

ANEXO II

Marco Normativo

Sistema de Cartelería de la Administración de Parques Nacionales para Información al Visitante

Dirección de Diseño e Información al Visitante

Dirección Nacional de Uso Público

Administración de Parques Nacionales

El buen diseño capacita.

El mal diseño discapacita.

Declaración de Estocolmo · Mayo del 2004

European Institute for Design and Disability

*El diseño debe seducir, educar, informar
y quizás lo más importante,
provocar una respuesta emocional profunda.*

April Greiman

Objetivos

El presente **Marco Normativo del Sistema de Cartelería de Información al Visitante de APN** tiene como objetivos:

- proponer un encuadre conceptual e institucional,
- actualizar y adecuar el sistema normativo referido a la cartelería y señalización utilizados en la comunicación al visitante de las Áreas Protegidas,
- determinar los elementos constantes del sistema, de forma que evolucionen las variables pertinentes dentro del esquema de la identidad general.

La **Dirección Nacional de Uso Público**, a través de la **Dirección de Diseño e Información al Visitante** y en el marco de sus incumbencias, es quien tiene a su cargo definir el diseño, la elaboración y la implementación de la cartelería en las Áreas Protegidas, así como sus variables y sus actualizaciones, para garantizar una adecuada interacción entre el sistema y el visitante.

Introducción

En los últimos años se han producido enormes e importantes transformaciones en el ámbito de la comunicación.

Los medios han cambiado de manera radical y las formas de lectura lo han hecho a la par. Las nuevas tecnologías mutan constantemente, su disponibilidad se vuelve masiva y condiciona —a la vez que amplía— las formas de acceder a los contenidos.

El abordaje de la información se torna cada vez más visual, los tiempos dedicados a la lectura de contenidos son mucho más breves e inmediatos, la contaminación y la competencia visual se hacen cada vez más intensas. Hoy "se lee" diferente de como se lo hacía unos pocos años atrás, y de como se lo hará dentro de unos pocos años más.

Cuando se modifican los soportes de la información se transforman también los patrones culturales que hacen a nuestra forma de comunicarnos, de leer, de trabajar, de relacionarnos, de vivir.

La comunicación al visitante en las Áreas Protegidas que gestiona la Administración de Parques Nacionales no es ajena a este proceso evolutivo.

Se suman también los cambios que en los últimos años se han producido en las características y cantidad de Áreas Protegidas y en sus visitantes. Mayor cantidad de APs que representan nuevos ambientes y revelan nuevos patrimonios naturales, culturales, sociales o históricos; heterogeneidad e incremento constante en la visitación; rangos etarios amplios; distintas expresiones socioeconómicas, culturales, regionales, nacionales e internacionales, que dan cuenta de un escenario complejo.

Rasgos todos que expresan una enorme diversidad, a la que la comunicación debe atender para cumplir con sus objetivos de **informar, educar y contribuir a la conservación** del patrimonio natural, cultural y social, pero también de **descubrir, emocionar, conmover, asombrar y potenciar la experiencia** que el visitante vive en los Parques Nacionales.

En estos términos, la comunicación juega también un papel muy importante en la **gestión de las huellas que deja el impacto humano** sobre los ambientes naturales sensibles y sobre los recursos culturales frágiles que la APN está encargada de preservar para las futuras generaciones.

Un sistema de comunicación para el visitante de los Parques Nacionales

Un sistema de comunicación exitoso debe tener en consideración una multitud de factores relacionados con el ser humano, su comportamiento, el procesamiento de la información y el medio ambiente en el que está situado, es decir, debe **tomar en cuenta las necesidades del usuario en todas su dimensiones**. Y al planificar la señalización de un parque, deberán ser tenidos en cuenta visitantes y agentes de la Administración con necesidades especiales.

En el año 2013, el Directorio de la APN aprobó el Sistema de Cartelería, producto de un trabajo de años que recopiló y ordenó las distintas modalidades de cartelería existentes y que fuera un paso muy importante en la sistematización y normalización de varias tipologías de cartel utilizados en las Áreas Protegidas.

Las características de las piezas de comunicación no están exentas de la constante evolución mencionada anteriormente, por lo que es necesario asegurar una periódica evaluación y adecuación de las mismas. Sin embargo hay rasgos y características básicas que es preciso que se definan y se mantengan estables, para garantizar una identidad que permita su reconocimiento como cualidades emblemáticas inequívocas de la institución y de sus valores. El desafío es **comunicar la diversidad en un marco de identidad**: identidad que no es uniformidad, estabilidad que no es quietud, diversidad que es evolución.

Para abordar estos desafíos la Dirección de Diseño e Información al Visitante desarrolló el presente Marco Normativo a partir de la experiencia desarrollada durante el año 2017 en el ámbito del proyecto "Parque Modelo" y de los trabajos llevados adelante durante el 1^{er} Encuentro de Equipos de Diseño de APN, realizado en agosto de 2017 en la ciudad de Bariloche.

Este Marco Normativo tiene como objeto **adecuar y actualizar el sistema de cartelería de la APN**, definiendo los conceptos centrales sobre los cuales se construye la comunicación al visitante de las Áreas Protegidas, a través de los soportes de cartelería y señalética instalados en las mismas.

No desarrolla plantillas para ser aplicadas en forma automática, **sino que constituye un cuerpo conceptual y herramental adecuado para su implementación por parte de los profesionales de diseño y comunicación visual de la Administración de Parques Nacionales.**

Dentro de este Marco la **Dirección Nacional de Uso Público**, a través de la Dirección de Diseño e Información al Visitante, dispondrá los parámetros particulares, las variables, las tipologías y los elementos que se definan para el correcto diseño e implementación del sistema de cartelería en todas las Áreas Protegidas y sus actualizaciones periódicas necesarias.

Planificación de un sistema de cartelería para un Área Protegida

La circulación por entornos naturales, culturales, paisajísticos o edicios de un Área Protegida conlleva el acompañamiento de un sistema de cartelería y señalización, planificado en base a pautas que permitan su organización en función de las cualidades del Área y la experiencia de visitación proyectada.

La comunicación en un Parque debe considerarse como un sistema integrado. Todos los signos, espacios y piezas de comunicación interactúan entre sí, sean informativos, orientativos, normativos o interpretativos. El diseño, su apariencia, sus mensajes, su tono, sus texturas, su materialidad, su ubicación, **todo incidirá en el valor de comunicación general del sistema**, y por consecuencia en la experiencia (más o menos memorable) del visitante, en conjunción con la óptima utilización de los recursos que brinda el Área Protegida.

A la vez, se deberán **equilibrar las necesidades de señalización e información con la protección del entorno**, el impacto visual, ambiental y cultural y la integridad de las Áreas Protegidas en todos sus aspectos.

En este sentido, un sistema de cartelería en un Área Protegida es un proyecto que requiere del aporte y la colaboración de diversos actores de la APN, que deberán estar familiarizados con los distintos aspectos que involucra la creación de las piezas de comunicación.

La búsqueda de información, su transformación en contenidos, el diseño que los convertirá en una pieza comunicacional, la materialización de la misma y su ubicación en relación al visitante y al entorno, son **pasos de un proceso** que tiene particular importancia, y deben ser atendidos todos y cada uno de ellos con el mayor de los cuidados.

Al determinar la necesidad de cartelería en un Área Protegida, se deben responder distintos interrogantes para delinear el proyecto lo más claramente posible.

Algunas preguntas orientativas podrían ser:

- ¿Cuál es la mejor manera de comunicar el objeto/concepto en cuestión?
- ¿Qué información debe ser transmitida para asegurar que los visitantes puedan abordarla?
- ¿El mensaje está siendo efectivamente comunicado?
- ¿Qué significados representa para el visitante las palabras que se usan? ¿Son pocas, suficientes, demasiadas?
- ¿La señal resulta suficiente para transmitir la información e interpelar al visitante?
- ¿Está ubicada en el lugar correcto?

A la luz de estas preguntas y otras que puedan aportar al análisis, los parques deben considerar la efectividad de una señal y de ser necesario planificar otras herramientas de comunicación adicionales para cumplir con los objetivos planteados.

Características generales

La comunicación realizada mediante cartelería y señales tiene características muy distintas a las de otros medios de comunicación. Resulta importante que el equipo de trabajo asuma y considere el punto de vista del visitante al determinar un mensaje. Lo que es claro para el equipo, puede no ser claro para quien visita por primera vez un Parque Nacional.

Este tipo de comunicación deberá:

- ser autodidáctica, no mediada por un actor externo,
- regular las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio, la información y el comportamiento y aprendizaje de los visitantes,

- aplicarse al servicio de los individuos, para una mejor y más rápida accesibilidad a los servicios y a la información requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones,
- disponerse frente a un flujo de individuos de procedencias y características socio-culturales y etarias muy diversas.

Los siguientes principios deberían aplicarse cuando se trabaja sobre la elaboración de los mensajes:

- brevedad,
- claridad,
- familiaridad de las palabras,
- contexto: gran parte del significado de un signo se deriva del medio ambiente, y por lo tanto se explica por sí mismo,
- atención a la secuencia de los elementos del mensaje,
- distinción entre mensajes primarios y secundarios,
- consistencia dentro del sistema de identidad,
- atención al impacto visual en el medio ambiente.

La edición y el diseño dan sentido y forma al mensaje. La elección de palabras, relaciones espaciales y elementos gráficos expresivos, da como resultado una comunicación significativa y decidida.

Comunicar un mensaje de manera efectiva requiere:

- elección adecuada de términos y lenguaje,
- organización de las palabras en una secuencia lógica,
- desarrollo tipográfico y diagramación adecuados.

Los primeros dos aspectos son verbales y serán responsabilidad de quienes desarrollan los contenidos. El último es visual e implica la intervención de un diseñador o comunicador visual.

Los tres están interrelacionados, requieren necesariamente de un trabajo interdisciplinario y los procesos de pensamiento y los objetivos son idénticos:

- dar sentido a un mensaje,
- fortalecer su importancia,
- hacer que lo más importante se destaque de lo secundario.

El diseño del texto de un mensaje deberá reflejar tipográficamente la importancia relativa de los distintos pensamientos expresados verbalmente; dando impacto y ordenamiento visual a la comunicación.

Es imprescindible el análisis de la información a revelar y sus conceptos, a fin de generar una diagramación que permita un abordaje adecuado de la misma, y un reconocimiento visual y gráfico de los distintos tipos de información en juego. **Se trata de diseñar la información.**

Es importante además que se tengan en cuenta las características de *lecturabilidad* y *legibilidad* de los carteles.

- La *lecturabilidad* refiere a las facilidades que damos para que una pieza de comunicación resulte atractiva, con independencia de la legibilidad que tenga. Entran en juego, entre otros, el tono de la redacción, la extensión de los bloques de texto y de las oraciones, las elecciones estéticas, la accesibilidad del diseño, la pertinencia de los códigos y la organización de los contenidos.
- La *legibilidad* remite a las características formales (tamaño, formas, colores, contrastes) que hacen que un texto sea inteligible.

Una correcta *lecturabilidad* logra que un cartel sea **abordado**.

Una buena *legibilidad* logra que un cartel sea **abordable**.

Otras consideraciones sobre la señalización:

- debe ser planificada y adaptada a las características específicas del sitio, como parte de la experiencia que queremos ofrecer a los visitantes.
- debe adaptarse a las categorías de visitantes y su modo de movilidad: automovilistas, ciclistas, caminantes, niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, etc.
- es parte de la matriz de medios que pueden utilizarse para comunicar. Los visitantes también pueden ser informados o guiados por el personal de recepción, el personal de interpretación y por publicaciones como mapas, folletos, apps, etc.
- tiene un impacto en la experiencia del visitante e influye en la calidad del paisaje y en cómo es percibido por el visitante. La cantidad, dimensiones y ubicaciones de signos pueden generar impactos negativos y perjudicar el disfrute del paisaje o recurso cultural, atentando contra la experiencia del visitante.
- debe ubicarse de una manera accesible para las personas con discapacidad. Factores como las distancias, los ángulos de las caras de los signos y alturas de los signos deben abordarse en la planificación con el fin de lograr accesibilidad universal.
- debe contemplarse la tasa de recambio de las señales, ya sea por contenidos, duración, roturas, vandalismo, etc.

Clasificación

Las señales y carteles pueden ser clasificados desde distintos criterios de agrupamiento, como por ejemplo:

- ubicación,
- movilidad,
- función.

En el primer caso pueden mencionarse por ejemplo carteles exteriores o interiores. En el segundo, viales o pedestres.

En el tercer caso, se cuenta con una variedad más amplia de categorías.

- Un primer grupo (g1) que comunica un concepto o mensaje directo, preciso y único:
 - **Cartelería Orientativa:** tiene por objeto situar a los individuos en un entorno, como por ejemplo mapas, planos de ubicación, carteles de distancia, carteles de dirección. Ejemplos:



- **Cartelería Informativa:** brinda información institucional, sobre servicios, zonas, sitios, datos, advertencias, entre otros. Ejemplos:



- **Cartelería Normativa:** marca los límites de aquello que se puede o no hacer, e involucran señales de prohibición, permisos, obligaciones y carteles viales. Ejemplos.



- Un segundo grupo (g2) compuesto por carteles que comunican e integran al grupo anterior en una sola pieza:
 - **Cartelería de Cabecera de Sendero:** es un tipo específico de cartel que tiene como función brindar los datos relativos a la senda, en el que se incluyen mapas de orientación, servicios asociados, indicaciones normativas, advertencias, recomendaciones, datos de seguridad, información institucional, etc. Ejemplo:

SENDERO RUINAS HISTÓRICAS

DISTANCIA **950 m** → IDA DURACIÓN **1 h** → IDA

DIFICULTAD
MEDIA TODO EL AÑO

INFORMES
Centro de visitantes
Tel: 03447 493053 / 493049
Atención de 07:00 a 18:00.

PRECAUCIONES ESPECIALES
El sendero se encuentra habilitado de 07:00 a 20:00.
En verano la dificultad aumenta debido al calor. Llevar agua para beber durante el recorrido.
El sendero no cuenta con señal de celular.

GRADOS DE DIFICULTAD
BAJA No se requiere experiencia ni preparación física especial.
MEDIA Se requiere una mínima experiencia en senderismo y buena condición física.
ALTA Se requiere experiencia en senderismo y muy buena condición física.

EMERGENCIAS
VHF 150 855

PARQUE NACIONAL EL PALMAR

IMPORTANTE
• Antes de salir informarse sobre el estado de los senderos y del clima.
• Elija circuitos de acuerdo a su nivel de experiencia y estado físico.
• Evite salir solo, en caso de accidente su acompañante podrá avisar. Los operativos de búsqueda y rescate sólo comienzan con una denuncia concreta.
• Respete el itinerario del sendero. No se separe de los circuitos marcados.
• No alimente ni moleste a los animales.
• Regrese con sus residuos.

USTED ESTÁ INGRESANDO A UN ÁREA AGRESTE BAJO SU PROPIA RESPONSABILIDAD. EVITE RIESGOS.

MAPA: Final CALERA DEL PALMAR, Ruta Nacional 1, Ruta Nacional 1.

PERFIL DE RELIEVE: INICIO, 100 m, 200 m, 300 m, 400 m, 500 m, 600 m, 700 m, 800 m, 900 m, FINAL.

En este tipo de cartelería, al igual que en la Cartelería Interpretativa, es esencial un trabajo de **diseño de la información**. La composición gráfica debe contribuir a identificar tipos de información de forma estable, para que el visitante intuitivamente sepa dónde encontrar los datos que busca y a la vez informarse de aquellos que son importantes para su seguridad o para su experiencia en el Parque. Un ejemplo de lo mencionado se muestra a continuación:

SENDA RUCA CHOROY EN BICICLETA

DISTANCIA **22 km** → IDA DURACIÓN **4 h** → IDA

DIFICULTAD
BAJA NOVIEMBRE A ABRIL CERRADO MAYO A OCTUBRE

REGISTRO OBLIGATORIO
www.pnlanin.org
Centro de Bienes
Seccional de Guardaparque
Llamando al 0294 154 201859

PREVISIONES
Llevar casco, agua, ropa viento, protector solar y lentes de sol.

PRECAUCIONES ESPECIALES
Senda compartida con caminantes.

GRADOS DE DIFICULTAD
BAJA No se requiere experiencia ni preparación física especial.
MEDIA Se requiere una mínima experiencia en senderismo y buena condición física.
ALTA Se requiere experiencia en senderismo y muy buena condición física.

EMERGENCIAS
VHF 155 675
Tel I.C.E. 02972 427210

PARQUE NACIONAL LANÍN

IMPORTANTE
• Antes de salir informarse sobre el estado de los senderos y del clima.
• Elija circuitos de acuerdo a su nivel de experiencia y estado físico. Si piensa hacer circuitos difíciles que superen su capacidad, contrate un guía de montaña.
• Evite salir solo, en caso de accidente su acompañante podrá avisar. Los operativos de búsqueda y rescate sólo comienzan con una denuncia concreta.
• Respete el itinerario declarado en el permiso de trekking. No se separe de los circuitos marcados.
• Regrese con sus residuos.

USTED ESTÁ INGRESANDO A UN ÁREA AGRESTE BAJO SU PROPIA RESPONSABILIDAD. EVITE RIESGOS.

MAPA: Trazado senderos, Referencias, Rosa de los vientos, Distancias equivalentes al perfil, Pictogramas de servicios.

PERFIL DE RELIEVE: INICIO, 100 m, 200 m, 300 m, 400 m, 500 m, 600 m, 700 m, 800 m, 900 m, 1000 m, FINAL.

PIE
Referencias dificultad del sendero
Contactos de emergencias
Institucional

Referencias dificultad Contactos de emergencias Nombre del Parque + Emblema + Logo APN

- Un tercer grupo (g3), compuesto por mensajes que se proponen revelar los significados del legado natural y cultural que referencian y, a su vez, conectar los intereses del público con esos significados.
 - **Cartelería Interpretativa:** este grupo de cartelería incluye carteles con información sobre la conservación, el patrimonio cultural, miradores, flora, fauna, entre otras.
 - *"La interpretación del patrimonio es un proceso de comunicación estratégica, que ayuda a conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados del recurso patrimonial visitado, para que disfrute y lo aprecie. La interpretación es un proceso porque consta de varias etapas que pueden ser enfocadas desde diferentes perspectivas. Yes comunicación estratégica porque persigue unos propósitos muy concretos para lograr un mayor aprecio y disfrute por parte de los visitantes, por una parte, y, por otra, la conservación del patrimonio merced a las actitudes de esos mismos visitantes. Un aspecto fundamental de la estrategia consiste en saber quiénes son los visitantes, cómo varían, qué traen en sus experiencias vitales, y cuáles son sus intereses y preferencias, para ajustar y realizar estratégicamente la intervención." (Jorge Morales Miranda, ¿A qué interpretación nos referimos?, AIP, 2008)*

Este grupo de cartelería requiere un abordaje particular, que considere cada situación, tipo de contenido y contexto. Habrá carteles que requieran en su contenido de un tratamiento esencialmente tipográfico, otros en los que la imagen fotográfica será el foco principal, otros en los que el carácter infográfico defina la pieza. etc.

De la misma forma, como parte del proceso de diseño se podrán definir soportes pertinentes a cada situación comunicacional y espacial.



Más allá de esta clasificación, hay un tipo de comunicación que requiere un apartado especial: **las señales de advertencia y seguridad**. El uso de señales de advertencia, precaución y peligro para los visitantes deben analizarse con mucha atención, ya que no necesariamente garantizan *per se* los requisitos de cuidado con respecto a proporcionar un ambiente seguro. Se deben considerar otras formas de comunicación para asegurar que los visitantes conozcan los peligros potenciales a los que pueden estar expuestos.

Elementos constitutivos · Constantes y variables.

Como se mencionaba anteriormente, este Marco Normativo tiene por objeto determinar las constantes del sistema permitiendo que dentro del mismo evolucionen las particularidades y la diversidad sin que perjudiquen la identidad. Las variables se irán desarrollando como parte de la evolución a que lleven las distintas necesidades y situaciones puntuales.

Los elementos establecidos como constantes son los siguientes:

TIPOGRAFÍA:

Se define como familia tipográfica única para la comunicación al visitante la ASAP.

Sus características principales son:

- tipografía de palo seco contemporánea, con esquinas suavemente redondeadas,
- diseño argentino: fue diseñada por Pablo Cosgaya junto al equipo de Omnibus Type,
- alta disponibilidad: Google font,
- costo cero: licencia de uso SIL Open Font License,
- alto desempeño en distintos soportes (web, editorial, señales),
- posee 4 variables de peso (regular, medium, semibold, bold), sus 4 variantes itálicas y un set completo para estas versiones en variable condensada.,
- un mismo ancho para todos los estilos, lo que permite cambiar de variables en la composición sin que se modifique el fluir del texto,
- mantiene relación de identidad con el sistema de APN a partir de sus contornos redondeados.



Asap System

Regular + Medium + Bold + Mix

Regla 1: Dieta

Salteándonos comidas para potenciar el efecto del ejercicio conseguimos justo lo contrario: el metabolismo se ralentiza y el cuerpo retiene calorías, con lo cual estaremos cansados y nos desanimaremos antes.

Regla 2: Ejercicio

Forzar la ejercitación con prácticas extenuantes para perder peso desequilibra el balance del cuerpo debido a la eliminación de los líquidos y minerales esenciales. ¡Ojo! Deshidratarse no es lo mismo que adelgazar.

Regla 3: Descanso

Antes de entrenar en exceso, recordemos que debemos dejar descansar bien los músculos antes de ejercitarlos de nuevo, especialmente si están doloridos, ya que de lo contrario provocaremos lesiones o desgarros.

Regla 4: Trabajo conjunto

Focalizar el trabajo en un conjunto de músculos para alcanzar un resultado genera desproporción corporal. Las piernas, la espalda o los hombros son igual de importantes que los bíceps, los pectorales o los glúteos.

Italo / Medium Italo / Bold Italo

Con la premisa «Mens sana in corpore sano»

Con la premisa «Mens sana in corpore sano»

Con la premisa «Mens sana in corpore sano»

Italo / Medium Italo / Bold Italo

¡Tremendo!

Regular

Practicar un deporte, ir al gimnasio o disfrutar de actividades al aire libre son algunos ejemplos de cómo cuidar de nuestro cuerpo para estar sanos. Como todas las actividades que no aceptan una mera participación pasiva, mantenerse en buena forma física exige esfuerzo y constancia. No se trata de tener un cuerpo diez, sino de mantener un nivel

de actividad física suficiente que fortalezca y mantenga los músculos en buen estado, pues estos están diseñados para moverse, no para la vida completamente sedentaria, pasando interminables horas frente al ordenador, a la que muchos se ven hoy obligados. Leer más la próxima semana: Cómo estar y sentirse bien, por la Dra. Mercedes López.

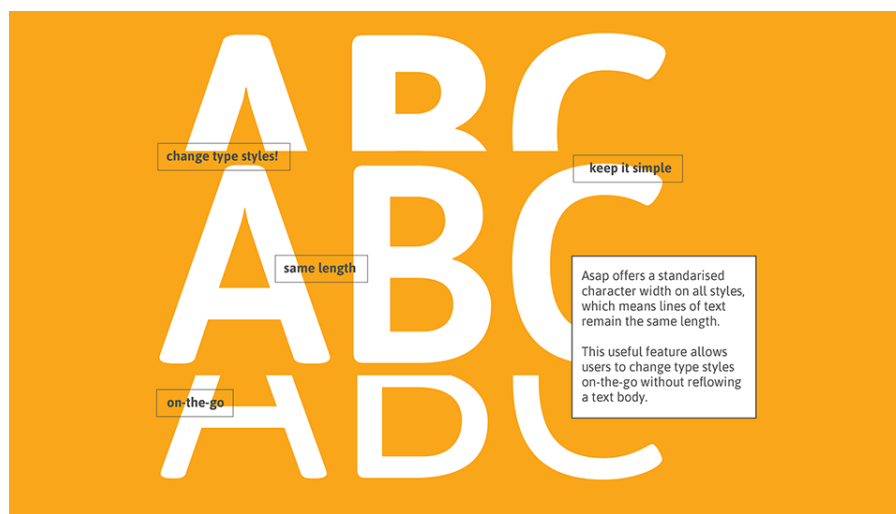
Regular + Italo + Bold

SALUDABLE, VIDA PLENA

Luchando cuerpo a cuerpo con el colesterol

ABC1, ABC2, ABC3, ABC4, ABC5, ABC6

ASAP REGULAR / ASAP ITALIC / ASAP MEDIUM / ASAP MEDIUM ITALIC / ASAP BOLD / ASAP BOLD ITALIC



TEXTOS:

A los ya considerados en las Características Generales, se suman los siguientes:

- El uso de una familia tipográfica que cuente **con múltiples variables** permite la utilización de las mismas al momento de señalar jerarquías en los textos, distinguir mensajes primarios y secundarios, generar focos visuales de atención, cambios de caja, etc. Es una de las posibles **formas efectivas de resaltar o dar énfasis a un concepto particular**.
- Cuando los mensajes se presentan en más de una línea, deberán dividirse en **frases legibles**.
- Los artículos y las preposiciones al final de una línea deberán evitarse, al igual que las viudas y huérfanas.
- **Los textos justificados en ambos márgenes deben evitarse en cualquier situación destinada a la comunicación con el visitante**. Este tipo de justificación genera modulaciones automáticas indeseadas e inevitables en los espacios entre letras y palabras, que requerirían de un ajuste complejo y muchas veces imposible para funcionar correctamente.
- **En términos generales se deben evitar colocar los textos de párrafo en forma directa sobre las fotografías**, ya que en la mayoría de los casos son de difícil legibilidad y se termina apelando a recursos como sombras o contornos que intentan paliar la situación sin conseguirlo de una manera adecuada.

IMPORTANTE

- **Antes de salir infórmese** sobre el estado de los senderos y del clima.
- Elija circuitos de acuerdo a su nivel de experiencia y estado físico.
- **Evite salir solo**, en caso de accidente su acompañante podrá avisar. Los operativos de búsqueda y rescate sólo comienzan con una denuncia concreta.
- **Respete el itinerario** del sendero. No se separe de los circuitos marcados.
- **No alimente ni moleste** a los animales.
- **Regrese con sus residuos**.



USTED ESTÁ INGRESANDO A UN ÁREA AGRESTE
BAJO SU PROPIA RESPONSABILIDAD. **EVITE RIESGOS.**

EMERGENCIAS

VHF 150 855

FILETE:

Para los carteles pertenecientes a los grupos 1 y 2 se define un filete amarillo que enmarca todo el contenido, con esquinas redondeadas.

Para los carteles pertenecientes al grupo 3 se define un filete blanco con 20% de transparencia.

El espesor y radio de curvatura se definirán específicamente para cada tamaño de cartel.



COLOR:

Dado que cada sistema y cada perfil de impresión produce resultados distintos, se generará una paleta/muestrario impreso para los Parques, de modo que pueda ser utilizado como referencia de producción por los proveedores contratados.

A modo de de orientación, se definen los siguientes parámetros:

Color de base:

- marrón (C50 M70 K60) (Pantone 4625 C)
- se utilizará como fondo de los carteles que componen los grupos 1 y 2.

Color secundario:

- amarillo (M10 Y100) (Pantone 129 C)
- se utilizará para subtítulos y textos destacados.

Color tipográfico:

- en términos generales, la tipografía utilizada sobre el color base para títulos principales y textos generales será de color blanco.

Bandas y marcos:

- Para las bandas y marcos que encuadran grupos de información, se establece un blanco al 20% de transparencia.

Filete:

- Para los carteles de los grupos 1 y 2, amarillo (M5 Y60) (Pantone 123 C)
- Para los carteles pertenecientes al grupo 3 se define un filete blanco con 20% de transparencia.

PIE INSTITUCIONAL:

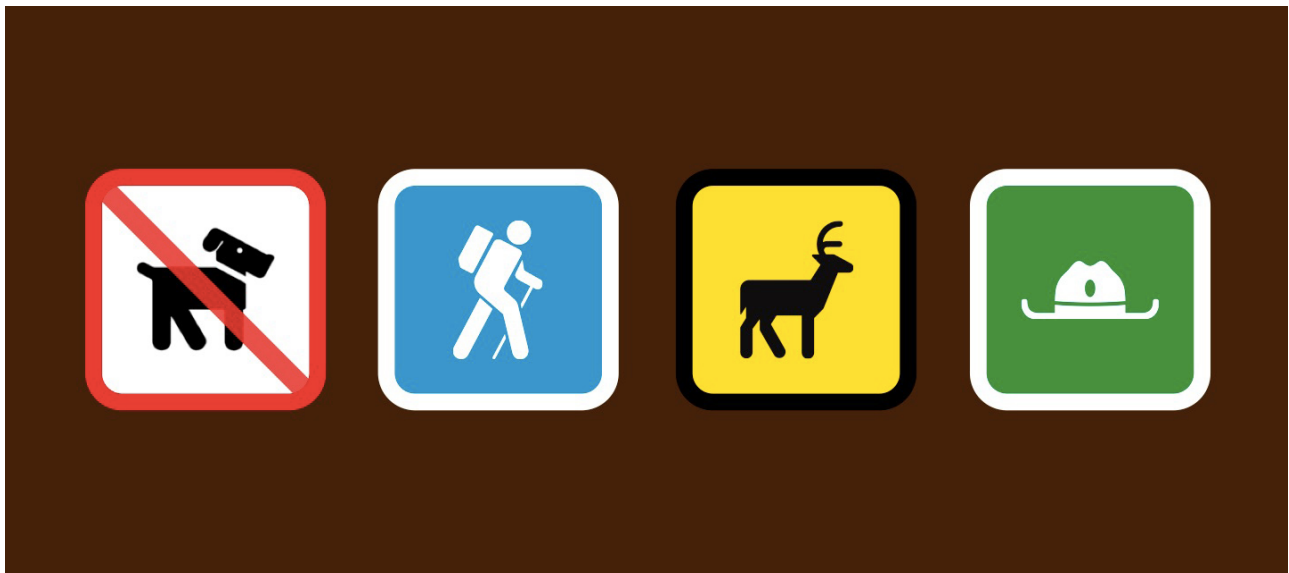
Todos los carteles contarán con un pie institucional estándar, compuesto por el nombre del Área Protegida colocado en una sola línea (siempre que sea posible y adecuado por su extensión), seguido del emblema de la AP en color y del logo institucional de APN calado en blanco.

Este pie tendrá una banda de encuadre en los carteles verticales del grupo 1 y en los carteles de los grupos 2 y 3.



PICTOGRAMAS:

Los pictogramas a utilizar tanto en la cartelería como en otras piezas de comunicación serán los desarrollados en el Marco Normativo del Sistema de Pictogramas de APN aprobado conjuntamente con este Marco Normativo del Sistema de Cartelería de APN.



Conclusión

La creación de un sistema de identidad y las definiciones que el mismo aporta a una institución, se sostienen en la idea de que todo aquello que la conforma, los servicios que presta y los conceptos que promueve, deben proyectar una idea clara de lo que ella misma es y de cuáles son sus objetivos y misión.

Un sistema de comunicación eficiente ayuda a simbolizar y promover los valores de la institución, y también la dedicación de quienes prestan sus servicios.

Este Marco Normativo es una herramienta que contribuye a los objetivos generales de la Administración, y mediante la cual la comunicación al visitante aporta valor para que la visita a un Parque Nacional sea una experiencia inolvidable y completa.

Dirección de Diseño e Información al Visitante · enero 2018

Bibliografía:

- Administración de Parques Nacionales · Normativa de cartelería · Editorial APN · 2013
- Administración de Parques Nacionales · Manual de Sistema de Pictogramas · Editorial APN · 2013
- Quintana Orozco, Rafael · *Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética* · Universidad de Londres, México. D.F.
- Harpers Ferry Center · Wayside Exhibits: a guide to developing outdoor interpretive exhibits · National Park Service · 2009.
- Parks Canada · *Exterior Signage* · 2007.
- National Park Service · Uniguide: Identification, Wayfinding and Visitor Information for National Parks · 2005.
- Morales Miranda, Joaquín · *La interpretación del patrimonio tiene que ver con significados* · Boletín AIP · 2009.
- Fernando Ramos García · *Justificación a la Justificación* · Boletín AIP · 2009.
- ARTICKET BCN · *Diseño de exposiciones y accesibilidad* · 2010.
- Mingote Rodríguez, Enrique · *La Interpretación gráfica en la nueva museografía* · 2009.
- Camacho Díaz, Oriol · *Diseño de información en la señalización de espacios naturales. Pautas de estilo. Tesis doctoral* · Universidad de Granada, Facultad de Bellas Artes, 2011
- Costa, Joan · *Señalética* · Ed. Ceac, Barcelona, 1987
- Carpintero, Carlos · *Dictadura del Diseño* · Wolkowicz Editores · 2009.



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2018 - Año del Centenario de la Reforma Universitaria

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Referencia: EX-2018-02014535-APN-DGA#APNAC - Actualización de normativas de diseño

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 15 pagina/s.