de seis meses a contar de la fecha de vigencia de la misma.

Artículo 25.—Quedan sin efecto el Reglamento para la colocación de rótulos y anuncios en carreteras y vías públicas del Presidente de la República, de fecha 29 de mayo de 1959, y el Reglamento de rótulos y anuncios de la Municipalidad de Guatemala, de fecha 2 de agosto de 1962, así como cualquier otro reglamento o ley que se oponga al presente decreto.

Artículo 26.—Este decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial.

Pase al Organismo Ejecutivo para su publicación y cumplimiento.

Dado en el Palacio del Organismo Legislativo, en la ciudad de Guatemala, a los cinco días del mes de febrero de mil novecientos setenta y cuatro.

MARIO SANDOVAL ALARCON,
Presidente.

centro histórico

144/95

muni
municipalidad
g u a t e m a l a

Nueva Guatemala de la Asunción
19 de octubre de 1995

Arquitecto
Julio Roberto Tórtola Navarro
Coordinador del Programa de Diseño Gráfico
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente.

Apreciable Julio:

Desde el punto de vista del proyecto RENAcentro, el trabajo "CRITERIOS Y MODELOS GRAFICOS PARA LA IDENTIFICACION Y ORIENTACION DE LAS RUTAS TURISTICAS E HISTORICA Y DE LOS SITIOS INSTITUCIONALES DEL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA", cumple con los requisitos técnicos y coincide con las expectativas del programa de RENAcentro; considerándolo como un aporte sustantivo para la divulgación y el rescate de los valores del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala.

Quiero permitirme a través de la misma, dejar constancia de mi felicitación y agradecimiento a PAMELA MARIA ALVIZUREZ GIL y ALEYDA LISSETTE GUZMAN ORELLANA por su dedicación y tan hermoso trabajo.

Sin otro particular aprovecho la oportunidad de reiterarle mis muestras de consideración y alta estima, atentamente,

Arq. José Luis Menéndez
Director
Centro Histórico



c.c./ Pamela Alvizurez Gil
Aleyda L. Gúzman Orellana.
JLM/erm

Guatemala 25 de octubre de 1995

Arquitecto
Julio Roberto Tórtola Navarro
Coordinador, Programa de Diseño Gráfico
Facultad de Arquitectura

Arquitecto Tórtola:

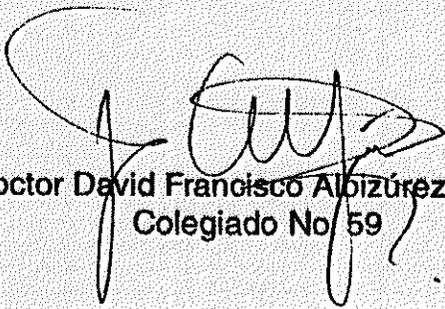
En mi carácter de Licenciado en Letras y Doctor en Filología Románica por la Universidad Central de Madrid - grado este debidamente reconocido por la Universidad de San Carlos de Guatemala -, y como Subdirector de la Academia Guatemalteca de la Lengua,

HAGO CONSTAR:

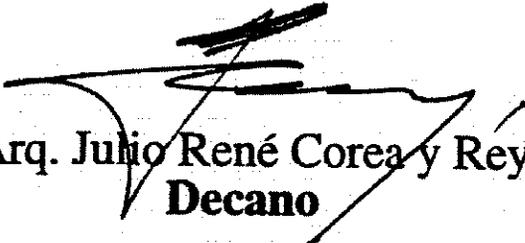
que procedí a efectuar la revisión de redacción y ortografía del Proyecto de Graduación titulado "Criterios y modelos gráficos para la identificación y orientación de las rutas turística e histórica y de los sitios institucionales del centro histórico de la Ciudad de Guatemala", preparado por las estudiantes Pamela María Albizúrez Gil y Aleyda Lisette Guzmán Orellana.

En el transcurso de esta revisión, introduje las modificaciones necesarias según las normas de la Real Academia Española. Asimismo, una vez efectuado el examen privado sobre dicho proyecto, supervisé las modificaciones del título que fueron requeridas por la Terna examinadora.

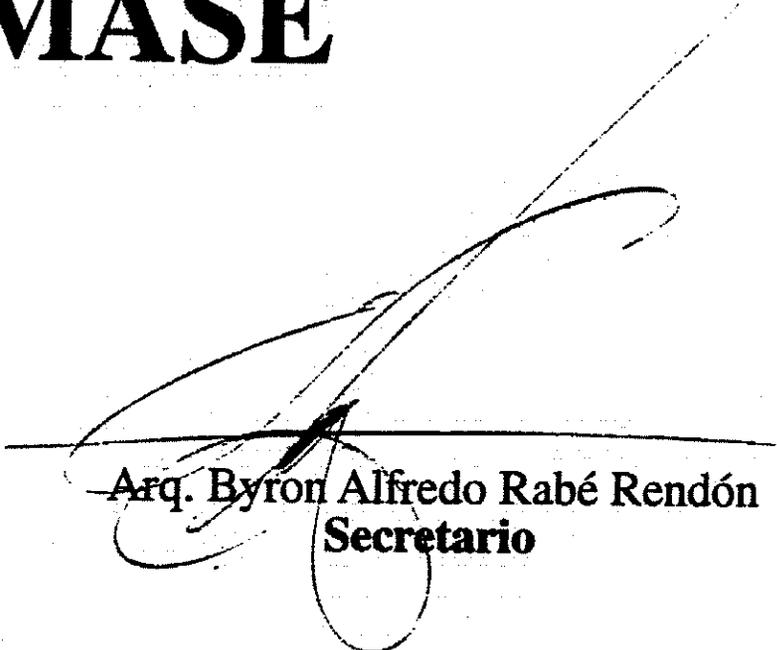
En fe de lo cual, firmo la presente a los veinticinco días del mes de octubre de mil novecientos noventa y cinco.


Doctor David Francisco Albizúrez Palma
Colegiado No. 59

IMPRIMASE



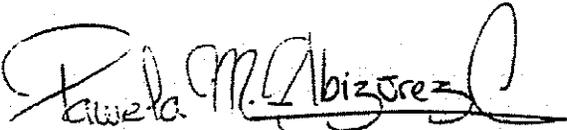
Arq. Julio René Corea y Reyna
Decano



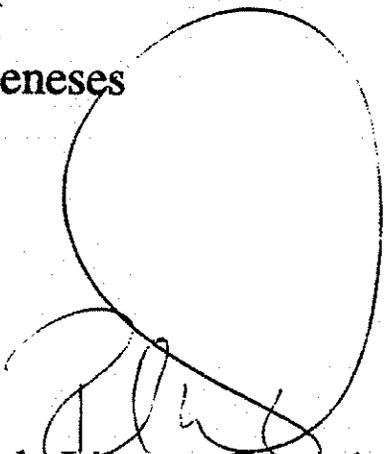
Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón
Secretario



D.G José Francisco Chang Meneses
Asesor



Pamela María Albizúrez Gil



Aleyda Lissette Guzmán Orellana