

**TFM**


# Wayfinding & Diseño de espacio

---



LA INGRÁNIDA FACTORÍA DE CREACIÓN ESCÉNICA

Documento protegido ©  
Uso exclusivo con fines  
académicos y de evaluación



**PARTE 3**  
PROPUESTA  
DE DISEÑO  
DE ESPACIO

2.

## PROPUESTA DE DISEÑO DE ESPACIO. WAYFINDING.

---

## Objetivos. Orientarse en La Ingrávida.



**L**a reflexión en torno al espacio físico que, hipotéticamente, albergaría a La Ingrávida ha estado presente, al menos como “telón” de fondo, a lo largo de todo el proceso de diseño de este proyecto.


La razón de esto es que hemos abrazado la aspiración de plantear el proyecto como un todo, como un gran contenedor en el que todos los elementos coexistentes dialogan de un modo cohesionado entre sí, estableciéndose una conexión evidente entre la identidad visual, el sistema gráfico para redes, el diseño editorial y, cómo no, el lugar físico que es nuestro equipamiento cultural.

Con esta premisa, hemos abordado esta tercera disciplina desde dos ángulos complementarios:

- El desarrollo gráfico de una colección de elementos y piezas para su aplicación en la **señalética interior**, a modo de sistema de comunicación cuyo objetivo es que el usuario/a pueda orientarse en las distintas zonas de La Ingrávida, ordenando además los flujos humanos en nuestra factoría creativa. En este sentido, cabe resaltar que trabajamos con hipótesis razonables, al tratarse de un lugar imaginado.
- La aplicación del **branding** a la señalización exterior del equipamiento. ♦

→ En las páginas siguientes incluyo sistema de pictogramas para la señalética interior del edificio. Todos estos pictogramas han sido trazados partiendo de los palos de la tipografía, a fin de lograr una familia integrada en la que los grosores estén compensados. Por lo demás, hemos buscado la simplicidad de los elementos y la conexión con la identidad del proyecto. Como mejor fórmula para testar su funcionamiento, los hemos trabajado, antes que nada, en blanco y negro para, a continuación, tomar decisiones sobre el uso del color.

PREMISA



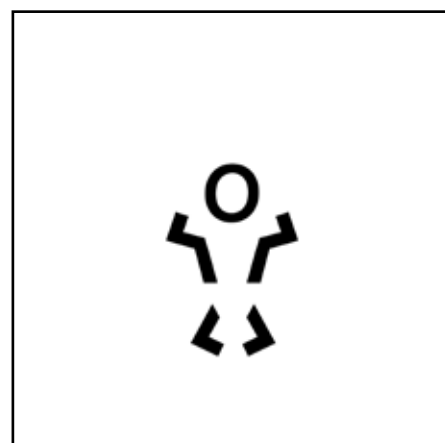
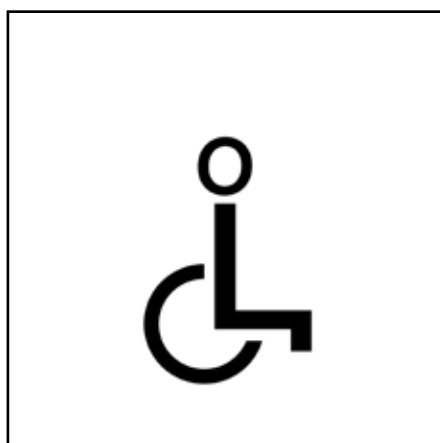
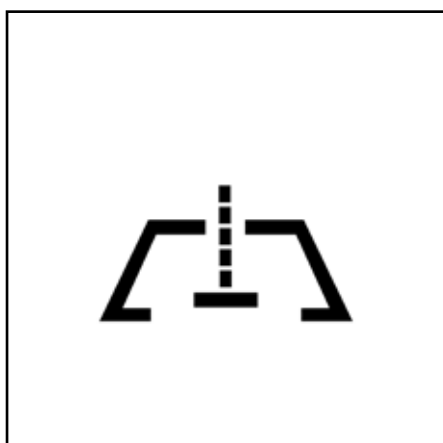
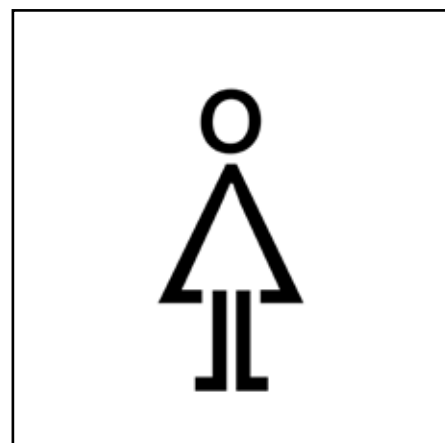
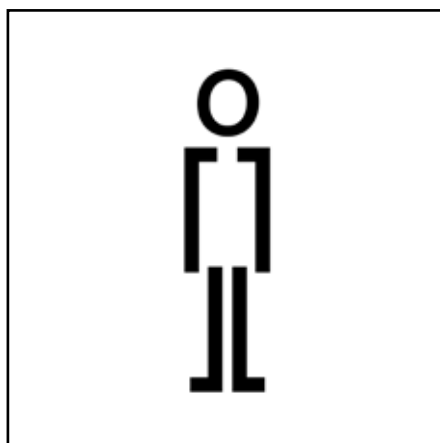
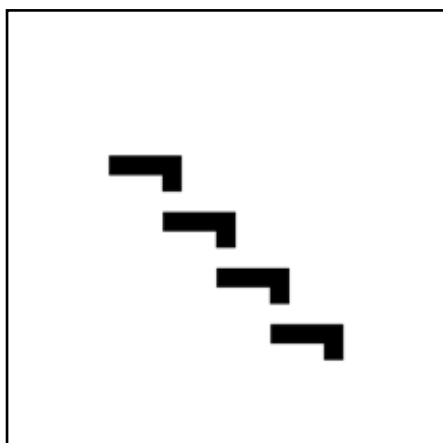
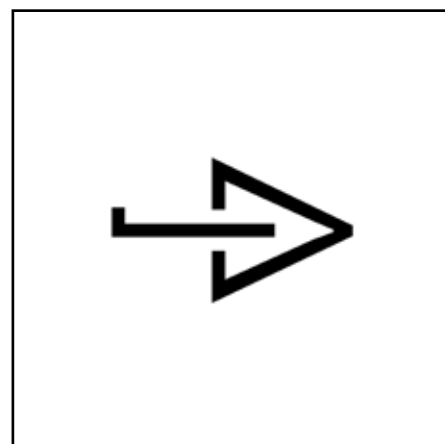
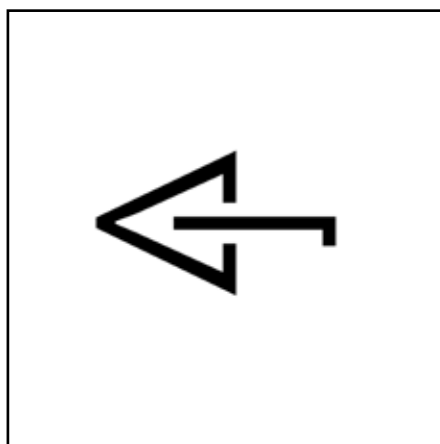
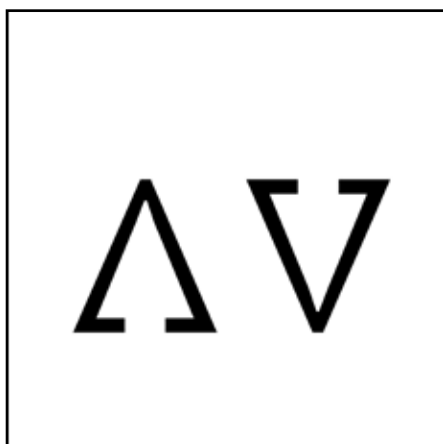
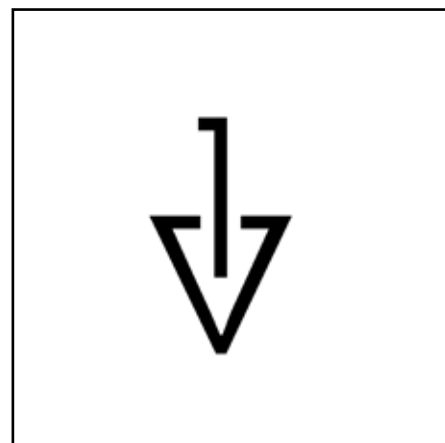
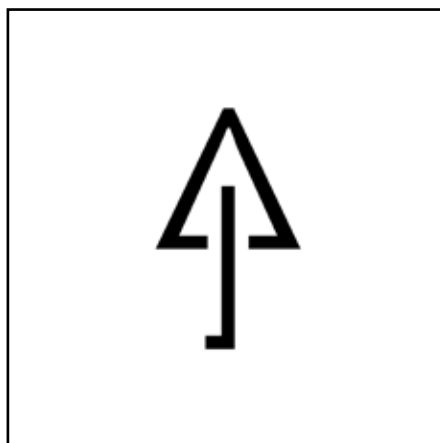
La ingrávida  
BRANDING &  
WAYFINDING como  
binomio inseparable

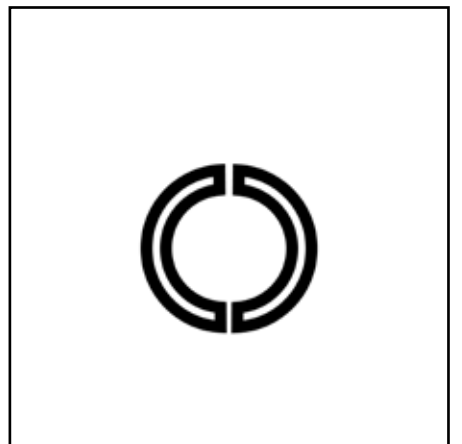
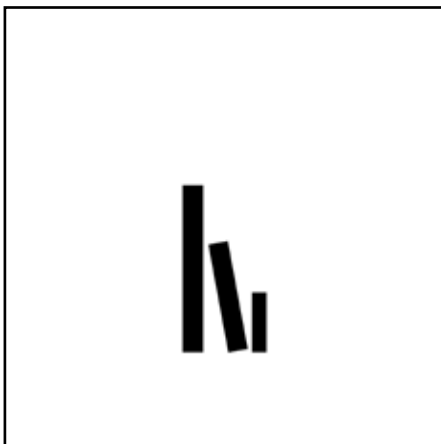
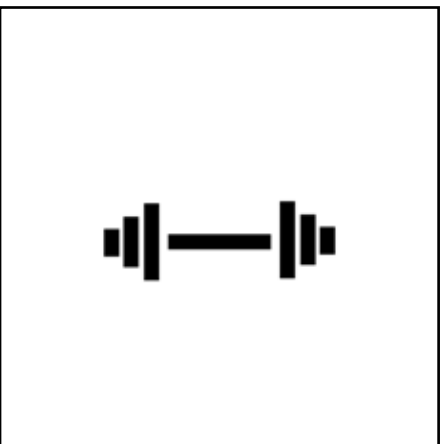
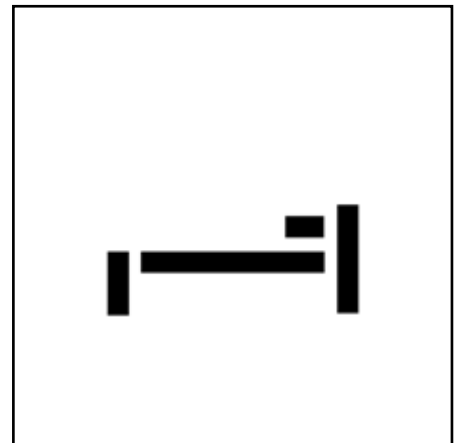
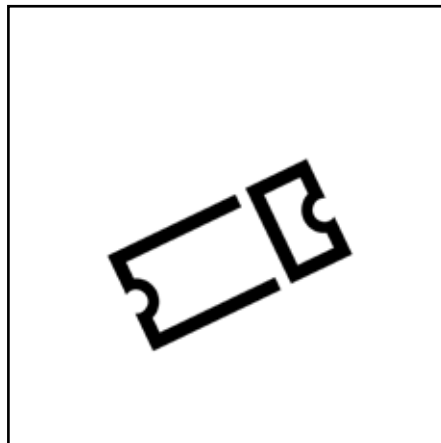
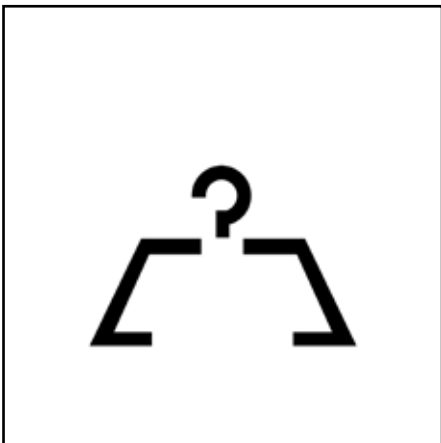
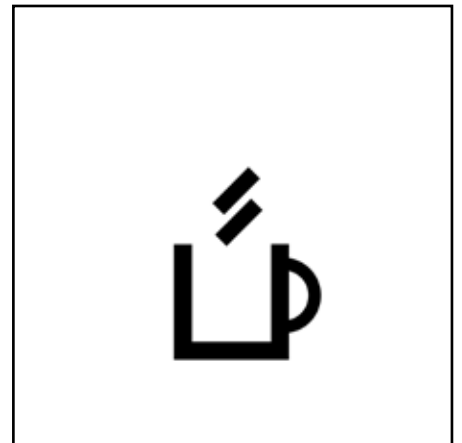
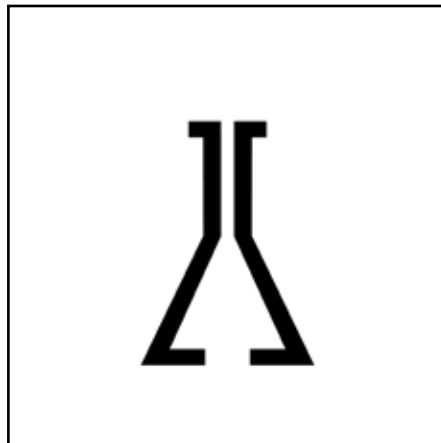
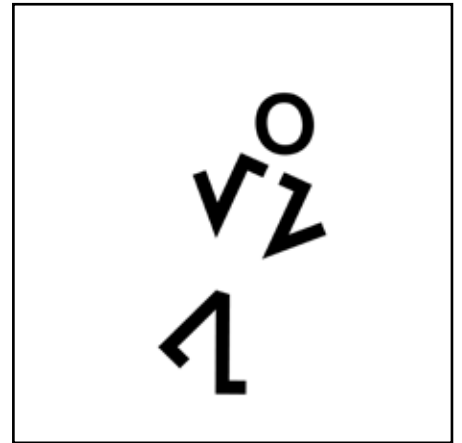
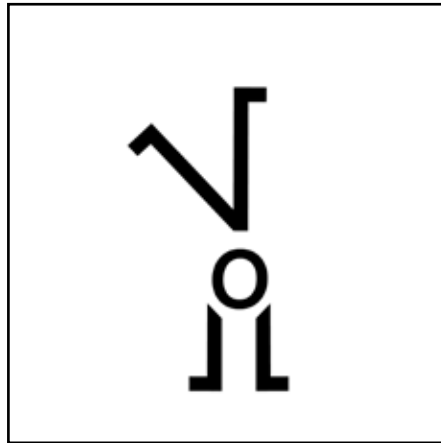
OBJETIVOS

→ **Diseñar el espacio físico de forma integrada con la Identidad Visual.** Que al cruzar el umbral de La Ingrávida no tengamos duda sobre dónde estamos.

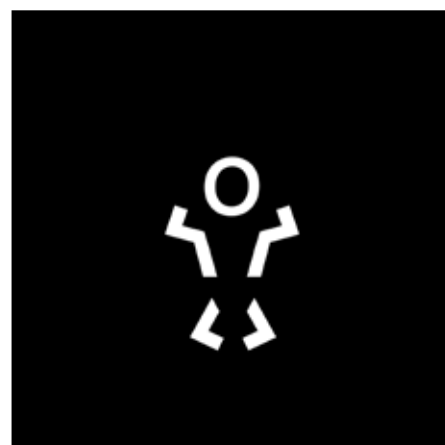
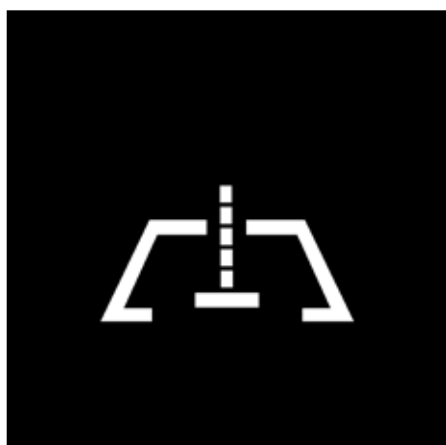
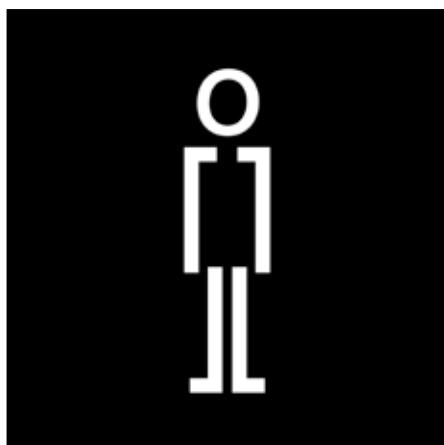
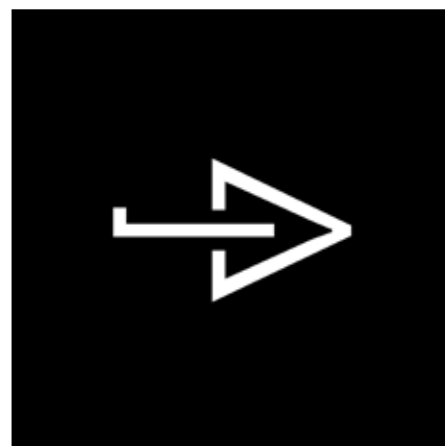
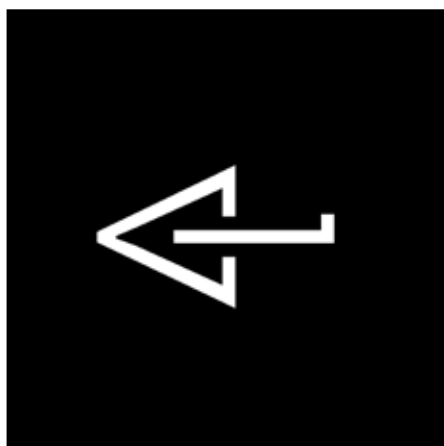
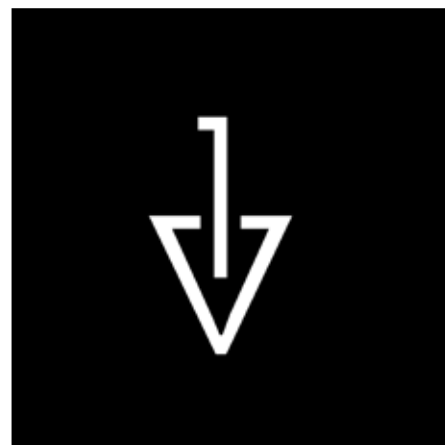
→ Generar una señalética que cumpla las siguientes expectativas: **regular los flujos humanos, informar, orientar y reforzar la imagen de la marca**, promoviendo un entorno funcionalmente bello.

Pictogramas  
(positivo)

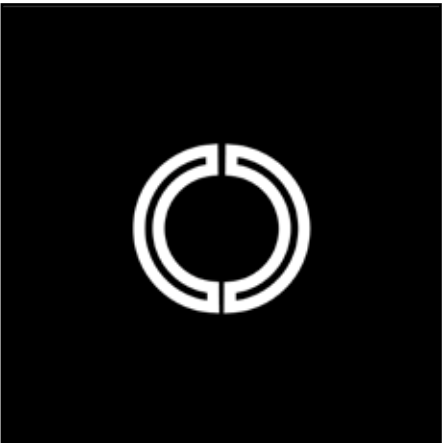
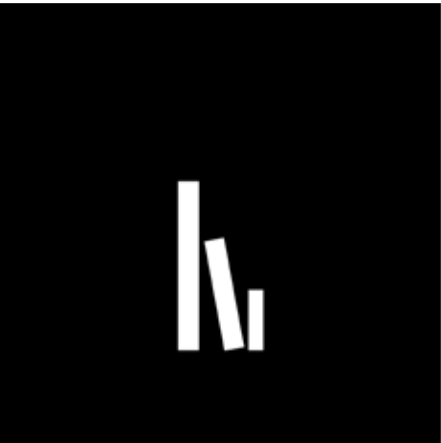
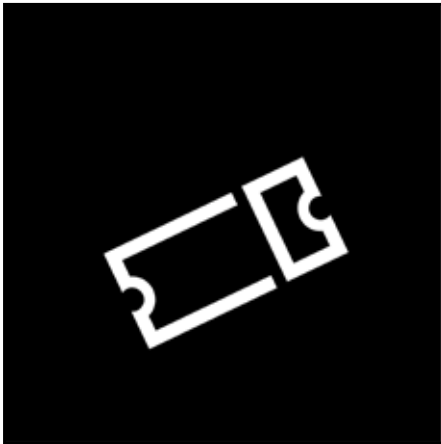
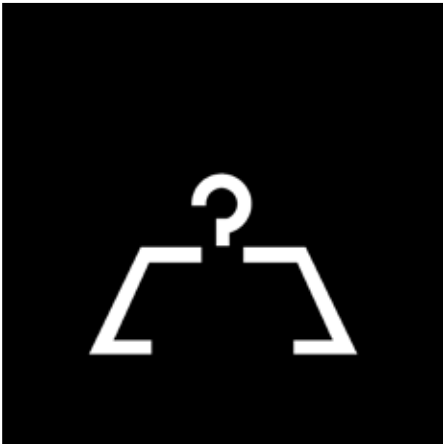
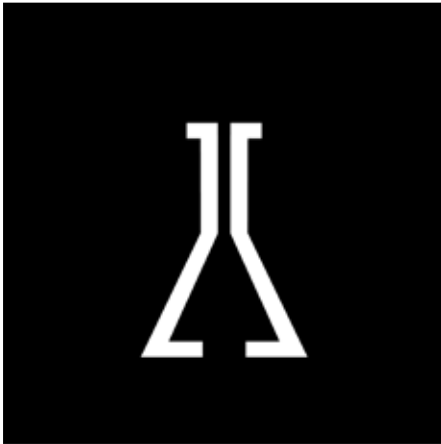
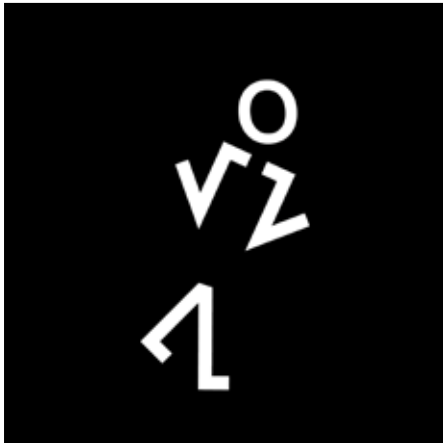
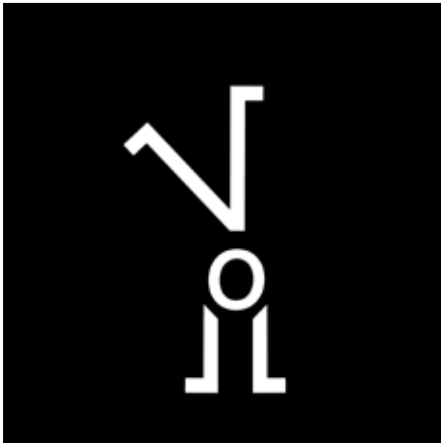




# Pictogramas (negativo)







# Modelos de señalética para La Ingrávida



1

**DIRECTORIO GENERAL**

**Planta -1. Sótano** ↓

- Área privada para artistas residentes.
- Acceso a montacargas.

↓

**Planta 1. Baja** →

- Espacios de creación y aulas de ensayo.
- Laboratorio de Artes Escénicas.
- Cafetería, tienda y venta de entradas.

→

**Planta 2. Alta** ↑

- Salas de exhibición 1 y 2.
- Cafetería, tienda y venta de entradas.

1

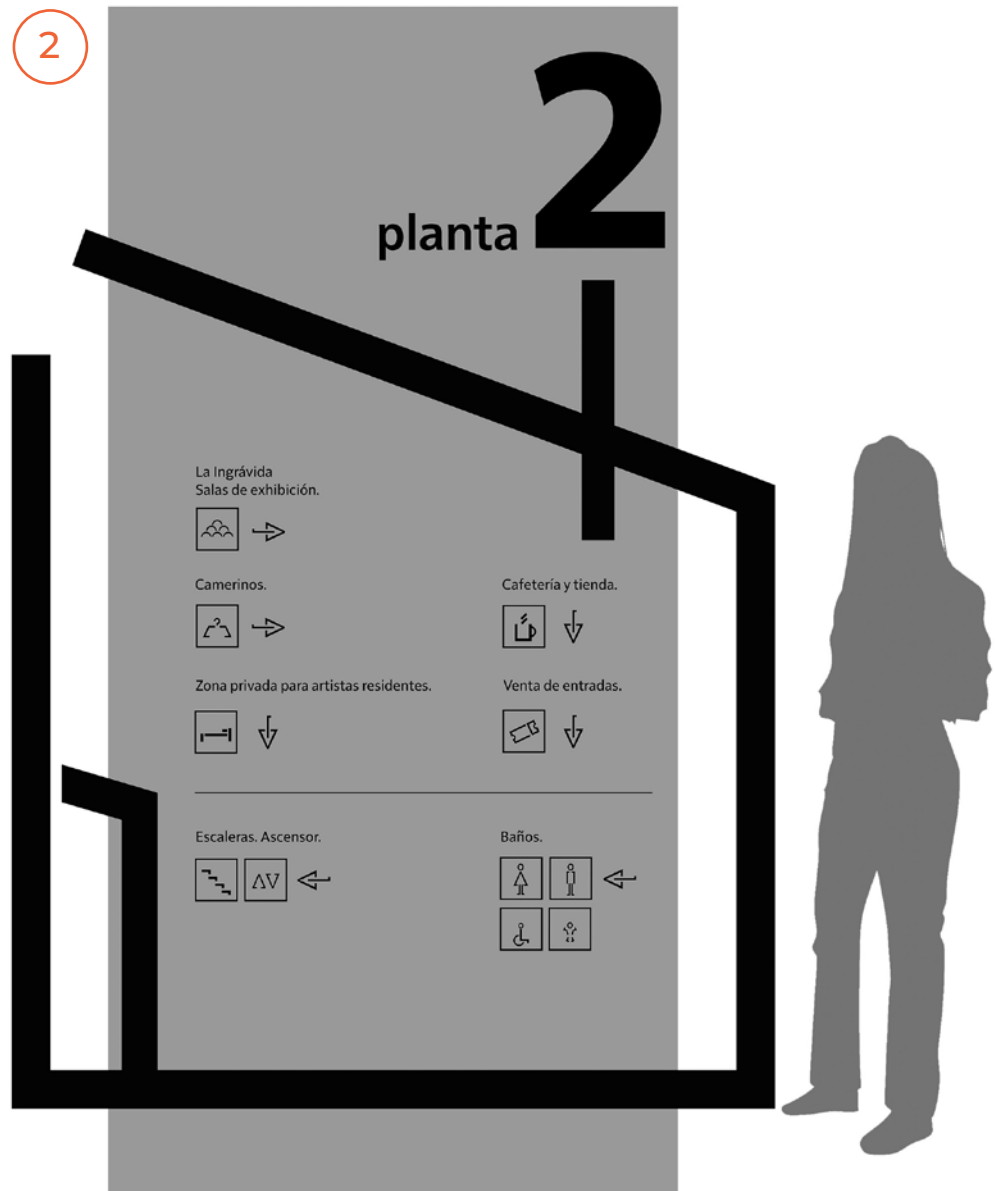
**Directorio General →**

- Modelo de Directorio General con los distintos emplazamientos/ zonas de La Ingrávida.
- Vinilo aplicado sobre pared.
- Ubicación: entrada principal del equipamiento.
- *(Infografía en escala de grises)*

2

**Directorio de Planta →**

- Modelo de Directorio de Planta con los servicios que incorpora cada planta del edificio.
- Vinilo aplicado sobre pared “enmarcado” por elemento del logotipo en corpóreo 3D.
- Ubicación: se ubicaría en lugar cercano a escalera/ascensor de cada planta.
- *(Infografía en escala de grises)*

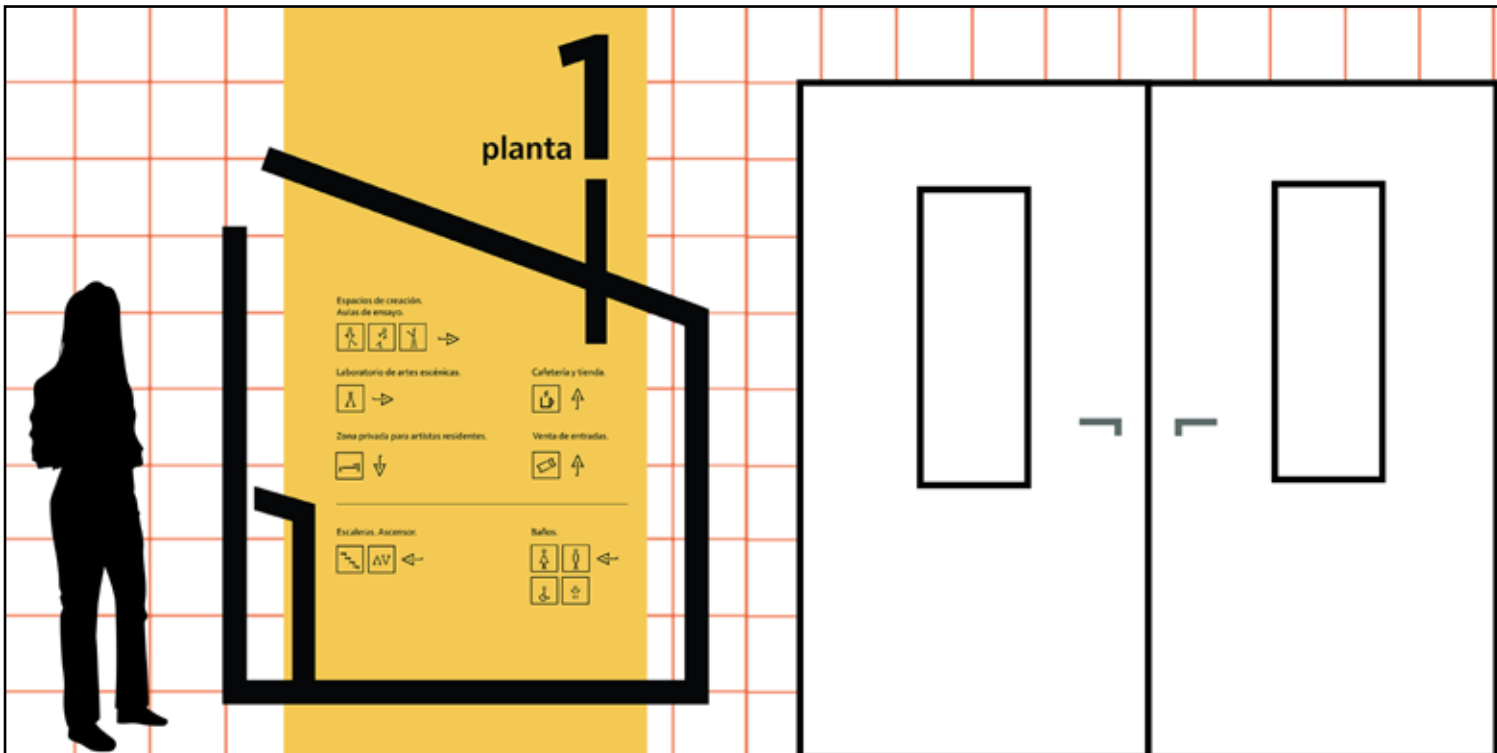


# Señalética interior sobre retícula



**R**epresentamos de un modo esquemático las proporciones de los elementos de señalización de La Ingrávida, con los dos sistemas de organi-

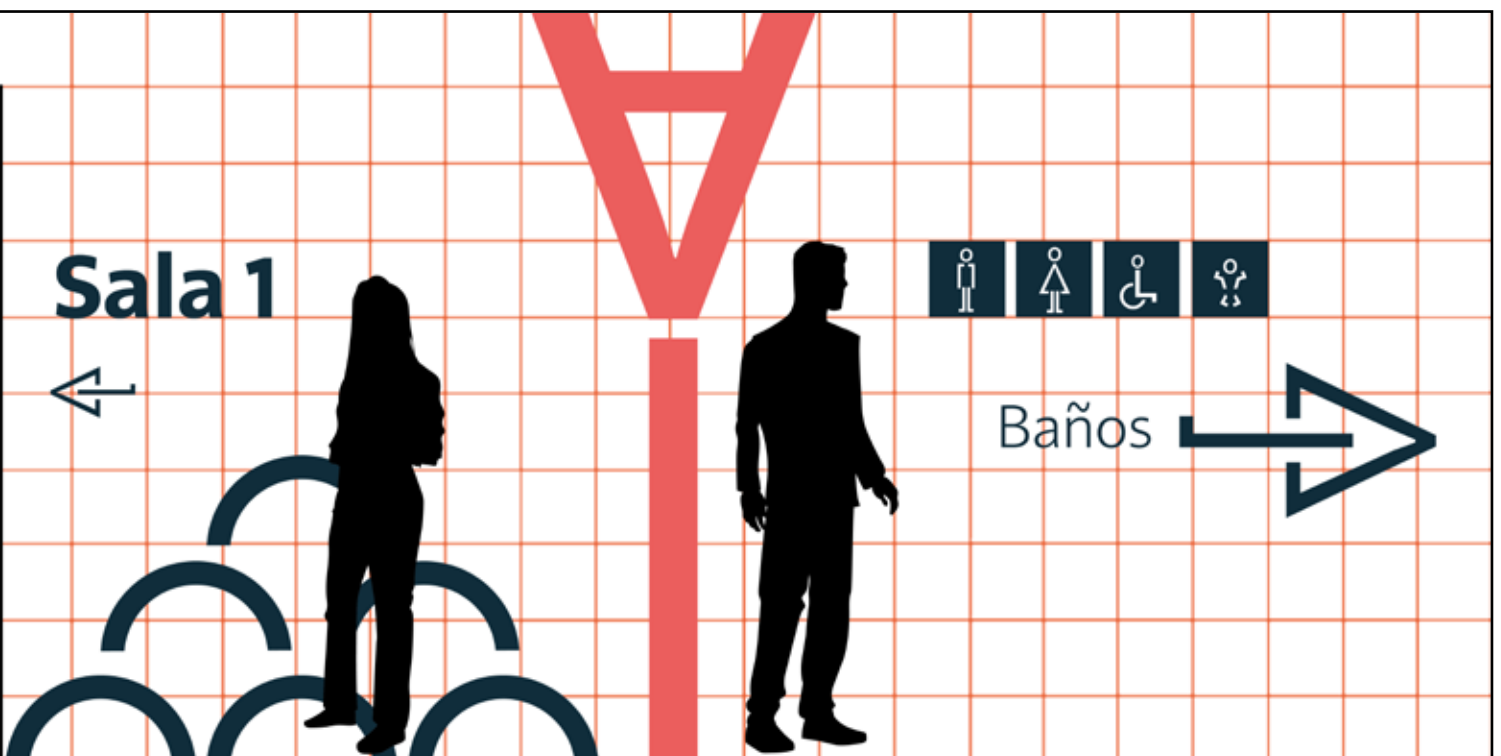
zación de jerarquía previstos en función de la lejanía o proximidad del elemento señalizado, tal y como explicamos en las páginas siguientes. ♦



### CRITERIOS DE SEÑALIZACIÓN. SOBRE LA JERARQUÍA DE LOS ELEMENTOS →

Tal y como se representa en la retícula de abajo, trabajamos con dos modelos distintos de señalización en función de la proximidad del servicio señalado:

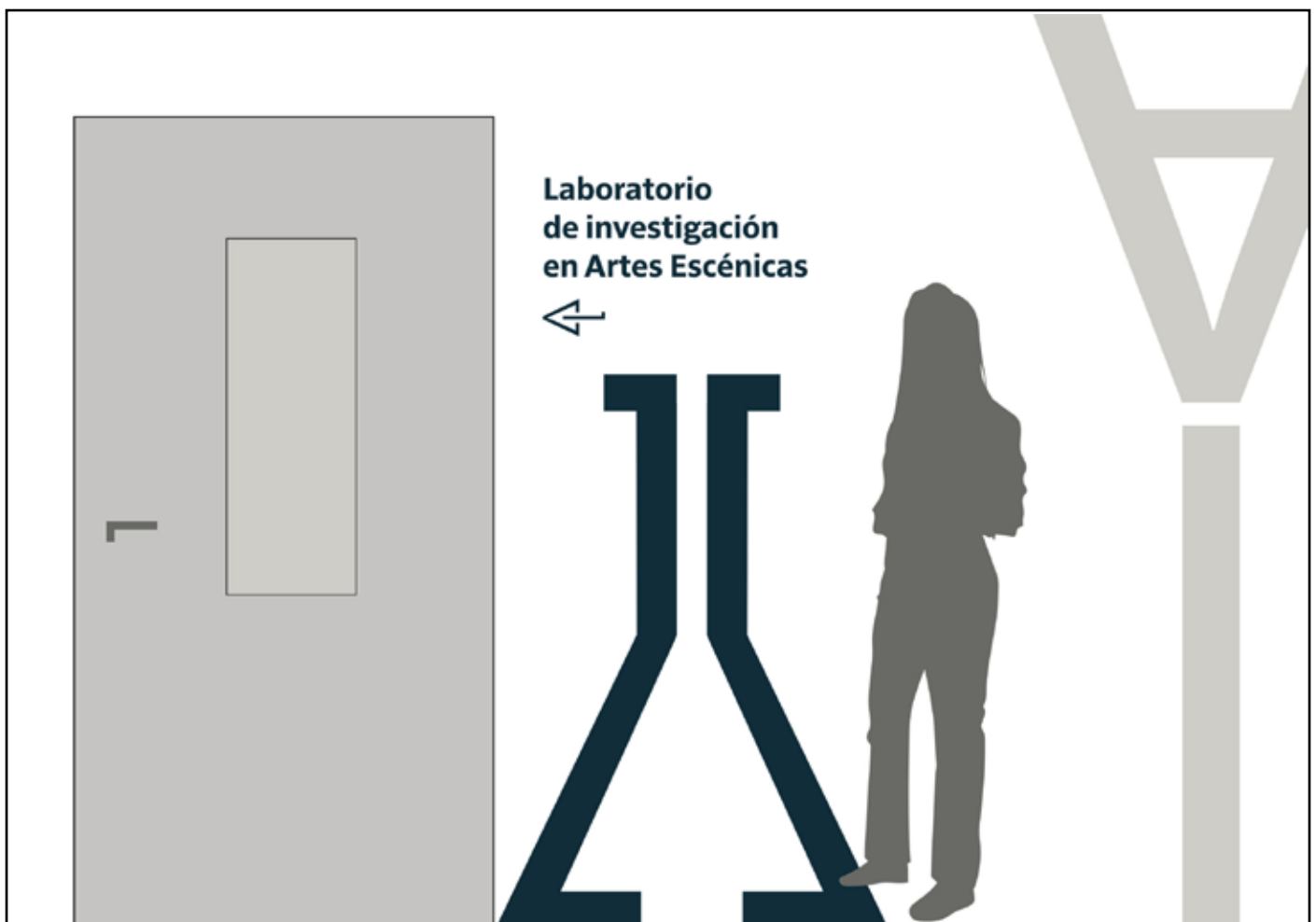
- Cuando indicamos “dirección a”, gana predominio la flecha orientativa y los pictogramas se aplican en blanco sobre fondo azul en material rígido (PVC o madera, por ejemplo)
- Cuando indicamos “puerta a” o “acceso”, ganan peso el pictograma (aplicado sobre pared a gran formato) y el texto (aplicado en fuente bold).



1

**Sistema de señalización de “Entrada a” →**

- A las puertas del lugar señalado, se aplicará el pictograma en gran formato y el texto en gran formato y el texto en fuente bold.
- La flecha irá en un segundo nivel de jerarquía.





2

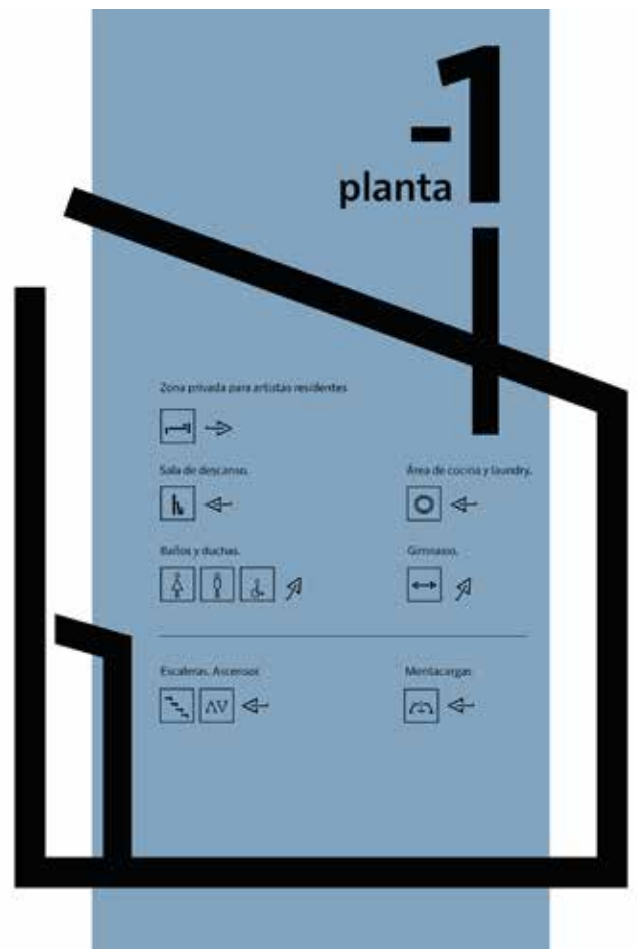
**Sistema de señalización  
“Dirección a” o “Acceso a” →**

- En las proximidades del lugar señalizado (no en la puerta), aplicaremos los pictogramas sobre pastilla rígida (PVC o madera) con fondo azul corporativo e icono en blanco.
- El texto se aplicará en fuente semilight y la flecha ganará en tamaño.

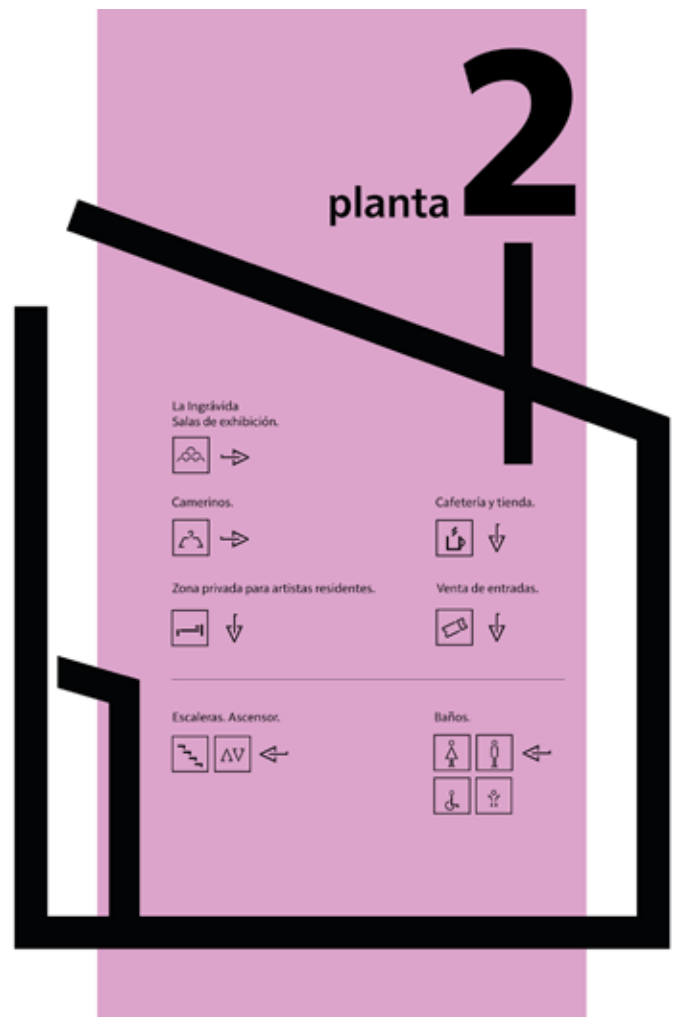
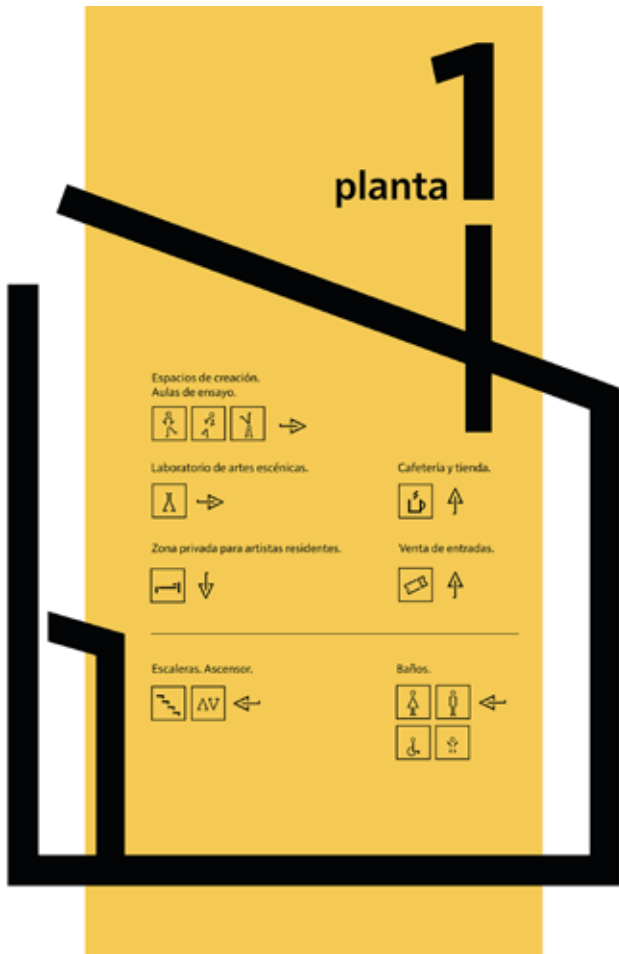


### Directorios →

- A la izquierda, modelo de Directorio general.
- Abajo y a la derecha, Directorios de Planta. Hemos supuesto que nuestro edificio de compone de tres niveles.
- En el caso de los directorios de planta, el elemento “contenedor” del logotipo funciona como pieza independiente a modo de marco. Se produciría en corpóreo (por ejemplo, en madera pintada de negro) para aportar volumen.







## Aplicación de *branding* a señalética exterior



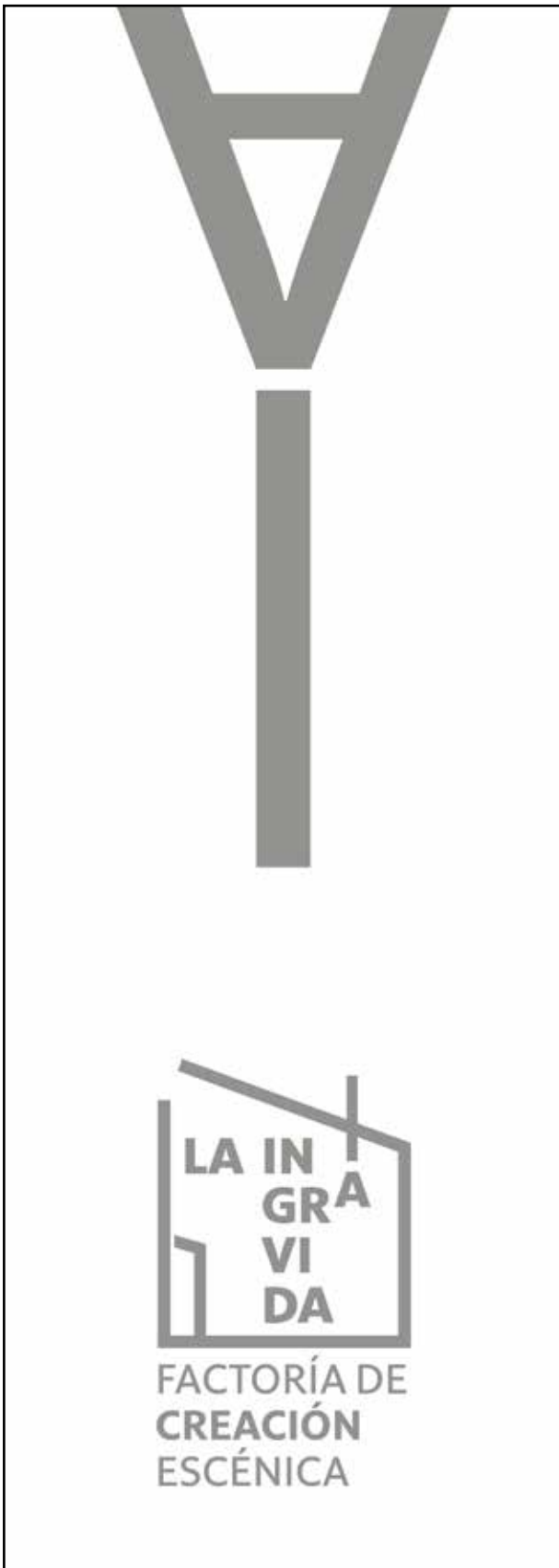
**P**ara la señalética exterior del edificio, proponemos el diseño de una colección de piezas muy sencillas basadas esencialmente en el color y el logotipo de La Ingrávida. Prescindimos de las imágenes para la señalética permanente, en aras de evitar su caducidad.

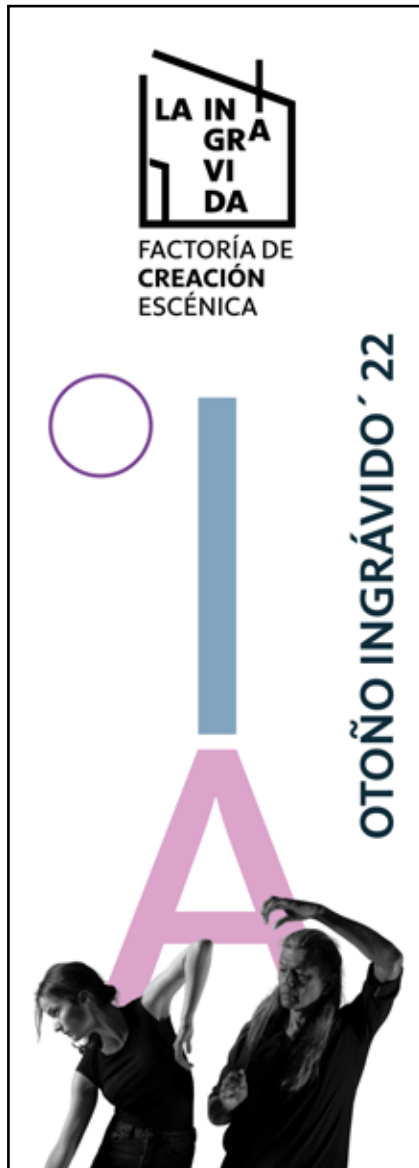
En cambio, sí usaremos fotografías en piezas promocionales de uso temporal, como hemos reflejado en la primera parte de este proyecto. ♦

---

### La A elevada o ingrávida →

Tal y como se ha ido viendo en distintas infografías y veremos a continuación en los mockups, la A elevada es un recurso gráfico de fuerte carácter y protagonismo de la Identidad Visual que aplicaremos tanto en la señalética exterior como en el interior del espacio.





**Piezas exteriores de difusión temporal (arriba) VS señalética exterior permanente (derecha)**  
→

Para la señalética exterior permanente, habrá un predominio de lo vectorial y gráfico, basado en la carta de color y el logotipo. Para las banderolas temporales, sí usaremos imágenes, aplicadas en blanco y negro y sin fondo.

**Medida de esta pieza →**

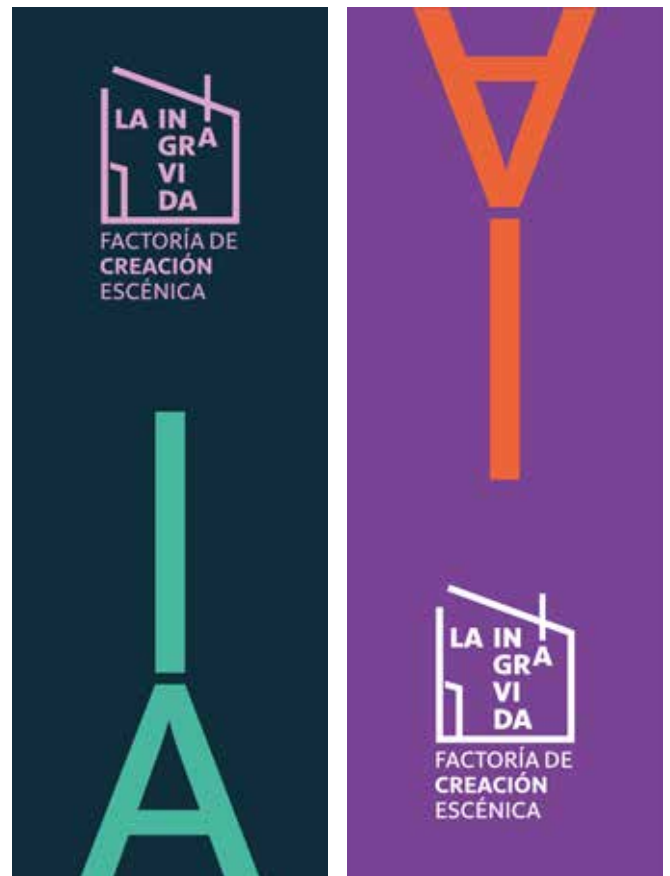
He diseñado estas piezas en 60x170 cm.



**Medida de esta pieza →**

He diseñado estas piezas en 72x200 cm.

(En un contexto real, estas medidas estarían sujetas a condiciones físicas, con lo que habría que hacer mediciones *in situ* para ajustar los tamaños).



## Mockups















# EXTRACTO WAYFINDING











## EXTRACTO WAYFINDING

A la derecha, planteamos para la Cafetería una aplicación de la identidad visual similar a la propuesta para La Ingrávida MGZ.



**ES  
TODO**

**MUCHAS  
GRACIAS.**