



UAI Universidad
Abierta
Interamericana

REQUIESCANT IN PACE



DISEÑO DE UN SISTEMA DE IDENTIDAD VISUAL Y SEÑALÉTICA PARA EL CEMENTERIO DE LA RECOLETA: MEJORANDO LA EXPERIENCIA DEL USUARIO MEDIANTE LA COMUNICACIÓN VISUAL



Sabrina Elena Hernández Sotillo
Universidad Abierta Interamericana
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Diseño Gráfico

Tutor: Marcelo Wischñevsky
29 de julio de 2026

ÍNDICE



1. Introducción	04
2. Caso de estudio	04
3. Planteo de la problemática y motivación	05
4. Objetivos	06
4.1. Objetivo General	06
4.2. Objetivos Específicos	06
4.3. Hipótesis	06
5. Historia y Trayectoria	07
6. Diagnóstico de la comunicación visual	08
7. Análisis de la competencia	09
7.1. Cementerio de la Chacarita	09
7.2. Cementerio Monumental de Milán	09
7.3. Comparación y Conclusiones	10
8. Marco Teórico	11
Capítulo 1: Diseño Gráfico, Comunicación e Identidad Visual	11
1. Diseño Gráfico	11
1.1. Definición de diseño gráfico	11
1.2. Áreas del diseño gráfico aplicadas al proyecto	11
1.3. Comunicación Visual	12
1.3.1. Conceptos básicos de la comunicación visual	12
1.3.2. Elementos de la comunicación visual	13
1.4. Identidad Visual	13
1.5. Diseño Gráfico en Contextos Específicos	14
1.5.1. Diseño gráfico aplicado en entornos culturales y patrimoniales	14
Capítulo 2: Historia y Simbología de los Cementerios	15
2. Historia de los Cementerios	15
2.1. Evolución histórica de los cementerios	15
2.2. Función social y cultural de los cementerios en diferentes épocas	16
2.3. Cementerios en Buenos Aires	17
2.3.1. Historia de los cementerios en Buenos Aires	17

ÍNDICE



2.3.2.El Cementerio de la Recoleta: origen, desarrollo y relevancia	17
2.3.3.Simbología en el Cementerio De La Recoleta	18

Capítulo 3: Diseño de la Información y Sistemas de Comunicación Visual	20
3.Diseño de la Información como Sistema de Comunicación Visual	20
3.1.Concepto e importancia del diseño de la información	20
3.2.Elementos del diseño de la información	20
3.3.Psicología del color	22
Capítulo 4: Señalética y Sistemas de Orientación en Espacios Patrimoniales	24
4.Señalética y sistemas de orientación	24
4.1.Definición y propósito de la señalética	24
4.2.Diferencias entre señalética y señalización	25
4.3.Diseño de sistemas de señalética.....	25
4.3.1.Principios del diseño de señalética	26
4.3.2.Uso del color, la tipografía y la simbología.....	27
4.4.Sistemas de orientación (Wayfinding)	27
4.5.Señalética en espacios patrimoniales	28
4.5.1.Criterios para la señalética en espacios patrimoniales	28
4.5.2.Señalética en cementerios históricos	29
Capítulo 5: Reflexiones Finales	31
5.1Recomendaciones	31
Referencias	32

1 INTRODUCCIÓN

El Cementerio de la Recoleta, ubicado en el corazón de Buenos Aires, es uno de los destinos turísticos más emblemáticos y concurridos de la ciudad. Este cementerio no solo es un lugar de descanso final para muchas figuras históricas y culturales prominentes de Argentina, sino que también es un sitio de interés arquitectónico y artístico, configurándose como un punto atractivo en la ciudad que recibe una gran cantidad de turistas cada año. Sin embargo, a pesar de su prestigio y la afluencia de visitantes, la comunicación visual del cementerio presenta deficiencias significativas que afectan negativamente la experiencia del usuario.

La señalética actual del Cementerio de la Recoleta está regida por la marca de Buenos Aires Ciudad, pero es escasa y carece de uniformidad y cohesión. Debido a esto, los visitantes pueden sentirse desorientados y desinformados, lo que afecta negativamente la experiencia de la visita. Es por ello que el objetivo principal de este trabajo consiste en desarrollar una nueva identidad visual para el Cementerio de la Recoleta con el propósito de superar las deficiencias que actualmente afectan la experiencia de los visitantes. Este proyecto incluye la creación de una marca coherente y única para el uso del cementerio, la implementación de una señalética funcional y atractiva, y el desarrollo de materiales editoriales y publicitarios.

Partiendo de este escenario, la propuesta se apoya en un diseño donde la coherencia estética y la funcionalidad técnica van de la mano.

El propósito es transformar por completo el recorrido del usuario: no solo se busca facilitar la orientación y el acceso a la información, sino también invitarlo a redescubrir y valorar el enorme peso cultural de este hito histórico.

2

CASO DE ESTUDIO

Cementerio de la Recoleta.





3 PLANTEO DE LA PROBLEMÁTICA Y MOTIVACIÓN

El Cementerio de la Recoleta es uno de los destinos turísticos más emblemáticos y concurridos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, conocido por su valor histórico y cultural y por sus numerosos e imponentes mausoleos y bóvedas, pertenecientes a muchos de los principales protagonistas de la historia argentina (Ente de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2013a). Por su relevancia y valor, representa uno de los atractivos turísticos más importantes de la ciudad, recibiendo hasta 45 mil visitas al año (Infobae, 2022).

No obstante, actualmente existe una coexistencia de señales nuevas y viejas, muchas de ellas oxidadas y deterioradas con el paso del tiempo, creando una imagen inconsistente y confusa. Además, los paneles informativos y mapas están limitados a las áreas de entrada y salida, lo que dificulta la orientación de los visitantes durante su recorrido por el cementerio. Sin una visita guiada, es difícil para los visitantes identificar y localizar las tumbas y puntos de interés dentro del cementerio, ya que estos no están claramente señalizados en el mapa disponible y la señalización interna es escasa.

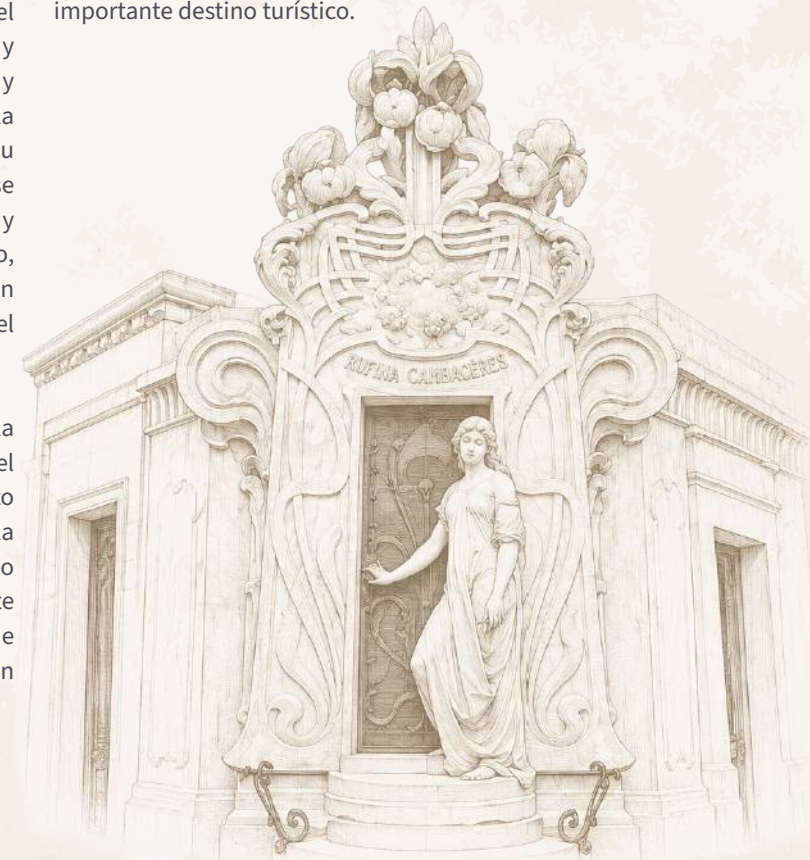
Asimismo, los materiales gráficos y publicitarios disponibles en el cementerio son escasos y poco informativos, limitando la capacidad de los visitantes para comprender y apreciar plenamente el valor histórico y cultural del lugar. La identidad visual del Cementerio de la Recoleta es débil y no es única, ya que se utiliza el mismo sistema gráfico de la marca de Buenos Aires Ciudad, lo cual no refleja de manera efectiva los valores históricos y culturales que deberían ser destacados.

En base a lo anterior, se observa que la falta de información accesible no solo impacta negativamente en la experiencia del visitante, sino que también disminuye el potencial educativo y cultural del sitio. Todo esto resulta en una experiencia de usuario insatisfactoria, donde los visitantes pueden sentirse desorientados y desinformados.

Ante este diagnóstico, esta tesis propone el desarrollo de una nueva identidad visual para el Cementerio de la Recoleta con el propósito de superar las deficiencias que actualmente afectan la experiencia de los visitantes. Este proyecto incluye la creación de una marca coherente y única para el uso del cementerio, la implementación de una señalética funcional y atractiva, y el desarrollo de materiales editoriales y publicitarios. El objetivo es mejorar significativamente la orientación y satisfacción de los visitantes, enriqueciendo su comprensión y apreciación del cementerio. Para ello, se empleará un enfoque de diseño basado en la coherencia y funcionalidad para transformar la experiencia del usuario, proporcionando una navegación intuitiva y una conexión más profunda con el patrimonio histórico y cultural del cementerio.

La motivación para realizar esta investigación surge de la necesidad de mejorar la experiencia del visitante a través del desarrollo de una nueva identidad visual integral. Esto incluye la creación de una marca coherente, la implementación de una señalética eficiente, y el desarrollo de materiales editoriales y publicitarios adecuados. Este proyecto no solo mejorará la orientación y la satisfacción de los visitantes, sino que también enriquecerá su comprensión y apreciación del cementerio.

Además, la reestructuración de la imagen visual del Cementerio de la Recoleta busca facilitar una experiencia de visita más informada y agradable, resaltando los valores históricos y culturales del lugar. Al desarrollar una identidad integral y moderna, se espera enriquecer la percepción pública del cementerio, mejorando la calidad de las visitas y fomentando una mejor experiencia y un mayor aprecio por este patrimonio cultural. La investigación y desarrollo de esta propuesta ofrecerán soluciones innovadoras y prácticas para optimizar la comunicación visual y enriquecer la experiencia de quienes visitan este importante destino turístico.



4 OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una nueva identidad visual con el fin de mejorar la experiencia del usuario en el Cementerio de la Recoleta mediante Señalética y Comunicación Visual.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar las deficiencias existentes en la señalética y otros elementos visuales del Cementerio de la Recoleta para identificar los principales problemas que afectan la experiencia de los visitantes.
- Diseñar una identidad de marca que refleje los valores históricos y culturales del Cementerio de la Recoleta y que facilite una mejor conexión con los visitantes.
- Crear un sistema de señalética claro y funcional que oriente a los visitantes de manera efectiva y mejore su recorrido por el cementerio.
- Elaborar materiales gráficos y publicitarios que informen y enriquezcan la experiencia del visitante, destacando la importancia histórica y cultural del cementerio.

4.3 HIPÓTESIS

La implementación de un sistema de identidad visual y señalética para el Cementerio de la Recoleta mejorará la orientación de los visitantes, fortalecerá la comunicación visual del espacio y enriquecerá la experiencia del usuario.



5 HISTORIA Y TRAYECTORIA

El Cementerio de la Recoleta, ubicado en el barrio de Recoleta en Buenos Aires, Argentina, tiene una rica historia que se remonta al siglo XVIII. Originalmente, la zona albergaba un monasterio y una iglesia construidos por los monjes recoletos franciscanos en 1732. Tras la disolución de esta orden en 1822, el lugar fue convertido en el primer cementerio público de la ciudad, inaugurado oficialmente el 17 de noviembre de 1822 (Civitatis, 2024; Desk to Dirtbag, 2019).

El diseño del cementerio fue realizado por el ingeniero francés Próspero Catelin, y se caracteriza por sus magníficos mausoleos y tumbas, muchas de ellas consideradas obras maestras de la arquitectura funeraria. Entre los estilos arquitectónicos presentes se encuentran el Art Deco, el Barroco, el Neogótico y el Art Nouveau, con materiales importados de París y Milán entre 1880 y 1930 (Forever Roaming The Roads, 2017).

El Cementerio de la Recoleta es famoso por ser el lugar de descanso final de numerosas personalidades argentinas de renombre, incluyendo a Eva Perón, varios presidentes, escritores, y otros personajes históricos. Su conjunto de esculturas y mausoleos constituye un verdadero museo al aire libre, lo que lo convierte en una importante atracción turística en Buenos Aires (Civitatis, 2024; Desk to Dirtbag, 2019).

Figura 1
Cementerio de la Recoleta



Nota. Adaptado de CEMENTERIO DE LA RECOLETA: Contrastes y (mucho) abolengo [Fotografía], por Garbarino, 2017, bitácoras errantes (https://bitacoraserrantes.com/wp-content/uploads/2017/11/img_0379.jpg?w=1400).

En la actualidad, el cementerio sigue siendo utilizado por familias adineradas y es considerado uno de los cementerios más hermosos del mundo. A pesar de su belleza, algunos mausoleos se encuentran en estado de deterioro, lo que añade un aire melancólico al lugar (Forever Roaming The Roads, 2017).

Figura 2
Cementerio de la Recoleta - Sepulcro de Mac Donald



Nota. Adaptado de Recoleta Cemetery [Fotografía], por Currie, 2008, Flickr (<https://flic.kr/p/5ed6Jx>). CC BY 2.0

Este legado histórico y cultural hace del Cementerio de la Recoleta un sitio de gran importancia no solo para los residentes de Buenos Aires, sino también para los turistas que buscan conocer más sobre la historia y el arte de la ciudad (Ente de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2013a).



6 DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

El Cementerio de la Recoleta, uno de los destinos turísticos más visitados de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, enfrenta desafíos significativos en su comunicación visual, que impactan negativamente en la experiencia del visitante. La señalética, regida por la marca de Buenos Aires Ciudad, aunque funcional, carece de uniformidad en su diseño debido a la combinación de señales nuevas y viejas, muchas de las cuales están oxidadas y deterioradas por el tiempo, afectando su legibilidad y la estética general del cementerio (ver Figura 3). Además, el uso de la misma tipografía y colores de la marca de Buenos Aires Ciudad hace que la señalética no sea única y no se resalten los elementos más importantes del cementerio, haciéndolo ver más genérico.

Figura 3
Señalética actual en el Cementerio de la Recoleta



Nota. La imagen muestra señaléticas con distinta tipografía, combinaciones de colores y el estado de deterioro en el que se encuentran.

Los paneles informativos y mapas, aunque funcionales, se encuentran exclusivamente en la entrada y salida del cementerio, limitando la orientación de los visitantes durante su recorrido. Además, los materiales gráficos y publicitarios disponibles son escasos y poco informativos (ver Figura 4), lo que reduce la capacidad de los visitantes para comprender y apreciar plenamente el valor histórico y cultural del cementerio.

Figura 4
Mapa informativo actual en el Cementerio de la Recoleta



La identidad visual muestra debilidades significativas, reflejando una imagen desorganizada que no comunica eficazmente los valores históricos y culturales del lugar. En conjunto, estos problemas comprometen la experiencia del usuario, dificultando la orientación y el acceso a información relevante. Abordar estas deficiencias mediante el desarrollo de una nueva identidad visual integral puede mejorar significativamente la orientación y satisfacción de los visitantes, enriqueciendo su comprensión y apreciación del cementerio.

7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para realizar un análisis gráfico comparativo del Cementerio de la Recoleta, se examinarán los elementos visuales y de señalética del Cementerio de la Chacarita también ubicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Cementerio Monumental de Milán, Italia.

Este análisis se centrará en criterios clave como la uniformidad, la identidad visual, la funcionalidad y la experiencia del visitante.

7.1. CEMENTERIO DE LA CHACARITA

El Cementerio de la Chacarita, ubicado también en Buenos Aires, presenta una señalética que, aunque funcional, muestra una falta de uniformidad en su diseño. La señalética combina elementos antiguos y modernos, generando una imagen inconsistente. Las señales más antiguas presentan desgaste y deterioro, mientras que las nuevas no se integran de manera armoniosa.

Algunas de las señales son claras y legibles, con un buen contraste de colores y tamaño de letra adecuado (ver Figura 5), pero hay una falta de coherencia visual entre la mezcla de los diferentes tipos de señales que allí se encuentran. La señalética utiliza la misma paleta de colores y tipografía aplicada en la marca de Buenos Aires Ciudad lo que hace que carezca de creatividad y distinción.

Figura 5
Mapa informativo actual en el Cementerio de la Chacarita



Nota. Adaptado de Mapa de ubicación del Cementerio de Chacarita [Fotografía], por Mister Roboto, 2013, Wikimedia Commons (https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/2a/Mapa_de_ubicaci%C3%B3n_del_Cementerio_de_Chacarita.JPG). CC BY-SA 3.0

Los paneles informativos y mapas son funcionales, pero solo se encuentran a la entrada del cementerio. La identidad visual del Cementerio de la Chacarita es débil. Aunque existe un intento de mantener una imagen formal y respetuosa, falta un enfoque cohesivo que resalte los valores y la historia del cementerio. La experiencia del usuario se ve afectada por la falta de innovación y creatividad en la señalética y otros elementos gráficos.

7.2. CEMENTERIO MONUMENTAL DE MILÁN

El Cementerio Monumental de Milán es conocido por su impresionante arquitectura y sus monumentos artísticos (ver figura 6). La señalética en este cementerio es antigua, fiel a sus orígenes, pero es coherente, con un diseño que refleja la importancia histórica y cultural del lugar.

Las señales son claras, uniformes y utilizan una tipografía legible que contrastan bien con el contenedor y el entorno.

Figura 6
Cementerio Monumental de Milán



Nota. Adaptado de Cimitero Monumentale di Milano nella sua vista esterna frontale [Fotografía], por Paolobon140, 2016, Wikimedia Commons (https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/d5/Cimitero_Monumentale_di_Milano_nella_sua_vista_esterna_frontale.jpg). CC BY-SA 4.0

Los paneles informativos y mapas están ubicados en puntos clave dentro del cementerio, proporcionando información detallada y accesible sobre los monumentos y tumbas de interés.

Estos materiales gráficos están bien diseñados y ofrecen una experiencia educativa y enriquecedora para los visitantes. Además, el Cementerio Monumental de Milán dispone de folletos y guías turísticas de alta calidad, así como recursos digitales, incluyendo una página web informativa y aplicaciones móviles.

La identidad visual del Cementerio Monumental de Milán está bien definida. Los elementos gráficos y la señalética están diseñados para reflejar la historia, el arte y la cultura del lugar, creando una experiencia de visita memorable y significativa. La atención al detalle y la coherencia en el diseño gráfico contribuyen a una percepción positiva del cementerio y mejoran significativamente la experiencia del usuario.

7.3. COMPARACIÓN Y CONCLUSIONES

El Cementerio de la Recoleta y el Cementerio de la Chacarita comparten problemas similares en cuanto a la uniformidad y la coherencia de su señalética. Ambos sitios presentan una mezcla de señales antiguas y nuevas que afecta la estética y la legibilidad. Sin embargo, el Cementerio Monumental de Milán destaca por la funcionalidad de su señalética, que mejora significativamente la orientación y la experiencia del visitante.





8 MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 1: DISEÑO GRÁFICO, COMUNICACIÓN E IDENTIDAD VISUAL

1. DISEÑO GRÁFICO

1.1 DEFINICIÓN DE DISEÑO GRÁFICO

El diseño gráfico es una rama interdisciplinaria del diseño, enfocado en la transmisión de mensajes e ideas de forma visual. De acuerdo a González (2002), es una disciplina contemporánea que se diferencia de las Bellas Artes por su carácter funcional y su reproducibilidad mecánica. Por otra parte, la combinación de las palabras “diseño” y “gráfico” hacen referencia tanto al proceso de producir objetos de comunicación visual, al objeto creado por dicha actividad y a la profesión que se dedica a esta práctica (Frascara, 2000).

Hoy en día, el diseño gráfico es clave porque traduce la complejidad visual del entorno en mensajes asimilables, sobre todo cuando nos enfrentamos a una saturación de información que exige claridad inmediata. Su rol va más allá de lo estético: es el motor que da vida a las identidades visuales, permitiendo que un espacio u organización se diferencie del resto mediante el uso estratégico de sistemas tipográficos, cromáticos y logotipos.

Al final del día, diseñar es tender puentes de comunicación directa con los usuarios, transformando su interacción con el espacio en una experiencia funcional, clara y fácil de recordar.

1.2. ÁREAS DEL DISEÑO GRÁFICO APLICADAS AL PROYECTO

El diseño gráfico comprende diversas áreas de especialización que responden a diferentes necesidades de comunicación visual. Para el desarrollo de esta investigación, resultan especialmente relevantes aquellas disciplinas relacionadas con la creación de identidades visuales, el diseño de información y el desarrollo de aplicaciones gráficas destinadas a fortalecer la comunicación y la experiencia del visitante en el Cementerio de la Recoleta.

De acuerdo con Frascara (2000), uno de los enfoques del diseño gráfico es el diseño para educación, orientado a facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje mediante recursos visuales. Esta categoría incluye el diseño de materiales didácticos y sistemas gráficos que permiten transmitir conocimientos de manera clara y comprensible.

En el contexto de esta investigación, este enfoque resulta pertinente debido a que el Cementerio de la Recoleta constituye un espacio patrimonial cuyo valor histórico, artístico y cultural puede ser comunicado y difundido a través de recursos gráficos que favorezcan la interpretación del lugar por parte de los visitantes.

Por su parte, Gómez y Vit (2009) proponen una clasificación basada en el contexto, los medios de producción y el usuario final. Para la presente investigación, resultan especialmente relevantes las siguientes áreas:

- **Diseño de identidad:** se enfoca en la creación y aplicación de un conjunto coherente de elementos visuales distintivos que permiten identificar y diferenciar un producto, servicio u organización. Este proceso incluye mucho más que la simple creación de un logotipo; implica el desarrollo de un sistema visual completo que incluye colores, tipografía y otros elementos visuales que permiten formar una identidad reconocible y consistente.

Se puede dividir en dos categorías, identidad corporativa e identidad de marca, donde la primera se especializa en el diseño para corporaciones y negocios, mientras que la segunda se enfoca en el diseño destinado al contacto directo con los consumidores. En ambos casos, el diseño de identidad facilita la identificación y diferenciación de una marca o producto en el mercado.

- **Diseño de ambiente:** se refiere al proceso de planificación y creación de entornos físicos que mejoran la experiencia y comprensión de un lugar o destino, así, ayuda a enriquecer la manera en la que se experimenta y se entiende un lugar, interactuando con el entorno y utilizando diversos materiales, texturas y escalas.

- **Diseño iconográfico:** implica la creación y el uso de iconos o símbolos visuales para representar conceptos, acciones o información de manera concisa y comprensible. Tiene el propósito de comunicar una cantidad extensa de información en un estilo unificado y con el menor número posible de elementos visuales.

- **Diseño de información:** se refiere a la práctica de presentar información de manera visualmente efectiva y comprensible, organizando datos complejos para que sean más accesibles y fáciles de entender para el público objetivo.

- **Diseño editorial:** incluye la maquetación de publicaciones impresas, como revistas, periódicos, libros y catálogos, se centra en la creación de diseños visuales atractivos y funcionales que complementen y mejoren el contenido escrito; tiene como meta presentar una jerarquía visual exitosa de información que guíe a los lectores desde el principio hasta el final, manteniendo su atención y curiosidad.

- **Diseño de afiches:** se centra en el diseño una composición visualmente atractiva y efectiva que comunica un mensaje específico con el objetivo de seducir a los espectadores para elegir un producto o servicio específico.

Las áreas del diseño gráfico descritas anteriormente constituyen el fundamento teórico de la presente investigación, ya que la propuesta integra el diseño de identidad visual, el diseño de información, el diseño editorial, el diseño de ambiente y otras aplicaciones gráficas

para desarrollar un sistema de comunicación visual que contribuya a mejorar la orientación, la comunicación y la experiencia de los visitantes en el Cementerio de la Recoleta.

1.3. COMUNICACIÓN VISUAL

1.3.1. CONCEPTOS BÁSICOS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

El término comunicación se emplea en una amplia variedad de contextos y posee múltiples significados; sin embargo, en todos ellos mantiene un principio común: el intercambio de información entre dos o más entidades. De acuerdo con Aguado (2004), la comunicación constituye un proceso multidimensional que permite transmitir ideas, pensamientos y sentimientos, favoreciendo la interacción y el entendimiento entre individuos, organizaciones y otros actores sociales.

Bajo este contexto, la definición de comunicación visual hace referencia a aquella forma en la que el mensaje está constituido por un elemento gráfico. Asimismo, como proceso, incluye entre sus partes una fuente, un emisor, un medio, código, forma, tema y un receptor, este último es quien construye un significado y desarrolla a partir de ello cierta conducta, interna o externa (Frascara, 2000).

Las imágenes se han convertido en elementos significativos para la transmisión de información y la comunicación entre las personas, haciendo que sea común que los procesos comunicativos incluyan las imágenes como componentes habituales y esenciales para realizar actividades que dependen de la información visual (Meza, 2018), por ello “la imagen sucede como un recurso de información y de comunicación de gran preferencia, transformando los hábitos y medios por los cuales las personas adquieren información, ocasionando así una cultura visual” (p. 4).

En la actualidad, la comunicación visual constituye un elemento fundamental para transmitir información de manera clara, rápida y comprensible mediante el uso estratégico de imágenes, colores, tipografías y otros recursos gráficos. Su eficacia depende no solo del contenido del mensaje, sino también de la adecuada organización de los elementos visuales, los cuales permiten orientar la atención del usuario, facilitar la comprensión de la información y mejorar la experiencia de interacción con el entorno.

Según Berlo (1984), la comunicación puede tener fines informativos o persuasivos, mientras que Frascara (2000) sostiene que la dimensión estética del diseño cumple funciones esenciales, ya que puede generar atracción o rechazo, facilitar la comunicación, prolongar el tiempo de atención del observador, favorecer la retención del mensaje y contribuir a mejorar la calidad visual del entorno.

En síntesis, la comunicación visual constituye una herramienta fundamental para organizar y transmitir información de manera efectiva mediante recursos gráficos. Su aplicación resulta especialmente relevante en espacios patrimoniales, donde una adecuada organización de la información permite orientar a los visitantes, facilitar la comprensión del entorno y enriquecer la experiencia de uso.

En este sentido, la comunicación visual representa uno de los fundamentos teóricos sobre los que se sustenta la propuesta de un sistema de identidad visual y señalética para el Cementerio de la Recoleta.

1.3.2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

Los elementos visuales constituyen la base de la comunicación visual, ya que permiten estructurar y transmitir mensajes de manera clara, organizada y efectiva. Al comprender cómo funcionan estos elementos y cómo interactúan entre sí, tanto el emisor como el receptor pueden comunicar e interpretar la información con mayor precisión. Elementos como la forma, el color, la dirección, la posición y el espacio no solo cumplen una función estética, sino también comunicativa, ya que influyen en la interpretación del mensaje y en la experiencia del usuario (Vergara et al., 2020). Asimismo, la tipografía constituye un elemento fundamental de la comunicación visual, debido a que influye directamente en la legibilidad, la jerarquía de la información y la comprensión del mensaje (Frutiger, 2020). Entre estos elementos destacan los siguientes:

- La forma, se refiere al espacio que ocupa un contorno o silueta, sea bidimensional o tridimensional, y por tanto, puede medirse en términos de altura, ancho y largo, según sea el caso (Vergara et al., 2020).
- El color, es una percepción visual que el cerebro interpreta sobre lo que ve. Los colores son capaces de evocar sentimientos o reacciones específicas, por lo que su elección responde a los intereses que se quieran transmitir (Vergara et al., 2020).
- La tipografía constituye uno de los principales elementos de la comunicación visual, ya que permite organizar la información, establecer jerarquías visuales y facilitar la legibilidad de los mensajes. Una adecuada selección tipográfica favorece la comprensión del contenido y mejora la orientación del usuario en distintos soportes gráficos (Frutiger, 2020).

- La dirección, se refiere a la orientación visual dentro de un diseño, influye en la manera en la que el espectador se guía, provocando distintas sensaciones (Vergara et al., 2020).

- La posición, hace referencia a la ubicación relativa de cada elemento y su relación con otros elementos, el plano de la imagen o la estructura del diseño (Vergara et al., 2020).

- El espacio, es el área visual que rodea a los elementos en el diseño. Este puede ser positivo (ocupado) o negativo (vacío), y su uso efectivo puede ayudar a equilibrar un diseño, crear jerarquía visual, mejorar la legibilidad y comprensión del mensaje (Vergara et al., 2020).

1.4. IDENTIDAD VISUAL

El concepto de identidad se refiere a la cualidad o conjunto de características que hacen que una persona, grupo o cosa sea reconocible y única; sus orígenes se remontan al campo de la sociología, y representa una variable de gran valor para antropólogos, historiadores, filósofos, psicólogos, y muchos otros, “es nuestra comprensión de quiénes somos y quiénes son los demás, y recíprocamente, la comprensión que los otros tienen de sí y de los demás, incluidos nosotros” (Vera y Valenzuela, 2012, p. 273).

Por consiguiente, la identidad visual es la representación gráfica de la identidad, o lo que es igual, “una mezcla controlada de todos los recursos de manifestación visual que tiene una entidad” (J. González, 2002, p. 40). De forma similar, “la identidad visual establece una proyección de la personalidad marcaría a través de los elementos gráficos, espaciales y cromáticos que conforman el signo identitario” (Pol, 2017, p. 11).

En este sentido, la identidad visual, en el diseño gráfico, se refiere al conjunto de elementos gráficos que representan y diferencian a una marca, empresa, organización o producto.

Es importante distinguir entre los conceptos de identidad e imagen, ya que, aunque suelen emplearse como sinónimos, representan ideas diferentes. La identidad hace referencia al conjunto de valores, atributos y elementos visuales que una organización puede definir y gestionar de manera intencional, mientras que la imagen corresponde a la percepción que el público construye a partir de sus experiencias y de la comunicación recibida (Pol, 2017). En este sentido, la identidad constituye un proceso controlable por parte de la organización, mientras que la imagen depende de la interpretación de sus públicos.

La identidad visual no se limita al diseño de un logotipo, sino que se materializa mediante un sistema de identidad visual, integrado por elementos como la marca, la tipografía, la paleta cromática, los recursos gráficos, la iconografía y las distintas aplicaciones que garantizan coherencia en todos los soportes de comunicación. La integración de estos componentes permite construir una comunicación consistente y fortalecer el reconocimiento de la institución en los diferentes puntos de contacto con sus usuarios.

En el contexto de la presente investigación, la identidad visual constituye uno de los pilares fundamentales de la propuesta de diseño, ya que permitirá desarrollar un sistema gráfico coherente que fortalezca la comunicación institucional del Cementerio de la Recoleta, facilite la orientación de los visitantes y contribuya a mejorar su experiencia mediante la integración de la señalética y las diferentes aplicaciones gráficas.

1.5. DISEÑO GRÁFICO EN CONTEXTOS ESPECÍFICOS

1.5.1. DISEÑO GRÁFICO APLICADO EN ENTORNOS CULTURALES Y PATRIMONIALES

Aunque la práctica comercial del diseño suele asociarse a la venta de productos o servicios, la disciplina tiene una fuerte dimensión social. Se convierte en un canalizador de conciencia y acción frente a realidades colectivas, capaz de impulsar transformaciones positivas y visibilizar problemáticas clave. Bajo esta mirada, el diseño se consolida como una herramienta de activismo y cambio social, resultando indispensable para poner en valor la identidad cultural y preservar el patrimonio, tanto histórico como natural (D. González, 2022).

Al integrar elementos gráficos y culturales propios de un territorio, el diseño gráfico no solo favorece la conservación del patrimonio material e inmaterial, sino que también contribuye a reinterpretarlo y presentarlo de manera accesible para las generaciones actuales. En este sentido, Pilay y Neves (2020) sostienen que el diseño gráfico proporciona "alternativas de comunicación a través de la interacción y vinculación del patrimonio gráfico, el habitante y el valor del contenido visual del territorio" (p. 57), permitiendo fortalecer la identidad cultural y promover una apropiación más activa del patrimonio por parte de la sociedad.

La aplicación del diseño gráfico en espacios patrimoniales implica encontrar un equilibrio entre la conservación de la identidad histórica del lugar y la incorporación de soluciones visuales contemporáneas que faciliten su comprensión y disfrute. En este contexto, herramientas como la identidad visual, la señalética, los sistemas de información y las aplicaciones gráficas contribuyen a mejorar la orientación, la

accesibilidad y la experiencia de los visitantes, sin comprometer el valor histórico del entorno.

En el caso del Cementerio de la Recoleta, la implementación de un sistema de identidad visual y señalética representa una oportunidad para fortalecer su comunicación institucional, facilitar la interpretación de su patrimonio histórico y mejorar la experiencia de quienes lo visitan, respetando al mismo tiempo su carácter cultural, arquitectónico y simbólico.



CAPÍTULO 2: HISTORIA Y SIMBOLOGÍA DE LOS CEMENTERIOS

2. HISTORIA DE LOS CEMENTERIOS

2.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CEMENTERIOS

La palabra cementerio deriva del griego koemeterium, que significa "lugar donde se duerme." Así, los cementerios representan un símbolo de tránsito, donde los difuntos duermen el sueño eterno (Cubillas, 2019).

El rito funerario es la primera expresión de la conciencia humana de su propia existencia y finitud, con lo cual, la necesidad de disponer los cuerpos de una manera específica y en un lugar determinado se convierte en una de las primeras manifestaciones arquitectónicas de nuestra cultura. Sin embargo, en su etapa inicial, más que arquitectura, se trataba de sencillos monumentos funerarios. Se sabe poco sobre los primeros entierros, ya que la mayoría correspondían a personas anónimas cuya identidad no era relevante y que no contaban con los recursos para un entierro memorable. Por otro lado, las representaciones de las que sí existen datos son las de aquellos que ostentaban posiciones socioeconómicas elevadas, asociados a construcciones como las pirámides en Egipto o el Panteón en Roma (M. Aguado, 2016).

En la época romana estaba prohibido enterrar dentro de la ciudad, por lo que las sepulturas se realizaban en los bordes de los caminos. Posteriormente, los cristianos solían utilizar antiguas galerías de canteras abandonadas fuera de la ciudad para realizar inhumaciones y rendir culto a los restos de sus mártires. A medida que el cristianismo ganó adeptos y cesó la persecución, abandonaron las catacumbas y comenzaron a enterrar en la superficie. Estas inhumaciones estuvieron asociadas a la construcción de templos y basílicas, que con el tiempo quedaron dentro de las ciudades y, en consecuencia, también las tumbas.

Para esta época, las sepulturas se realizaban en el interior de los templos o en sus proximidades. Es en este contexto cuando nace el término camposanto (M. Aguado, 2016).

En el siglo VII, se ordenó la suspensión de los entierros en las iglesias para evitar el hacinamiento. Sin embargo, las personas ilustres y adineradas aún podían ser sepultadas en su interior (Cubillas, 2019).

Posteriormente, en 1787, debido a las limitaciones físicas y problemas de insalubridad, los camposantos fueron trasladados fuera del núcleo urbano. Así comenzó la búsqueda de una nueva tipología que respondiera a las necesidades del siglo de la Ilustración, al pensamiento utilitarista e higienista. En esa época, los cementerios se concebían como lugares especializados e higiénicos, recintos cerrados e introvertidos, capaces de ofrecer a la población localizaciones diferenciadas donde depositar los restos de forma ordenada y poder visitarlos (M. Aguado, 2016).

Para el siglo XIX, los cementerios se concebían como jardines pintorescos cercados, donde las familias podían construir monumentos conmemorativos, combinando arquitectura y vegetación en armonía. Durante el siglo XX, prevalecen las ideas del siglo anterior, pero el crecimiento demográfico y la especulación del suelo llevaron a una clara división en cuanto a los cementerios, que se quedaron sin espacio, debiéndose decidir si predominaba la vegetación o la arquitectura como concepto (M. Aguado, 2016).

A mediados del siglo pasado, los arquitectos se volvieron a

preocupar por el cementerio como un proyecto lleno de contenido simbólico que necesitaba una renovación formal, comprendiendo los espacios de la muerte de manera diferente a los conceptos decimonónicos aún vigentes, de manera que los proyectos modernos intentan crear un lugar cargado de significado que trascienda su simple uso funcional y que alberga elementos innovadores en cuanto a la interpretación del espacio (M. Aguado, 2016).

Durante el siglo XX, el abandono de muchos cementerios provocó su deterioro significativo. Este deterioro se atribuyó a diversos factores, entre ellos, los cambios culturales en la percepción de la muerte, la crisis de la religión católica y el aumento de la incineración. Además, desde una perspectiva política, se destacaron las crisis administrativas y de financiamiento tras el traspaso de la gestión de estos espacios a los gobiernos locales. No obstante, el redescubrimiento y valoración de los cementerios surgieron a través de estudios académicos que exploraron sus dimensiones histórica, artística, antropológica y paisajística. Asociaciones de la sociedad civil comenzaron a exigir una mejor gestión institucional y política para estos espacios debido a su evidente abandono, donde el Reino Unido fue pionero en la protección de cementerios locales, donde estos espacios desempeñaron un papel especial en la cultura popular británica como símbolos de identidad (Valencia, 2023).

Este cambio de percepción permitió que numerosos cementerios dejaran de ser considerados únicamente espacios destinados a la inhumación para convertirse en

en bienes patrimoniales de valor histórico, artístico y cultural. Como consecuencia, comenzaron a desarrollarse estrategias orientadas a su conservación, interpretación y difusión, reconociendo la importancia de mejorar la experiencia de quienes los visitan.

Esta apreciación de los valores de la necrópolis ha creado un nicho en el turismo global llamado necroturismo, donde cementerios como el judío de Praga, Highgate en Londres y Père-Lachaise en París son destacados ejemplos. Muchos se consideran hoy en día museos al aire libre, con recorridos turísticos diseñados para ellos. Así, el necroturismo, considerado una forma de turismo cultural, consiste en visitar cementerios con características particulares, permitiendo conocer espacios relacionados con la muerte, pero también con la vida y la historia de las ciudades (Valencia, 2023).

2.2. FUNCIÓN SOCIAL Y CULTURAL DE LOS CEMENTERIOS EN DIFERENTES ÉPOCAS

La evolución de los cementerios a lo largo de la historia refleja no solo los cambios en las prácticas funerarias, sino también la transformación de las creencias, valores y estructuras sociales de las comunidades humanas. Desde los primeros ritos funerarios en la prehistoria hasta los modernos cementerios del siglo XXI, estos espacios han desempeñado roles fundamentales en la memoria colectiva, la identidad cultural y la expresión de la espiritualidad. En la actualidad, la mayoría de los cementerios importantes en distintas ciudades del mundo cuentan con áreas de museo donde se exhiben y explican de los monumentos funerarios históricos (Fischer, 2021).

La Tabla 1 resume la función social y cultural de los cementerios en diferentes épocas, destacando las características y ejemplos representativos de cada período.

Tabla 1
Evolución de la función social y cultural de los cementerios

ÉPOCA	PERÍODO / SUBCATEGORÍA	FUNCIÓN SOCIAL	FUNCIÓN CULTURAL	CARACTERÍSTICAS Y EJEMPLOS
Prehistoria	-	Primera manifestación de respeto y memoria hacia los muertos	Expresión de la conciencia sobre la muerte y la existencia humana	Sencillos monumentos funerarios, entierros anónimos
Antigüedad	Antigua Roma	Símbolos de poder y prestigio social, recordatorio de la muerte para los vivos	Reflejo de creencias religiosas y sociales, lugares de culto	Pirámides egipcias, mausoleos romanos, tumbas a lo largo de las vías romanas
Edad Media	Cristianismo Temprano	Lugares de reunión y refugio, veneración de mártires	Espacios de culto y devoción cristiana	Catacumbas cristianas
	Cristianismo Medieval	Indicadores de proximidad espiritual y estatus social	Cementerios como lugares de peregrinación y devoción	Sepulturas en templos y basílicas
Edad Moderna	Renacimiento y Barroco	Reflejo de individualidad y memoria familiar	Espacios de memoria personal y familiar, lugares de culto	Mausoleos y monumentos funerarios elaborados
	Siglo XVIII y XIX	Respuesta a problemas de salubridad, lugares de visita y reflexión	Cementerios como jardines pintorescos, espacios higiénicos	Cementerios fuera del núcleo urbano, cementerios-parques
Edad Contemporánea	Siglo XX	Culto al Mausoleo como Representación del poder y prestigio de las élites urbanas	Manifestación de una tradición aristocrática, búsqueda de representación simbólica	Construcción de mausoleos monumentales, jardines especiales en cementerios, reflejo del poderío de las oligarquías urbanas.
	Siglo XXI	Lugares de entierro y memoria, espacios culturales y comunitarios, respuesta a la sostenibilidad	Patrimonios culturales, reflejo de la identidad cultural y religiosa, educación histórica.	Cementerios ecológicos, actividades sociales y eventos culturales en cementerios, preservación de cementerios históricos como patrimonio cultural.

2.3. CEMENTERIOS EN BUENOS AIRES

2.3.1. HISTORIA DE LOS CEMENTERIOS EN BUENOS AIRES

La ciudad de Buenos Aires alberga una de las necrópolis más vastas a nivel mundial debido a sus cementerios principales, La Recoleta, La Chacarita y San José de Flores, que en conjunto, ocupan una porción significativa del territorio urbano al extenderse a lo largo de 125 hectáreas (Buenos Aires Ciudad, s. f.). Sin embargo, desde la fundación de la ciudad en 1580, las prácticas funerarias y los espacios destinados a la inhumación han evolucionado de acuerdo con los cambios sociales, religiosos, urbanos y sanitarios.

En sus orígenes, los entierros estaban estrechamente vinculados a las instituciones religiosas. Las familias con mayores recursos eran sepultadas en iglesias, mientras que el resto de la población utilizaba cementerios administrados por órdenes religiosas o hermandades, reflejando las diferencias sociales y económicas propias de la época (García, 2021).

A comienzos del siglo XIX, y en consonancia con las reformas sanitarias impulsadas en Europa, los cementerios comenzaron a trasladarse fuera de los centros urbanos. En este contexto, durante el gobierno de Martín Rodríguez se llevó a cabo la reforma del clero que permitió la creación del primer cementerio público de Buenos Aires. Para ello se destinaron los terrenos que anteriormente ocupaban la huerta y los jardines del Convento de los Recoletos, inaugurándose el **Cementerio del Norte** el 17 de noviembre de 1822, actualmente conocido como **Cementerio de la Recoleta** (García, 2021).

El crecimiento demográfico de la ciudad y las sucesivas crisis sanitarias hicieron necesaria la creación de nuevos espacios destinados a la inhumación.

En este proceso surgieron otros cementerios de importancia, como el Cementerio del Sur, el Cementerio de Flores y, posteriormente, el Cementerio de la Chacarita, cuya apertura estuvo estrechamente relacionada con la epidemia de fiebre amarilla de 1871, que desbordó la capacidad de los cementerios existentes (García, 2021).

Asimismo, el aumento de la inmigración y la diversidad religiosa favorecieron la creación de cementerios destinados a comunidades no católicas, como el Cementerio Británico, evidenciando el carácter multicultural que fue adquiriendo la ciudad durante el siglo XIX (García, 2021).

Entre los cementerios históricos de Buenos Aires, el Cementerio de la Recoleta adquirió una relevancia particular debido a su valor histórico, arquitectónico, artístico y cultural, consolidándose como uno de los principales referentes patrimoniales de la ciudad y uno de los cementerios más emblemáticos del mundo. Estas características lo convierten en el caso de estudio de la presente investigación.

2.3.2. EL CEMENTERIO DE LA RECOLETA: ORIGEN, DESARROLLO Y RELEVANCIA

Conocido como “la ciudad de muertos dentro de una ciudad”, el Cementerio de la Recoleta fue diseñado por el arquitecto e ingeniero francés Prosper Catelin siguiendo el modelo del cementerio parisino Père-Lachaise, edificado en 1822 como el primer cementerio público de la ciudad. Este camposanto se ubica en lo que anteriormente fue el huerto de la Basílica de Nuestra Señora del Pilar.

Para finales del siglo XIX, las familias más acomodadas empezaron a trasladarse a esta zona de la ciudad debido a la epidemia de fiebre amarilla que afectó a los barrios del sur, como Montserrat y San Telmo. Así, la zona norte comenzó a transformarse en un área de clase alta, y el cementerio se convirtió en el lugar de entierro preferido tanto para estas familias como para ciudadanos argentinos de gran renombre (Dejtari, 2016).

El Cementerio de la Recoleta en Buenos Aires es una representación simbólica de la metrópolis, donde se conservan personalidades destacadas de la comunidad como Eva Perón, Silvina Ocampo, Adolfo Bioy Casares, Carlos Saavedra Lamas y Luis Federico Leloir, y muestra los estilos artísticos preferidos en cada época, cuya mezcla denota, por un lado, las jerarquías sociales, y por otro, su estrecha relación con el arte. En la actualidad, es reconocido como uno de los principales museos a cielo abierto de América Latina y constituye uno de los atractivos turísticos más importantes de la ciudad de Buenos Aires, siendo una visita prácticamente obligada para quienes recorren el barrio de la Recoleta; se estima que en el año 2021 recibió a 26 650 visitas (Pereira et al., 2022).

Figura 7
Vista aérea del Cementerio de la Recoleta



Nota. Adaptado de Recoleta Cemetery [Fotografía], por Deensel, 2018, Flickr (<https://flic.kr/p/25xNGRh>). CC BY 2.0

Siguiendo la tendencia de los cementerios en el siglo XIX, este cementerio se suma a los grandes monumentos con características europeas que se encuentran principalmente en las grandes ciudades y capitales de la región. Los centros históricos de estos camposantos reflejan en su diseño interno la estructura urbana predominante en la época de su construcción, convirtiéndose en una huella tangible de la historia urbana del siglo XIX.

Estos también manifiestan la admiración de las clases altas por el estilo de vida y las formas europeas, lo que hizo que su configuración, diseño, edificaciones, sepulturas y esculturas fueran similares a los cementerios del viejo mundo. En cuanto a la zonificación interna, es característico que las áreas cercanas al acceso principal y las capillas hayan sido reservadas para los entierros de las familias de las clases dominantes, mientras que la periferia de las necrópolis era utilizada por los sectores populares. Por todo ello, La Recoleta es uno de los más reconocidos de la región y forma parte importante de la oferta del necroturismo en Latinoamérica (Valencia, 2023).

Muchas de las bóvedas y mausoleos del cementerio fueron diseñados por renombrados arquitectos y están decorados con mármoles y esculturas; actualmente abarca una extensión de cinco manzanas y media, y contiene aproximadamente 4870 bóvedas (Giancarli, 2013), por ello, más de 90 de estas estructuras han sido declaradas Monumento Histórico Nacional (Ente de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2013b)

Figura 8
Interior del Cementerio de la Recoleta



Nota. Adaptado de Cementerio de la Recoleta [Fotografía], por Ente de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, s.f. Turismo Buenos Aires (https://turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/cementerio-recoleta-pasillo-interno-1500x610-nn_0.jpg).

En conjunto, estos espacios no solo representan lugares de descanso eterno, sino que también son testimonios históricos que reflejan la evolución de la ciudad y su sociedad. La diversidad de orígenes y religiones, así como las epidemias y cambios sociales que ha tenido la ciudad se ven reflejados en la fundación y expansión de estos cementerios.

Además, albergan sepulturas de figuras destacadas de la historia Argentina, convirtiéndolos en museos a cielo abierto que permiten a los visitantes conectarse con el pasado y comprender mejor el patrimonio cultural de Buenos Aires. La arquitectura de los mausoleos y la disposición de las sepulturas contribuyen a la riqueza patrimonial, haciendo de estos cementerios no solo lugares de memoria, sino también de gran interés artístico y cultural.

2.3.3. SIMBOLOGÍA EN EL CEMENTERIO DE LA RECOLETA

El cementerio en sí mismo es una impresionante obra de arte donde se pueden observar una variedad de símbolos tanto religiosos como masónicos. Es un testimonio monumental de la historia, la cultura y las aspiraciones estéticas de la sociedad argentina del siglo XIX y principios del XX, que alberga las tumbas de hombres que fueron miembros

prominentes de la sociedad, muchos de ellos considerados próceres de la nación.

Su fachada neoclásica, destacada por columnas dóricas imponentes y puertas de hierro que forman una cruz cristiana, refleja la influencia europea en la arquitectura funeraria de la época, proyectando desde la entrada un ambiente de solemnidad y grandeza (Vella, 2021). Asimismo, al ingreso del cementerio se puede observar relieves que se destacan en el arquitrabe, con alegorías a la vida y la muerte, que, según Giancarli (2013), representan lo siguiente:

- **El huso y las tijeras:** representa el hilo de la vida que puede ser cortado en cualquier momento.
- **La cruz y la letra P:** simboliza la paz de Cristo en los cementerios.
- **La corona:** significa el voto de recuerdo permanente.
- **La esfera y las alas:** representa el proceso constante de la vida y la muerte, girando incesantemente como la esfera.
- **La cruz y la corona:** significa la relación entre la muerte y el recuerdo.
- **La abeja:** simboliza la laboriosidad y el trabajo del hombre a lo largo de su vida.
- **La serpiente mordiéndose la cola:** representa la dualidad de la vida y la muerte, simbolizando también la medicina.
- **El manto sobre la urna:** significa la interrupción de la vida.
- **Las antorchas con llamas hacia abajo:** indica que la vida continúa en otra forma, en el inframundo.

- **El búho:** simboliza la vigilancia y, según algunas creencias, anuncia la muerte.

- **El reloj de agua o Clepsidra:** representa el paso del tiempo y el fluir de la vida.

Asimismo, en el friso se observa la inscripción "Requiescant in pace", que significa "descansen en paz". Esta frase, ubicada en el exterior, constituye un mensaje de los vivos hacia los difuntos, expresando deseos de tranquilidad y reposo eterno. Los extremos del friso están decorados con acróteras de estilo neoclásico, elementos arquitectónicos que añaden un toque de elegancia clásica y simetría al conjunto. Al otro lado del pórtico, se encuentra una apariencia similar a la fachada principal, pero con un friso que lleva la inscripción "Expectamus Dominum", que significa "Esperamos al Señor". Esta frase, dirigida de los difuntos hacia los vivos, sugiere una esperanza en la vida futura y en la reunión espiritual con el Creador. Coronando la fachada se encuentran dos llamas votivas, simbolizando el recuerdo constante de los seres queridos fallecidos, evocando una presencia espiritual continua y duradera en el lugar sagrado del cementerio (Vella, 2021).

Además, se pueden observar otros elementos significativos en el Cementerio de la Recoleta (Vella, 2021):

- Alfa (α) y Omega (Ω), las primeras y últimas letras del alfabeto griego, simbolizan el principio y el fin de la vida, marcando el ciclo completo desde el nacimiento hasta la muerte.

- Los ángeles, representados como intermediarios entre lo terrenal y lo celestial, sugieren una conexión espiritual y protectora entre los difuntos y el mundo divino.

- Antorchas con llamas hacia abajo, simbolizando la muerte y la transición hacia el inframundo, donde la vida continúa en otra forma después de la muerte física.

- Antorchas con llamas apagadas, que representan la vida que se extingue y el final de la existencia terrenal.

- La espada con el filo hacia abajo, un símbolo de una vida de lucha que ha llegado a su fin y ahora descansa en paz.

- La palma, que simboliza el martirio y el sacrificio, reconociendo la nobleza del sufrimiento por causas mayores.

- El olivo, símbolo de paz y reconciliación, evocando la tranquilidad y la esperanza de un descanso eterno.

- El roble, que simboliza el valor militar y la fortaleza, honrando a aquellos que se destacaron en la defensa de principios y tierras.

- Los laureles, que simbolizan la gloria y el reconocimiento por logros destacados en vida o en servicio a la nación.

- Columnas de orden dórico, jónico y corintio, representando diferentes estilos arquitectónicos clásicos, que reflejan la diversidad estética y cultural de los monumentos funerarios en el cementerio.

- Cruces, omnipresentes como símbolo cristiano de redención y esperanza en la vida eterna, marcando las tumbas y recordando la fe de aquellos que yacen allí.

Estos elementos no solo decoran el paisaje, sino que también ofrecen una rica narrativa simbólica sobre la vida, la muerte, la trascendencia espiritual y los valores que guiaron a aquellos que ahora descansan en este lugar histórico y culturalmente significativo.

Cabe destacar que también cuenta con símbolos asociados a la Masonería, una influencia que llegó al Río de la Plata a fines del siglo XVIII con la presencia española. Personajes históricos como San Martín y Alvear, ambos miembros de la masonería, contribuyeron significativamente a la consolidación de esta orden en Buenos Aires desde principios del siglo XIX (Giancarli, 2013).

Entre los símbolos masónicos presentes en el cementerio, destacan las estrellas de cinco puntas, que simbolizan los cinco sentidos del hombre y la intuición, representada por la posición de la letra G. Estos elementos forman una cadena de seis eslabones unidos por la razón, que fortalecen la unidad y la percepción más allá de los límites del espacio y el tiempo. Además, el triángulo equilátero, utilizado como símbolo de la divinidad masónica, representa los atributos divinos de Fuerza, Belleza y Sabiduría, así como los tres reinos: Mineral, Vegetal y Animal (Giancarli, 2013).

CAPÍTULO 3: DISEÑO DE LA INFORMACIÓN Y SISTEMAS DE COMUNICACIÓN VISUAL

3. DISEÑO DE LA INFORMACIÓN COMO SISTEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

3.1 CONCEPTO E IMPORTANCIA DEL DISEÑO DE LA INFORMACIÓN

El diseño de la información constituye una disciplina del diseño gráfico orientada a organizar y presentar contenidos de manera clara, comprensible y visualmente efectiva. Su propósito principal consiste en facilitar la interpretación de la información mediante la adecuada organización de textos, imágenes y otros recursos gráficos, favoreciendo la comprensión por parte de los usuarios (Caldwell y Zappaterra, 2014).

Asimismo, el diseño de la información comprende la creación y organización de contenidos en distintos soportes gráficos, tales como folletos, mapas, trípticos, paneles informativos, directorios y otras aplicaciones visuales destinadas a comunicar información de manera eficiente (Iñigo y Makhlof, 2014).

Independientemente del soporte utilizado, uno de sus principales objetivos consiste en establecer una adecuada jerarquía visual de la información, utilizando recursos gráficos que orienten la lectura, faciliten la comprensión del contenido y mejoren la experiencia del usuario (Gómez y Vit, 2009).

En el contexto de esta investigación, el diseño de la información constituye un componente fundamental para el desarrollo del sistema de comunicación visual del Cementerio de la Recoleta, ya que permite estructurar y presentar la información de forma clara, facilitando la orientación de los visitantes mediante aplicaciones como mapas, trípticos, paneles informativos y otros recursos gráficos.

3.2 ELEMENTOS DEL DISEÑO DE LA INFORMACIÓN

La Retícula: Una retícula es la división del espacio en módulos que hacen de guía para la ubicación de los elementos de una publicación, sean imágenes o texto (Caldwell y Zappaterra, 2014). La retícula actúa como una guía para la disposición de los elementos en la maquetación impresa, con el objetivo de alcanzar un diseño ordenado y estéticamente agradable. Así, la retícula puede definirse como una plantilla diseñada para estructurar documentos de múltiples páginas, asegurando un orden, claridad y legibilidad consistentes a lo largo del documento, proporcionando uniformidad y coherencia al diseño (Iñigo y Makhlof, 2014).

Para Samara (2007), existen dos variables fundamentales en cualquier proyecto que un diseñador emplea para mantener un trabajo visualmente consistente y flexible, donde la primera alude a la forma de presentar el material, en relación a la paleta de colores o el tipo de imágenes, pero la segunda está orientada al ritmo o patrón con el que aparece cada componente. De esta manera, una estructura reticular provee una relación de consistencia y la armonía entre el texto y las imágenes.

En la presente investigación, la retícula constituye una herramienta fundamental para organizar la información de las distintas aplicaciones gráficas propuestas, permitiendo mantener la coherencia visual entre mapas, paneles, piezas editoriales y demás elementos que conforman el sistema de comunicación visual del Cementerio de la Recoleta.

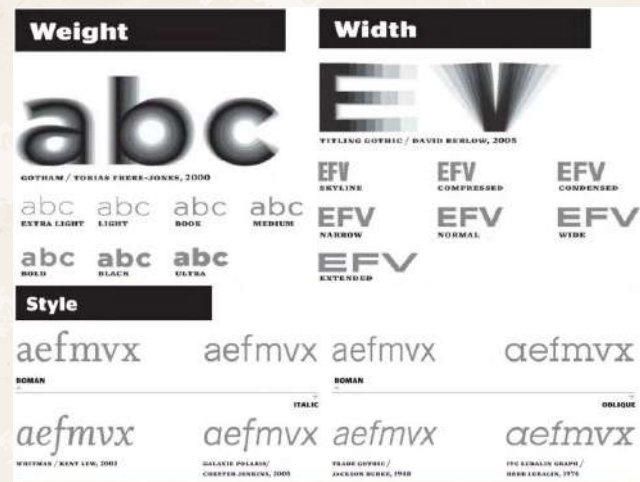
La tipografía:

Tal como señalan Meggs y Purvis (2009), la invención de la tipografía se considera un avance casi tan significativo como la creación de la escritura, situándose entre los logros más importantes de la civilización. En un principio, la escritura proporcionó a la humanidad una forma de conservar, recuperar y registrar el conocimiento y la información a lo largo del tiempo y el espacio. Por su parte, la impresión tipográfica facilitó la producción económica y masiva de textos alfabéticos, lo que permitió una rápida difusión del conocimiento y un aumento del alfabetismo como resultado de este notable invento.

Sobre estos mismos aspectos, Gomez y Vit (2009) establecen cuatro puntos fundamentales sobre la tipografía:

- La anatomía: se refiere a los elementos distintos y partes que componen los caracteres del alfabeto.
- La genealogía: este campo abarca el análisis de pesos, estilos y variantes de las tipografías. En la figura 9 se muestran algunas de estas variaciones.

Figura 9
Características tipográficas



Nota. Adaptado de Graphic design, referenced: a visual guide to the language, applications, and history of graphic design (p. 64), por Gomez y Vit, 2009, Rockport Publishers.

• **Clasificación tipográfica:** son las categorías de los tipos de letra basados en sus características históricas, estilísticas y estructurales. A lo largo del siglo XX, se han desarrollado varios sistemas de clasificación para organizar la creciente colección de tipografías. Ejemplos de estas clasificaciones incluyen las propuestas por Francis Thibaudeau y Maximilien Vox, que dividen las tipografías en categorías como Clásicos, Modernos y Otros. Estos sistemas ayudan a los diseñadores a identificar y seleccionar tipografías apropiadas para diferentes contextos y aplicaciones.

• **La composición tipográfica:** es el proceso de organizar y disponer el texto en un diseño, transformando letras en palabras, palabras en oraciones, oraciones en párrafos y párrafos en layouts o diseños completos. Esta actividad implica considerar principios y reglas sobre el espaciado, la organización y el uso adecuado de la puntuación para asegurar que el texto sea legible y visualmente atractivo. La composición tipográfica competente es esencial para crear diseños claros y efectivos en cualquier medio.

La adecuada selección tipográfica contribuye a garantizar la legibilidad y coherencia del sistema gráfico, aspectos fundamentales en proyectos de identidad visual y señalética, donde la información debe ser comprendida de forma rápida y precisa por los usuarios.

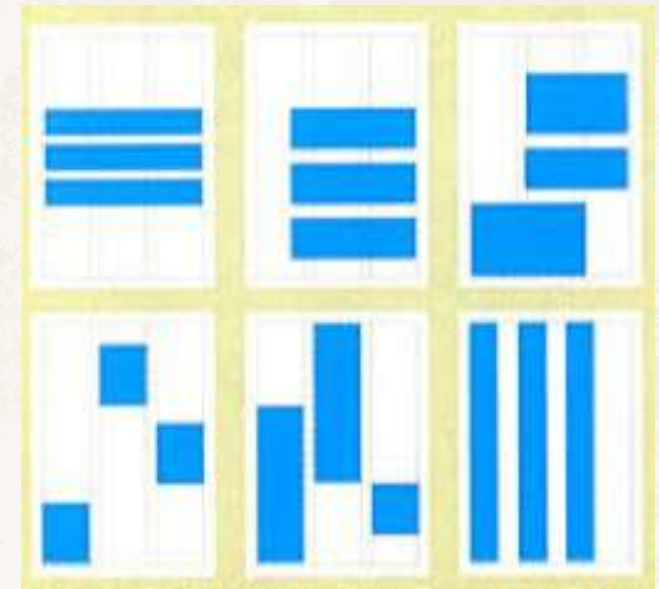
La Composición:

La composición se refiere a la disposición y organización de los elementos visuales y textuales dentro de una pieza gráfica o sistema de comunicación visual. Esta debe tener en cuenta el tipo de medio, el tamaño de la publicación y la cantidad de material a incluir, así como las necesidades específicas del contenido y el público objetivo. Además, la composición se adapta a factores como la imagen de la empresa, los espacios publicitarios, la adaptación a varios idiomas y las limitaciones de presupuesto, asegurando que el producto final sea coherente, atractivo y funcional para su propósito y mercado (Palacios, 2014).

Dado que cada proyecto es diferente, las formas en las que un diseñador podría abordar el ritmo en un proyecto específico son ilimitadas. Sin embargo, la mayoría de las estrategias de ritmo pueden resumirse en dos enfoques generales (Samara, 2007):

• **Variación estructural de la retícula:** independientemente del tratamiento del contenido en términos de color, imágenes o tipografía, la estructura de una publicación puede articularse de varias maneras, como muestra la figura 9, donde se articula imagen y el texto comenzando con un tipo de lógica y cambiándola progresivamente de una página a otra, de manera que el resultado es una transición continua en el ritmo a lo largo de todo el proyecto.

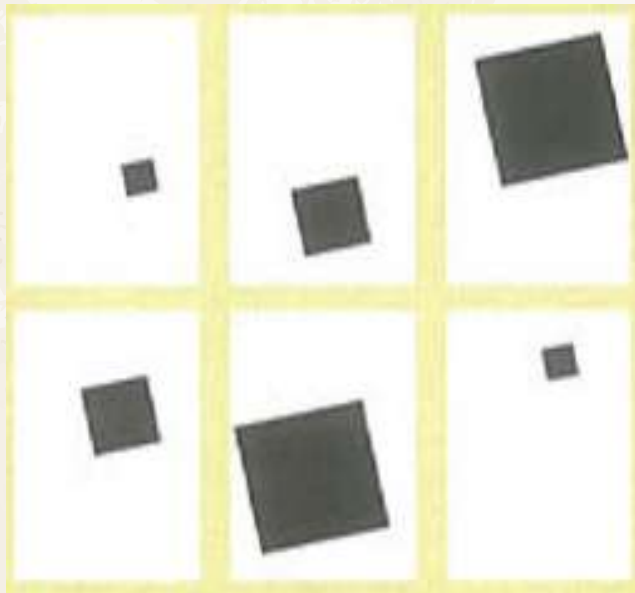
Figura 10
Variación estructural



Nota. Adaptado de Design Elements. A Graphic Style Manual (p. 242), por Samara, 2007, Rockport Publishers.

• **Variación de la presentación de contenidos:** además de variar la estructura, el diseñador podría explotar la variación formal y la oposición dentro del contenido para crear cambios de ritmo: su color, escala, tratamiento fotográfico o ilustrativo, y su complejidad. A veces, tales cambios de ritmo coinciden con la variación estructural; por ejemplo, cambiar la escala de las imágenes a lo largo de una secuencia de páginas podría reflejar un cambio en la lógica de la cuadrícula. En otras ocasiones, los cambios en el tratamiento del contenido para el ritmo pueden ser independientes de cualquier variación estructural.

Figura 11
Variación de la presentación



Nota. Adaptado de Design Elements. A Graphic Style Manual (p. 242), por Samara, 2007, Rockport Publishers.

En el contexto del presente proyecto, la composición permite estructurar la información de manera clara y jerarquizada, favoreciendo la lectura, orientación y comprensión de los distintos soportes gráficos diseñados para el Cementerio de la Recoleta.

3.3. PSICOLOGÍA DEL COLOR

Desde el auge de la comunicación visual, los creativos y diseñadores buscan constantemente medios y técnicas para otorgar mayor fuerza e impacto a sus obras. Entre numerosos recursos como la composición, la semiótica, los pesos visuales y el manejo de estilos tipográficos, el uso del color y su amplia gama de expresiones a menudo se considera el más importante para las piezas visuales. Con ello, la psicología del color y la manera en que los seres humanos interactúan y reaccionan en diversos entornos o situaciones según los colores se ha convertido en una ciencia probada y rigurosamente aplicada, con siglos de estudios y análisis (Rolón et al., 2020).

La teoría del color está presente en el marketing, la publicidad y el diseño, transmitiendo distintas sensaciones a las personas que los observan. Por lo tanto, es fundamental tener en cuenta la psicología del color para lograr el éxito de una marca, aspecto crucial para el éxito empresarial, según (Velásquez et al., 2020).

Por estas y otras razones, la psicología del color se ha convertido en un tema de estudio prevalente en el diseño y la comunicación. El uso adecuado de los colores contribuye en gran medida a generar respuestas genuinas del público, transmitir emociones y visualizar conceptos que podrían ser muy complejos o abstractos. Todo lo anterior sugiere que el "color" se consolida como un elemento fundamental en la correlación de identidad y toma de decisiones, al tener el poder de influir en la comunicación del individuo (Ortiz y Pacheco, 2017).

El color impacta a quienes lo observan, ya que es imposible no notarlo y siempre atrae la atención; cada color evoca diferentes sensaciones o emociones y a menudo se relaciona con distintos estados de ánimo.

Los colores tienen la capacidad de comunicar porque poseen significados propios y actúan como símbolos,

llegando a transmitir ideas por sí mismos (Giancarli, 2013). Así, el efecto generado por algunos colores incluye, de acuerdo a Giancarli, (2013):

- **Rojo:** está asociado con el fuego, la sangre, el poder, la fuerza y la pasión. También simboliza liderazgo, agresividad, coraje y valentía. Además, representa energía, furia, excitación, vitalidad, masculinidad, romance, sexualidad, erotismo, amor, calor y fertilidad.

- **Naranja:** evoca alegría, jovialidad y energía. Está relacionado con la felicidad, la euforia y el otoño. Además, simboliza entusiasmo, exaltación, incendio y un toque picante.

- **Amarillo:** representa el sol, la luz, la alegría y el buen humor. Está asociado con la felicidad, la inteligencia, el idealismo y la riqueza (oro). También evoca el verano, la calidez, la tierra, el aire, la feminidad, la innovación, la sociabilidad, la amistad, el liberalismo, el brillo, la intelectualidad, el poder, la arrogancia, la acción, la voluntad, la sabiduría y el buen criterio.

- **Verde:** simboliza la esperanza, la fecundidad, la vida eterna, el florecimiento y la fertilidad. Está relacionado con la abundancia natural, el aire libre, el medio ambiente, la humedad, la hierba y el crecimiento. Además, representa el dinero, el tradicionalismo, la creatividad, la razón, la lógica, la suerte, la astucia, el vigor, el espíritu, la gentileza, la cortesía, la generosidad, la sinceridad, la salud, el reposo y el juicio.

- **Azul:** este color evoca la sabiduría, la profundidad, la serenidad, el cielo y el agua. También está asociado con la seriedad, la frescura, la confianza, la tranquilidad, la paciencia, la amabilidad, el descanso, la frialdad, la verdad, la dignidad, la constancia, el poder, el amor, la vida eterna, la inmortalidad, el infinito, la seguridad, la amistad, la paz, la lealtad, el invierno y el hielo.

- **Violeta:** representa el misticismo, la religión, la tristeza, la profundidad y la paz. También simboliza la madurez, la sabiduría, la aristocracia, la realeza, la nobleza, la divinidad, el sacrificio, la suntuosidad, la majestuosidad, la riqueza, la sofisticación, la serenidad, la ceremonia, la iluminación, la nostalgia, la melancolía, el orgullo y la espiritualidad.

- **Magenta:** este color evoca la delicadeza, la elegancia, la creatividad artística y el antirracismo. También está relacionado con el amor, el romanticismo, la belleza, la ternura, la confianza, la moralidad y la ingenuidad.

- **Blanco:** simboliza la pureza, la verdad, la fe, la alegría y la revelación. También está asociado con la santidad, la comunión, el amor divino, la espiritualidad, la humildad, la entrega, la vida, la sencillez, la simplicidad, la inocencia, el aire, el frío, la nieve y el optimismo.

- **Negro:** representa la oscuridad, el mal, las tinieblas, la muerte y el dolor. También evoca la desesperación, el sufrimiento, los malos augurios, la pérdida, la ausencia, la venganza, el temor, la melancolía, la rebelión, el anarquismo, el misterio, la formalidad, la elegancia, el convencionalismo, la seriedad, el silencio y el luto.

- **Gris:** es un color neutro y está asociado con el respeto, el desconsuelo, la resignación y el aburrimiento. También evoca la vejez, el éxito, la estabilidad, la reverencia, el pesimismo, el duelo, la contaminación y el urbanismo. Considerando lo anterior, la importancia de los colores y el efecto psicológico que transmiten no puede ser subestimado dentro del diseño de la información y la comunicación visual, dado que poseen la capacidad de influir significativamente en la percepción, comprensión y emociones de los usuarios. En este sentido, la elección de una paleta cromática adecuada no solo define la identidad visual de un sistema gráfico, sino que también facilita la orientación, destaca información relevante y mejora la experiencia del usuario.

De esta manera, comprender y aplicar estratégicamente la psicología del color, en conjunto con otros elementos como la tipografía, la retícula y la composición, permite desarrollar sistemas de comunicación visual claros, coherentes y funcionales. En la presente investigación, estos principios orientan el diseño de la identidad visual y de las distintas aplicaciones gráficas propuestas para el Cementerio de la Recoleta.



CAPÍTULO 4: SEÑALÉTICA Y SISTEMAS DE ORIENTACIÓN EN ESPACIOS PATRIMONIALES

4. SEÑALÉTICA Y SISTEMAS DE ORIENTACIÓN

La manera en que habitamos y recorremos los entornos modernos, sean públicos o privados, demanda respuestas visuales inmediatas para evitar la desorientación. De ahí que la señalética asuma un rol protagónico como disciplina proyectual: su meta es estructurar la información disponible en el espacio físico para que cualquier persona pueda identificar dónde está, entender hacia dónde va e interactuar de forma intuitiva con el entorno que la rodea (Costa, 1989).

A diferencia de otros recursos de comunicación visual, la señalética no se limita al diseño de señales individuales, sino que constituye un sistema integrado cuyos elementos, como la tipografía, el color, la simbología y los soportes físicos, trabajan de forma coordinada para garantizar una orientación eficaz. Para Frutiger (2020), la legibilidad y la claridad visual son aspectos esenciales en estos sistemas, ya que permiten que la información sea comprendida de manera inmediata, favoreciendo la movilidad y la toma de decisiones por parte de los usuarios.

En espacios patrimoniales, la señalética adquiere una relevancia particular, debido a que debe responder simultáneamente a criterios funcionales, comunicacionales y de conservación. Su diseño debe facilitar la orientación de los visitantes sin afectar el valor histórico, arquitectónico o cultural del lugar, integrándose de manera armónica con el entorno y fortaleciendo la experiencia de quienes lo recorren (Costa, 1989).

En este sentido, el presente capítulo desarrolla los fundamentos teóricos relacionados con la señalética, los principios para el diseño de sistemas de orientación y su aplicación en espacios patrimoniales, con el propósito de sustentar la propuesta de señalética para el Cementerio de la Recoleta.

4.1. DEFINICIÓN Y PROPÓSITO DE LA SEÑALÉTICA

La señalética es una disciplina del diseño gráfico especializada en el desarrollo de sistemas de comunicación visual destinados a orientar, informar y facilitar el desplazamiento de las personas dentro de un espacio determinado. Su finalidad principal consiste en organizar la información espacial mediante un conjunto coherente de signos gráficos que permitan a los usuarios identificar lugares, comprender recorridos y tomar decisiones de manera rápida y eficiente (Costa, 1989).

De acuerdo con Costa (1989), la señalética surge como respuesta a la necesidad de adaptar la comunicación visual a espacios cada vez más complejos, donde las personas requieren información inmediata para desplazarse con autonomía. En este sentido, no se limita al diseño de señales individuales, sino que constituye un sistema integrado cuyos elementos mantienen una identidad visual común y responden a una estrategia de comunicación previamente planificada.

La eficacia de un sistema de señalética depende de la adecuada integración de diversos recursos gráficos, entre ellos la tipografía, el color, la simbología, las flechas direccionales y la disposición física de las señales. Estos elementos trabajan conjuntamente para garantizar la claridad, legibilidad y comprensión inmediata de los mensajes, reduciendo la incertidumbre del usuario durante su recorrido (Costa, 1989).

Frutiger (2020) destaca que la legibilidad constituye uno de los principios fundamentales en los sistemas de orientación, debido a que la información debe ser percibida y comprendida en el menor tiempo posible. Por esta razón, aspectos como la selección tipográfica, el tamaño de los caracteres, el contraste cromático y la ubicación de las señales influyen directamente en la eficacia del sistema y en la experiencia del usuario.

Asimismo, la señalética cumple diferentes funciones dentro de un espacio. Entre las más importantes se encuentran:

- Identificación, al permitir reconocer edificios, sectores, servicios o puntos de interés.
- Orientación, facilitando la localización de destinos y guiando los desplazamientos de los usuarios.
- Información, proporcionando datos relevantes sobre el funcionamiento del espacio, normas o servicios disponibles.
- Regulación, mediante la comunicación de advertencias, restricciones o indicaciones que favorecen la seguridad y el correcto uso del lugar (Costa, 1989).

En espacios patrimoniales, estas funciones adquieren una importancia adicional, ya que la señalética no solo debe facilitar la orientación de los visitantes, sino también integrarse respetuosamente con el entorno histórico y contribuir a la interpretación del patrimonio cultural. Por ello, el diseño de estos sistemas requiere un equilibrio entre funcionalidad, accesibilidad y conservación, evitando interferir con el valor arquitectónico e histórico del lugar.

En el caso del Cementerio de la Recoleta, la implementación de un sistema de señalética permitirá mejorar la orientación de los visitantes dentro de un espacio de gran extensión y riqueza patrimonial, facilitando el acceso a sectores, mausoleos y servicios, al tiempo que fortalecerá la identidad visual del conjunto y enriquecerá la experiencia de quienes lo recorren.

4.2. DIFERENCIAS ENTRE SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN

Aunque los términos señalética y señalización suelen emplearse indistintamente, en el ámbito del diseño gráfico representan conceptos diferentes. De acuerdo con Costa (1989), la señalización constituye un sistema de signos normalizados cuyo propósito principal es regular el comportamiento de las personas mediante la transmisión de instrucciones, advertencias, prohibiciones u obligaciones. Por ello, responde a normas y códigos universales previamente establecidos, los cuales buscan garantizar la seguridad y el correcto funcionamiento de un determinado espacio.

Por su parte, la señalética es una disciplina del diseño gráfico que desarrolla sistemas de orientación adaptados a las características particulares de un entorno. A diferencia de la señalización, no depende exclusivamente de normas estandarizadas, sino que diseña soluciones visuales específicas considerando la identidad del lugar, las necesidades de los usuarios y el contexto arquitectónico donde será implementada (Costa, 1989).

El verdadero contraste entre ambas radica en sus objetivos de fondo. La señalización se mueve en un terreno puramente normativo y de control; en cambio, la señalética es esencialmente comunicativa y busca orientar al visitante.

Su propósito es tejer un sistema gráfico cohesionado que ayude a identificar lugares, trazar trayectos y localizar servicios con facilidad. Al diseñar desde la señalética, el foco se pone en la vivencia del usuario, buscando que su recorrido por el espacio sea fluido, libre de dudas y mucho más amigable.

De esta manera, la señalética busca mejorar la experiencia del usuario durante su desplazamiento, reduciendo la incertidumbre y favoreciendo una interacción más intuitiva con el entorno.

Desde el punto de vista del diseño, la señalización suele utilizar símbolos y formatos estandarizados que garantizan un reconocimiento inmediato en cualquier contexto. En cambio, la señalética permite un mayor grado de flexibilidad, ya que integra elementos como la identidad visual, la tipografía, el color, la simbología y otros recursos gráficos propios de cada institución o espacio, manteniendo siempre criterios de legibilidad, coherencia y funcionalidad (Frutiger, 2020).

En espacios patrimoniales, esta diferencia cobra especial importancia. Mientras la señalización garantiza el cumplimiento de normas relacionadas con la seguridad y la protección del patrimonio, la señalética contribuye a la interpretación del lugar, facilita la orientación de los visitantes y fortalece la identidad visual del espacio sin alterar sus valores históricos y culturales.

En la presente investigación, la propuesta corresponde al desarrollo de un sistema de señalética, ya que busca diseñar un conjunto de recursos gráficos integrados que permitan orientar a los visitantes del Cementerio de la Recoleta, fortalecer su identidad visual y mejorar la experiencia de recorrido, más allá de la simple instalación de señales informativas o reglamentarias.

Diferencias entre señalización y señalética:

-Señalización:

- Responde a normas y códigos estandarizados
- Su función principal es regular, advertir o prohibir.
- Posee un carácter universal y normativo.
- Utiliza símbolos normalizados.
- Prioriza la seguridad y el cumplimiento de normas.

-Señalética:

- Se adapta a las características específicas de cada espacio.
- Su función principal es orientar, informar e identificar.
- Posee un carácter comunicacional y de diseño.
- Integra identidad visual, tipografía, color y pictogramas propios del sistema.
- Prioriza la orientación y la experiencia del usuario.

4.3. DISEÑO DE SISTEMAS DE SEÑALÉTICA

El diseño de un sistema de señalética implica mucho más que la elaboración de señales individuales. Se trata de un proceso de planificación que integra criterios de comunicación visual, arquitectura, diseño gráfico y comportamiento del usuario con el propósito de crear un sistema coherente capaz de facilitar la orientación dentro de un espacio determinado (Costa, 1989).

De acuerdo con Costa (1989), un sistema de señalética debe concebirse como un conjunto organizado de elementos gráficos que mantienen unidad visual y funcional, permitiendo que el usuario identifique lugares, interprete recorridos y acceda a la información de manera intuitiva. En consecuencia, cada una de las señales que conforman el sistema debe responder a una estrategia de diseño previamente definida, evitando soluciones aisladas que puedan generar confusión.

El proceso de diseño requiere analizar las características del entorno, comprender las necesidades de los usuarios y establecer una jerarquía de la información que facilite la toma de decisiones durante el recorrido. Para ello, es necesario definir criterios relacionados con la ubicación de las señales, la secuencia de los recorridos, la selección tipográfica, la paleta cromática, la utilización de pictogramas y la organización de los contenidos, garantizando que todos los elementos funcionen de manera integrada (Costa, 1989).

Asimismo, Frutiger (2020) destaca que la eficacia de un sistema de orientación depende en gran medida de su legibilidad. La correcta elección de la tipografía, el tamaño de los caracteres, el contraste entre figura y fondo y la distancia de lectura son factores que influyen directamente en la rapidez con la que el usuario interpreta la información.

En espacios patrimoniales, el diseño de sistemas de señalética requiere además respetar la identidad histórica y arquitectónica del lugar. Esto implica desarrollar soluciones visuales que se integren armónicamente con el entorno, evitando competir con los elementos patrimoniales y contribuyendo a su interpretación sin alterar su valor cultural.

En la presente investigación, el diseño del sistema de señalética para el Cementerio de la Recoleta contempla estos principios con el propósito de desarrollar una propuesta funcional, coherente e integrada a la identidad visual del lugar, facilitando la orientación de los visitantes y fortaleciendo su experiencia durante el recorrido.

4.3.1. PRINCIPIOS DEL DISEÑO DE SENALETICA

El diseño de un sistema de señalética debe responder a una serie de principios que garanticen la correcta comunicación entre el espacio y sus usuarios. Más allá de su valor estético, la señalética tiene como objetivo facilitar la orientación, reducir la incertidumbre y permitir que las personas se desplacen de manera autónoma y segura dentro de un entorno determinado. Por ello, su diseño debe priorizar criterios de funcionalidad, legibilidad, coherencia y accesibilidad (Costa, 1989).

Uno de los principios fundamentales es la claridad, entendida como la capacidad del sistema para transmitir información de forma inmediata y sin ambigüedades. Los mensajes deben ser breves, precisos y fácilmente comprensibles, evitando el uso de información innecesaria que pueda dificultar la interpretación por parte del usuario (Costa, 1989).

Otro principio esencial es la legibilidad, que hace referencia a la facilidad con la que los textos y símbolos pueden ser percibidos y comprendidos desde diferentes distancias y condiciones de observación. Según Frutiger (2020), la legibilidad depende de factores como la selección tipográfica, el tamaño de los caracteres, el contraste entre figura y fondo, el espaciado y la iluminación del entorno. Estos aspectos permiten que la información sea reconocida rápidamente y favorecen la toma de decisiones durante el recorrido.

La coherencia visual constituye otro aspecto indispensable dentro de un sistema de señalética. Todas las señales deben compartir una misma identidad gráfica mediante el uso consistente de tipografías, colores, pictogramas, materiales y criterios compositivos. Esta uniformidad facilita el reconocimiento del sistema y evita que los usuarios

interpreten cada señal como un elemento independiente (Costa, 1989).

Asimismo, un sistema de señalética debe garantizar la jerarquización de la información, organizando los contenidos según su importancia y el momento en que el usuario los necesita. De esta manera, la información esencial debe destacarse visualmente, permitiendo que el visitante identifique rápidamente direcciones, servicios, accesos o puntos de interés sin necesidad de realizar un esfuerzo excesivo de lectura.

Otro principio relevante es la accesibilidad, entendida como la capacidad del sistema para ser utilizado por la mayor cantidad posible de personas, independientemente de sus condiciones físicas, sensoriales o cognitivas. Para ello, el diseño debe considerar aspectos como el contraste cromático, el tamaño de la tipografía, la incorporación de pictogramas universales y la ubicación estratégica de las señales, favoreciendo una comunicación inclusiva y comprensible para todos los usuarios.

Finalmente, la integración con el entorno resulta especialmente importante en espacios patrimoniales. La señalética debe incorporarse al paisaje urbano y arquitectónico sin competir visualmente con los elementos históricos que conforman el lugar. En este sentido, el diseño debe respetar la identidad del espacio, empleando soluciones gráficas que armonicen con el contexto y contribuyan a su puesta en valor sin afectar su autenticidad (Costa, 1989).

En el caso del Cementerio de la Recoleta, la aplicación de estos principios permitirá desarrollar un sistema de señalética funcional, coherente y respetuoso con el patrimonio, capaz de mejorar la orientación de los visitantes y fortalecer la comunicación visual del espacio sin alterar su valor histórico y cultural.

4.3.2. USO DEL COLOR, LA TIPOGRAFÍA Y LA SIMBOLOGÍA

El diseño de un sistema de señalética depende de la correcta integración de diversos elementos gráficos que permitan comunicar información de forma clara, rápida y universal. Entre ellos, el color, la tipografía y la simbología constituyen recursos fundamentales, ya que facilitan la identificación de espacios, la comprensión de recorridos y la interpretación de mensajes por parte de los usuarios (Costa, 1989).

El color cumple una función organizadora dentro de la señalética, permitiendo establecer códigos visuales que facilitan la orientación y la diferenciación de áreas, servicios o recorridos. Su utilización debe responder a criterios de coherencia y contraste, favoreciendo la rápida identificación de la información y mejorando la visibilidad de las señales en distintas condiciones de iluminación. Asimismo, la correcta aplicación del color contribuye a fortalecer la identidad visual del sistema y facilita la memorización de los recorridos por parte de los usuarios (Costa, 1989).

La tipografía constituye otro elemento esencial en los sistemas de orientación, ya que de ella depende, en gran medida, la legibilidad de la información. Frutiger (2020) señala que una tipografía destinada a la señalética debe ser clara, sencilla y fácilmente reconocible a diferentes distancias y velocidades de lectura. Para ello, es necesario considerar aspectos como el tamaño de los caracteres, el espaciado entre letras y palabras, el contraste con el fondo y las condiciones de visualización del entorno. Una adecuada selección tipográfica favorece la comprensión inmediata del mensaje y reduce el esfuerzo cognitivo requerido para interpretar la información.

Por su parte, la simbología, representada principalmente mediante pictogramas, constituye un lenguaje visual universal que permite comunicar información sin depender del idioma.

Los pictogramas simplifican conceptos complejos mediante formas gráficas fácilmente reconocibles, favoreciendo una comprensión rápida por parte de usuarios de diferentes edades, culturas y niveles de alfabetización. Según Costa (1989), su eficacia depende de la simplicidad formal, la consistencia gráfica y la capacidad de representar acciones, servicios o espacios de manera inequívoca.

La integración adecuada de estos elementos permite desarrollar sistemas de señalética coherentes y funcionales, donde el color organiza la información, la tipografía facilita su lectura y la simbología agiliza su interpretación. Esta combinación favorece la orientación de los usuarios, mejora la accesibilidad y fortalece la identidad visual del sistema de comunicación.

En espacios patrimoniales, el uso del color, la tipografía y la simbología requiere además un tratamiento cuidadoso, de manera que estos elementos armonicen con el contexto histórico y arquitectónico sin perder su funcionalidad. En consecuencia, el diseño debe buscar un equilibrio entre la conservación del patrimonio y la incorporación de soluciones gráficas contemporáneas que mejoren la experiencia de los visitantes.

En la presente investigación, estos elementos constituyen la base para el desarrollo del sistema de señalética del Cementerio de la Recoleta, orientando la selección de la paleta cromática, las tipografías y los pictogramas empleados en las distintas aplicaciones gráficas, con el propósito de garantizar una comunicación visual clara, coherente y respetuosa con la identidad patrimonial del lugar.

4.4. SISTEMAS DE ORIENTACIÓN (WAYFINDING)

El término wayfinding hace referencia al proceso mediante el

cual las personas se orientan, comprenden un entorno y toman decisiones para desplazarse desde un punto de origen hasta un destino. Más que un conjunto de señales, el wayfinding constituye un sistema integral que combina información espacial, arquitectura, diseño gráfico y comportamiento humano para facilitar la movilidad dentro de espacios complejos (Arthur y Passini, 1992).

De acuerdo con Arthur y Passini (1992), la orientación espacial comprende tres procesos fundamentales: la toma de decisiones, la ejecución del recorrido y el procesamiento de la información obtenida durante el desplazamiento. En consecuencia, un sistema de wayfinding efectivo debe proporcionar al usuario la información necesaria en el momento y lugar adecuados, permitiéndole comprender el espacio y desplazarse de forma autónoma y segura.

Por su parte, Lynch (1960) sostiene que las personas construyen una imagen mental del entorno a partir de elementos físicos que facilitan la orientación y el reconocimiento del espacio. Entre estos elementos destacan los recorridos, los límites, los barrios, los nodos y los hitos, los cuales permiten organizar cognitivamente el territorio y favorecen una navegación más intuitiva. Cuando un espacio presenta una organización clara y fácilmente interpretable, los usuarios desarrollan una mayor confianza durante sus desplazamientos y reducen la sensación de desorientación.

Dentro de un sistema de wayfinding, la señalética constituye uno de los principales recursos de comunicación visual, ya que permite transmitir información de manera clara mediante señales direccionales, identificativas, informativas y reglamentarias. Sin embargo, el wayfinding no depende exclusivamente de las señales, sino también de la organización espacial, la arquitectura, los puntos de referencia, los mapas, los directorios y otros elementos que contribuyen a la comprensión del entorno (Arthur y Passini, 1992). En este sentido, Costa (1989) remarca que la eficacia de un sistema espacial no reside en la acumulación de

señales, sino en la articulación de un programa gráfico capaz de dialogar con la conducta del usuario y la arquitectura, permitiéndole orientarse con total autonomía.

En espacios patrimoniales, el diseño de sistemas de orientación adquiere una importancia particular debido a la complejidad de sus recorridos y a la necesidad de preservar la integridad del entorno histórico. En estos casos, el wayfinding debe facilitar la movilidad de los visitantes sin interferir con los valores culturales y arquitectónicos del lugar, integrando la señalética de manera respetuosa y favoreciendo una experiencia de recorrido clara, accesible y enriquecedora.

En el caso del Cementerio de la Recoleta, la aplicación de un sistema de wayfinding permitirá organizar la información espacial mediante recursos gráficos que orienten a los visitantes durante su recorrido, faciliten la localización de mausoleos, sectores y servicios, y contribuyan a una mejor interpretación del patrimonio histórico y cultural del lugar. De esta manera, la propuesta trasciende el diseño de señales individuales para desarrollar un sistema integral de orientación que fortalezca la experiencia del usuario.

4.5. SEÑALÉTICA EN ESPACIOS PATRIMONIALES

Los espacios patrimoniales poseen características históricas, culturales y arquitectónicas que requieren soluciones de comunicación visual capaces de facilitar la orientación de los visitantes sin afectar la integridad del entorno. En este contexto, la señalética desempeña un papel fundamental al constituirse como un medio de interpretación, orientación y acceso a la información, permitiendo que las personas comprendan y recorran estos espacios de manera autónoma, segura y respetuosa con su valor patrimonial (Costa, 1989).

En palabras de Costa (1989), la señalética en entornos culturales debe actuar como un "vector de información discreto", donde la gráfica no compita visualmente con el valor monumental del lugar, sino que funcione como una capa sutil de interpretación, diálogo y guía.

A diferencia de otros entornos, los espacios patrimoniales presentan desafíos particulares para el diseño de sistemas de señalética. La incorporación de nuevas estructuras, materiales o elementos gráficos debe realizarse procurando una adecuada integración con la arquitectura y el paisaje existente, evitando generar contaminación visual o alterar la percepción del patrimonio. Por ello, el diseño debe buscar un equilibrio entre funcionalidad, accesibilidad y conservación, permitiendo que las señales cumplan su función comunicativa sin competir con los elementos históricos del lugar.

De acuerdo con Costa (1989), un sistema de señalética debe concebirse como parte del entorno y no como un elemento ajeno a él. En consecuencia, la selección de materiales, colores, tipografías y soportes debe responder tanto a criterios de legibilidad como de integración visual, favoreciendo una experiencia de recorrido coherente con la identidad del espacio.

Asimismo, Arthur y Passini (1992) señalan que los sistemas de orientación adquieren una importancia especial en espacios complejos, donde la comprensión del entorno depende no solo de la presencia de señales, sino también de la organización de la información y de la existencia de referencias espaciales que permitan construir una imagen mental clara del recorrido. En este sentido, una adecuada planificación del sistema de orientación contribuye a reducir la desorientación de los visitantes y mejora significativamente la experiencia de uso.

En el caso de los cementerios históricos, la señalética,

adquiere un valor adicional debido a la complejidad de sus recorridos, la gran cantidad de mausoleos y monumentos, así como al interés cultural, arquitectónico y turístico que representan. Estos espacios reciben visitantes con perfiles muy diversos, entre ellos familiares, investigadores, estudiantes y turistas, quienes requieren sistemas de orientación que faciliten la localización de sectores, servicios y personajes históricos sin afectar el carácter solemne y patrimonial del lugar.

Por esta razón, el diseño de la señalética en cementerios patrimoniales debe responder a criterios de accesibilidad universal, legibilidad, coherencia visual y respeto por el contexto histórico, permitiendo que las intervenciones contemporáneas dialoguen con la arquitectura existente y contribuyan a la puesta en valor del patrimonio cultural.

En el contexto de la presente investigación, estos criterios constituyen la base para el desarrollo del sistema de señalética propuesto para el Cementerio de la Recoleta. La propuesta busca integrar la identidad visual, la organización de la información y los principios de orientación espacial en un sistema coherente que facilite el recorrido de los visitantes, fortalezca la comunicación institucional y contribuya a una mejor interpretación del valor histórico, artístico y cultural del cementerio.

4.5.1. CRITERIOS PARA LA SEÑALÉTICA EN ESPACIOS PATRIMONIALES

Los espacios patrimoniales poseen características históricas, culturales y arquitectónicas que requieren soluciones de comunicación visual capaces de orientar a los visitantes sin afectar la autenticidad e integridad del entorno. En consecuencia, el diseño de la señalética en este tipo de espacios debe responder a criterios que equilibren la

funcionalidad, la accesibilidad y la conservación del patrimonio, permitiendo que la información sea comprendida de manera clara mientras se preservan los valores culturales del lugar.

Uno de los principales criterios es la integración con el entorno. De acuerdo con Costa (1989), un sistema de señalética debe concebirse como parte del espacio donde se implementa, evitando convertirse en un elemento ajeno o invasivo. Esto implica que la selección de materiales, colores, dimensiones y soportes debe armonizar con la arquitectura y el paisaje, respetando la identidad visual y el carácter histórico del sitio.

Otro criterio fundamental es la legibilidad, la cual garantiza que la información pueda ser percibida y comprendida fácilmente por los usuarios. Frutiger (2020) señala que factores como la selección tipográfica, el tamaño de los caracteres, el contraste cromático y la distancia de lectura influyen directamente en la eficacia de los sistemas de orientación. En espacios patrimoniales, donde los visitantes presentan perfiles diversos y diferentes niveles de conocimiento del lugar, la claridad de la información resulta indispensable para facilitar la experiencia de recorrido.

Asimismo, la accesibilidad constituye un principio esencial en el diseño de la señalética contemporánea. Los sistemas de orientación deben procurar que todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, sensoriales o cognitivas, puedan acceder a la información en igualdad de condiciones. Para ello, es recomendable incorporar pictogramas universales, contrastes adecuados, alturas accesibles y recorridos comprensibles que favorezcan una experiencia inclusiva.

Arthur y Passini (1992) destacan que un sistema de orientación efectivo debe proporcionar la información adecuada en el momento preciso, evitando tanto la

sobrecarga informativa como la ausencia de referencias que puedan generar desorientación. En este sentido, la ubicación estratégica de las señales y la organización jerárquica de la información constituyen aspectos determinantes para facilitar la toma de decisiones durante el recorrido.

Desde la perspectiva de la conservación patrimonial, la señalética debe contribuir a la interpretación del sitio sin alterar sus valores históricos o culturales. La Consejo Internacional de Monumentos y Sitios establece que toda intervención destinada a mejorar la experiencia de los visitantes debe respetar la autenticidad del patrimonio y favorecer su comprensión e interpretación, promoviendo una relación equilibrada entre conservación, educación y turismo cultural (ICOMOS, 1999).

Por ello, el diseño de sistemas de señalética en espacios patrimoniales no solo debe responder a necesidades funcionales de orientación, sino también contribuir a la difusión del valor histórico, artístico y cultural del lugar. Cuando estos criterios se aplican de manera adecuada, la señalética deja de ser un simple recurso informativo para convertirse en una herramienta que fortalece la experiencia del visitante y promueve una mayor valoración del patrimonio.

En el contexto de la presente investigación, estos criterios orientan el desarrollo del sistema de señalética propuesto para el Cementerio de la Recoleta, procurando que cada elemento gráfico facilite la orientación de los visitantes, fortalezca la identidad visual del lugar y se integre respetuosamente con el conjunto arquitectónico y artístico que caracteriza a este importante sitio patrimonial.

4.5.2. SEÑALÉTICA EN CEMENTERIOS HISTÓRICOS

Los cementerios históricos constituyen espacios patrimoniales de gran valor cultural, arquitectónico y artístico, ya que conservan elementos que reflejan la memoria colectiva, la evolución urbana y las manifestaciones estéticas de distintas épocas. En la actualidad, muchos de estos lugares han trascendido su función funeraria para convertirse en importantes destinos turísticos y culturales, recibiendo visitantes interesados en su historia, arquitectura y personajes destacados (Valencia, 2023).

El creciente interés por el turismo patrimonial ha incrementado la necesidad de desarrollar sistemas de orientación que permitan a los visitantes recorrer estos espacios de manera autónoma y organizada. Sin embargo, debido a las características particulares de los cementerios históricos, como su extensión, la complejidad de sus recorridos y la gran cantidad de mausoleos y monumentos, la señalética debe responder a criterios específicos que faciliten la localización de sectores, servicios y puntos de interés sin alterar el carácter histórico del lugar (Costa, 1989).

En este contexto, la señalética cumple una doble función. Por una parte, orienta a los usuarios durante su recorrido mediante la identificación de accesos, calles internas, sectores y servicios. Por otra, contribuye a la interpretación del patrimonio, proporcionando información que permite comprender el valor histórico, artístico y cultural de los monumentos y personajes representativos del cementerio. De esta manera, el sistema de señalética se convierte en un recurso que favorece tanto la movilidad como la difusión del patrimonio cultural.

Asimismo, el diseño de la señalética en cementerios históricos debe integrarse armónicamente con el entorno, respetando la arquitectura funeraria, los materiales y la identidad visual del sitio. La incorporación de nuevos elementos gráficos debe realizarse procurando un equilibrio entre funcionalidad y conservación, evitando generar contaminación visual o interferir con la percepción del paisaje patrimonial (Costa, 1989).

El Cementerio de la Recoleta representa un claro ejemplo de esta necesidad. Reconocido como uno de los principales museos al aire libre de América Latina, alberga una importante colección de mausoleos, esculturas y monumentos de alto valor histórico y artístico, además de constituir uno de los atractivos turísticos más visitados de la ciudad de Buenos Aires (Pereira et al., 2022). Estas características hacen indispensable la implementación de un sistema de señalética que facilite la orientación de los visitantes, optimice los recorridos y contribuya a la interpretación del patrimonio sin afectar la identidad arquitectónica del lugar.

En consecuencia, el diseño de sistemas de señalética para cementerios históricos debe considerar simultáneamente aspectos funcionales, comunicacionales y patrimoniales, garantizando una experiencia de visita clara, accesible y respetuosa con el valor cultural del espacio. Estos criterios constituyen la base para el desarrollo de la propuesta presentada en la presente investigación, orientada a fortalecer la identidad visual y mejorar la experiencia de los visitantes del Cementerio de la Recoleta mediante un sistema integral de comunicación visual.



CAPÍTULO 5: REFLEXIONES FINALES

La presente investigación permitió desarrollar una propuesta de identidad visual y un sistema de señalética para el Cementerio de la Recoleta, con el propósito de mejorar la orientación de los visitantes y fortalecer la comunicación visual de uno de los espacios patrimoniales más representativos de la ciudad de Buenos Aires. A partir del análisis del contexto, se identificaron diversas deficiencias relacionadas con la organización de la información, la coherencia gráfica y la experiencia de recorrido, las cuales evidenciaron la necesidad de una intervención desde el diseño gráfico.

El desarrollo del marco teórico permitió comprender la importancia de la identidad visual, la comunicación visual, el diseño de la información y la señalética como herramientas fundamentales para la organización de espacios complejos. Asimismo, el estudio de los cementerios históricos y de los sistemas de orientación aplicados en espacios patrimoniales proporcionó criterios que sirvieron de base para el desarrollo de la propuesta gráfica, garantizando que las soluciones planteadas respondieran tanto a principios de funcionalidad como de conservación del patrimonio.

La propuesta desarrollada integra un sistema de identidad visual coherente con el carácter histórico y cultural del Cementerio de la Recoleta, complementado con un sistema de señalética diseñado para facilitar la orientación de los usuarios mediante recursos gráficos claros, accesibles y consistentes. Además, el desarrollo de aplicaciones como mapas, paneles informativos, afiches y piezas editoriales permitió fortalecer la comunicación del espacio y mejorar la experiencia del visitante durante su recorrido.

Uno de los principales aportes de esta investigación consiste en demostrar que el diseño gráfico trasciende el ámbito estético para convertirse en una herramienta estratégica de

comunicación capaz de contribuir a la valorización del patrimonio cultural. La implementación de una identidad visual unificada y de un sistema de orientación bien estructurado no solo facilita el desplazamiento de los usuarios, sino que también favorece la interpretación del entorno, fortalece la identidad institucional y promueve una experiencia de visita más organizada y significativa.

Finalmente, se considera que la propuesta constituye una alternativa viable para mejorar la comunicación visual del Cementerio de la Recoleta y puede servir como referencia para futuras intervenciones en otros espacios patrimoniales que presenten problemáticas similares. Asimismo, este trabajo evidencia el potencial del diseño gráfico como disciplina capaz de integrar criterios funcionales, comunicacionales y patrimoniales en el desarrollo de soluciones orientadas a las necesidades de los usuarios y a la preservación del patrimonio cultural.

5.1 RECOMENDACIONES

- Implementar el sistema de señalética de manera gradual, priorizando los sectores con mayor afluencia de visitantes.
- Realizar pruebas de usabilidad con usuarios antes de su implementación definitiva para evaluar la comprensión de la información y la efectividad del sistema de orientación.
- Actualizar periódicamente los mapas y paneles informativos para mantener vigente la información proporcionada a los visitantes.
- Considerar futuras estrategias de accesibilidad, incorporando recursos como códigos QR, audioguías y contenidos digitales que complementen la experiencia presencial.
- Mantener la coherencia de la identidad visual en todas las futuras aplicaciones gráficas desarrolladas para el Cementerio de la Recoleta.



REFERENCIAS

- Aguado, J. (2004). Introducción a las teorías de la información y comunicación. Universidad de Murcia. [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Aguado, M. (2016). El cementerio, una arquitectura para la memoria [Trabajo de Fin de grado, Universidad Zaragoza]. <https://core.ac.uk/download/289987524.pdf>
- Arthur, P., & Passini, R. (1992). Wayfinding: People, Signs, and Architecture. McGraw-Hill.
- Berlo, D. (1984). El proceso de la comunicación (14a ed.). El Ateneo. Buenos Aires Ciudad. (s. f.). Cementerios de la Ciudad. Recuperado 10 de julio de 2024, de <https://buenosaires.gob.ar/espaciopublicoehigieneurbana/gestion-comunal/cementerios-de-la-ciudad>
- Caldwell, C., y Zappaterra, Y. (2014). Editorial Design. Laurence King Publishing.
- Civitatis. (2024). Cementerio de la Recoleta—El famoso cementerio de Buenos Aires. <https://www.disfrutabuenosaires.com/cementerio-recoleta>
- Costa, J. (1989). Señalética: De la señalización al diseño de programas. Ediciones CEAC.
- Cubillas, I. de D. (2019). El cementerio como ciudad análoga: Propuestas italianas tras 1972 (east=10.9255707; north=44.6458885; name=Módena, Provincia de Mòdena, Emilia-Romaña, Italia) [Proyecto Fin de Carrera, Universidad Politécnica de Madrid]. <https://oa.upm.es/55845/>
- Currie, A. (2008). Recoleta Cemetery [Photo]. <https://flic.kr/p/5ed6Jx>
- Dabner, D., Stewart, S., y Vickress, A. (2023). Graphic design school: The principles and practice of graphic design (8a ed.). Wiley.
- Deensel. (2018). La Recoleta Cemetery [Graphic]. <https://flic.kr/p/25xNGRh>
- Dejtiar, F. (2016, noviembre 15). Cementerio La Recoleta: Historia de uno de los cementerios más increíbles del mundo. <https://www.archdaily.pe/pe/799478/cementerio-la-recoleta-historia-de-uno-de-los-cementerios-mas-increibles-del-mundo>
- Desk to Dirtbag. (2019, septiembre 5). Visiting Recoleta Cemetery in Buenos Aires. Desk to Dirtbag. <https://www.desktodirtbag.com/visiting-recoleta-cemetery-buenos-aires-argentina/>
- Ente de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. (2013a, febrero 14). Cementerio de la Recoleta. Sitio oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires. <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/otros-establecimientos/cementerio-de-la-recoleta>
- Ente de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. (2013b, febrero 14). Cementerio de la Recoleta. Sitio oficial de turismo de la Ciudad de Buenos Aires. <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/otros-establecimientos/cementerio-de-la-recoleta>
- Fischer, N. (2021). Cemeteries in Europe as places of remembrance and memory landscapes. Revista Murciana de Antropología, 28, Article 28. <https://doi.org/10.6018/rmu.465251>
- Forever Roaming The Roads. (2017, mayo 16). La Recoleta Cemetery: The City Of The Dead, Buenos Aires. Forever Roaming The Roads. <https://foreverroamingtheroads.com/recoleta-cemetery-buenos-aires/>
- Frascara, J. (2000). Diseño gráfico y comunicación (7a ed.). Ediciones Infinito.
- Frutiger, A. (2020). El libro de la tipografía. Editorial Gustavo Gili.
- Garbarino, J. (2017, noviembre 9). CEMENTERIO DE LA RECOLETA: Contrastes y (mucho) abolengo. <https://bitacorasserrantes.com/2017/11/09/cementerio-de-la-recoleta-contrastes-y-mucho-abolengo/>
- García, M. (2021). Los cementerios de Buenos Aires. Revista del Hospital de Niños de Buenos Aires, 63(283), 215-215. <http://revistapediatria.com.ar/edicion-283-relatos-historicos-los-cementerios-buenos-aires/>
- Giancarli, N. (2013). Sistema de identidad visual para el Cementerio Recoleta [Tesis de Pregrado, Universidad Abierta Interamericana]. <https://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC113953.pdf>

- Golombisky, K., y Hagen, R. (2017). White space is not your enemy: A beginner's guide to communicating visually through graphic, web & multimedia design. CRC Press.
- Gomez, B., y Vit, A. (2009). Graphic design, referenced: A visual guide to the language, applications, and history of graphic design. Rockport Publishers.
- González, D. (2022). Valoración del Patrimonio cultural y natural en la disciplina del diseño gráfico, una construcción proyectual de responsabilidad social, cultural e identitaria. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, 159, Article 159. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi159.6840>
- González, J. (2002). Identidad visual corporativa, la imagen de nuestro tiempo. Editorial Síntesis.
- ICOMOS. (1999). Carta Internacional sobre Turismo Cultural: La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo. Consejo Internacional de Monumentos y Sitios.
- Infobae. (2022, noviembre 17). El Cementerio de la Recoleta cumple 200 años: Cuáles son sus 10 obras monumentales. infobae. <https://www.infobae.com/sociedad/2022/11/17/el-cementerio-de-la-recoleta-cumple-200-anos-cuales-son-sus-10-obras-monumentales/>
- Iñigo, L., y Makhoul, A. (2014). Diseño Editorial. Manual de conceptos básicos. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. https://libros.uaem.mx/archivos/epub/diseño_editorial/diseño_editorial.pdf
- Lynch, K. (1960). The Image of the City. MIT Press.
- Meggs, P. B., y Purvis, A. W. (2009). Historia del diseño gráfico (4a ed.). RM.
- Meza, M. (2018). El recurso de información y comunicación visual: Imagen. Apuntes en torno a las Ciencias de la Información y Bibliotecología. E-Ciencias de la Información, 8(2), 102-121. <https://doi.org/10.15517/eci.v8i2.29956>
- Mister Roboto. (2013). Mapa de ubicación del Cementerio de Chacarita [Graphic]. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/2a/Mapa_de_ubicaci%C3%B3n_del_Cementerio_de_Chacarita.JPG
- Morales, A., y González, E. (2021). Interdisciplinariedad en la formación universitaria del diseño gráfico: Entre la teoría y la práctica. Educación, 30(58), 228-249.
- Morales, A., y González, E. (2021). Interdisciplinariedad en la formación universitaria del diseño gráfico: Entre la teoría y la práctica. Educación, 30(58), 228-249. <https://doi.org/10.18800/educacion.202101.011>
- Novin, G. (2016). A History of Graphic Design. A History of Graphic Design. <https://guity-novin.blogspot.com/2012/04/modern-newspaper-magazine-layouts.html>
- Ortiz, M., y Pacheco, C. (2017). Psicología del Color: Estrategias inmersas en el servicio de las agencias de publicidad. Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro, 7(7), Article 7. <https://doi.org/10.22463/24221783.2427>
- Palacios, F. (2014). Diseño editorial. Editorial Gustavo Gil.
- Paolobon140. (2016). Cimitero Monumentale di Milano nella sua vista esterna frontale [Graphic]. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/d5/Cimitero_Monumentale_di_Milano_nella_sua_vista_esterna_frontale.jpg
- Pereira, T., Pereira, M., y Limberger, P. (2022). Dark tourism: Análise da relação entre motivações, experiências e benefícios dos visitantes do Cemitério da Recoleta, Argentina. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 16, 2493-2493. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2493>
- Pilay, L., y Neves, M. (2020). Diseño para la valoración del patrimonio cultural-gráfico de la ciudad. gráfica, 8(15), Article 15. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.171>
- Pol, A. (2017). Branding y personalidad de la marca visual. Zincografía, 1(1), 5-20. <https://doi.org/10.32870/zcr.v0i1.1>
- Revista Funeraria. (2024). Hemeroteca Revista Funeraria. Revista Funeraria. <https://revistafuneraria.com/hemeroteca-revista-funeraria/>
- Reyes, A., y Pedroza, R. (2018). La Profesión del Diseño: Expresiones y experiencias. Palibrio.
- Rolón, B., Picón, H., y Caselles, C. (2020). La Psicología del color en el diseño. Revista CONVICCIONES, 7(14), Article 14. <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/657>
- Samara, T. (2007). Design Elements. A Graphic Style Manual. Rockport Publishers.

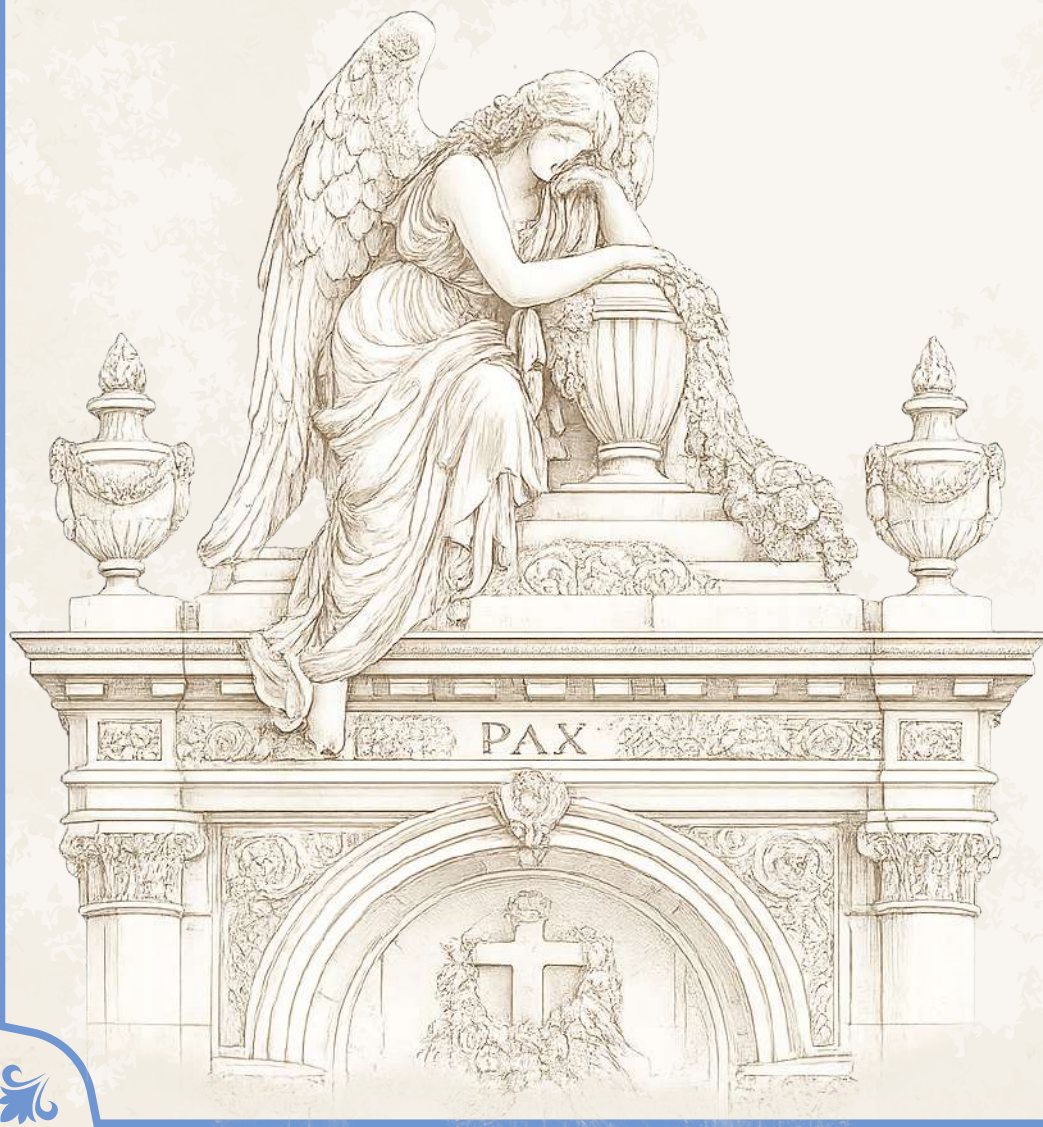
- Soto, C. (2020). Esto no es Diseño. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, 80, 37-50. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi80.3693>
- Valencia, M. (2023). Los Cementerios Tradicionales como Museos a Cielo Abierto. Indagaciones Sobre el Potencial del Cementerio General de Santiago de Chile. Devenir, 10(20), 155-172. <https://doi.org/10.21754/devenir.v10i20.1696>
- Velásquez, B., Hoyos, J., Hernández, D., Sayago, L., Sayago, J., y Vargas, J. (2020). (DIE)—Modelo para el diseño de ideas de emprendimiento. Revista Facultad de Ciencias Agropecuarias -FAGROPEC, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.47847/fagropec.v12n1a5>
- Vella, C. (2021). Turismo y patrimonio funerario: Masonería en el cementerio de la Recoleta (1800-1810 y 1862-1900) [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Martín]. <http://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/1447>
- Vera, J., y Valenzuela, J. (2012). El concepto de identidad como recurso para el estudio de transiciones. Psicología & Sociedad, 24, 272-282. <https://doi.org/10.1590/S0102-71822012000200004>
- Vergara, H., Rivera, A., Aguilar, H., y Barreto, J. (2020). Los elementos del lenguaje visual y su incidencia en el diseño. mktDESCUBRE, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.36779/mktdescubre/v#.#>



An architectural drawing of a cemetery scene. In the background, a church with a tall bell tower and a cross on top. In the foreground, several tombstones and monuments. One prominent monument is a tall, rectangular stone with a statue of an angel on top. To the right, a large, ornate tombstone with a cross and the name "JUAN A. GREGORIO" inscribed on it. The scene is framed by a blue border with decorative corner elements.

PROPUESTA GRÁFICA DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA

ÍNDICE



1. Introducción	03
2. Partido Conceptual	04
3. Partido Gráfico	04
4. Versión Color	05
5. Otras Versiones	06
6. Grilla de Proporción	07
7. Área de Resguardo	08
8. Normativa Tipográfica	09
9. Normativa Cromática	10
10. Señalética	11
11. Diseño Editorial	14
12. Diseño Publicitario	16
13. Aplicaciones	
Ticket	17
Pulsera Tyveck	18
Papelería	19
Credencial Staff	20
Indumentaria Staff	21
Merchandising	22
14. Conclusión	23

INTRODUCCIÓN

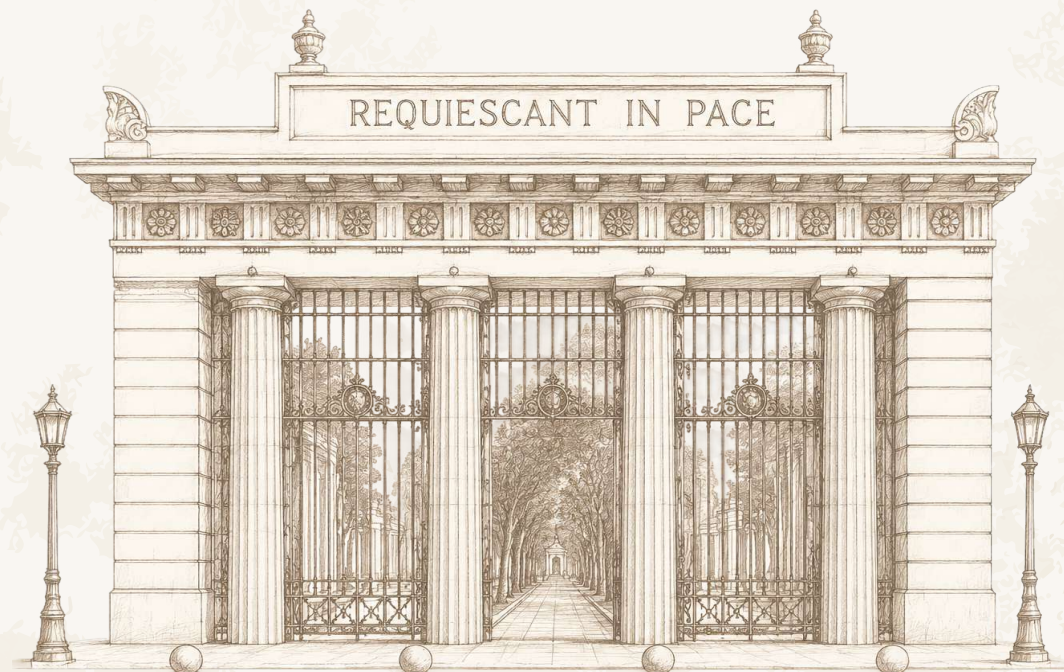
El Cementerio de la Recoleta constituye uno de los espacios patrimoniales más representativos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Reconocido por su valor histórico, arquitectónico y cultural, recibe diariamente a visitantes nacionales e internacionales, consolidándose como un sitio de memoria, turismo y patrimonio. Sin embargo, la ausencia de un sistema de identidad visual propio y una comunicación gráfica unificada afectan la orientación, el reconocimiento institucional y la experiencia de quienes lo visitan.

Como respuesta a esta problemática, el presente proyecto desarrolla una propuesta integral de identidad visual para el Cementerio de la Recoleta, concebida con el propósito de fortalecer su comunicación institucional y poner en valor su patrimonio. La propuesta comprende el diseño del logotipo, la paleta cromática, la tipografía, los recursos gráficos, la señalética y diversas aplicaciones institucionales y promocionales, conformando un sistema visual coherente, funcional y representativo.

Este documento reúne el desarrollo gráfico de la propuesta, así como los criterios que orientan la aplicación de cada uno de sus elementos, evidenciando el proceso de diseño y las soluciones planteadas para mejorar la comunicación visual del Cementerio de la Recoleta.



"El Cementerio de la Recoleta es mucho más que un lugar de descanso; constituye un testimonio vivo de la historia, el arte y la memoria de Buenos Aires."



PARTIDO CONCEPTUAL

La identidad visual del Cementerio de la Recoleta busca representar uno de los patrimonios históricos y culturales más importantes de Buenos Aires mediante un lenguaje gráfico que refleje su riqueza arquitectónica e histórica.

La marca se construye a partir de la inicial "R" de Recoleta, complementada con ornamentos inspirados en el fileteado argentino y en los detalles decorativos presentes en la arquitectura funeraria del cementerio. Estos elementos fueron reinterpretados de forma sobria y contemporánea para preservar el carácter institucional de la identidad.

La propuesta combina tradición y modernidad, transmitiendo valores como el respeto, la memoria y la permanencia. En conjunto, el sistema visual busca fortalecer el reconocimiento del Cementerio de la Recoleta como un espacio de patrimonio, historia y cultura.



PARTIDO GRÁFICO

Para el desarrollo de la identidad visual se realizó un moodboard compuesto por fotografías del Cementerio de la Recoleta, referencias arquitectónicas, detalles ornamentales de los mausoleos y elementos característicos del fileteado argentino. Este proceso permitió definir el estilo gráfico, la paleta cromática y los recursos visuales que conforman la identidad.

La marca se construye a partir de la inicial "R" de Recoleta, enriquecida con ornamentos inspirados en la arquitectura funeraria y el fileteado argentino, reinterpretados de manera sintética para transmitir elegancia, historia y valor patrimonial.

La paleta cromática se inspira en los colores representativos de la identidad argentina y del fileteado porteño, reinterpretados desde una mirada contemporánea. Los tonos azules transmiten institucionalidad, serenidad y pertenencia, mientras que los tonos neutros y el dorado refuerzan la elegancia, la sobriedad y el carácter patrimonial de la marca. La identidad se complementa con la tipografía Cinzel para el logotipo, logrando un sistema visual coherente, atemporal y de fácil aplicación.



VERSIÓN COLOR



La identidad visual del Cementerio de la Recoleta se materializa a través de una marca compuesta por un símbolo y un logotipo que representan el carácter histórico, patrimonial e institucional del lugar.

La construcción de la marca parte de la inicial "R" de Recoleta, concebida como el principal elemento de reconocimiento. Su diseño incorpora ornamentos inspirados en el fileteado argentino y en los detalles decorativos presentes en la arquitectura funeraria del cementerio, reinterpretados de manera sobria para transmitir elegancia, historia y permanencia.

El logotipo está desarrollado con la tipografía Cinzel, elegida por su inspiración en las inscripciones clásicas y monumentales. Sus proporciones y terminaciones evocan la arquitectura histórica del Cementerio de la Recoleta, reforzando el carácter patrimonial de la identidad y aportando una imagen atemporal e institucional.

La composición completa y el símbolo principal pueden utilizarse de manera independiente cuando la aplicación lo requiera, manteniendo la coherencia y el reconocimiento de la identidad visual.

OTRAS VERSIONES



Negativo Blanco y negro



Negativo Color Institucional



Versión Blanco y Negro



Escala de Grises

Negativo blanco y negro: Se utiliza sobre fondos oscuros cuando la reproducción es monocromática. La marca se presenta en blanco para garantizar un adecuado contraste y preservar su legibilidad.

Negativo color institucional: Esta versión está diseñada para su aplicación sobre el color institucional o fondos oscuros compatibles con la identidad visual.

Versión blanco y negro: Esta versión se utiliza cuando las condiciones de impresión o reproducción no permiten el uso del color institucional. Conserva la legibilidad y el reconocimiento de la marca mediante una aplicación monocromática en negro sobre fondos claros.

Escala de grises: Esta versión está destinada a aplicaciones donde la reproducción se realiza exclusivamente en escala de grises, manteniendo el contraste y la correcta identificación de la marca sin utilizar color.

GRILLA DE PROPORCIÓN



El logotipo se desarrolla sobre una retícula que garantiza la correcta proporción y alineación de cada uno de sus elementos, asegurando una composición armónica y un grosor uniforme en sus trazos. La tipografía Cinzel aporta un carácter clásico y elegante, en sintonía con el valor histórico del Cementerio de la Recoleta. Asimismo, la integración de elementos ornamentales inspirados en el fileteado argentino refuerza la identidad visual, logrando un logotipo equilibrado, coherente y de fácil aplicación en distintos soportes.

ÁREA DE RESGUARDO



La zona de seguridad del logotipo garantiza su correcta aplicación y legibilidad en cualquier soporte. Se establece un área de protección equivalente a la altura de la letra "O" de la palabra cementerio, evitando la proximidad de textos o elementos gráficos que puedan interferir con su correcta percepción.

NORMATIVA TIPOGRÁFICA

CINZEL (BOLD)

ABCDEFGHIJKLMNÑ

OPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

[.,:;-_`*!“#\$%&/()=/*-+*"]

La tipografía seleccionada para la construcción del logotipo es Cinzel, elegida por su inspiración en las inscripciones clásicas de la arquitectura monumental. Sus formas elegantes y proporciones equilibradas evocan el carácter histórico y patrimonial del Cementerio de la Recoleta, reforzando la identidad institucional de la marca.

Su estilo serif transmite valores como la tradición, la solemnidad y la permanencia, estableciendo una relación directa con los elementos arquitectónicos y ornamentales presentes en los mausoleos del cementerio. Al mismo tiempo, su diseño ofrece una excelente legibilidad en diferentes tamaños y soportes, permitiendo una correcta aplicación de la identidad visual.

La tipografía se integra de manera armónica con los ornamentos inspirados en el fileteado argentino, logrando una composición equilibrada que combina elegancia, historia y contemporaneidad.

NORMATIVA CROMÁTICA

				
Valor RGB	R: 112 G: 150 B: 209	R: 54 G: 77 B: 114	R: 255 G: 164 B: 23	R: 246 G: 241 B: 228
Valor CMYK	C: 64% C: 33% Y: 0% K: 0%	C: 89% C: 67% Y: 31% K: 16%	C: 0% C: 46% Y: 100% K: 0%	C: 4% C: 5% Y: 13% K: 0%
Valor Pantone	P 106-5 C	P-108-7-C	P 10-8 C	P 1-9 C
Valor Hexadecimal	#7096d1	#364d72	#ffa417	#f6f1e4

La identidad visual del Cementerio de la Recoleta se construye a partir de una paleta cromática inspirada en su patrimonio arquitectónico. La combinación de tonos azules, amarillo y neutros transmite elegancia, historia y solemnidad, al mismo tiempo que genera una imagen institucional contemporánea y fácilmente reconocible.

Azul claro:
Este color aporta equilibrio y serenidad. Su tonalidad evoca el cielo y la tranquilidad que caracteriza al recorrido por el cementerio, generando una sensación de calma y contemplación. Además, funciona como color complementario dentro del sistema gráfico, aportando dinamismo sin perder la sobriedad de la identidad.

Azul institucional:
Es el color principal de la marca. Representa la confianza, la permanencia y el valor histórico del Cementerio de la Recoleta. Su presencia predominante fortalece la identidad institucional y establece una comunicación visual elegante, respetuosa y atemporal.

Amarillo:
Inspirado en los detalles ornamentales presentes en mausoleos, rejas y elementos decorativos del cementerio, este color simboliza el patrimonio, la riqueza cultural y el valor artístico del sitio. Además, aporta jerarquía y resalta los elementos más importantes de la identidad visual.

Marfil:
Este tono neutro remite a la piedra, el mármol y los materiales característicos de la arquitectura del Cementerio de la Recoleta. Su aplicación proporciona luminosidad y equilibrio a las composiciones, reforzando una estética clásica y refinada.

La combinación de estos colores construye una identidad visual sobria y elegante, capaz de representar el valor histórico, arquitectónico y cultural del Cementerio de la Recoleta. En conjunto, la paleta transmite respeto, memoria y patrimonio, acompañando la experiencia del visitante mediante un lenguaje visual coherente y distintivo.

SEÑALÉTICA

Pictogramas de Identificación / Poste Direcciones



Los pictogramas de identificación, fueron pensados para ubicados en zonas estratégicas dentro del cementerio, para poder identificar la recepción, los baños, los sectores del cementerio, la salida y la entrada donde se encuentra el sector de ventas.

Formato: Estructura de hierro.

Color: Full color.

Tamaño: 2,5 mts

SEÑALÉTICA

Tótem de Información



Este tótem informativo, está diseñado para ser ubicado junto a los mausoleos más importantes del Cementerio de la Recoleta, proporciona información detallada sobre las figuras históricas y culturales que descansan en este emblemático sitio. Cada tótem tiene como objetivo enriquecer la experiencia de los visitantes, ofreciéndoles contexto sobre las personas y su legado. Los paneles están diseñados para ser visualmente atractivos y fáciles de leer, utilizando una combinación de fotografía histórica, texto y diseño gráfico que armoniza con la estética general del cementerio. La elección de colores oscuros para el diseño de estos tótems tiene como objetivo resaltar la seriedad y solemnidad del lugar, a la vez que complementa la materialidad del aluminio, asegurando que los paneles se integren perfectamente al entorno sin restar protagonismo a los mausoleos.

Formato: Estructura de aluminio blanco.

Tamaño: 96 cm x 40 cm



DISEÑO EDITORIAL

Díptico



Se ha diseñado un díptico para ser entregado en formato impreso a los turistas, que visiten el cementerio. Este folleto muestra un paneo general del mapa del cementerio y algunas de las tumbas y mausoleos más destacados, así como información de contacto.

Especificaciones técnicas

Formato: Papel ilustración 300 gr.

Laminado: Brillante.

Tamaño: 10 cm x 10 cm

DISEÑO EDITORIAL

Folleto



Se ha diseñado un folleto para promocionar las visitas guiadas al Cementerio de la Recoleta, invitando a los turistas a descubrir las historias fascinantes del lugar. El folleto destaca la oportunidad de unirse a los recorridos guiados y vivir una experiencia única, ofreciendo un QR para acceder fácilmente a más información y realizar reservas. El diseño visual incluye una fotografía destacada del cementerio y un esquema de colores sobrios que reflejan la seriedad y la historia del sitio. Papel ilustración 180 gr. Impresión:

Especificaciones técnicas

Formato: Full color.

Laminado: Mate (opcional, para mayor durabilidad)

Tamaño: A6 (10.5 cm x 14.8 cm)

DISEÑO PUBLICITARIO

Gigantografía



La gigantografía fue diseñada para captar la atención de los transeúntes mediante una composición de gran impacto visual que resalta la arquitectura emblemática del Cementerio de la Recoleta. La ilustración de la fachada principal, acompañada del mensaje "La historia no se escribe. Se conserva.", refuerza el valor patrimonial, histórico y cultural del sitio, invitando a descubrir uno de los espacios más representativos de la Ciudad de Buenos Aires. El diseño utiliza una estética sobria y elegante, acorde con la identidad visual desarrollada para el proyecto, logrando una comunicación clara y memorable.

Especificaciones técnicas

Material: Vinilo autoadhesivo de alta calidad.

Impresión: Full color.

Dimensiones: 8 m × 3 m.

TICKET



Se diseñó un ticket de ingreso como pieza de identificación y control para los visitantes del Cementerio de la Recoleta. Además de cumplir su función de acceso, fue concebido como un elemento de recuerdo, fortaleciendo la experiencia del recorrido y el vínculo con el patrimonio cultural del lugar.

La composición mantiene el sistema gráfico de la identidad visual mediante la aplicación de la paleta cromática institucional, la tipografía corporativa y los ornamentos inspirados en el fileteado argentino. En el anverso se incorpora la información principal del recorrido, mientras que el reverso incluye un código QR con acceso a información complementaria y una ilustración de la portada principal del cementerio, reforzando su valor patrimonial.

El ticket cuenta con un sector desprendible destinado al control de ingreso mediante código de barras, permitiendo una gestión eficiente del acceso sin afectar la pieza que conserva el visitante.

Especificaciones técnicas

Material: Papel ilustración de 300 g.

Acabado: Laminado brillante.

Formato: 15 × 5 cm.

Talón desprendible: 5 × 5 cm.

PULSERA TYVEK



Se diseñó una pulsera Tyvek como elemento de identificación para los visitantes que adquieran la visita guiada del Cementerio de la Recoleta. Además de facilitar el control de acceso durante el recorrido, esta pieza refuerza la identidad visual del proyecto y contribuye a una experiencia organizada y reconocible.

Su diseño incorpora la paleta cromática institucional, el patrón inspirado en el fileteado argentino y los elementos gráficos de la marca, manteniendo una imagen coherente con el resto del sistema de comunicación. La frase "Historia, Arte y Memoria" resume la esencia de la experiencia propuesta y acompaña al visitante durante todo el recorrido.

Especificaciones técnicas

Material: Tyvek de alta resistencia.

Características: Liviana, resistente al agua, a las rasgaduras y al desgaste.

Formato: 15 × 2 cm.

Sistema de cierre: Adhesivo de seguridad con ajuste único.

PAPELERÍA



Sobre institucional: Se diseñó un sobre institucional para la entrega de documentación y material informativo del Cementerio de la Recoleta. Su diseño incorpora la identidad visual del proyecto mediante la aplicación de la paleta cromática, las ilustraciones patrimoniales y los elementos gráficos de la marca, reforzando una imagen institucional coherente y profesional.

Especificaciones técnicas

Material: Papel obra o ilustración de 120–150 g.

Características: Impresión a color, apto para documentación institucional y material promocional.

Formato: Sobre americano (22 × 11 cm).

Sistema de cierre: Solapa engomada.

Tarjeta de presentación: Se diseñó una tarjeta de presentación institucional para fortalecer la identidad visual del Cementerio de la Recoleta y facilitar la comunicación de sus datos de contacto. Su diseño integra el logotipo, la paleta cromática y los elementos gráficos desarrollados para el sistema de identidad, manteniendo una imagen elegante y consistente.

Especificaciones técnicas

Material: Papel ilustración mate de 350 g.

Características: Impresión color frente y dorso con terminación laminado mate.

Formato: 9 × 5 cm.

Acabado: Esquinas redondeadas y laminado protector.

CREDENCIAL STAFF



Todo el personal del Cementerio de la Recoleta, asesores de ventas, guías turísticos y staff se le entregará una credencial identificatoria con su respectiva foto, la cual deberán llevar colgada con un lanyard con la marca.

Especificaciones técnicas

Material: Tarjeta de PVC.
Tamaño: 8,5 cm x 5 cm

INDUMENTARIA STAFF

Guía Turísticos



Información y Administración



Personal de Mantenimiento



Se diseñó una indumentaria institucional para el personal del Cementerio de la Recoleta con el objetivo de unificar la imagen del equipo y reforzar la identidad visual del proyecto. Su diseño incorpora la paleta cromática trabajada en el proyecto, el logotipo institucional y el patrón inspirado en el fileteado argentino, logrando una imagen elegante, funcional y coherente con el sistema de identidad desarrollado.

Especificaciones técnicas

Materiales: Camisa de algodón, traje de gabardina, corbata y pañuelo de seda, campera y pantalón de trabajo en gabardina.

Características: Prendas cómodas, resistentes y aptas para el uso diario, diseñadas para brindar una imagen institucional uniforme.

Aplicación gráfica: Logotipo institucional bordado y patrón gráfico inspirado en el fileteado argentino en corbata y pañuelo.

Composición: Uniforme administrativo (traje, camisa y accesorios) y uniforme de mantenimiento (campera y pantalón de trabajo).

MERCHANDISING

Gorra



Pin Metálico



Se desarrolló una línea de merchandising institucional con el propósito de fortalecer la identidad visual del Cementerio de la Recoleta y ofrecer piezas representativas de su valor patrimonial. Los productos incorporan el logotipo institucional y elementos gráficos inspirados en la arquitectura y la ornamentación del cementerio, convirtiéndose en objetos de recuerdo que extienden la experiencia del visitante más allá del recorrido.

Especificaciones técnicas

Productos: Gorra, pin metálico del logotipo y pin metálico de la fachada principal.

Materiales: Algodón (gorra) y aleación metálica con acabado esmaltado (pines).

Aplicación gráfica: Bordado de alta definición en la gorra y esmalte metálico en los pines.

CONCLUSIÓN

La propuesta de identidad visual desarrollada para el Cementerio de la Recoleta demuestra el potencial del diseño gráfico como herramienta para resolver problemáticas de comunicación en espacios patrimoniales. A través de un sistema visual coherente y de la aplicación de piezas institucionales, señaléticas y promocionales, se plantea una solución que fortalece la identidad del cementerio, mejora la experiencia del visitante y contribuye a la valorización de su patrimonio histórico, arquitectónico y cultural.

De este modo, el proyecto evidencia cómo una identidad visual bien estructurada no solo favorece el reconocimiento institucional, sino que también enriquece la relación entre los usuarios y el espacio, consolidando una comunicación clara, consistente y acorde con la relevancia del Cementerio de la Recoleta como uno de los principales referentes patrimoniales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.



REQUIESCANT IN PACE

GRACIAS