



Trabajo de graduación previo a la obtención del título de diseñador gráfico

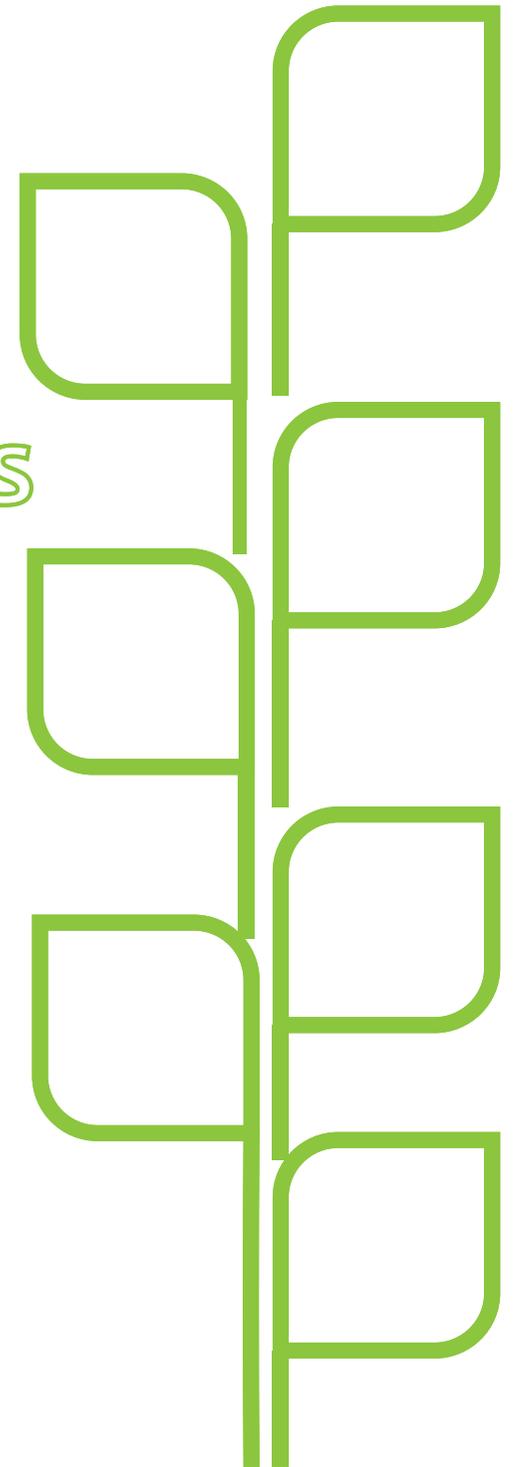
FACULTAD DE DISEÑO
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Sistema Gráfico para
Atractivos Turísticos Naturales
de la **Provincia del Azuay**

AUTORES: SILVIA LOZADA CALLE
JONNATHAN ROJAS M

DIRECTORA: DIS. CATALINA SERRANO

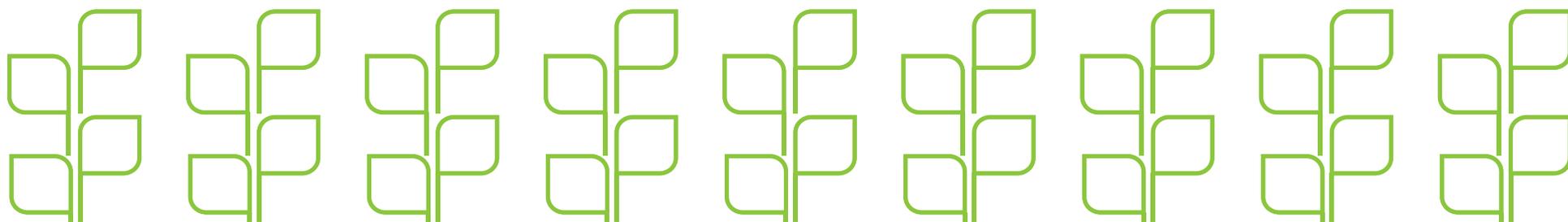
CUENCA - ECUADOR
2012



DEDICATORIA

SILVIA LOZADA CALLE

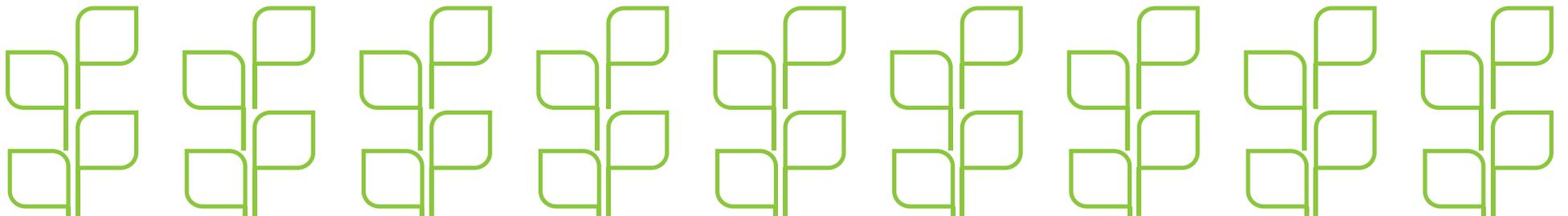
Dedico este proyecto a mis padres, por que son los que siempre has estado conmigo incondicionalmete y me ha apoyado siempre. También a todos mis familiares que e han inspirado y ayudado a tomar las mejores desiciones en mi vida y a con amor y comprensión an estado cerca de mi.



DEDICATORIA

JONNATHAN ROJAS M

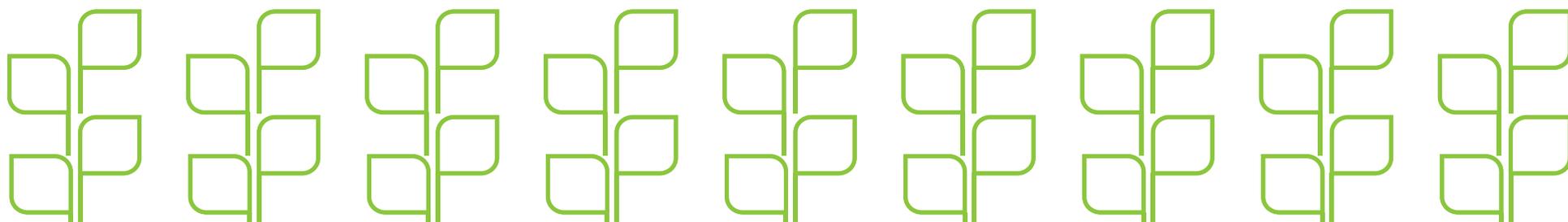
Dedico este proyecto de tesis a Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, a mi mami, mi abuelita, mi tercera madre, mi tía y a mis hermanos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo, aliento y estímulo en todo momento, dándome su entera confianza en cada reto que se me presentaba, haciendo posible la conquista de esta meta. Es por ellos que soy lo que soy ahora y los amo con mi vida. Y a todas las que forman parte de mi presente y a aquellas que están dispuestas a seguir estando en mi futuro.



AGRADECIMIENTO

SILVIA LOZADA CALLE

Agradezco a mi mami por ayudarme enormemente a salir adelante en lo academico, laboral y persona, escuchandome, entendiendome y por estar conmigo en cualquier situación; a mi padre por su amor, cariño y apoyo en cada proceso de mi vida; Y a una persona incondicional, que a estado conmigo...Jonnathan
Muchas Gracias a todos, los quiero mucho.



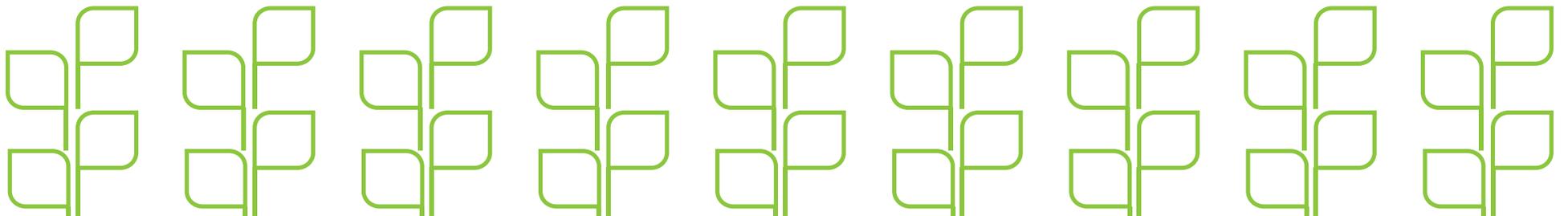
AGRADECIMIENTO

JONNATHA ROJAS M

A mi madre porque gracias a su amor, cariño, guía y apoyo he llegado a realizar uno de mis anhelos más grandes de mi vida, fruto del inmenso apoyo, amor y confianza que en mí se depositó, con mucho amor y cariño le dedico todo mi esfuerzo y trabajo puesto para la realización de esta tesis, en reconocimiento a todo el apoyo brindado a través de mis estudios y con la promesa de seguir siempre adelante, la cual constituye la herencia más valiosa que pudiera recibir por lo cual viviré eternamente agradecido.

A mi, insuperable, preciosa, bella y amorosa y segunda madre mi abuelita, por darme tu cariño, paciencia, apoyo, consejos y, por sobretodo, valor para seguir adelante.

Con amor y cariño.



ANTECEDENTES

SOCIAL

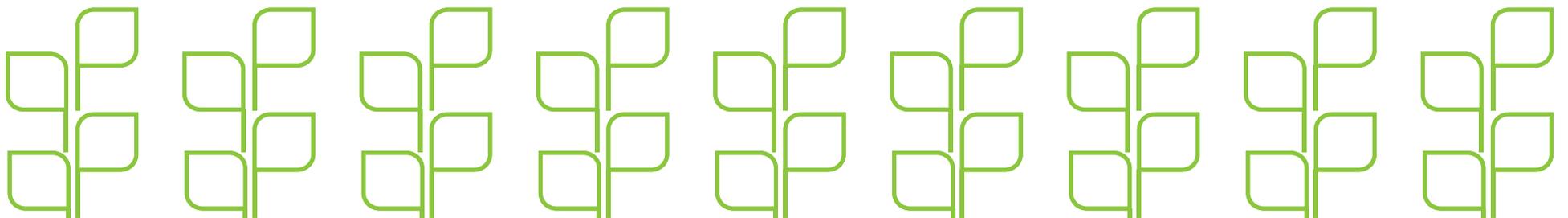
Luego de una recopilación de diferentes publicaciones de turismo, hemos concretado que la gran parte de ellos están dedicados explícitamente a publicitar los lugares patrimoniales de la ciudad, lo que hace que el turismo se centralice en crear y fomentar el turismo urbano. Las agencias que se dedican a dar esta información, tienen como público objetivo los turistas extranjeros, por su gran afluencia en la ciudad y se han convertido en el centro del turismo.

Con esto se concluye que no se está fomentando el turismo a lugares naturales que tiene la provincia, creando una ruta estática para el turista, dejando de lado los otros atractivos y centrándose en los extranjeros, más no en el turismo interno, que en el caso del Azuay es rico al poseer lugares naturales de inmejorable calidad ambiental.

DISEÑO

Después de un análisis profundo de cada una de las publicaciones obtenidas (ANEXO 1), encontramos que en la gran variedad de estas, la información no es suficiente para informar al lector, ya que el mal uso de la estructura tipográfica, la jerarquía, y cromática no es utilizada de manera adecuada, lo que dificulta al usuario guiarse por el material y que perciba la información. Además gran parte de las imágenes y texto no tienen un equilibrio debido a que algunas de estas están saturadas de publicidad, haciendo que el texto sea mínimo e insuficiente.

Todas estas observaciones hacen que el material y la información no tenga una ergonomía adecuada ni estructurada para el turista, haciendo que la información sea difícil de captar y de utilizar, ya que también gran parte de la información no está actualizada.



ABSTRACT

ABSTRACT

In the Province of Azuay (Ecuador) there are many natural tourist attractions. However, due to the scarcity of systematized informational and promotional material, local and foreign tourists do not know of the existence of these places.

The intention of this project is to solve this problem through the design of a printed integral graphic system by combining the importance of corporate design with the quality of technical information and paper engineering, which will allow the users to learn about the existence of these attractions in an interactive and dynamic way in order to get to them directly and efficiently.



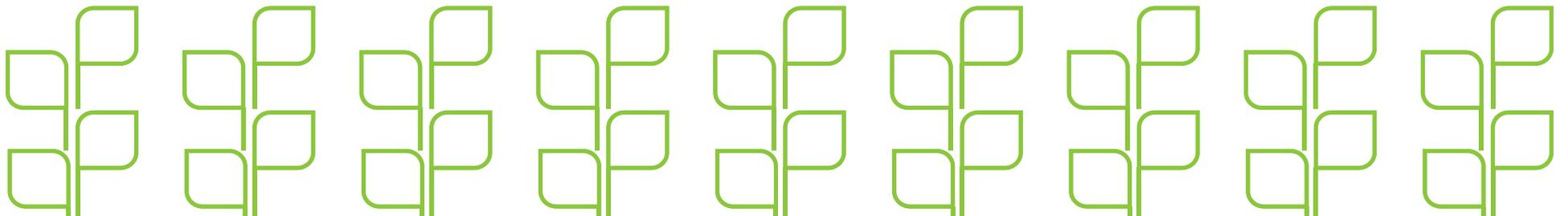
Diana Lee Rodas
Translated by,
Diana Lee Rodas



RESUMEN

En la provincia del Azuay (Ecuador) existen gran cantidad de atractivos turísticos naturales. Sin embargo, debido al escaso y poco sistematizado material informativo y promocional, los turistas nacionales y extranjeros no tienen conocimiento de este tipo de lugares.

El presente proyecto pretende solventar este problema mediante el diseño de un sistema gráfico integral de material impreso que, conjugando la importancia del diseño corporativo, con la calidad de la información técnica e ingeniería de papel, permita al usuario informarse de la existencia de dichos atractivos de un manera interactiva y dinámica para llegar a ellos de una manera directa y eficaz.



OBJETIVOS

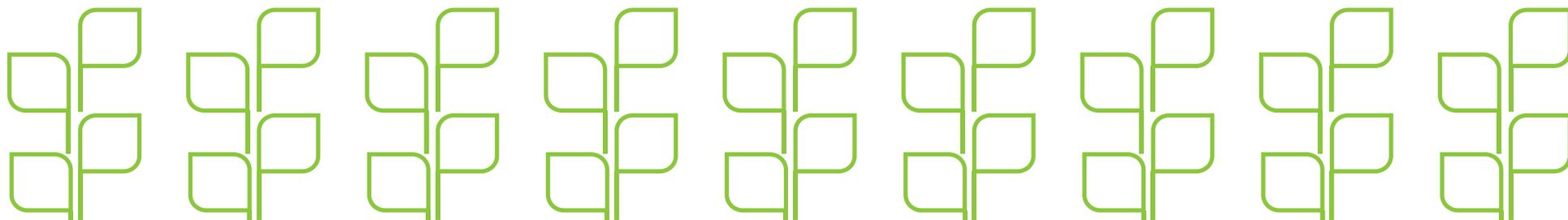
OBJETIVO GENERAL

Aportar a la difusión de la información turística natural de la provincia del Azuay

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Diseñar un sistema gráfico que se pueda aplicar a varios sitios naturales

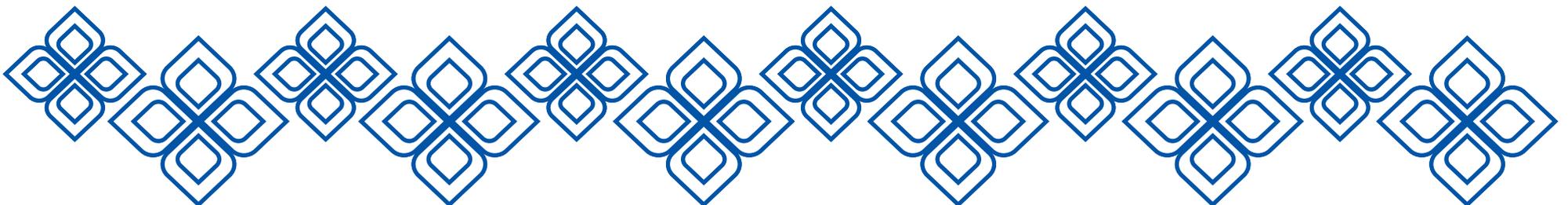
Diseñar un Manual de Sistema Gráfico en donde se muestre como funciona el sistema y como aplicarlo.



The background features a complex, repeating pattern of white lines on a solid blue field. The pattern consists of interlocking, rounded diamond and square shapes, creating a sense of depth and movement. The lines are thin and precise, forming a grid-like structure with organic, flowing edges.

DIAGNOSTICO

INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA



TURISMO

Definición

Según la OMT (Organización Mundial de Turismo) el turismo se debe de entender como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Clasificación

Según el Ministerio de Turismo se restablecieron las tres categorías iniciales: naturaleza, cultura e interés especial. Las categorías circuitos de la producción y turismo y deportes se incluyeron como tipo dentro de la categoría naturaleza.

Naturaleza:

Ecoturismo, agroturismo y sol y playa.

Turismo y Deporte:

Sin tipos.

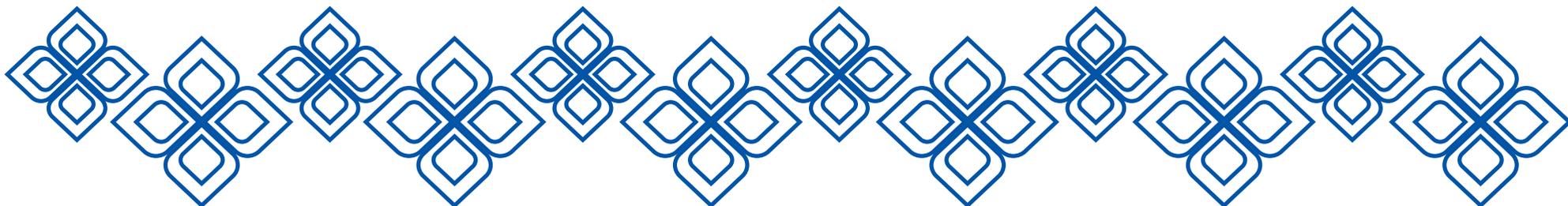
Turismo Cultural:

Turismo comunitario, patrimonio cultural, nacional y de la humanidad, turismo histórico, arqueología, diversidad cultural.

Interés especial:

Trenes turísticos y turismo de compras.

De esta clasificación, nos concentraremos en el turismo de naturaleza y turismo cultural que son las ramas dedicadas a todas las actividades que estén relacionadas directamente con el contacto con la naturaleza.



Turismo del Ecuador

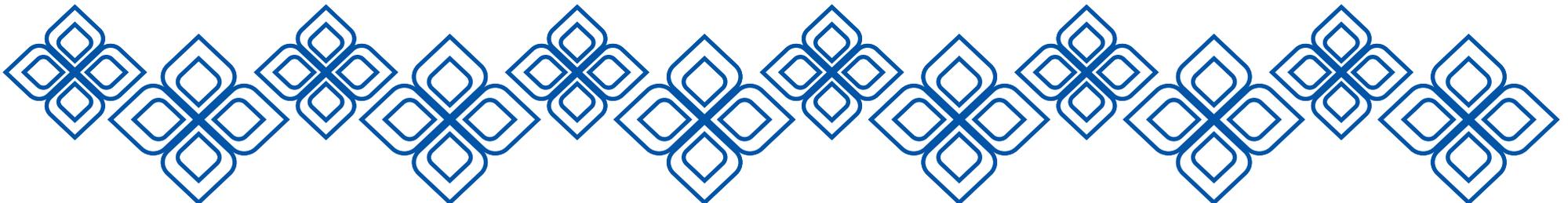
Según datos de Ministerio de Turismo, esta actividad ya está considerada como un sector económico que brinda ingresos al país (ANEXO 2) y contribuye al desarrollo social y cultural de las regiones. Esta ha sido fomentada y promocionada a nivel internacional gracias a la gran diversidad de atractivos que tenemos en diversos rincones del país. En cuanto al turismo según los sectores económicos en cifras, el turismo natural, es uno de los atractivos más grandes que tiene nuestro país, por la gran variedad de flora y fauna que hay en las diferentes regiones del Ecuador. Es por esto que podemos encontrar una gran cantidad de reservas ecológica, zoológicos, parques ecológicos, etc., que muestran la riqueza de la naturaleza que los rodea.

Cuenca, capital azuaya, es una de las ciudades más visitadas por turistas extranjeros en el país, por la gran historia patrimonial que la caracteriza, su gente, su gastronomía, su naturaleza, su tradición y cultura, etc. (ANEXO 3)

A pesar de esto, las empresas, agencias y fundaciones de turismo que son las encargadas de seguir creando fuentes de ayuda para los turistas, en su gran mayoría, están solo creando fuentes

de información para el turismo urbano, esto basándonos en la gran cantidad de publicaciones que se han creado, solo con información de sectores de la zona céntrica y periférica de la ciudad. En la provincia del Azuay, hay una considerable cantidad de lugares turísticos naturales que son atractivos centrales de las cabeceras cantonales o ciudades; sin embargo, debido a la falta de información válida de estos lugares, tanto extranjeros como personas propias de la provincia, no saben cómo llegar a estos sitios naturales.

Gran parte de los centros de información turística, tienen como objetivo a turistas extranjeros, pero muchos de los atractivos que podemos ofrecer a personas que vienen de otros lugares, también se puede ofrecer a las personas que están cerca, como a los mismos habitantes de la provincia, fortaleciendo el turismo interno del Azuay.



Turismo natural interno

Tomando estadísticas del Ministerio de Turismo, las personas que viajan a reservas naturales, ya sean propias de su provincia o de otras provincias, son en su mayoría turistas nacionales, que tiene la posibilidad de estar en otro ambiente en un tiempo corto y que pueden movilizarse con facilidad.(ANEXO 4)

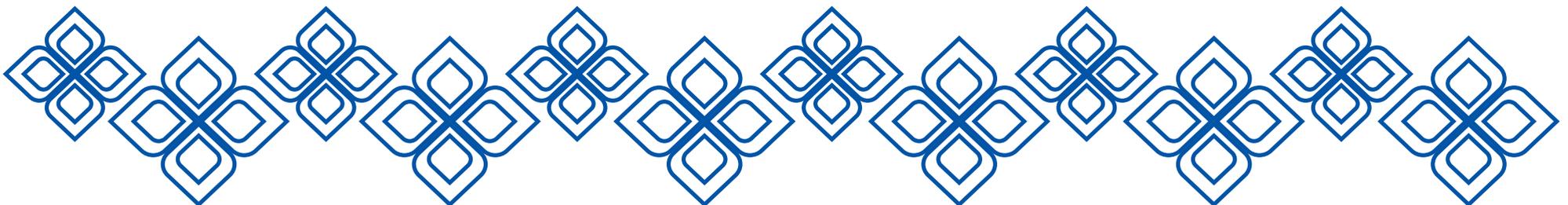
Gran parte de las personas viajan mínimo de 1 a 3 días (ANEXO 5) a cualquier lugar y generalmente es por turismo (ANEXO 6), este tipo de información tiene como conclusión de que las personas buscan, por un corto tiempo, otros lugares que conocer y que puedan salir de su entorno habitual.

Conclusión y planteamiento

El turismo natural es uno de los sectores con más afluencia turística nacional que internacional, debido a la facilidad de transporte y al ser la recreación y diversión el objetivo de los viajes cortos. El turismo interno es una alternativa de promoción para cada provincia o ciudad, para mejorar la economía.

En este caso, Cuenca tiene una gran variedad de información sobre sectores turísticos que son espacios muy tradicionales de la ciudad. Sin embargo al momento de encontrar lugares alternativos cómo es el turismo natural, la información resulta escasa tanto para los turistas locales como para nacionales y extranjeros.

Los turistas, obtienen información de los lugares a visitar por conocimiento propio o por recomendaciones de personas cercanas a ellos (ANEXO 7), además la información en medios de investigación como es el Internet, esta direccionada así mismo solo a las áreas urbanas o son de muy mala calidad y escasa en ciertas ocasiones.



DISEÑO

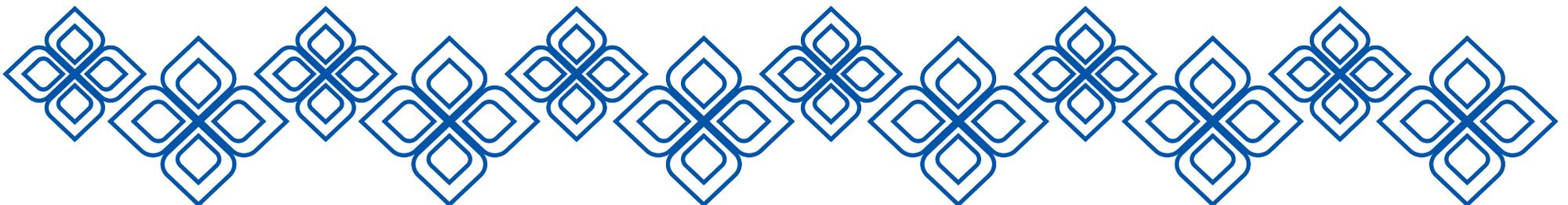
Imagen Global

Gran parte de los sistemas gráficos, pueden ser apreciados en la imagen corporativa o en el diseño de manuales de marca, estos estudian una gran variedad de aplicaciones de la marca en productos promocionales que van a estar en contacto con el usuario, tratando de mantener y recordar siempre la marca y el sello de la empresa.

Un sistema da diferentes posibilidades de mostrar la marca y publicitarla, manteniendo siempre el nombre de la empresa presente en cualquiera de los elementos que estén en contacto tanto para el público objetivo o para las personas en general, creando una imagen y un concepto de la empresa en la mente de cada uno de ellos. (Costa)

En este proyecto se pretende mostrar un sistema al usuario, de manera visual y destacar la información de los diferentes lugares turísticos seleccionados, resaltando las características singulares de cada uno de ellos de manera sistemática y estructurada.

Este libro tiene información sobre el tema de marca y diseño de identidad dirigido hacia la imagen corporativa de una empresa, y cómo estos influyen en la información y comunicación, muestra los elementos que tiene un programa de identidad, los cuales nos pueden dar una pauta para realizar el sistema gráfico que nos proponemos.



Diseño de Información

Costa señala que, para el diseño de mensajes que son transmisores de contenidos complejos, se utilizan los diferentes recursos gráficos, como formas de lenguaje visual que pueden ser aplicados y combinados para toda clase de mensajes informacionales.

Como los dos grandes campos de la comunicación funcional bi-media o verbo-icónica son:

Letra y texto:

Información lingüística

Ilustración e imágenes:

Información icónica

Tipos

Según Costa, con los diferentes tipos de información que se puede mostrar al público y el uso que va a tener, la información se divide en:

Información funcional:

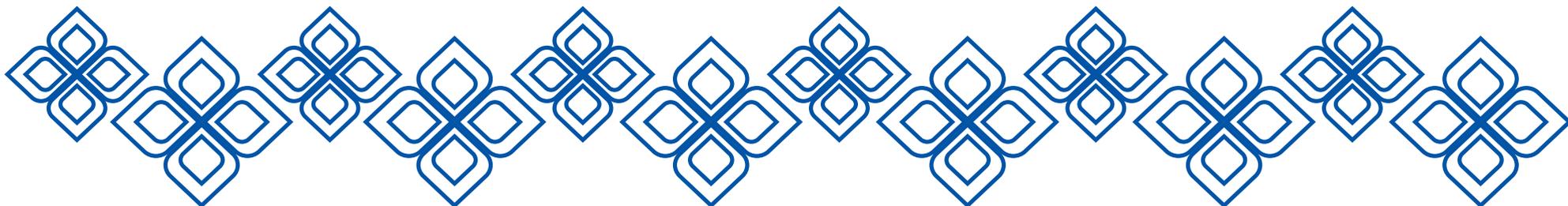
Está orientada a la utilidad pública; es decir hacia el individuo de la sociedad que esta vinculado a la movilidad social y a la complejidad de los productos técnicos y a las exigencias de informaciones que todo ello requiere.

Información didáctica:

Presentación de conocimientos que implican de la información del saber, cultural, científico, técnico, y profesional. Tales como libros en diferentes variantes, publicaciones monográficas, ilustración científica o técnica, los esquemas y diagramas, o sistemas, los sistemas documentarios, etc.

Información persuasiva:

Se refiere, sobre todo a la propaganda y a la publicidad comercial que busca un impacto sobre la preganancia formal, y el efecto de la fascinación sobre la racionalidad que es característico de la comunicación persuasiva utilizada en estas ramas.



Diseño de identidad

Sea cual sea la clase de información que las empresas transmitan, los mensajes incluyen sistemáticamente unos signos de identidad. Es la función del “marcaje” de la identidad. El producto que muestra una “marca” de procedencia o de autor crea una imagen de marca (Costa)

La marca

Señal material de origen y calidad; distintivo para el reconocimiento de los productos y de quienes los fabrican. El marcaje o la acción de marcar y su resultado, es el principio mismo de la identidad visual. (Costa)

El sistema de marca

En toda marca connota de un modo global una garantía. La significación de garantía se da de un modo diverso que se resume en tres vertientes:

Garantía de responsabilidad pública, que toda marca supone como signo legítimo de representación de la empresa y como “signatura” que compromete implícitamente todos sus productos, actos y mensajes.

Garantía de autenticidad: es decir que aquello que una marca ampara, significa que es propiedad, creación original, exclusividad de fabricante; garantía de origen; la marca es una forma de autenticidad de todo aquello que ella ampara.

Garantía de constancia de la calidad: la marca de un producto presupone calidad, cuando ha sido aceptada por el público, será continuada, mantenida a través del tiempo y transferida asimismo a los demás productos de su compañía.

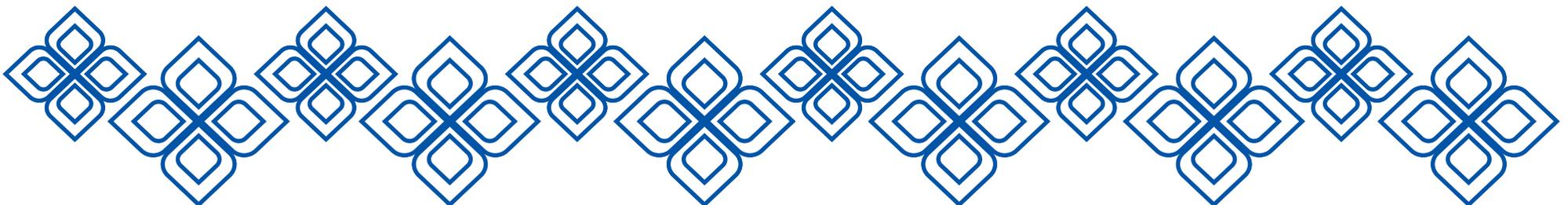
La marca constituye un sistema de atributos, y es función de la empresa explotar este sistema conforme a su política de comunicación. (Costa)

Una marca sombrilla es la imagen de la empresa, se diversifica y se extiende amparando sus productos y servicios. (Costa). Esto se puede considerar en un sistema una garantía de la calidad del producto y servicio que recibe el usuario.

Diseñar programas de identidad

Las diferencias que existen al diseñar marcas gráficas y logotipos, a diseñar programas de identidad, son mucho más profundas y complejas.

El salto del diseño de marcas al diseño de programas, está enor-



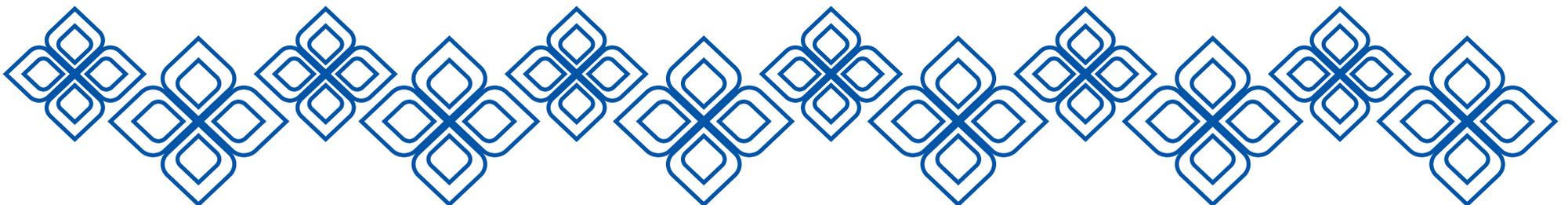
mamente influenciado por una serie de cambios, producidos tanto en el entorno socioeconómico en la vertiente del consumo, como en el de los progresos tecnológicos; y, de manera destacada, por los cambios de mentalidad introducidos por el desarrollo de la ciencia de la comunicación y de la información. Los programas de identidad corporativa cubren el conjunto de las comunicaciones de la empresa. El sistema fundamental de los signos simples –símbolo, logotipos, colores. (Costa)

Se trata de dos niveles coordinados, que son integrados en las comunicaciones de una empresa y por la eficiencia de la organización de estos signos se produce un efecto sinérgico que es la base por la cual un buen programa de identidad corporativa alcanza una capacidad acumulativa. (Costa)

El principio sinérgico

La estructura de la identidad corporativa tiene dos grandes niveles:

- 1) El nivel de la organización de los signos simples de identidad –logotipo, símbolo, gama cromática-, constituyendo un todo indisociable y significativo
- 2) El nivel de los elementos complementarios de la identidad –concepto gráfico, formatos, tipografías, ilustraciones-. El primer nivel opera en diferentes registros de la percepción y la memoria. El segundo nivel son los soportes estables de la visualización de mensajes a esto se lo podría llamar código corporativo.

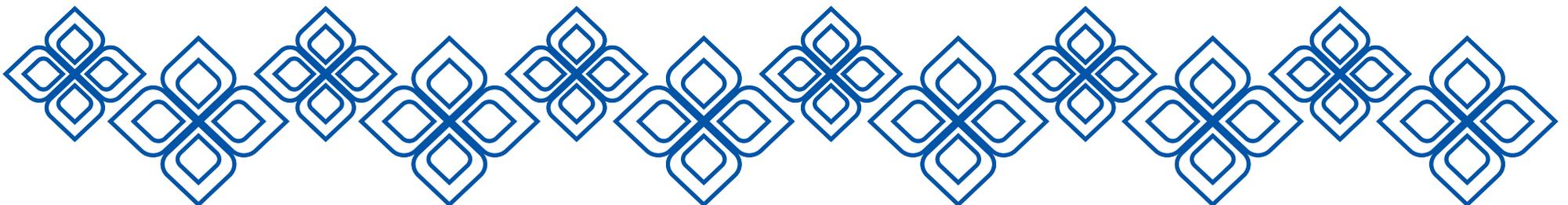


Bases de Diseño

Un sistema gráfico consiste en crear un gran variedad de opciones manteniendo una estructura reconocible y unitaria que muestre una pertenencia a este sistema.

Para crear y diseñar un sistema gráfico se debe de contar de constantes y variantes en cada uno de los elementos gráficos básicos utilizados. Todos ellos tienen un función específica que respaldará, reforzará, y mostrará la información visual y textual que se quiere dar al usuario.

En esta colección de Ambrose & Harris, Bases del Diseño, nos da conceptos y ejemplos de cómo aplicar cada uno de ellos en diferentes elementos de diseño en trabajos de una manera técnica y sencilla, lo que nos ayudará a estructurar el sistema tomando en cuenta las diferentes consideraciones que tiene cada uno de los elementos para lograr un mejor proceso de diseño y estructura de la misma.



Formato

Según Harris y Ambrose, el formato da un punto de contacto físico con el usuario que afecta al modo en que recibimos la comunicación impresa.

La información que contiene este libro, ayudará a tomar decisiones sobre el formato y a resolver los problemas de diseño que nos pueden presentar a futuro en el aspecto del espacio, dimensiones, soporte, target, costos. Mostrando ejemplos de inspiración y justificación de los aspectos realizados, mostrando la versatilidad que tiene el diseño y como influye el formato en él.

Tipos De Formato

Las consideraciones a tomarse en cuenta son la naturaleza y cantidad de información que se mostrará, el tiempo de vida, el público al que va dirigido y el costo. Factores que intervienen en la elección del soporte, el tamaño o los acabados de impresión, así como las funciones que cumple en factores ergonómicos y de legibilidad y tipo de uso. (Ambrose and Harris, Formato)

Troquelado

Se usa con fines decorativos para potenciar la imagen visual de un diseño, más que con una función determinada.

Fajas

Es un soporte de papel o plástico que ciñe la publicación por el centro, puede ser una tirada o dar la vuelta, se suele usar en revistas y sirve para presentar la información de forma llamativa

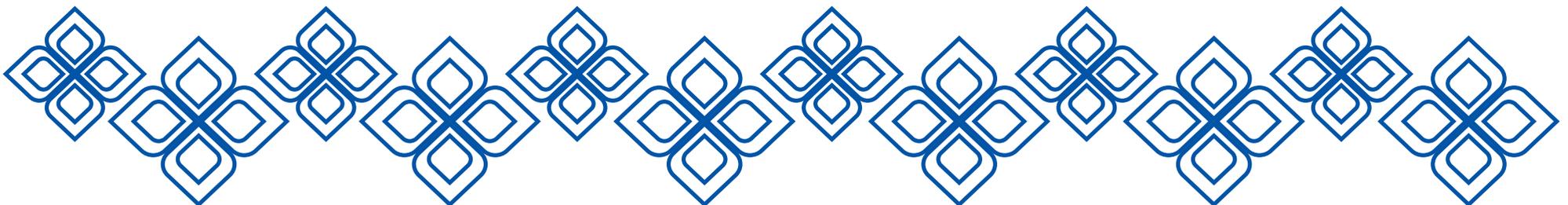
Desplegable

Son usados en revistas para presentar carteles o en libros para ilustraciones, fotografías o gráficos a gran escala.

El folleto

Su formato suele ser similar al de los libros y las revistas, aunque tenga un objetivo muy diferente como el de provocar una respuesta favorable, es muy frecuente encontrar uso creativo de troquelados, desplegables y plegados en diferentes tipos de papel.

Pero el folleto es independiente por esta razón el diseñador debe elegir el tamaño apropiado.



Retículas

Según Harris y Ambrose, es la base en la que se construye el diseño de una página, organizando sus elementos, aportando orden y estructura.

La retícula aporta a la estructuración de elementos de diseño en una página, lo que facilita la toma de decisiones y proceso creativo, aportando precisión y coherencia en la página y como cada elemento puede ser ubicado y este influir en el diseño. La función esencial de una retícula es organizar la información en una página. (Ambrose and Harris, Retículas)

La información que nos proporciona el libro nos ayudará al momento de organizar nuestros elementos de diseño y facilitándonos la toma de decisiones y también se la puede utilizar como elemento de diseño para la realización de nuestro sistema gráfico.

Necesidades de una retícula

Forma y función

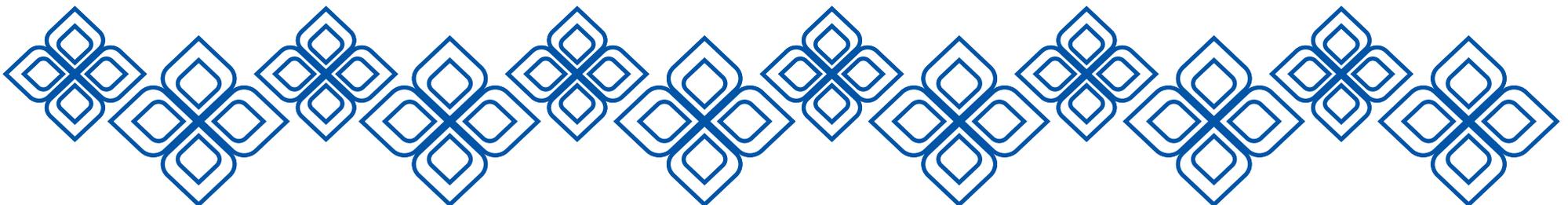
La retícula es adaptable y flexible, la forma de una retícula esta determinada por la función que va a cumplir y su target, como será utilizada, donde se leerá.

Principios fundamentales

Existen distintas formas de utilizar las retículas para logra un diseño y crear puntos de atención o formas, combinar proporciones para añadir movimiento o establecer una jerarquía.

Cuadrículas y puntos

La cuadrícula es la base de la retícula esta puede ser una serie de líneas horizontales y verticales permitiendo la colocación de los objetos con precisión y coherencia.



Elementos de una página

Caracteres

Los caracteres se presentan en puntos que son una medida absoluta, los cuales se sitúan en una línea base que comparte dimensiones en puntos que contiene el carácter.

Imágenes

Las imágenes suelen colocarse en porcentaje a su dimensión o en un espacio concreto.

Guías de columna

Las cuales delimitan las columnas de texto y los medianiles entre ellas, estas sirven para situar los textos en bloques verticales, una caja de texto puede ocupar más de una columna.

Retícula de imagen

Sirven para guiar la posición de las imágenes en un diseño, proporcionando uniformidad y cohesión.

Tipos de retículas

Retícula simétrica

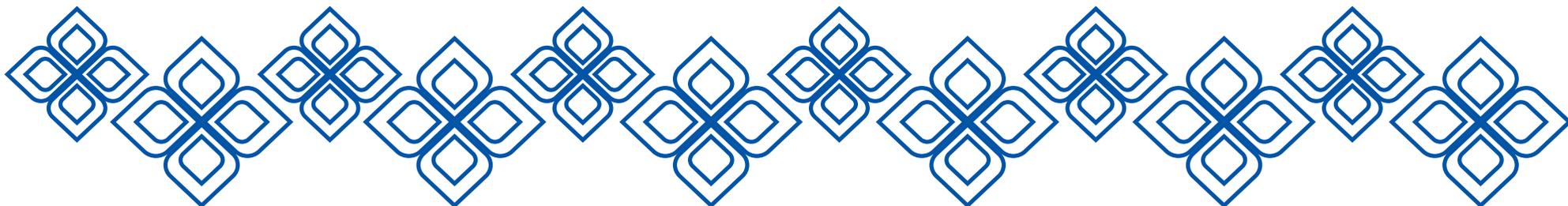
Esta es una retícula igual en cada página es como un espejo de la otra página, lo que crea un sentido de equilibrio y armonía que se traduce en un aspecto atractivo y coherente. Esta retícula puede resultar en algo limitado y repetitivo pero con la intervención de elementos como números de página, leyendas o pies de imagen pueden hacer que el diseño se aligere visualmente.

Retícula asimétrica

Permite un modo creativo de posición de elementos creando coherencia y ritmo, se debe procurar equilibrar el peso de cada página cuando se hace este tipo de retículas.

Retícula modular

Esta conformada por una serie de módulos que permiten combinarlos y dar efectos de horizontalidad o verticalidad o generar un aspecto estático. La retícula modular puede ser simétrica la cual aporta equilibrio o asimétrica la cual genera dinamismo.



Retícula compuesta

Se puede combinar las retículas simétricas asimétricas y modulares para crear una retícula compuesta la cual tiene gran flexibilidad manteniendo una coherencia en el diseño.

Layout

Layout o maqueta es la disposición de texto e imágenes en un diseño. La disposición de estos influyen en el lector en el modo de cómo perciban el contenido. La maquetación puede potenciar o perjudicar la percepción de la información, como también puede darles un valor agregado y belleza o resaltar el contenido de la información. (Ambrose and Harris, Layout)

Este libro presenta los fundamentos de la maquetación y estructuración de una página, esta información nos puede ayudar a resolver la disposición y organización de elementos de diseño e información a diseñar y como inspiración de lo que queremos diseñar, así como el uso debido de los elementos aportan a un diseño funcional.

Fundamentos

Hay que tener en cuenta consideraciones prácticas y estéticas del producto y su contenido, independientemente de su formato final. “No existen reglas para crear maquetas la única excepción es que el contenido es el más importante” (Ambrose and Harris, Layout).

Columnas

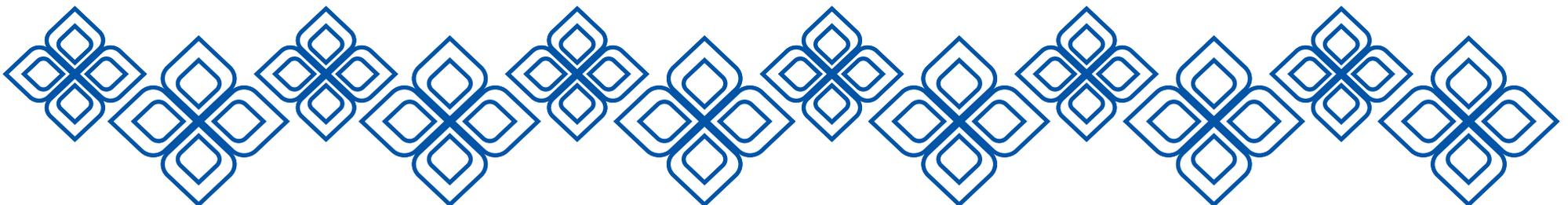
Columna es un área en la que el texto está de manera organizada, aporta una sensación de orden pero también pueden generar un diseño estático si existe poca variación en las cajas de texto.

Pies de imagen

Estos son diferenciados mediante el uso de cursiva y estos son alineados horizontalmente al texto base.

La cuadrícula

Sirve para facilitar la tarea del diseñador al momento de situar los elementos de diseño, logrando un diseño ordenado y atractivo, pero puede reducir la creatividad del diseño.



La cuadrícula simétrica basada en módulos

Esta basada en módulos formada por una serie de cuadrados separados por espacios iguales. Esto permite gran flexibilidad para la colocación de elementos con características diferentes.

Cuadrículas asimétricas

Puede estar compuesta de columnas o módulos, ofrece la creatividad de determinados elementos y mantiene coherencia en un diseño global.

Imágenes

La maquetación ayuda a la colocar las imágenes de modo coherente y en armonía con los demás elementos existentes en una página.

Elementos de una página

Es muy importante la gestión del espacio blanco, la cantidad de espacio libre que rodea a los elementos de texto e imagen que son elementos clave en la maquetación.

Alineación

Es la posición de los elementos dentro de una caja de composición, tanto en el plano vertical

Jerarquía

Es la posición de los elementos dentro de una caja de composición, tanto en el plano vertical como horizontal.

Forma y función

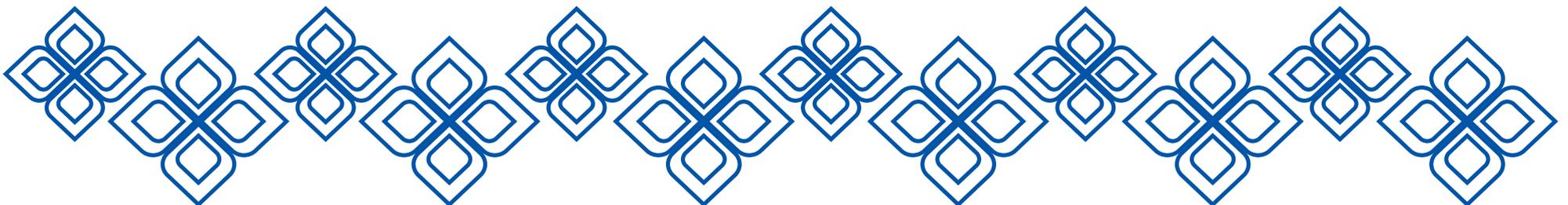
Se refiere al nivel de importancia del texto y esté se logra mediante el cuerpo de letra o el estilo de letra el cual es muy importante.

Escala

Es el tamaño de texto e imágenes que influye en el peso con el que percibamos la información, una imagen a gran escala, domina la página y es el centro de atención, sin embargo un gráfico demasiado grande puede resultar agobiante, como una imagen en pequeña escala podría no percibirse o pasar por alto.

División de la página

Permite la distribución del espacio para los elementos de diseño haciendo que las particiones de una cuadrícula se puedan manejar de modo individual o en grupo.



Color

Este nos permite representar ideas y emociones, tomando en cuenta que cada persona tiene preferencias innatas que afectan en las decisiones y gustos de las personas, por normas culturales y su uso en nuestro entorno habitual. (Ambrose and Harris, Color)

El color, en cuanto al sistema gráfico, puede llevar a identificar visualmente, los diferentes diseños que hacen parte del sistema, haciendo que sea parte de un todo y también un elemento diferenciador; creando al usuario, una imagen mental de manera gráfica y cromática

Entre varias características de color las que vamos a tomar en cuenta son:

Connotaciones de los colores

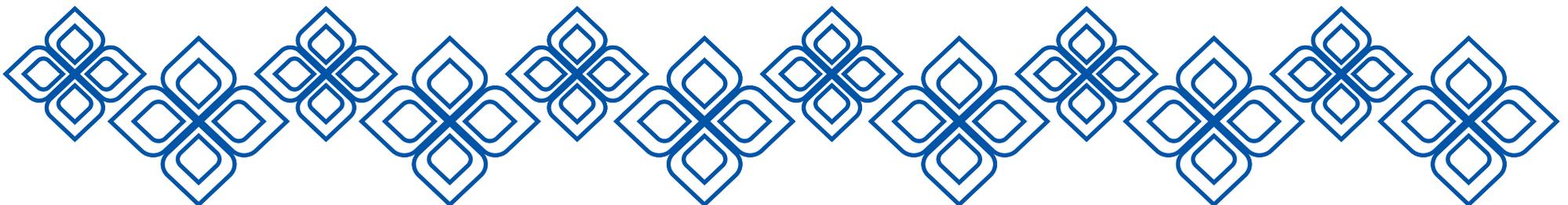
El color para cada persona puede tener un significado implícito que crea emociones, estados de ánimo y sentimientos. Haciendo que el diseño pueda llegar a los usuarios objetivos de forma más directa creando reacciones que lleven a comprender un mensaje visual, en este caso el sistema que queremos crear.

Simbolismo del color:

Debido a las grandes diferencias de culturas y contexto, cada usuario puede tener una reacción diferente ante un color determinado, haciendo que este sea parte indispensable en el mensaje gráfico que queremos dar, y que este acorde con su contexto.

Combinación cromática

Con la ayuda del círculo cromático que es una herramienta utilizada para armonizar o contrastar el diseño, crearemos un mensaje visual más reforzado y que este acorde al tema del diseño. Ambrose & Harris, nos muestra como ejemplo los tres tipos de colores que debemos de tomar en cuenta para realizar una combinación y un realce de los elementos del diseño



Creación de Identidad

Es un elemento que ayudará al usuario a identificar la marca frente a una gran cantidad de empresas con las mismas características y servicios.

Imagen

Ya sea que este sea un elemento principal o secundario, es una parte esencial de la comunicación. La imagen es una de las herramientas que da un mensaje visual inmediato al usuario, creando sensaciones, sentimientos o emociones. (Ambrose and Harris, Imagen)

La imagen, es uno de los elementos que muestra y seduce al usuario. En este proyecto es el principal elemento de comunicación visual que utilizaremos, por su capacidad de mostrar el entorno y el ambiente del lugar al que nos referimos.

Para su óptima aplicación estudiaremos los siguientes elementos:

Técnicas

Estas son técnicas tanto para crear como reproducir imágenes, que ayudarán a dar más fuerza visual al usuario. Sin embargo, la utilización de cada una de ellas estará dada por la forma que se desea transmitir el mensaje y la identidad de la misma.

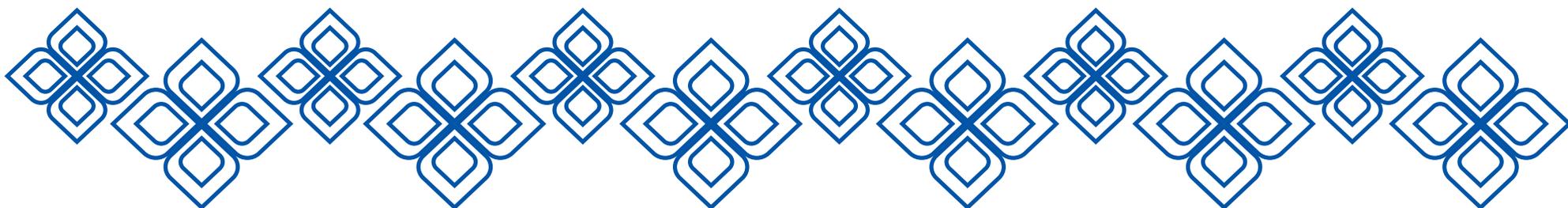
- Serigrafía
- Ilustración
- Fotografía
- Filtros
- Descubrimientos
- Colocación de imágenes

Significado de las imágenes

Cada una de las imágenes puede tener significados connotativos y denotativos que ayudan al diseñador a comunicar al usuario con mayor facilidad y de forma más directa. Hay elementos compositivos que ayudan a reforzar la intencionalidad del diseño y mostrar un mensaje con un significado más rápido y efectivo

Denotativo:

Consiste en la representación de algo mediante un signo visible.



Connotativo:

Hace referencias a cosas que hemos percibido, aprendido y razonado.

Tipograma:

Uso deliberado de la tipografía para expresar una idea de forma visual incorporando algo más que las letras que forman las palabras.

Metáfora:

Mostrar una idea o objeto de una manera diferente.

Metonimia:

Es una imagen simbólica que se utiliza para hacer referencia a algo sin un significado más literal.

Símil:

Es una figura retórica que implica la comparación de una cosa con otra de un tipo diferente.

Analogía:

Es una comparación entre cosas distintas con la finalidad de proporcionar una explicación o una aclaración.

Paradigma:

Es un conjunto de suposiciones, valores comunes o prácticos que constituyen una forma de ver la realidad para la comunidad que la comparte. Utilizando imágenes relacionadas con un paradigma concreto.

Utilización de las imágenes

Al crear un diseño se toma en cuenta las diferentes técnicas, para trabajar a las imágenes de forma adecuada y optimizar su contenido.

Continuidad:

Existe una conexión ininterrumpida entre una serie concreta de elementos o que estos formen parte de una totalidad coherente.

Yuxtaposición:

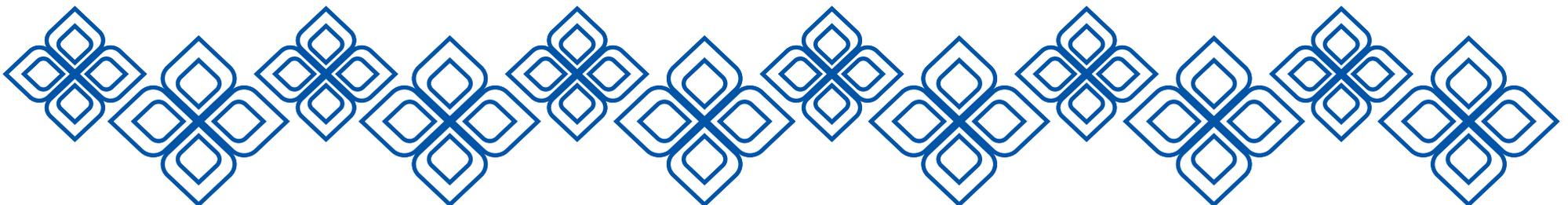
Consiste en colocar juntas las imágenes que contrastan.

Vistas:

Llamadas también panorámicas proporcionan una visión ampliada del tema central, lo que significa que hay más espacio para explorar y dentro del que moverse visualmente.

Motivo:

Se puede definir como un diseño que se utiliza como fondo, estos pueden ser abstractos o producirse de un modo metafórico y representativo



Imágenes en la practica:

Para la presentación de imágenes hay varias técnicas para cambiar la apariencia de una imagen fotográfica y conseguir el efecto deseado.

Reportaje:

Es un estilo particular que capta esos momentos definidores e instantáneos de la vida real.

Secuencia:

La utilización de una secuencia de imágenes permite comunicar una mayor amplitud de ideas, aunque también requiere más espacio en el diseño.

Manipulación:

Una imagen se puede manipular para cambiar su aspecto o para destacar o quitar importancia a determinados aspectos, ya sea para conseguir resultados con mayor excelencia.

Fotomontaje:

Dos o más imágenes se combinan para crear una imagen compuesta dando un resultado de una imagen global.

Collage:

Se puede definir como cualquier trabajo en el que un material se haya pegado a una superficie a fin de crear una imagen.

Montaje:

Es una composición pictórica producida mediante yuxtaposición o superposición de varias imágenes o diseños para obtener una imagen nueva.

Recorte:

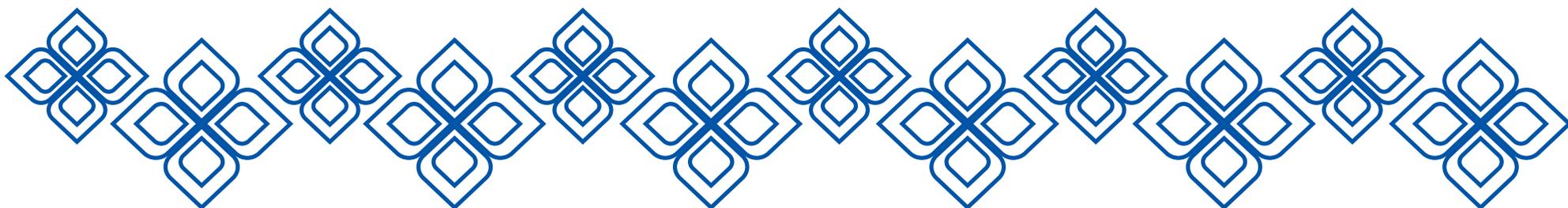
Es una técnica que consiste en recomponer una fotografía de forma proporcional, utilizando una regla de proporción. Para darle así más fuerza en el mensaje que se quiere dar al usuario.

Trompe l'œil:

Es una técnica relacionada con las ilusiones ópticas o los engaños visuales intencionados.

Puntillismo:

Su nombre se deriva de las pinceladas necesarias para formar pequeños puntos de colores primarios que vistos desde cierta distancia se fusionan produciendo colores secundarios.



Diseño de marcas

Para mostrar una marca al usuario, tenemos como opción buscar las mejores asociaciones que aluda e identifique a la marca y así reforzar su imagen

Silueta:

Contorno de una imagen sobre un fondo que contraste.

Icono:

Es un elemento gráfico que representa un objeto, persona u otras cosas.

Símbolos:

Se utilizan para comunicar conceptos ideas u objetos que representan, en vez de tratar de describir pictóricamente lo que representa

Pictogramas:

Es una referencia visual o un símbolo pictórico de una letra palabra o frase.

Fotograma:

Es una imagen resultante de una silueta negativa.

Tramas:

Es una composición de puntos que forman una imagen.

Sobreimpresión:

Es un elemento de un diseño que se imprime encima de otro.

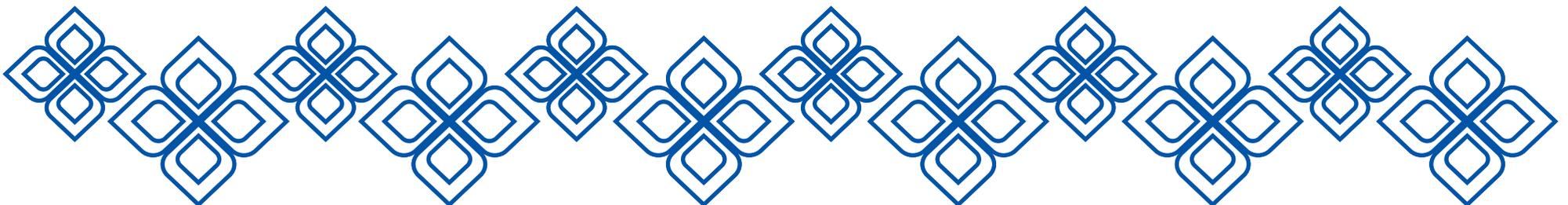
Tipografía

Debido a la cantidad y variedad de tipos de letras disponibles. (Ambrose and Harris, Tipografía)

En este proyecto, es un elemento que se utilizará para dar al usuario la guía para poder explorar todo el diseño, tomando en cuenta que el material que estamos diseñando es un elemento informativo, y que deberá ser plenamente legible y leíble.

Para la composición de una página tenemos diferentes técnicas que controlan y componen de forma ordenada y efectiva una página, de las cuales escogimos las siguientes:

Es el medio por el cual se puede dar una forma visual a una idea.



Utilizar múltiples tipos de letras

La utilización de dos o más tipos de letras a la vez nos permite crear una jerarquía, que puede ayudar mucho a orientarse por una publicación.

No existen reglas para escoger cuantos tipos pueden existir en una publicación; sin embargo, se puede tomar algunas consideraciones:

- Se suele utilizar distintos tipos de letras para los títulos.
- Mientras que el cuerpo de texto se suele seleccionar en función del tipo escogido que pertenezca a la clasificación de las góticas o a sus variaciones.
- Los tipos necesitan ser flexibles.
- Si los tipos son similares, las diferencias entre ellas pasarían inadvertidas.

Jerarquía de texto

Esta técnica se utiliza para mostrar el nivel de importancia de los cuerpos de texto, para guiar al usuario a su lectura.

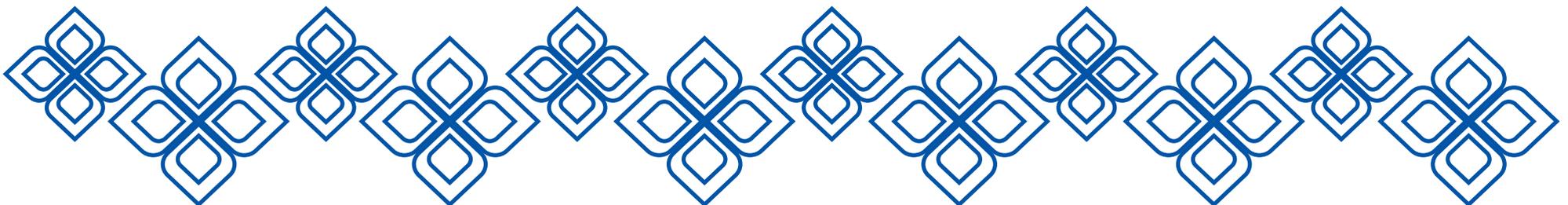
El tipo una página

El tipo en una página se puede estilizar para facilitar o complicar la legibilidad, para transmitir la emoción, para relacionarlo con algo y resaltar los elementos gráficos o para crear un sentido único a la identidad y al espacio.

Interlineado
Kerning
Tracking
Espaciado

El tipo como identidad visual

A pesar de la gran variedad de tipografía que tenemos como opción para utilizar en un diseño, para dar identidad, se necesita mostrar algo único y personal que llegué a identificarse directamente con la marca; es por esto que se puede recurrir a la generación de tipografía como una herramienta de creación de marca que nos ayudará a mostrar la originalidad y personalidad de la empresa.



Ingeniería de papel

El papel es un material muy antiguo, que su principal función es para escribir, con el paso del tiempo a mejorado su fabricación siendo hoy en día uno de los materiales más utilizados, como es el arte con papel en el que se puede diseñar proyectos creativos con tan solo doblar y cortar. (Televisa)

Según Rob Ives el Pop-up añade una nueva dimensión a las publicaciones, el Pop-Up son ingeniosos mecanismos generados por pliegues y cortes en el papel. Existen dos tipos de Pop-Up:

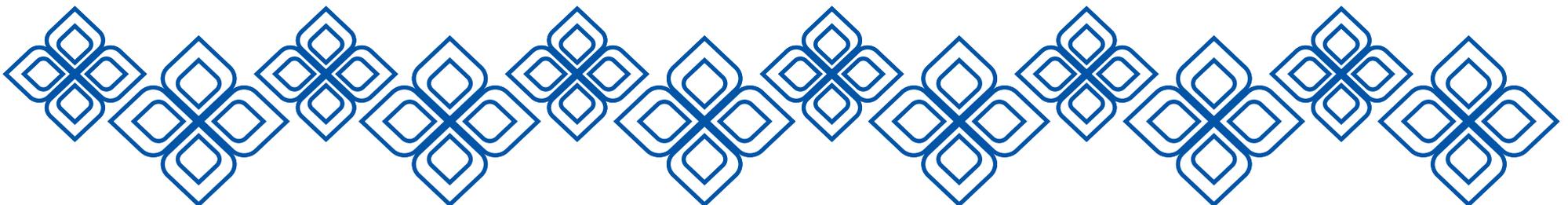
Pop – Up paralelo:

Es cuando se abre una publicación a 90° este puede estar formado por una o más capas que pueden agregarse de forma paralela con el mismo mecanismo creando movimiento y dimensionalidad.

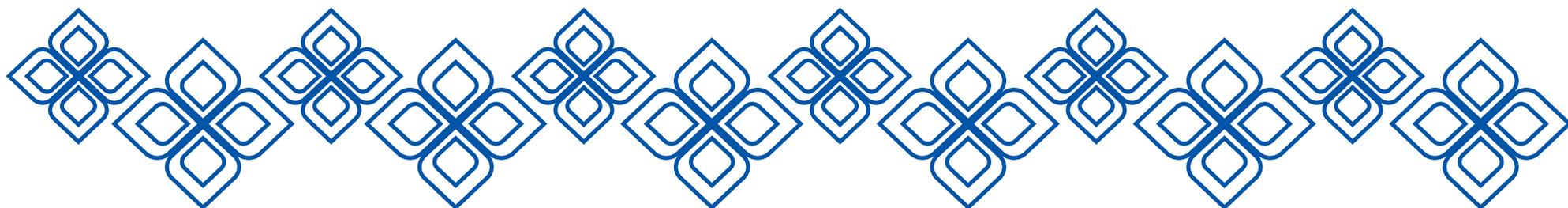
planos visibles y ocultos que crean la ilusión de la figuras en 3D. Los diseñadores usan este método para empujar más los límites de la ingeniería de papel, para dar sorpresa y movimiento a la publicación, llegando a utilizarse en otro tipo de publicaciones distintas como libros ilustrados de animales plantas e incluso novelas graficas. (Ives)

Pop – out pop – ups:

Es el que comúnmente se lo ve en libros de 3D que consiste en abrir la publicación totalmente es decir 180°, con este mecanismo puede lograrse efectos más complicados ya que existen



INVESTIGACIÓN DE CAMPO



Información Turística

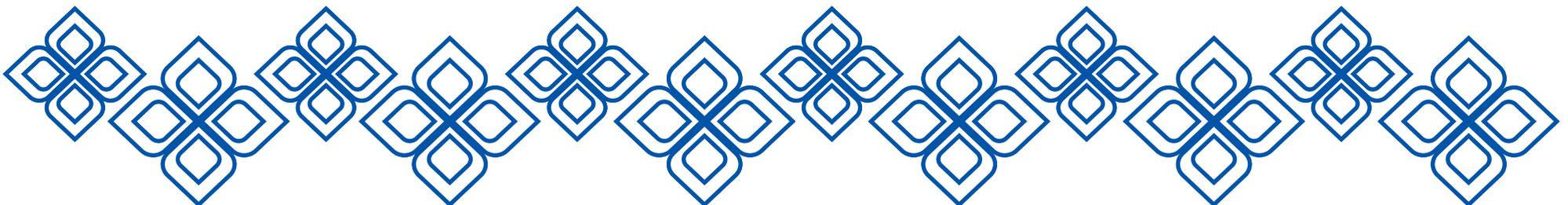
En búsqueda de información básica que los turistas demandan para poder movilizarse a cualquier lugar turístico, nos dirigimos a especialistas en este tema.

Amauta es una agencia de turismo local y nacional, en la cual se hizo una entrevista con la Master Narcisa Ullauri, quien nos indicó que gran parte de la información de cada uno de los sitios turísticos de la provincia está en manos del Ministerio de Turismo; y, la información de cada uno de los sitios se manejaba por medio de fichas de catastro, las cuales tienen una gran cantidad de información válida para este tipo de material informativo.

En la Guía Turística de Azuay y Cañar publicada por el Ministerio de Turismo en el 2002, se recopiló un total de 46 lugares turísticos naturales de los cuales fueron escogidos dos para realizar una aplicación del sistema como plan piloto de este proyecto, de los cuales se obtendrá el material fotográfico necesario para la realización del diseño e información que reforzará la ficha técnica del lugar.

Para la obtención de datos sobre los diferentes lugares turísticos naturales de la provincia, acudimos al Ministerio de Turismo sede en Cuenca, en donde el Eco. Rubén Auquilla del departamento de Marketing I, encargado de esta área, nos facilitó gran parte del catastro e información de los lugares turísticos ubicados en la provincia del Azuay, Cañar y Morona Santiago; y, también un Manual de Señalización Turística, el cual contiene los pictogramas oficiales para los atractivos turísticos de que se utilizan para cada uno de los lugares, actividades y atractivos turísticos.

Con información obtenida del Ministerio de Turismo y de las agencias de turismo Amauta y Pakariñan (ANEXO 8), junto a la información que obtuvimos de los sitios explorados, se creó un ficha técnica de los lugares en donde se encuentra toda la información de cada uno de los atractivos turísticos, sus respectivas categorías, las distancias desde los poblados más cercanos hasta el lugar, accesibilidad, infraestructura, recomendaciones y presupuesto mínimo por persona.

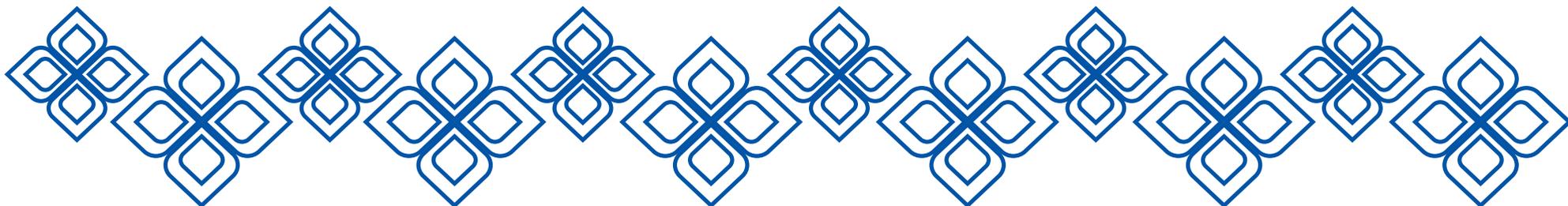


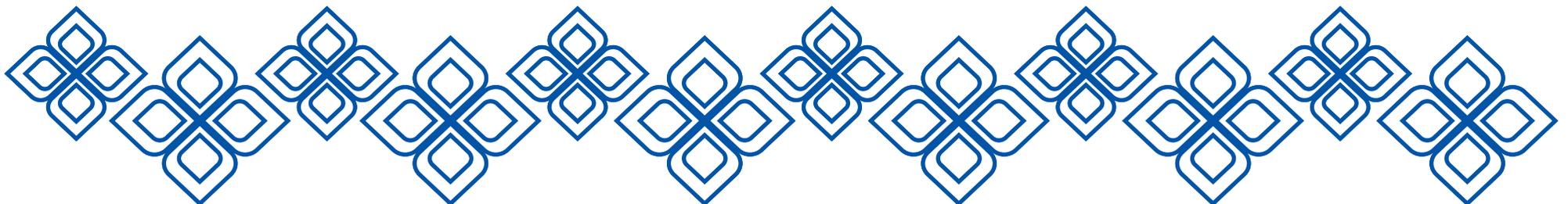
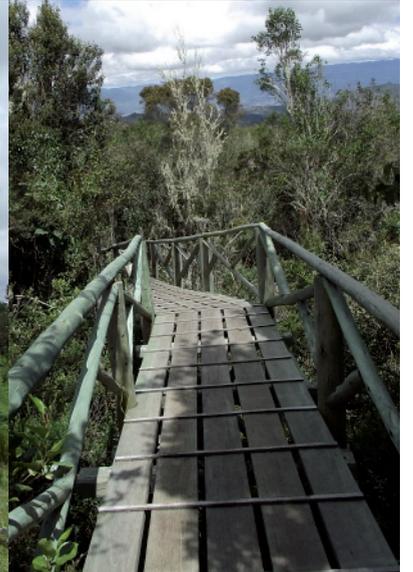
Bosque protector Aguarongo

Este lugar está ubicado en el cantón Gualaceo, en la parroquia Jadán, este es un bosque protector con una área aproximada de 2082 hectáreas, en donde podemos encontrar flora y fauna nativa del lugar con una altitud entre 2500 y 3200 metros sobre el nivel del mar.

Cuenta con un centro ambiental que aporta en la recuperación, conservación y protección de los recursos naturales, en beneficio de las comunidades aledañas, en este lugar brindan varios servicios como cabañas de alojamiento, áreas de camping, comida típica y tradicional, servicios básicos con tecnologías alternativas y amigables con el medio ambiente, laboratorios de investigación científica, sala de auditorio para talleres, charlas, conferencias, etc., y sala infantil para educación ambiental.

En este lugar las principales actividades que se pueden realizar son senderismo para interpretación ambiental, científico o recreativo, cabalgatas y visitas a comunidades aledañas.





FICHA TÉCNICA

N° DE FICHA: 1

TEMA: INFORMACIÓN Y FOTOGRAFÍA DE LUGARES TURÍSTICOS NATURALES

OBJETIVOS: Investigar las características del lugar turístico.
Recolección de información fotográfica y turística de los atractivos del lugar turístico.

INFORMACIÓN

PROVINCIA: Azuay **CANTÓN:** Gualaceo **LUGAR:** Aguarongo
GUÍA: Adrián Aguirre **TELÉFONO:** **CATEGORÍA:** Natural

ATRACTIVOS	CATEGORÍA	TIPOLOGÍA
Miradores Naturales	Natural	Mirador
Flora y Fauna	Natural	Bosque nublado montañoso
Senderismo Ambiental - Científico y Recreativo	Natural	Senderismo
Cabalgatas	Natural	Actividad recreativa
Visitas a comunidades aledañas	Cultural	Poblados pintorescos / Arquitectura vernácula

DISTANCIAS

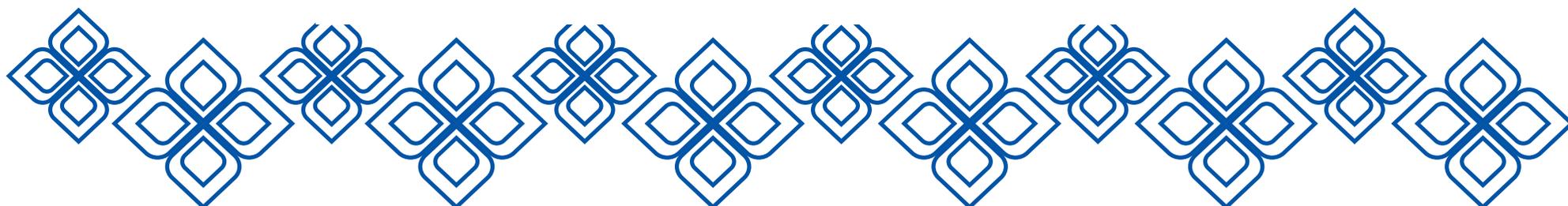
NOMBRE DEL POBLADO	DISTANCIA	TIEMPO
Jadán	13km	0:30
Gualaceo	35 km	1:00
Cuenca - Gualaceo	65km	2:00
Cuenca - El Valle	35 km	0:45

ACCESIBILIDAD	INFRAESTRUCTURA	RECOMENDACIONES
Asfaltada: 30 km Lastrada: 35 km	Energía: ✓ Telefonía: ✓ Celular: ✓ Radio: ✓ Agua Potable: x Alcantarillado: x	Ropa y zapatos cómodos Ropa abrigada Gorra y sombrero Botas para agua

PRESUPUESTO MÍNIMO (POR PERSONA)

TIPO	TRANSPORTE RUTA	PRECIO
Bus Interprovincial	Cuenca - Gualaceo	\$ 0,75
Transporte vehicular	Gualaceo - Aguarongo	\$ 20,00
Transporte Vehicular	El Valle - Aguarongo	\$ 20,00

TIPO	SERVICIOS DISPONIBILIDAD	PRECIO
Alimentación	A pedido / reservación	\$2,50
Guía turístico	Constante	\$4,00
Alojamiento	A pedido / reservación	\$ 10,00

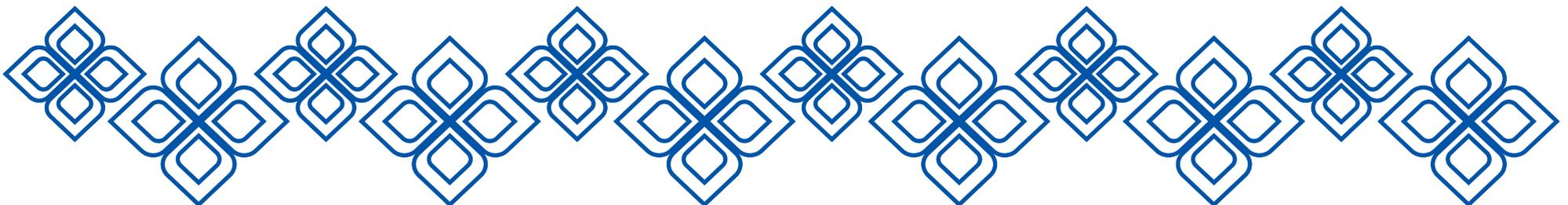


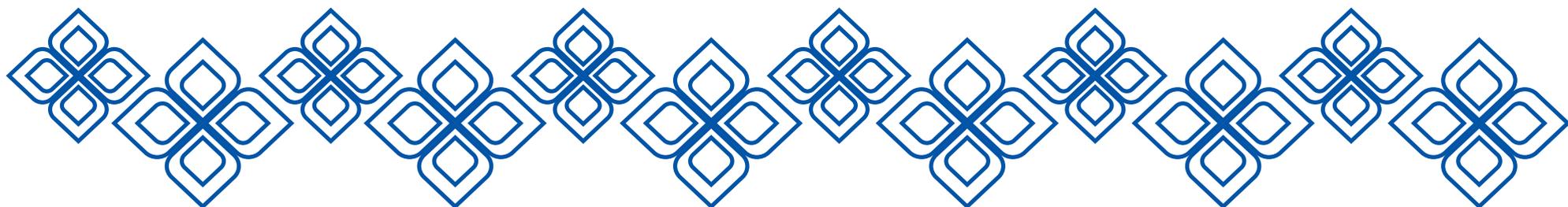
Sitio arqueológico Chobshi

Es un sitio arqueológico que se encuentra en el cantón Sigsig, tiene aproximadamente 10 mil años de historia. En este lugar se han encontrado evidencia de industria lítica, cerámica y ósea perteneciente al periodo formativo convirtiéndose en uno de los sitios más antiguos del Ecuador.

Gracias al manejo y protección de la asociación comunitaria de Chobshi, se pueden visitar varios atractivos como el museo arqueológico, Cueva negra, quebrada del Puente Seco, fortaleza del gran Cacique Duma, camino Real Andino, casas Cañaris, barranco del río Santa Bárbara, el Pailón.

Las principales actividades que se pueden realizar son senderismo, alojamiento, camping, restaurante con comida típica de la región.





FICHA TÉCNICA

Nº DE FICHA: 2

TEMA: INFORMACIÓN Y FOTOGRAFÍA DE LUGARES TURÍSTICOS NATURALES

OBJETIVOS: Investigar las características del lugar turístico.
Recolección de información fotográfica y turística de los atractivos del lugar turístico.

INFORMACIÓN

PROVINCIA: Azuay **CANTÓN:** Sigsig **LUGAR:** Chobshi
GUÍA: Hernán Cabrera **TELÉFONO:** 084997278 **CATEGORÍA:** Natural / Cultural

ATRACTIVOS	CATEGORÍA	TIPOLOGÍA
Museo arqueológico	Cultura	Sitio arqueológico / Artesanía
Cueva negra	Cultura	Sitio arqueológico
Castillo de Duma - Shabalula	Cultura	Sitio arqueológico / Arquitectura vernácula
Camino real andino	Natural	Senderismo
Casas cañaris	Cultura	Arquitectura vernácula
Barranco de río Santa Bárbara	Natural / Rios	Mirador
El Pailón	Natural	Senderismo / Cascada

DISTANCIAS

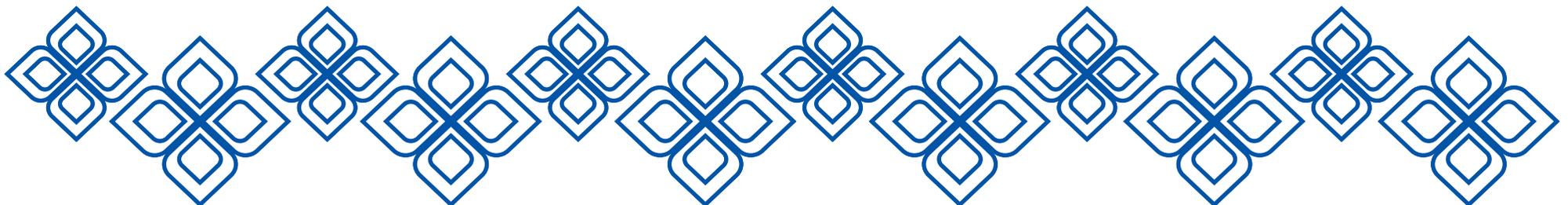
NOMBRE DEL POBLADO	DISTANCIA	TIEMPO
Sigsig	8 km	0:15
Chordeleg	27 km	0:30
Gualaceo	32 km	1:00
Cuenca	67 km	2:15

ACCESIBILIDAD	INFRAESTRUCTURA	RECOMENDACIONES
Asfaltada: 60km Lastrada: 8km	Energía: √ Telefonía: √ Celular: √ Radio: √ Agua Potable: x Alcantarillado: x	Ropa y zapatos cómodos Ropa abrigada Corra y sombrero Botas para agua

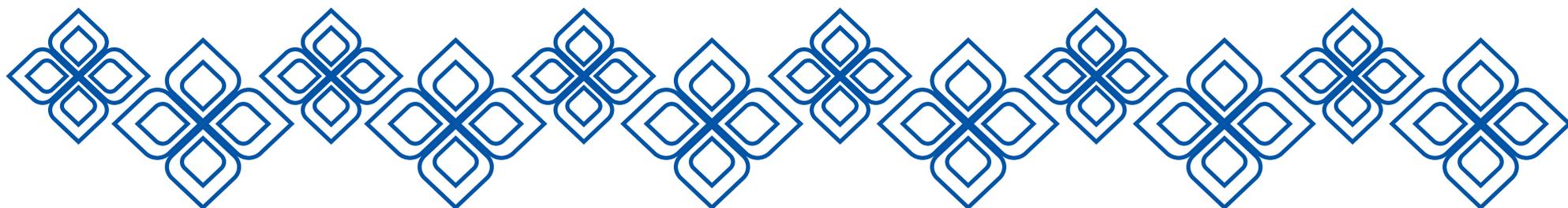
PRESUPUESTO MÍNIMO (POR PERSONA)

TIPO	TRANSPORTE RUTA	PRECIO
Bus Interprovincial	Cuenca - Sigsig	\$ 1,50
Transporte vehicular	Sigsig - Chobshi	\$ 3,00

TIPO	SERVICIOS DISPONIBILIDAD	PRECIO
Alimentación	A pedido	\$2,50
Guía turístico	Constante	\$4,00
Alojamiento	A pedido	\$ 10,00



HOMÓLOGOS



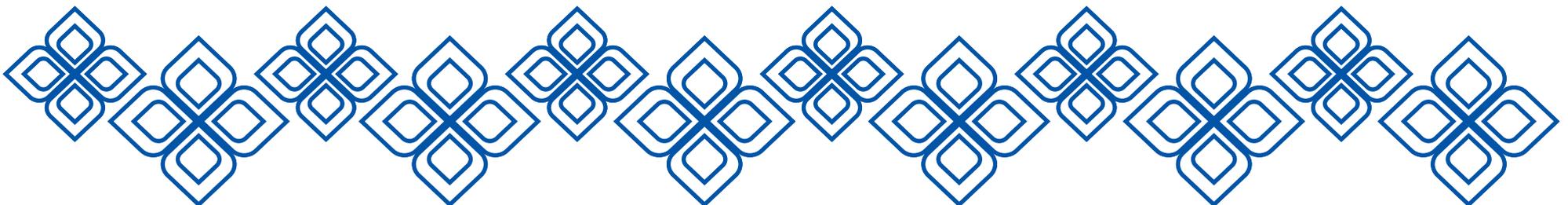
JALISCO

Sucede dentro de ti

Este es un proyecto turístico basado en un nuevo tema que es el turismo de experiencias en donde resalta la aventura, bienestar, espiritualidad, misticismo, pasión y éxito

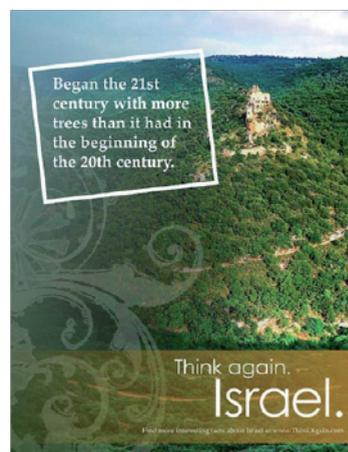
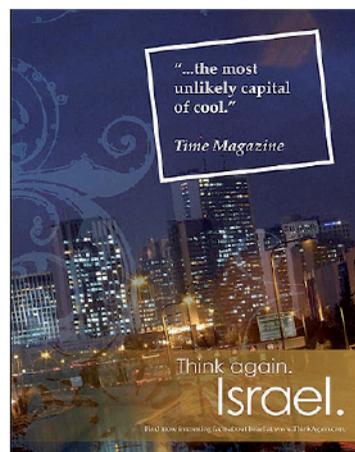
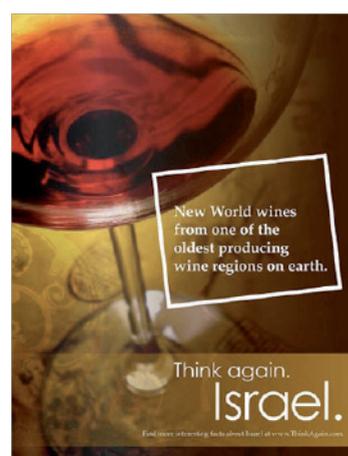
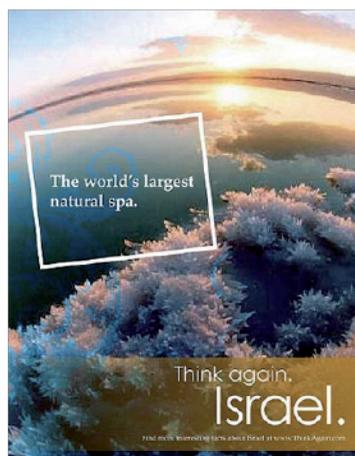


[<http://limonrojodesign.blogspot.com/search?q=Publicidad+Tur%C3%ADstica+2010+>]; 17 febrero 2012; Antonio Limón; Mexico

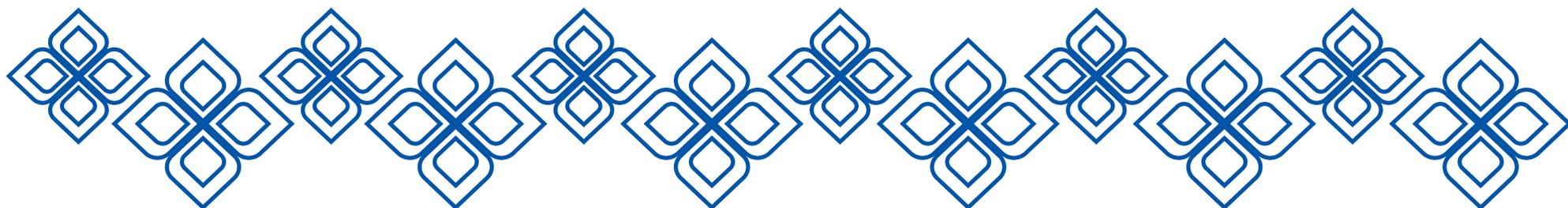


Think again, Israel

Estas son varias publicidades que muestran los diversos servicios y atractivos del país de una forma sistematizada acorde a cada tema escogido.

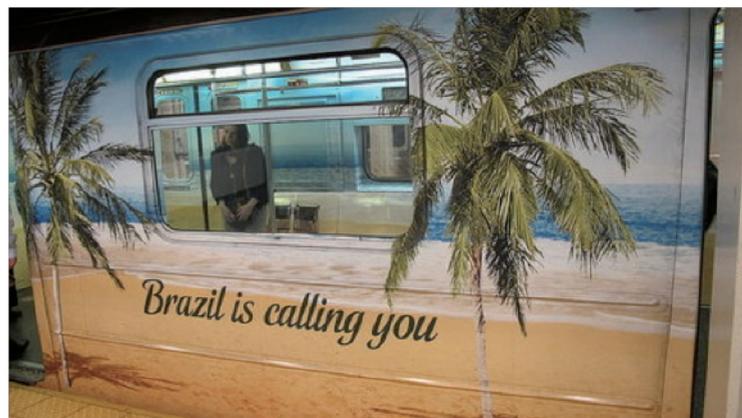


[www.es-israel.org/?p=444] 17- Julio -2012, España.



Brazil, is calling you

En esta campaña podemos encontrar diferentes aplicaciones gráficas en lugares concurridos y estratégicos de la ciudad, mostrándonos una aplicación de la fotografía de iconos de la ciudad con actividades que se pueden realizar.



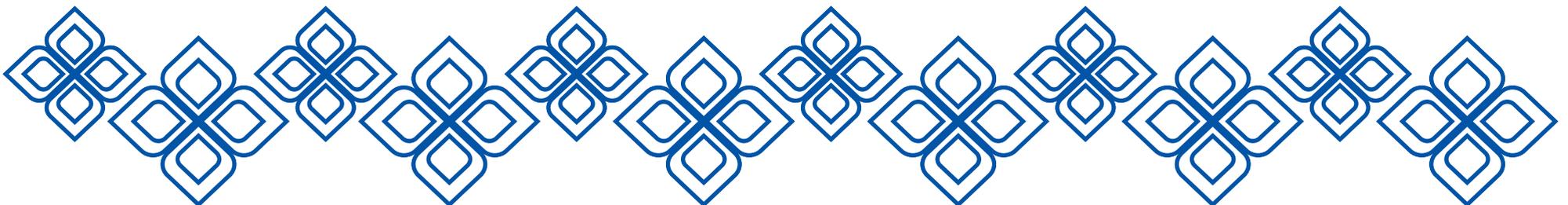
[<http://thegspotnyc.onsugar.com/Brazil-Calling-You-16377772>] 17 - Febrero - 2012



[<http://outdoormediacentre.wordpress.com/2011/09/01/brazil-is-calling-you/>] 17 - Febrero - 2012

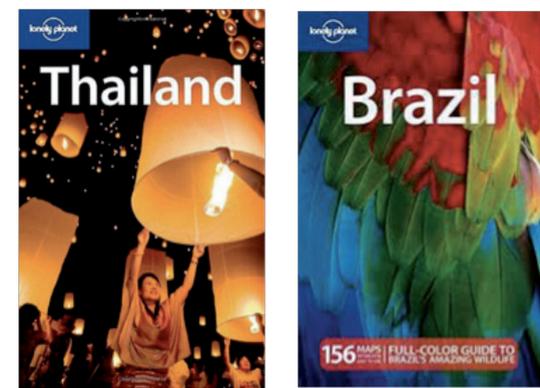
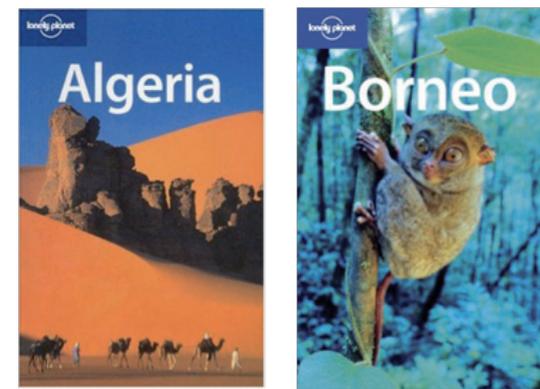
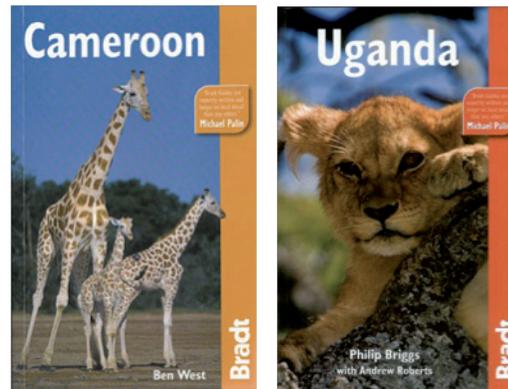
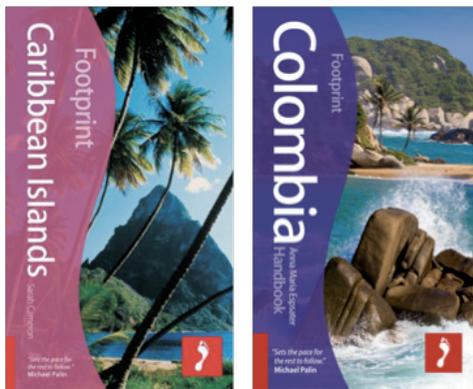


[<http://www.viajesbrasil.info/tag/viajes-a-brasil/>] 17 - Febrero - 2012;



Guías de viajes

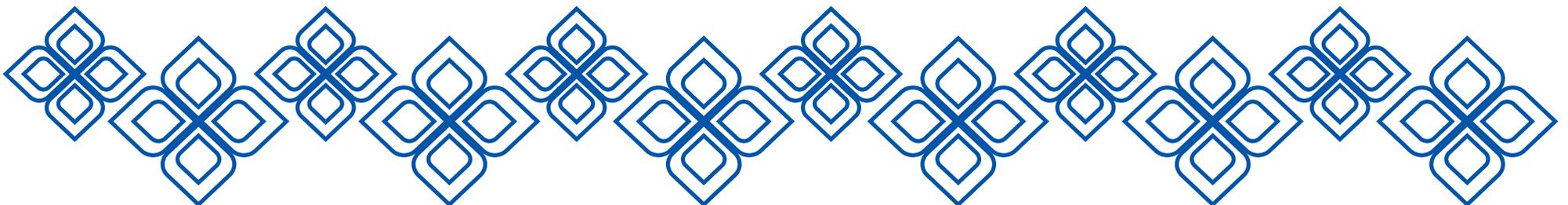
Estas son publicaciones de diferentes empresas en las que se puede evidenciar un sistema gráfico en sus portadas ya sean estos simples o complejos, con elementos gráficos que son al mismo tiempo: constantes y variables.



[https://www.morebooks.de/books/es/published_by/footprint/4037] 17 - Febrero - 2012;

[<https://www.morebooks.de/search/es?utf8=%E2%9C%93&q=bradt>] 17 - Febrero - 2012;

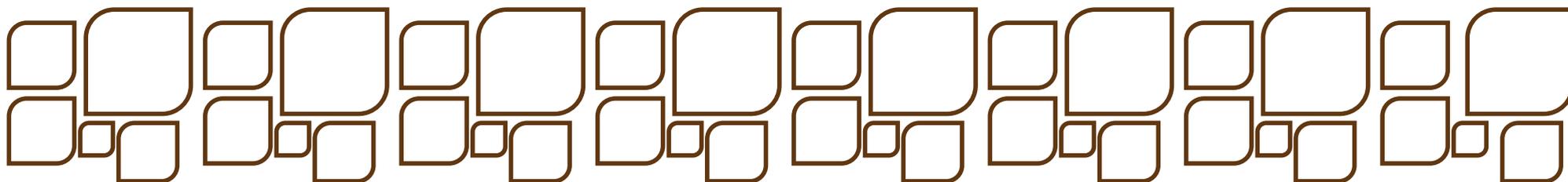
[<https://www.morebooks.de/search/es?utf8=%E2%9C%93&q=Lonely+Planet>] 17 - Febrero - 2012;



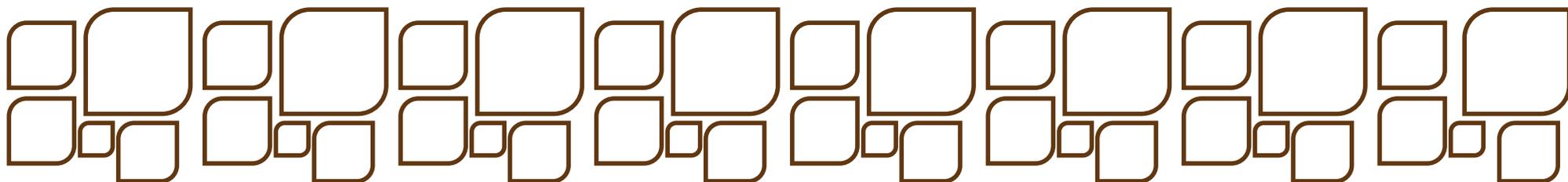
PROGRAMACIÓN

TARGET

Según The Shorter Oxford English Dictionary, el turista es la persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación; alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etc. El público objetivo al quién se dirige este proyecto está formado por turistas nacionales, ya sean oriundos de la provincia o del todo el país y turistas extranjeros que tengan la intención de conocer lugares alternativos a su entorno habitual y de tipo natural con características recreativas y aventura. El tipo de turismo que la persona realice, será convencional o vacacional, ya que estará determinado por la intencionalidad o lo que busca la persona como educación, placer, descanso o la recreación. (Fundación por la Socialdemocracia de las Américas)



PARTIDO FORMAL



Concepto gráfico

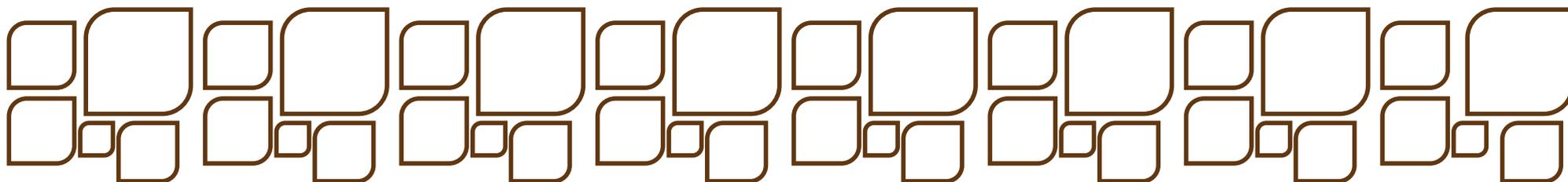
El concepto gráfico describe las diferentes formas y figuras que se utilizan para representar el tema que se trata. Según Wusius Wong la variedad de tipos de formas se puede clasificar, de manera genérica, dependiendo del contenido específico que se muestra.

Al ser un tema identificable, establece una comunicación con los observadores que va más allá de lo puramente visual ya que se convienen en formas figurativas y mientras, no se tiene un tema identificable son no figurativas. Por el nivel de abstracción puede distinguirse como figuras geométricas u orgánicas; las cuales se utilizarán en este proyecto, para crear tanto el ambiente del diseño como la iconografía necesaria para la información que se desea comunicar.

Las formas naturales pueden comprender los organismos vivientes u objetos inanimados que existen en la superficie de la tierra, en los océanos o en el aire

En la observación de las formas naturales, hay que tomar en cuenta la gran variedad de formas que tenemos a disposición y que a pesar de que tienen un origen orgánico, las leyes naturales de su crecimiento no son muy distintas a la estructura básica geométrica, y que al observarlas, podemos formar nuevas estructuras, como espirales y ondulaciones, ramificaciones y abanicos, afinidad y unidad. La creación de formas simples por medio de la abstracción, la creación de formas múltiples por medio de técnicas como la reflexión o la translación, formas compuestas y etc., que son técnicas de composición que ayudan a la estructuración de nuevas formas y de conceptos como movimiento, fluidez y dinámica creando una estética que reforzarán el tema orgánico.

Este proyecto se basará en formas figurativas alusivas a la naturaleza que es nuestro tema central. Tomando en cuenta que estas pueden ser con tal nivel de realismo fotográfico o con un grado de abstracción.



Marca

Asociación

Según Joan Costa, una de las características que debe de cumplir la marca como tal, es la capacidad asociativa. La marca es una señal de identidad transformándose en un signo señalizador; con ello, se convierte en el centro o pivote en donde gira un sistema multidimensional de relaciones, de asociaciones mentales.

Esta hace que más de un sentido, reaccione al mismo tiempo, para asociarlo con un concepto, sin embargo hay que tener en claro que hay diferentes formas de asociación como:

Analogía:

Representación directa del concepto

Alegoría:

Recombinación de elementos de una manera insólita.

Lógica:

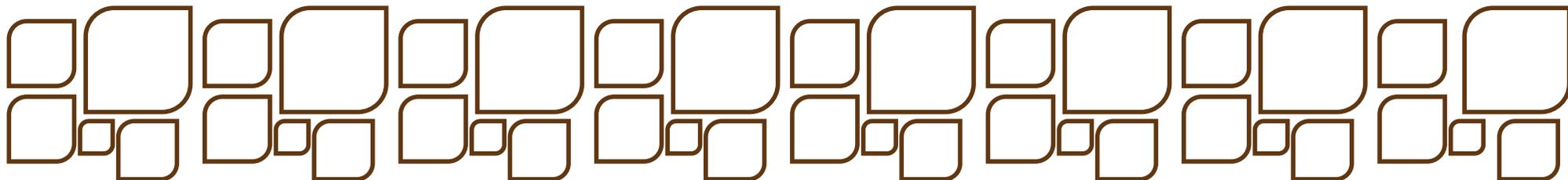
Proceso intelectual que produce una cadena asociativa de información llegando a asociarlo con el producto directo de la marca.

Emblemático:

Formas o símbolos gráficos que se asocian con alguna característica de la marca o el producto/servicio.

Cada una de estas se puede dar tanto de manera lingüística como visual, y mientras sepamos combinarlas, la información que recibirá el usuario será más completa y directa. (Costa)

Con estas características, la creación de marca de este proyecto tiene que mostrar tanto un representación del turismo como de la naturaleza, que son los dos ejes principales que se manejan, dando al usuario una asociación de las relación de las dos ramas y qué tipo de información obtendrán de este material. Utilizando tanto una referencia visual (isotipo) y una referencia lingüística o verbal (logotipo).



Universalidad

Según Joan Costa, la universalidad es un principio que nos muestra las características a las que debe estar sujeto un programa de identidad para que funcione como tal, para el usuario y para la empresa en sí; estas son, características que harán que la marca a diseñar tenga un alto nivel de adaptabilidad y de flexibilidad gráfica.

Los programas de identidad tienen las siguientes características:

1. Los programas de identidad están hechos para durar, por lo que no deben estar sujetos a modas pasajeras.
2. Debe estar hecho para expandirse y para estar en muchos soportes/media simultáneamente.
3. Debe estar hecho para ser asimilado por un número indefinido de individuos que correspondan a diferentes culturas y países.

Se tomará en cuenta este concepto para crear una marca que se pueda identificar en diferentes contextos y que muestre el concepto central de turismo natural.

Tipografía

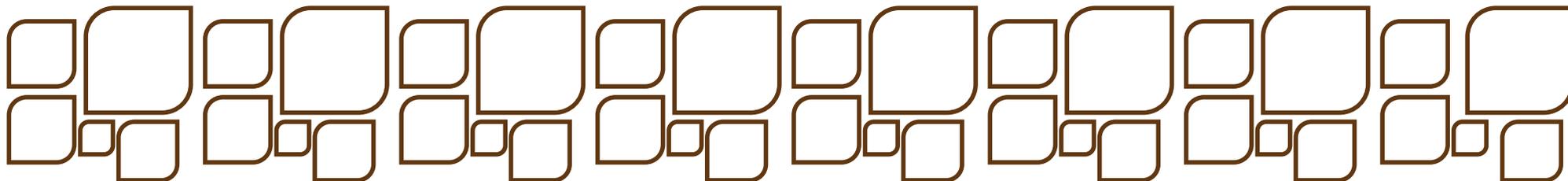
Este proyecto utilizará una combinación tipográfica, ya que ésta aporta a la diferenciación de contenido, información, cajas de texto, y también a la parte gráfica del diseño.

Para esto se utilizarán variaciones de tipo gothic que son también llamados palo seco que no tienen los toques de decoración que caracterizan a los tipos de la letra romana. Tienen un diseño limpio y simple y que son ideales para textos resaltados (Ambrose and Harris, Tipografía, Pág 37)

Las variaciones utilizadas son:

Geométrica:

Que es un término que se aplica a ciertos tipos de letras góticas y algunos gráficos. Tienen un forma muy redondeadas y se distinguen por sus astas abiertas en letras como la M, W, N y V, como la Futura, Helvética, Century gothic, entre otras. (Ambrose and Harris, Tipografía, Pág 52)



Estas se utilizan en textos cortos para que permita la lectura y siga con la estética iconográfica que es la geometría.

Humanística:

Son tipos similares a las geométricas ya que también tienen la misma apertura de astas. No obstante tiene más contraste de peso en las astas (Ambrose and Harris, Tipografía, Pág 52)

Estas se utilizarán para textos largos y explicativos, así se mantendrá la estética de la publicación pero dando al usuario una mejor facilidad de lectura.

Las armonías de color o colores análogos son colores que se encuentran adyacentes en el círculo cromático y que crean una armonía visual. (Ambrose and Harris, Color, Pág 20, 21)

Tomando este concepto se utilizará esta combinación como un elemento principal que ayudará a mostrar un sistema visual gráfico en el diseño de cada subsistema.

Variaciones de color

Como se pudo ver en los homólogos gráficos presentados en el capítulo anterior, en gran parte de los sistemas gráficos tienen como un elemento variante la cromática. Es por esto que la cromática debe variar y contrastar con las demás publicaciones que son parte de este sistema, para dar al usuario un producto que sea plenamente identificable como parte de un sistema, pero reconocible como un elemento del subsistema, constituyéndose así en un elemento diferenciador de cada una de las publicaciones a diseñarse.

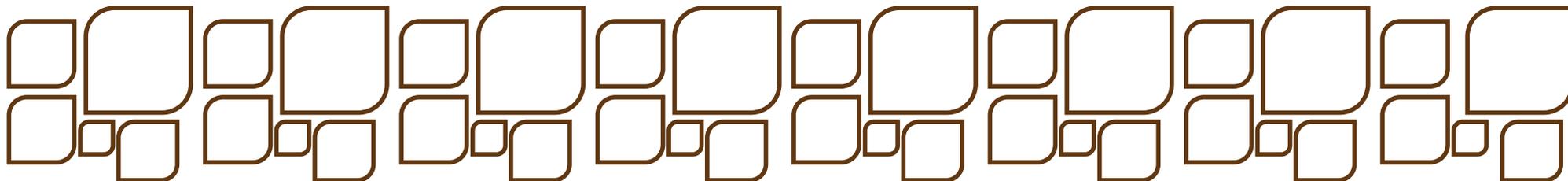
Color

Armonías de color

En cada sistema se creará un subsistema con características establecidas; sin embargo, el color sirve para dar un entorno y esencia diferente que, a parte de identificar qué tipo de información se puede obtener, servirá para distinguir y relacionar gráficamente los sistemas creados.

Reacciones emocionales

Los colores producen en las personas reacciones y sentimientos. Esta cualidad se utilizará para que en cada uno de los subsistemas a crearse, se produzca una reacción emotiva que identifique el lugar con las actividades que en él pueden realizarse, al aplicar el color junto con elementos gráficos.



Según Harris y Ambrose la paleta de colores utilizada puede cambiar drásticamente un diseño porque puede suscitar características y emociones distintas en el espectador, esto puede llevar al usuario a tener asociaciones directas con los temas o el mensaje a darse en la publicación. (Ambrose and Harris, Color, Pág 12)

Ilustración

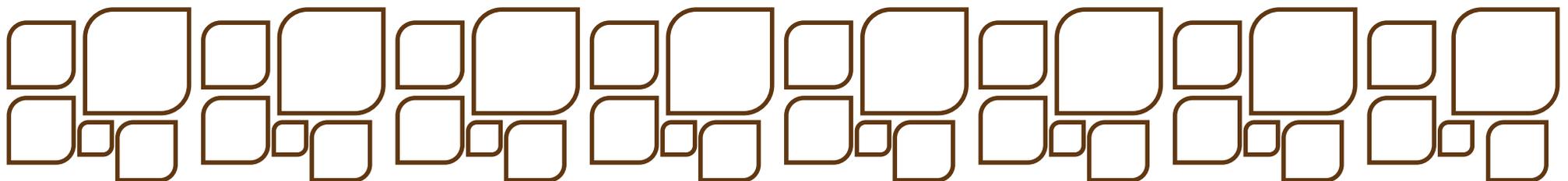
Para dar información, se utilizará diferentes recursos gráficos como iconografía y cartografía, para tener mejor fidelidad de imagen y de adaptabilidad con la aplicación en diferentes soportes y tamaños. Mientras que la ilustración manual se utilizará para dar más personalidad y originalidad a ciertos objetos que necesiten mayor detalle y carácter.

Imagen

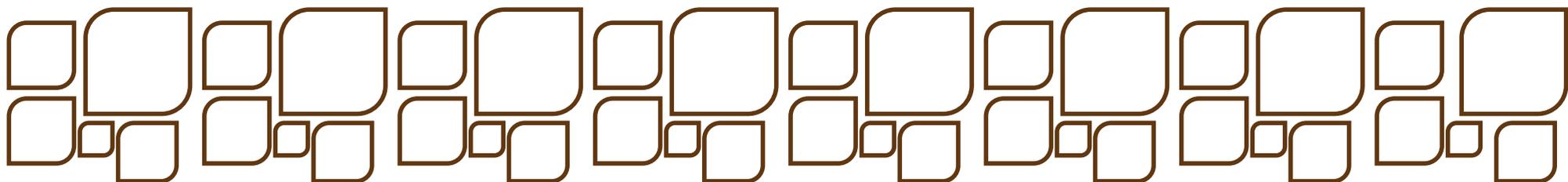
Fotografía

Es un elemento que mostrará al usuario, de manera visual, el lugar turístico en cuestión por medio de imágenes reales del sitio.

Esto dará una información más concreta y realista, resaltando las características singulares del sitio, mostrando su entorno y los atractivos naturales y centrales por medio de fotos panorámicas y paisajistas.



PARTIDO FUNCIONAL



Esquematzación

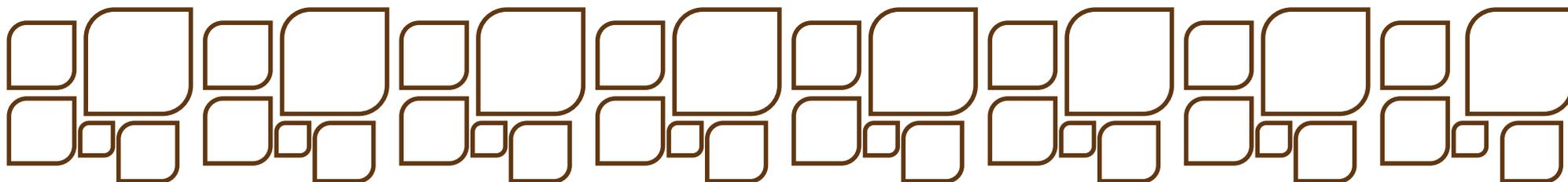
Los esquemas según Joan Costa incluyen el acto implícito de esquematizar, es decir abstraer, reducir sistemáticamente y progresivamente la complejidad de las cosas y los fenómenos a un lenguaje que los haga visibles y, por esta vía, comprensibles.

Las esquematizaciones a partir de imágenes, intervienen cuando éstas han llegado a los límites de la mostración de lo que se quiere transmitir. Solo el tratamiento esquemático puede hacer visible lo que en la imagen no lo es. Los ejemplos más corrientes son las ilustraciones didácticas, las de la divulgación científica, la cartográfica, los planos de ciudades, los mapas de carreteras; y en el campo técnico, los planos urbanos y de arquitectura, la gráfica industrial, el diseño de objetos, etc. En estos casos se trata de ilustraciones esquematizadas o bien de grafismo técnico.

Según Costa, los esquemas alcanzan hoy todos los ámbitos de la vida cotidiana, de los individuos en el mundo del consumo de productos y de la utilización de los servicios. El mapa cartográfico de carreteras y el plano de la ciudad son esquematizaciones, simplificaciones y abstracciones de la realidad que nos permite

entenderla, utilizarla y memorizarla. Los esquemas configuran un nuevo campo de la información que se hace visible para la transmisión de conocimientos siendo sus principales rasgos:

- 1.- Hacen visibles nociones y cosas de la realidad que no son visibles, ni pueden serlo más que por medio de esquemas y esquematizaciones.
- 2.- Son estructuras gráficas significantes o gestalts, es decir, que son de naturaleza perceptiva -pero no comunicativa- que la imagen.
- 3.- El proceso de visualización no es reproductivo, representacional, ni descriptivo o discursivo. Es un proceso lógico. Abarca la lógica natural y la lógica racional. Transmitiendo los datos o la información en formas gráficas por analogía (no semejanza) y así organiza visualmente la información.
- 4.- Invisibles, tal es la naturaleza de estos datos de base que son: realidades abstractas, procesos complejos e intangibles, tal como sucede en el mundo de los fenómenos a los que no alcanza nuestra percepción directa.
- 5.- Información y transmisión de conocimientos. La sustancia de los esquemas no es la estética, sino la funcionalidad; hasta tal punto, que los esquemas muy elaborados estéticamente en general son malos esquemas. La función de los esquemas es la



de transmitir conocimientos utilizables y memorizables por los individuos.

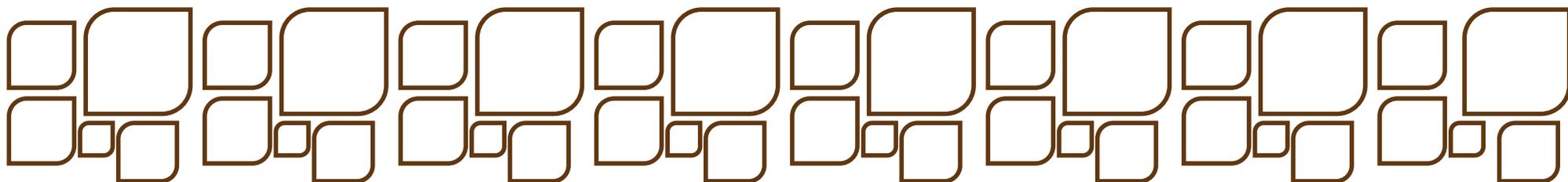
Un esquema está compuesto por grafos, los cuales no tienen mucho significado por sí mismos pero con la relación o articulación entre ellos llegan a dar una estructura significativa y la comprensión de un mensaje, logrando una forma de organizar la información, siendo esta fácil de comprender, memorizable y utilizable. En esquemática el color tiene un función denotativa, no connotativa ni estética. Así mismo, los lenguajes excluidos son lo icónico y lo escrito: la imagen y el texto. (Costa, Diseñar para los ojos, Pág 126:132)

La esquematización para este proyecto se utilizará al momento de realizar la cartografía; ya que esta, permite la transmisión y estructuración de la información de una forma visual, para transmitir la información de una forma directa y simple, siendo esta, un lenguaje constituido por gráficos en el que todos ellos constituyen un mensaje por la interrelación que se pueda dar entre ellos.

Formato

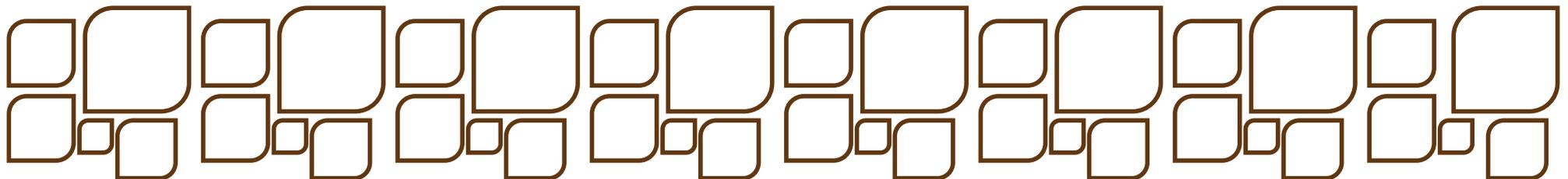
La publicación estará en constante movimiento y traslado, tendrá un tamaño de fácil manejo y guardado. Para esto son importantes los factores ergonómicos, sin dejar de lado la legibilidad y su tipo de uso, ya que este está en constante manipulación, poco cuidado y exposición a la intemperie. Será didáctico e interactivo para que tenga constante dinámica con el usuario. Esto se logrará mediante la aplicación de la ingeniería de papel, la cual permite la intervención de troqueles y acabados que potencializan dicha interactividad.

Se considerará el uso de desplegables ya que estos permiten extender el tamaño del formato utilizado en las páginas, generando un elemento de mayor tamaño y atracción para el lector y destacando las graficas de la publicación.

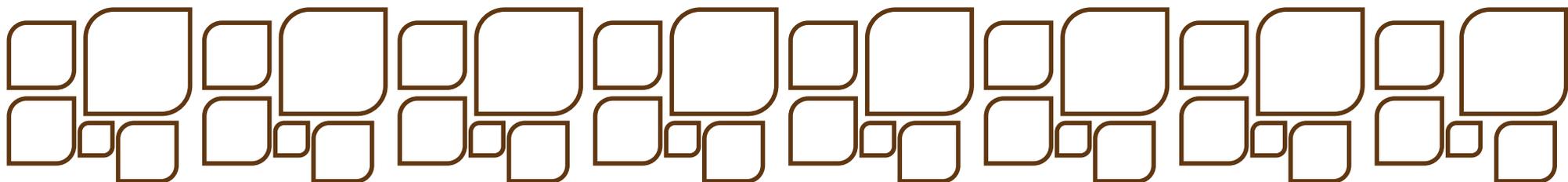


Texto e imagen

La información a incluirse será directa y simple ya que esta servirá para guiar al turista. Se hará uso de iconografía por ser una forma de comunicación más visual y atractiva para el usuario, los iconos serán reconocibles por el usuario y de fácil interpretación. Para la organización y disposición de elementos de diseño se manejará una retícula compuesta, puesto que permite gran flexibilidad al momento de la disposición de los elementos de diseño, generando un producto visual coherente.



PARTIDO TECNOLÓGICO



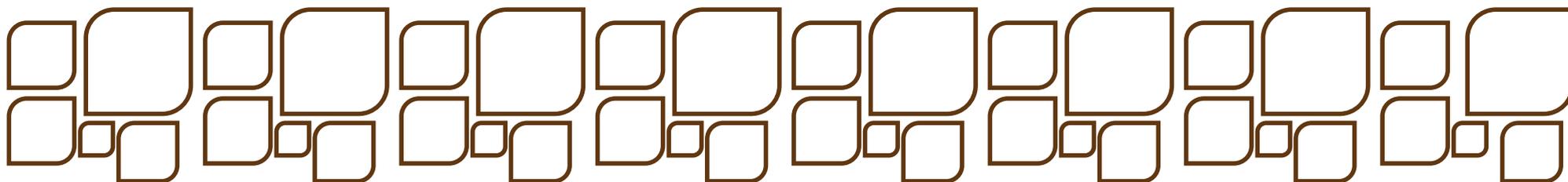
Impresión

El proyecto se realizará para impresión Offset en CMYK; sin embargo, como prototipo se simulará esta técnica con impresión digital, por la razón de costos. Se tomará en cuenta el formato que disponen las imprentas en offset de 64cm x 44cm como Roland Grafic, Editores del Austro, Bg Offset, y de 70cm x 100cm para imprentas como Graficas Hernández, Imprenta Monsalve Moreno y Centro Gráfico Salesiano.

Tomando en cuenta estos formatos se realizará la disposición de las páginas para la publicación. El soporte será papel que de durabilidad debido a que esta publicación estará en constante movimiento, uso, expuesta al ambiente y el desgaste.

Acabados

El uso de troqueles en los acabados, dará presión y exactitud en los cortes de los elementos que tendrá cada mecanismo de doblez y despliegue, garantizando la producción en masa y una publicación que tenga un largo tiempo de vida, de calidad en su producción y en el producto terminado.



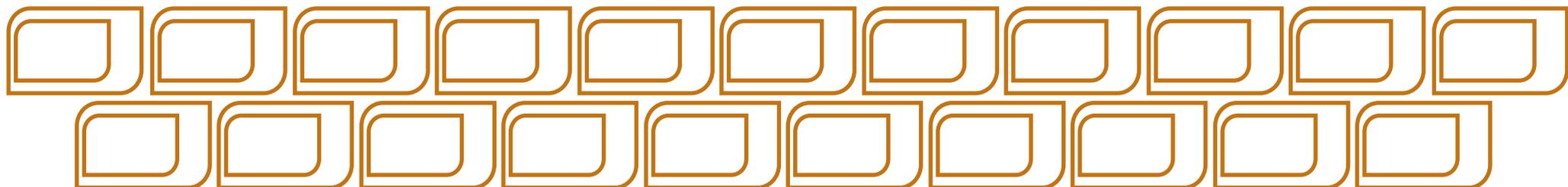


DISEÑO

En este capítulo se describirán paso a paso cada una de las decisiones de diseño que se han tomado para formar el producto final.

En cada paso se podrá apreciar la evolución del proyecto en cuanto a la propuesta gráfica y al nivel de concreción del producto, con cada elemento gráfico que se utilizará y que se ha explicado en el capítulo anterior y su aplicación en cada sección de la publicación.

En la concreción de esta fase, se presentará las dos publicaciones realizadas, un manual de marca, donde constará el uso y aplicación correcta de la marca realizada y un manual del sistema gráfico donde se encontrará cada elemento descrito a detalle para la realización y expansión del sistema gráfico.



Lluvia de ideas

En esta fase se toman diferentes ideas como inspiraciones para la realización de este proyecto.

Sin embargo para esto determinamos contantes para mantener las decisiones de diseño que se han tomado previamente. Como las siguientes:

Naturaleza:

Cada idea debe de estar inspirada en la naturaleza, en donde se pueda apreciar elementos orgánicos o alusivos a ellos.

Esquematización:

Toda la información recolectada mediante las fichas técnicas diseñada de la manera más directa y concreta posible, para facilitar al usuario su comprensión.

Iconografía:

se utilizara como referentes, gráficos, ya que determina el tipo de información que se esta observado, guiándose de una forma más rápida.

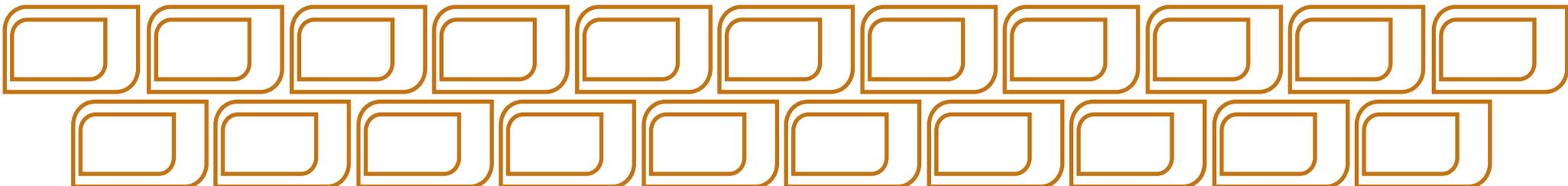
Retícula compuesta:

La diagramación de la publicación estará dada por una retícula compuesta, puesto que nos da más opciones de disposición del espacio, para la colocación de la información tanto gráfica como textual.

Ingeniería papel:

Ésta se podrá dar ya sea por pliegues, dobleces o cualquier otra técnica que de al usuario una interactividad con la publicación.

En este caso se han tomado diferentes ramas estéticas basadas en la gráfica y la imagen que son los elementos que resaltarán al final de la publicación. Las 10 ideas escogidas son:



En este caso se han tomado diferentes ramas estéticas basadas en la gráfica y la imagen que son los elementos que se resaltarán al final de la publicación. Las 10 ideas escogidas son:



TIPOGRAMA (pág 30)



SILUETA (pág 32)



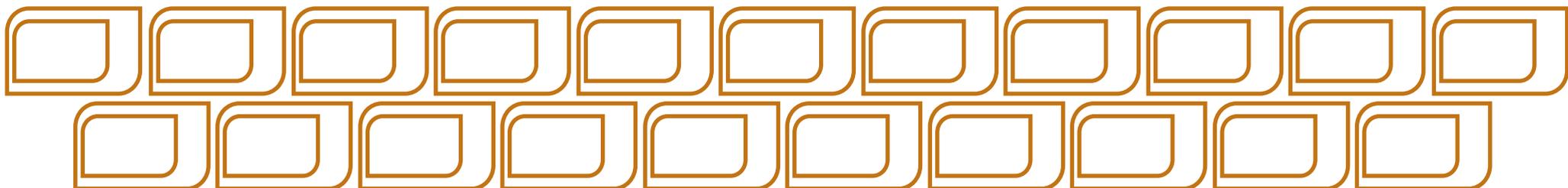
SECUENCIA (pág 31)



FOTOGRAFÍA E ILUSTRACIÓN

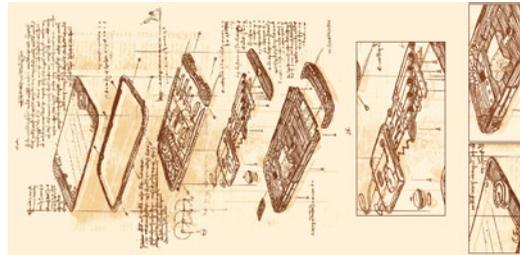


TRAMAS/PUNTILLISMO (pág 31)





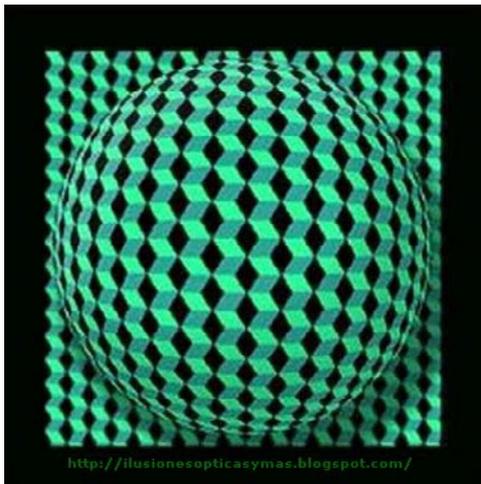
APROPIACIÓN



FORMAS DE PÁGINAS



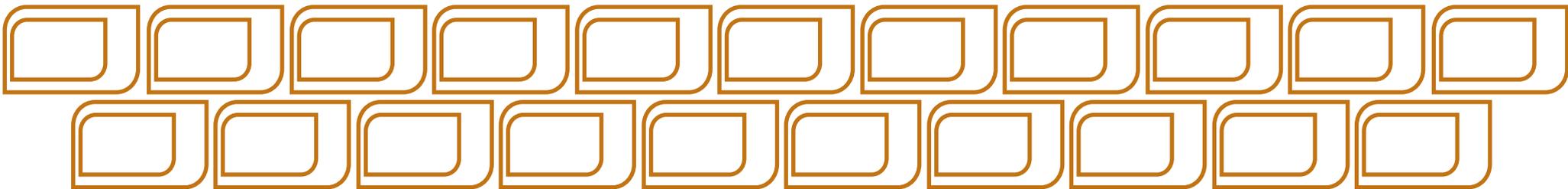
MANIPULACIÓN (pág 31)



TROPE `L CELI (pág 31)

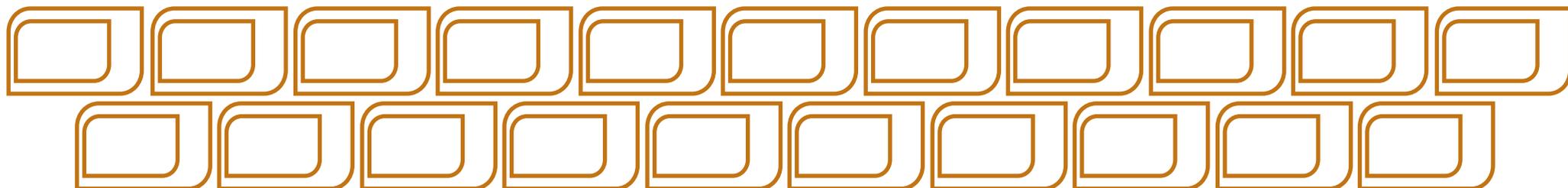


COLLAGE (pág 31)



IDEAS SELECCIONADAS

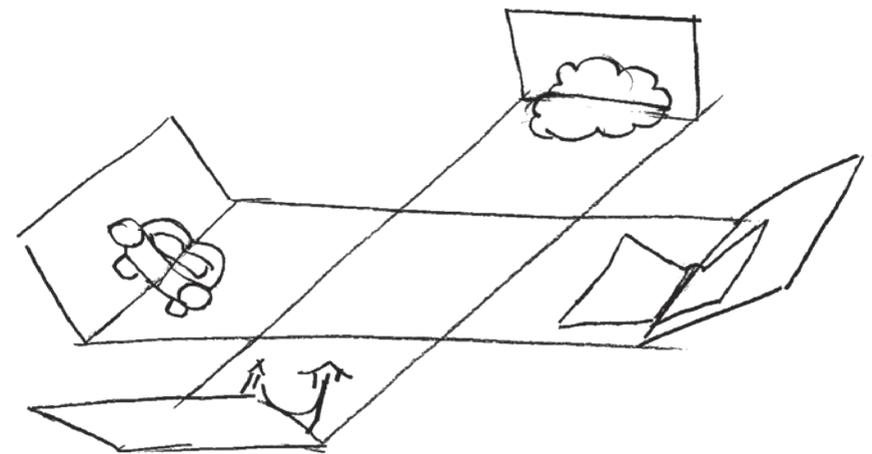
De cada una de las ideas seleccionadas se ha realizado bocetos de primer nivel para ver la factibilidad de aplicación en el proyecto, y también en cada una de ellas se analizó los niveles de complejidad de cada elemento gráfico, constante y relevante de la publicación final. Luego de un análisis de cada una de estas técnicas se escogieron las siguientes:



Silueta

En estas se utilizarán iconos representativos del tipo de información que se mostrará.

El tipo de plegado de esta publicación es en forma de cruz, que constará de 2 despliegues:

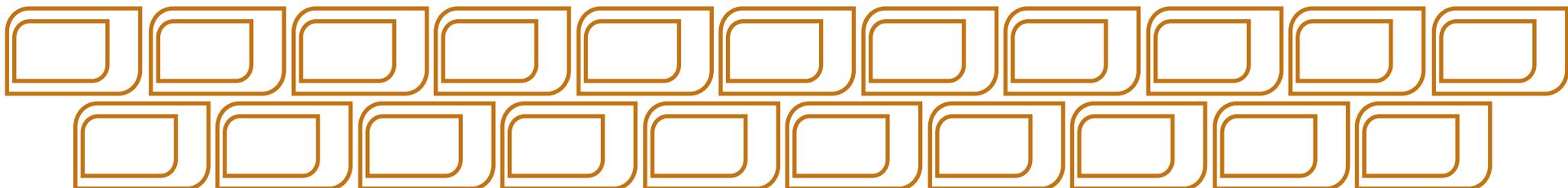
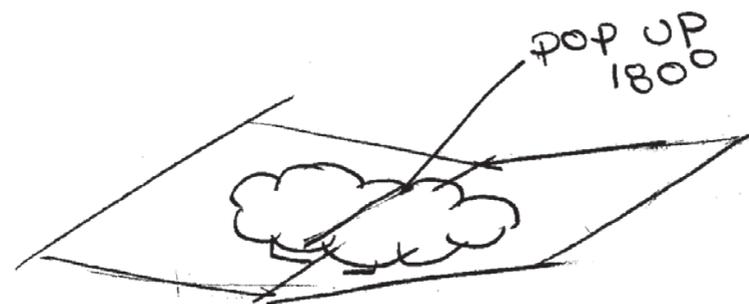


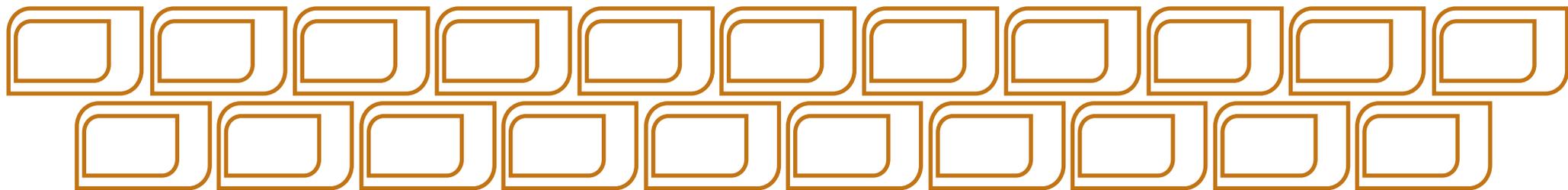
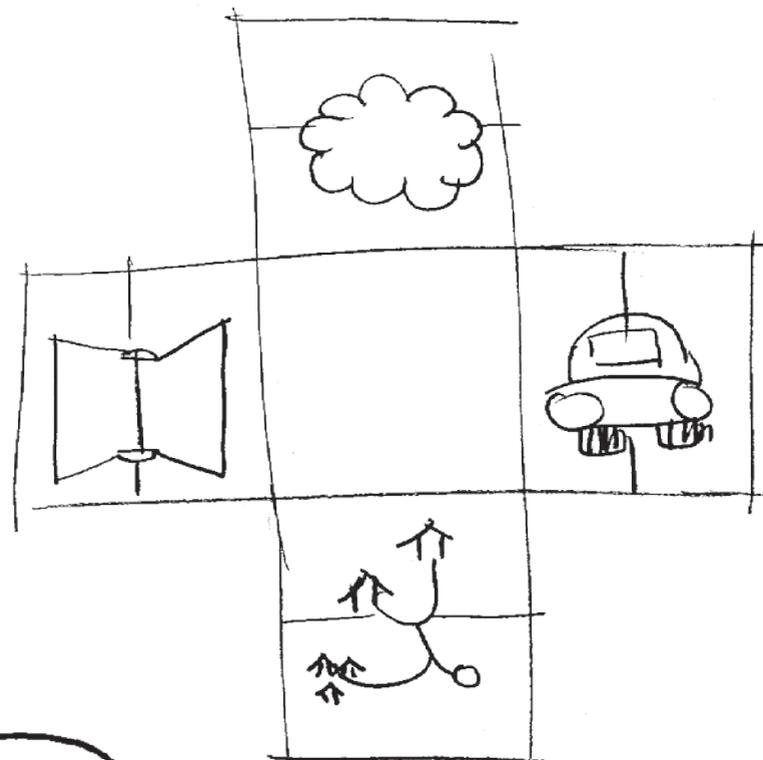
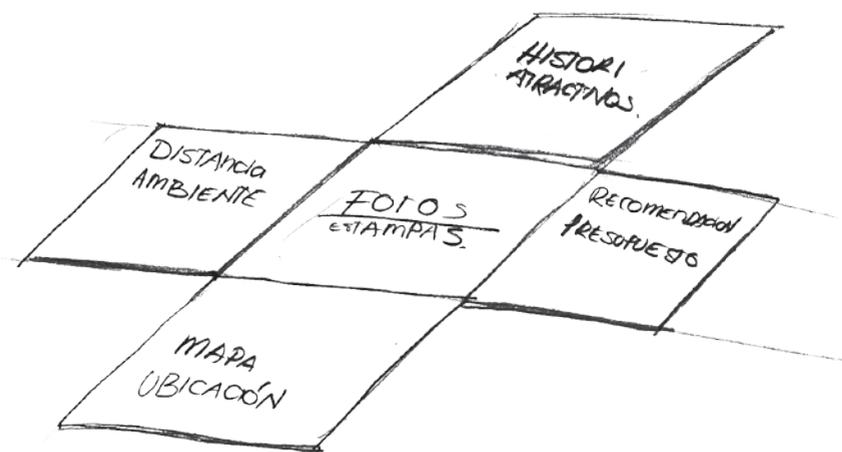
1 er despliegue

Mostrará las subdivisiones de la publicación para encontrar más rápido la información deseada.

2do despliegue

Muestra la información necesaria sobre el lugar, en un mecanismo interactivo de pop up que dará al usuario una publicación dinámica.





FORMAL

FOTOGRAFÍA	
ILUSTRACIÓN	
ESQUEMATIZACIÓN	
ICONOGRAFÍA	

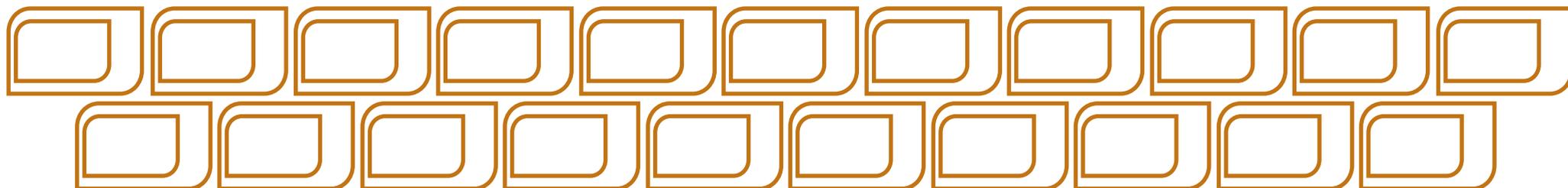
FUNCIONAL

DIDÁCTICO E INTERACTIVO	
PLEGABLE	
DURABILIDAD	

TECNOLÓGICO

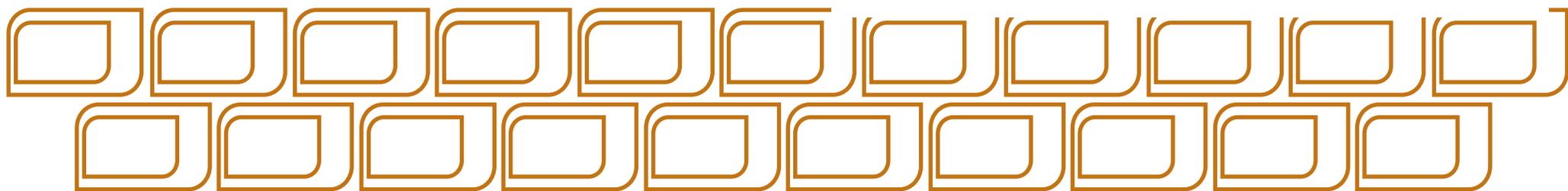
IMPRESIÓN CMYK	
TROQUELADO	
TERMINADO	

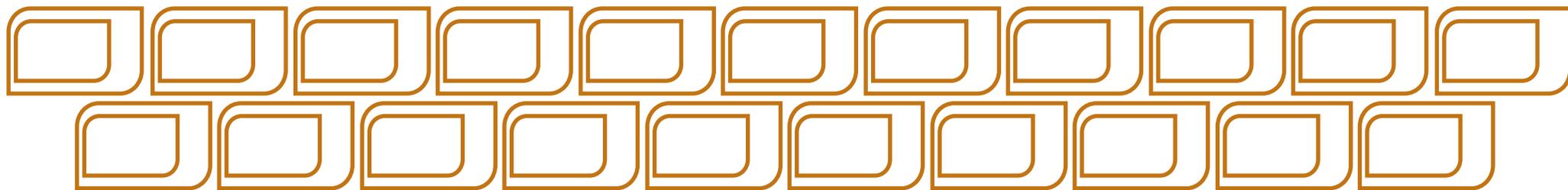
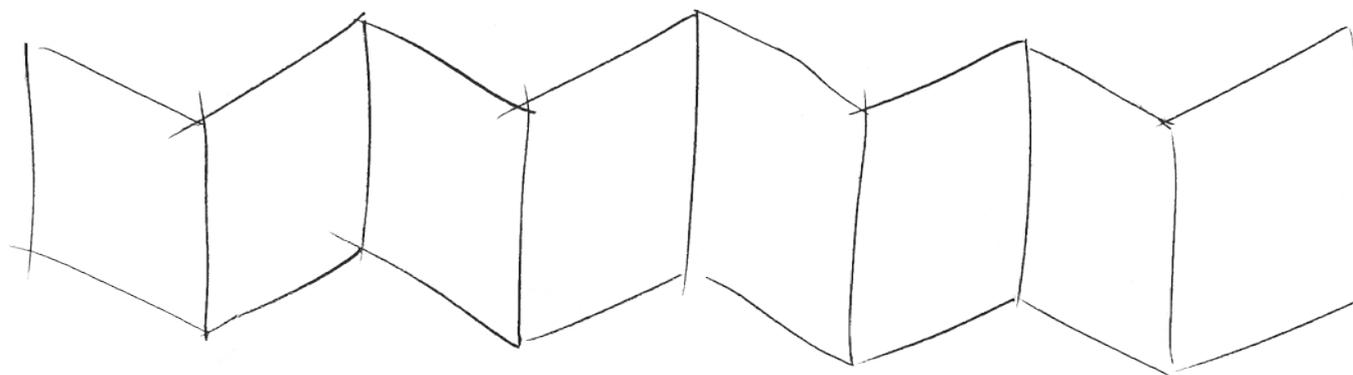
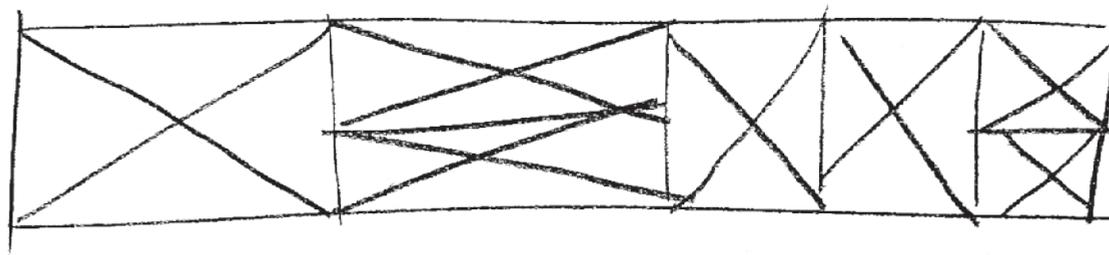
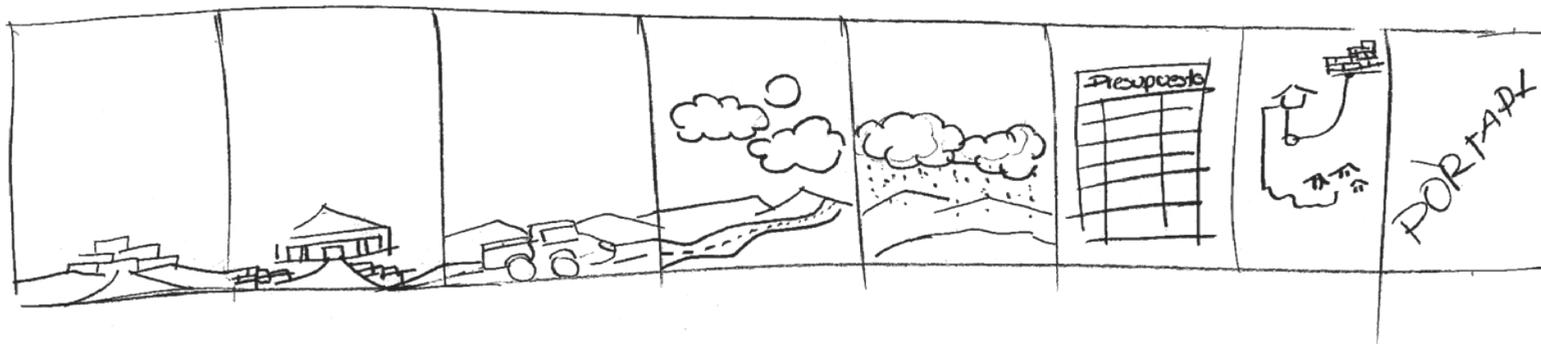
Como podemos observar en la parte formal tenemos una publicación con alto nivel icónico y esquemático, en funcionalidad contiene un alto nivel didáctico y una gran complejidad a nivel tecnológico.



Secuencia

En esta idea se propone utilizar tanto la fotografía como la ilustración para crear un ambiente general en donde transcurre el viaje de un turista y las actividades que podrá realizar en el sitio. Para esto se plantea crear una publicación en forma de acordeón de 8 partes, en donde en la parte frontal se mostrará las características del lugar por medio de la iconografía y de texto referentes. Y en la parte posterior la información fotográfica con su respectiva descripción.





FORMAL

FOTOGRAFÍA	
ILUSTRACIÓN	
ESQUEMATIZACIÓN	
ICONOGRAFÍA	

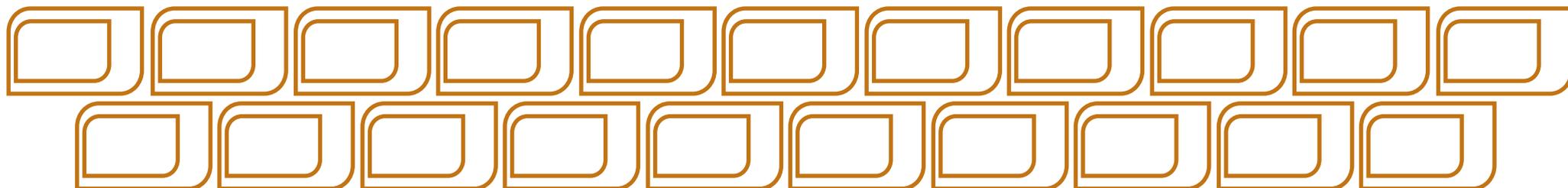
FUNCIONAL

DIDÁCTICO E INTERACTIVO	
PLEGABLE	
DURABILIDAD	

TECNOLÓGICO

IMPRESIÓN CMYK	
TROQUELADO	
TERMINADO	

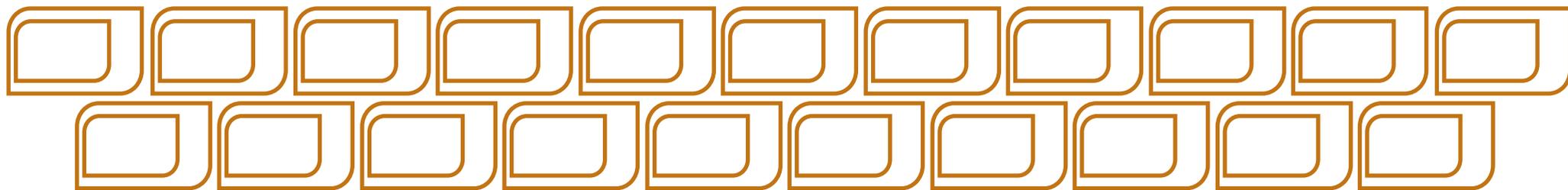
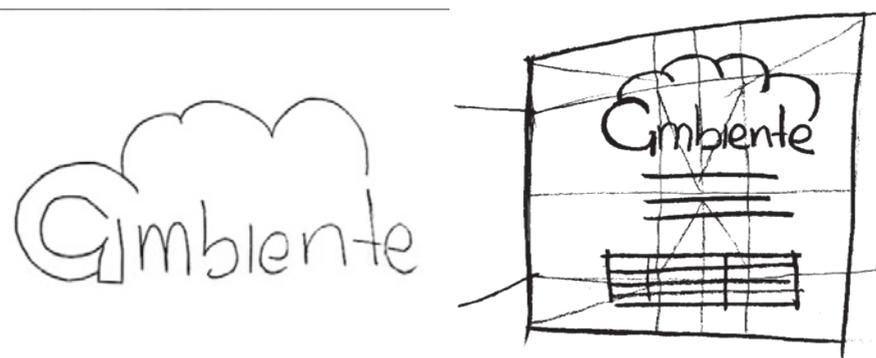
Como podemos observar, en la parte formal encontramos que la fotografía e ilustración son los elementos gráficos que más resaltarán en la publicación, en la parte funcional se destaca la durabilidad de la publicación por ser plegable, y en el campo tecnológico se muestra la factibilidad de producción de la publicación, ya que no incide pliegues complejos.

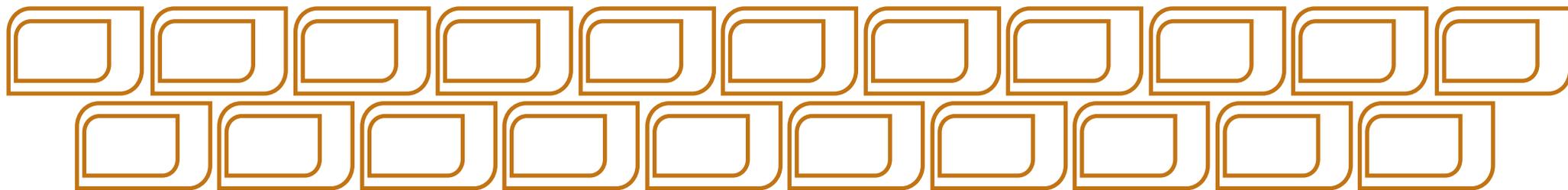
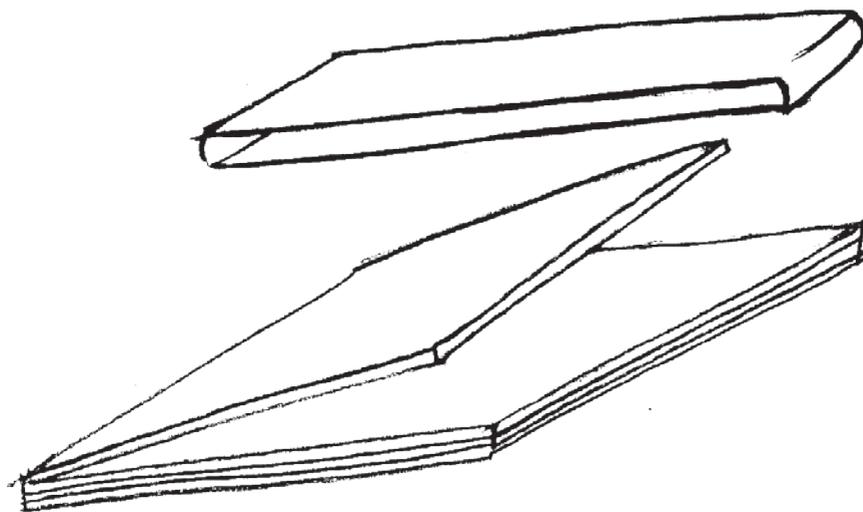
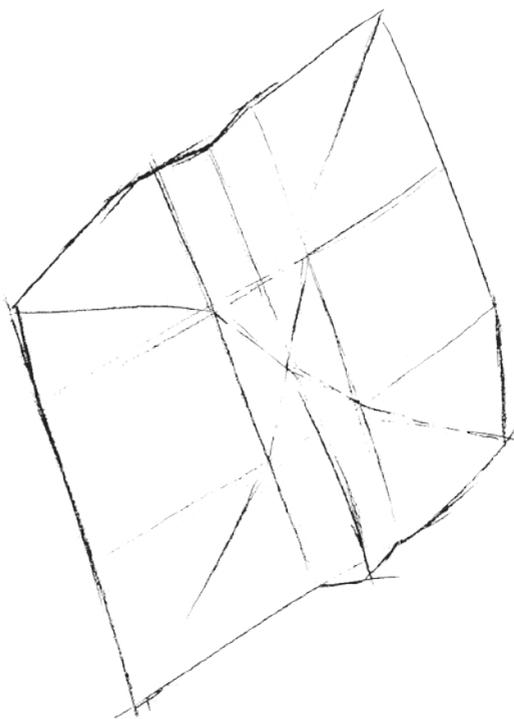
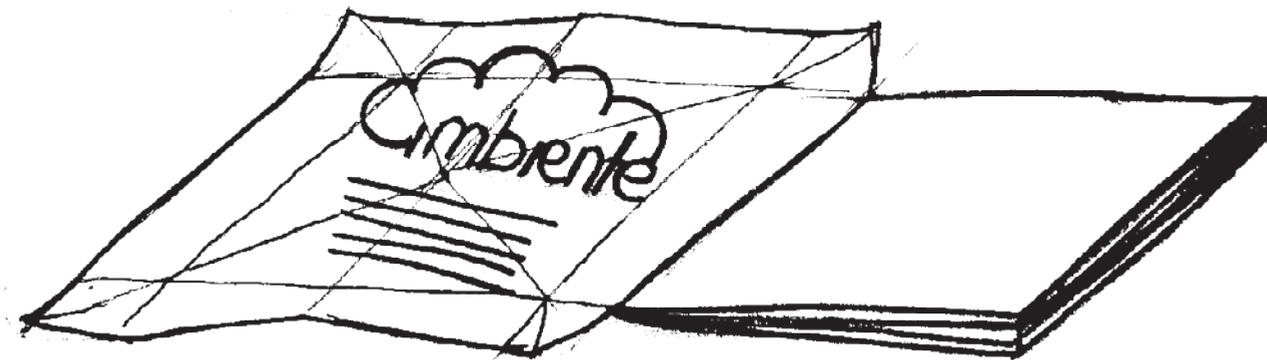


Tipograma

Se propone utilizar iconos representativos de cada tipo de información que se expondrá en la publicación para unirlos con un texto y así dar al usuario una referencia tanto textual como gráfica de la información que va a recibir.

Para esto se utilizará un formato en divisiones tipo cuadernillo, en donde cada una estará basada en la extensión del formato por medio de un troquel, en donde desplegado aumenta aproximadamente 2/3 de tamaño real de la publicación plegada.





FORMAL

FOTOGRAFÍA	
ILUSTRACIÓN	
ESQUEMATIZACIÓN	
ICONOGRAFÍA	

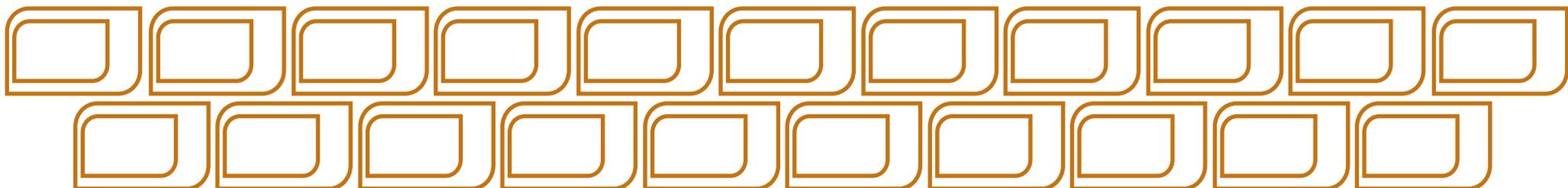
FUNCIONAL

DIDÁCTICO E INTERACTIVO	
PLEGABLE	
DURABILIDAD	

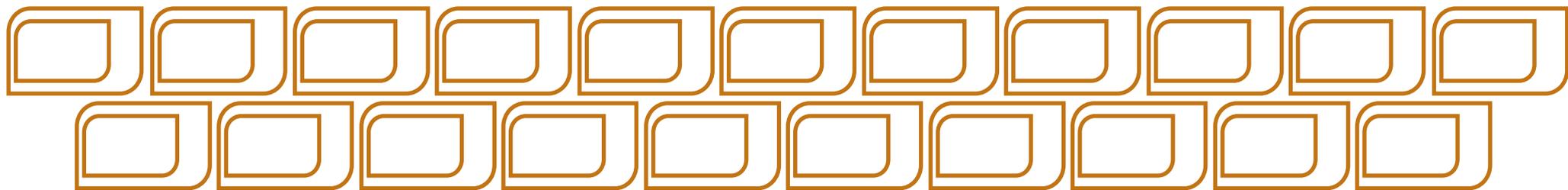
TECNOLÓGICO

IMPRESIÓN CMYK	
TROQUELADO	
TERMINADO	

Como podemos observar en el cuadro, en la parte formal sobresale la esquematización de la información y la ilustración, que gracias a su formato se podrá utilizar al máximo posible el espacio. En la parte funcional se destacan lo plegable, durable e interactivo, ya que por ser un formato basado en pliegues se podrá garantizar al usuario la durabilidad del producto y la interactividad con la publicación, y por último en el campo tecnológico observamos complejidad en la parte del terminado y del acabado ya que tendrá un trabajo manual extenuante.



IDEA FINAL

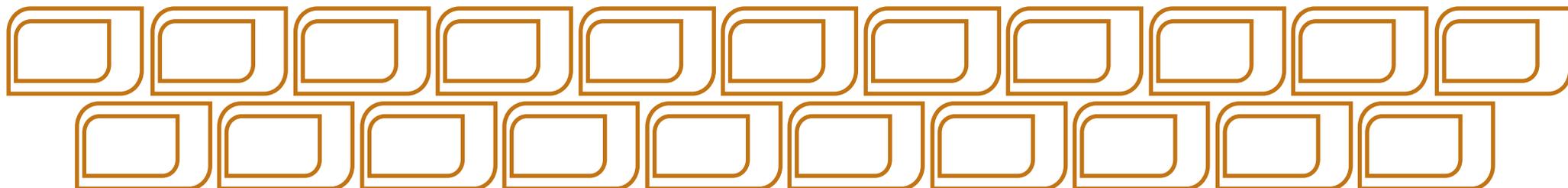


La idea final se ha formado gracias a dos de las tres opciones que son:



Ya que nos dan, una información gráfica de alto nivel que permitirá al usuario a percibir y captar la información de mejor manera, también se logra interactuar de una manera diferente y dar información llamando la atención de usuario y incentivándolo a viajar de una manera previsiva con la información dada en la publicación.

A pesar de que la publicación implica procesos tecnológicos muy fuertes, se puede realizar ya que en el medio existe la tecnología, así estaremos innovando la forma de dar información básica y técnica al usuario.



Marca

Para la realización de la marca hemos considerado las decisiones de diseño que se citaron anteriormente, las cuales son:

Turismo y naturaleza:

La marca a realizarse deberá presentar estas dos características por igual, para mostrar a los usuarios el tipo de información que contiene la publicación

Identidad visual:

Esto se dará por medio de la creación de un isotipo y logotipo que nos garantizará el entendimiento por parte del usuario a nivel textual y gráfico.

Flexibilidad:

La marca deberá ser pensada para adaptarse a un sistema gráfico.

Adaptabilidad:

Que pueda ser entendida por diversos tipos de turistas ya sean nacionales y extranjeros

Luego de un análisis de estas características y de un boceto previo se realizaron varias propuestas, que permitió seleccionar una, que cumpla con todas las características antes mencionadas.

Natur

Nace de la contracción de “naturaleza” y “turismo” que son las características primordiales en este proyecto.

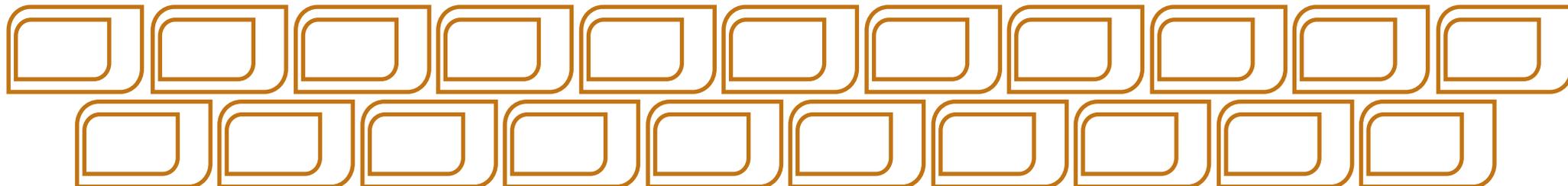
En su isotipo, la gráfica basada en la forma de la hoja y de la brújula que son los iconos que representaran a la marca.

En su logotipo, se ha creado un tipografía basada en un figura base que se ha creado basado en dos características:

En su logotipo, se ha creado un tipografía basada en un figura base que se ha creado basado en dos características:

Vértices angulados:

Que son basados en la experiencia de aventura, deporte, esfuerzo y el alto desempeño físico que se realiza en lugares turísticos como estos.



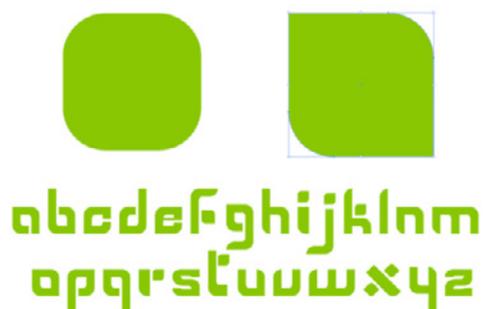
Vértices redondeados:

Que son inspirados en la relajación, la pureza, y descanso que brinda la naturaleza.

La marca también consta de un texto complementario que nos garantizará que el usuario entienda lo que esta representa. Se utilizará la tipografía Candara.



TIPOGRAFÍA



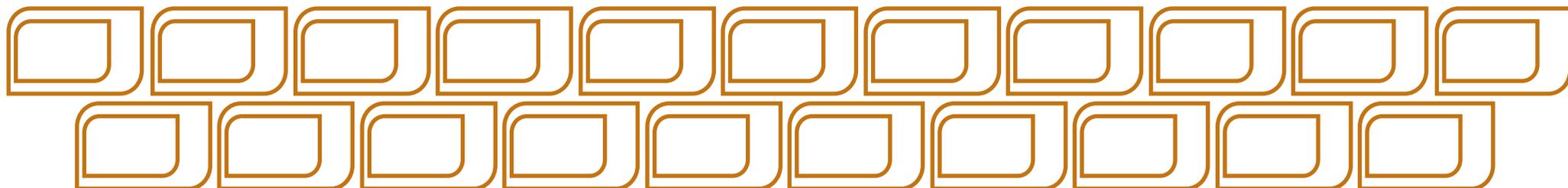
Sistema gráfico

Cromática

La cromática es uno de los elementos variables en el sistema gráfico ya que se podrá escoger dependiendo a la categoría que corresponda. Las características que se deben tener en cuenta son:

- 1.- El color a escoger para cada subsistema deberá escogerse de acuerdo a su categoría.
- 2.- Será armónico cuando se trate de trabajar dentro del mismo subsistema.
- 3.- Será contrastante cuando se trabaje en variaciones del sistema, es decir que para cada lugar se utilizará un color distinto para poder diferenciarse.

Para poder definir la gama de colores que se va a utilizar para el sistema gráfico se realizó un círculo cromático basado en 24 colores básicos, luego se aplicó a cada uno 10 variaciones de luminosidad, para luego descartar los colores que no podrán uti-



lizarse debido a que la marca deberá mostrarse y diferenciarse de uno con otro, lo que nos hace llegar a una gama de color de 144 colores que son los que utilizaremos para el sistema.

Esta gama la dividimos en dos partes: colores cálidos y colores fríos los cuales se utilizarán para el turismo cultural y turismo natural respectivamente.



24 COLORES

Gama básica de color



240 COLORES

Gama de luminosidad



144 COLORES

Gama escogida



Cálidos
T. Cultural



Fríos
T. Natural

Colores cálidos y fríos

Gráfica

Para la creación de la gráfica se tendrá las siguientes consideraciones:

Fluidez:

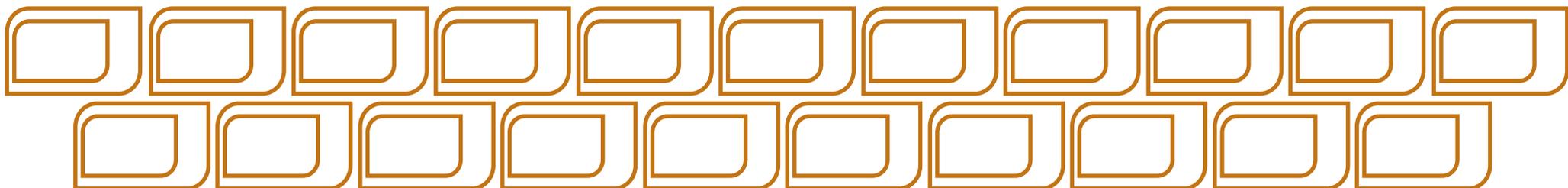
Esta se podrá representar por medio de la composición del arte, utilizando elementos como la línea y la dirección de los elementos.

Orgánico:

Se podrá observar en las formas que representan elementos naturales o elementos que se pueda encontrar en los lugares.

Vida:

Esta se podrá ver en la utilización del color conjunta a la gráfica creada.



Para poder crear cada uno de los elementos que se utilizará en las publicaciones se debe tener en cuenta los elementos que pertenecen a cada uno de las dos ramas del turismo de naturaleza que son: el turismo natural y el turismo de cultura.

Cada gráfica se creará con la figura base creada, ya que al mantener la forma, se mantendrá la misma estética en el sistema. Con ella se podrá realizar diferentes operaciones gráficas como las siguientes.



FIGURA BASE

EJEMPLO

Flores



Árboles

TURISMO NATURAL



Adobe



Piedra

TURISMO CULTURAL



Escalar



Sobreponer



cortar



Alargar



Ensanchar



Estrechar



Multiplicar



Extraer



Agregar líneas



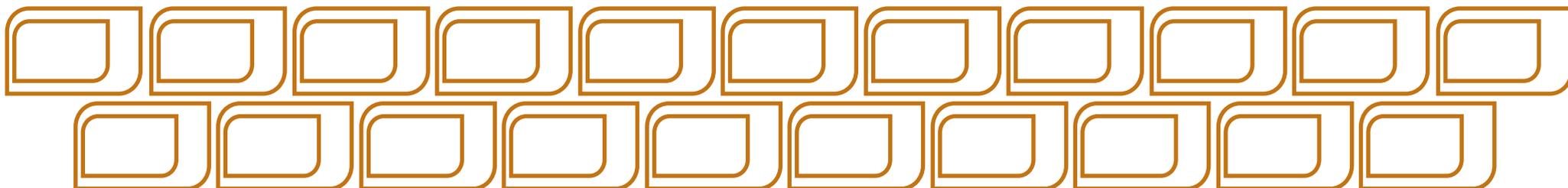
Contornear



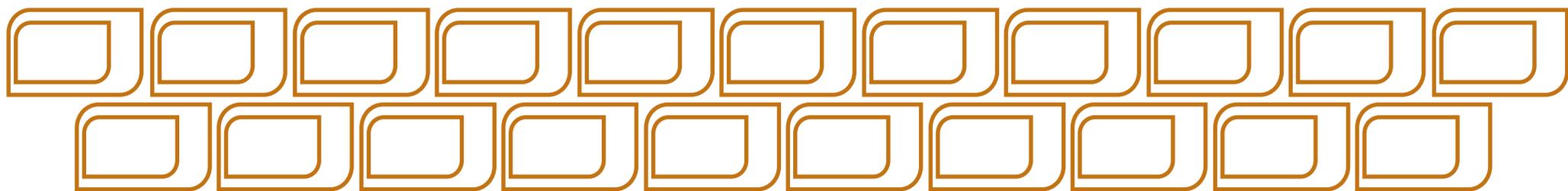
Unificar



Girar



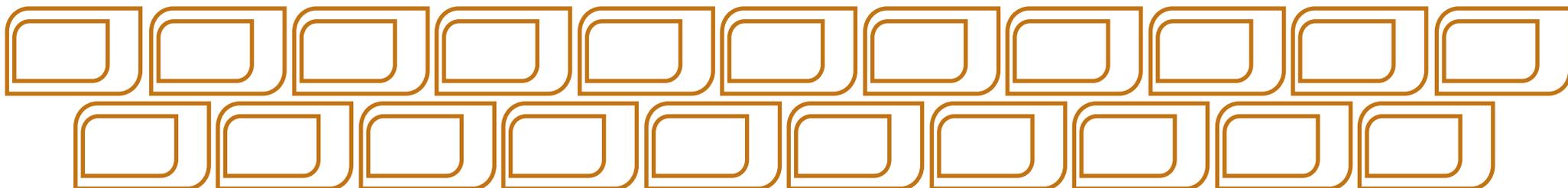
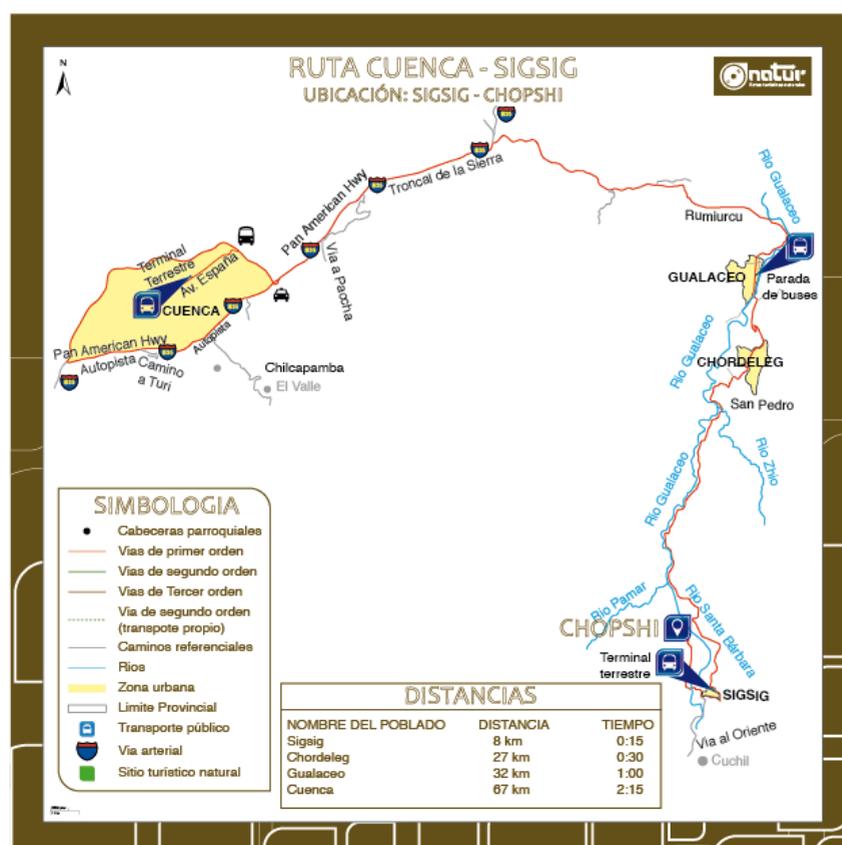
SISTEMA



Cartografía

Un objeto importante de este proyecto es brindar al usuario la información más exacta del lugar que va a visitar. La cartografía realizada tiene como base mapas satelitales y exactos para poder mostrar el lugar con precisión y asegurar que el mapa sea útil.

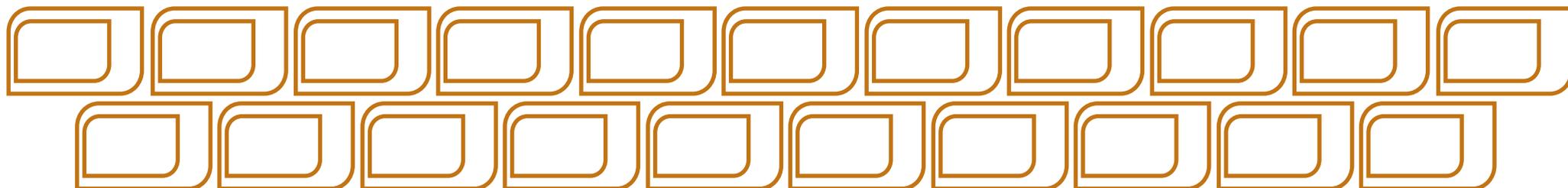
Por esto se ha utilizado simbología cartográfica, jerarquía de líneas, nombres de referencia y escala gráfica.



Esquemmatización

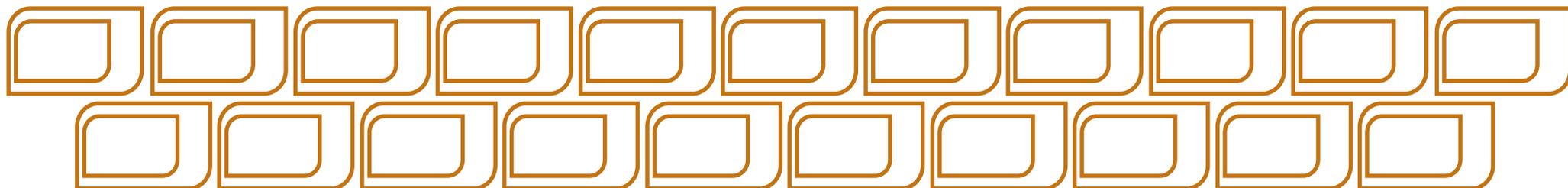
Un objeto importante de este proyecto es brindar al usuario la información más exacta del lugar que va a visitar. La cartografía realizada tiene como base mapas satelitales y exactos para poder mostrar el lugar con precisión y asegurar que el mapa sea útil.

Por esto se ha utilizado simbología cartográfica, jerarquía de líneas, nombres de referencia y escala gráfica.



Tipogramas

Para definir las secciones de la publicación, se mostrará en forma de tipograma para dar más información visual y gráfica al usuario.



Estructura

La publicación final tendrá las siguientes características:

Impresión:

1er pliego (estructura base)

Couche 300g/m²

Impresión tiro/retiro

64 cm x44 cm

Troquelado de corte y doblez

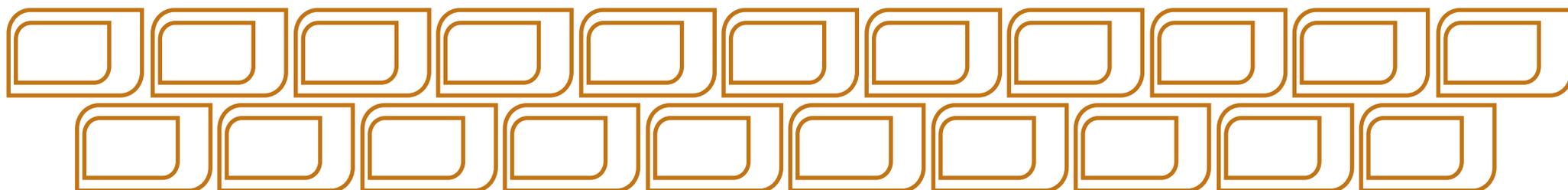
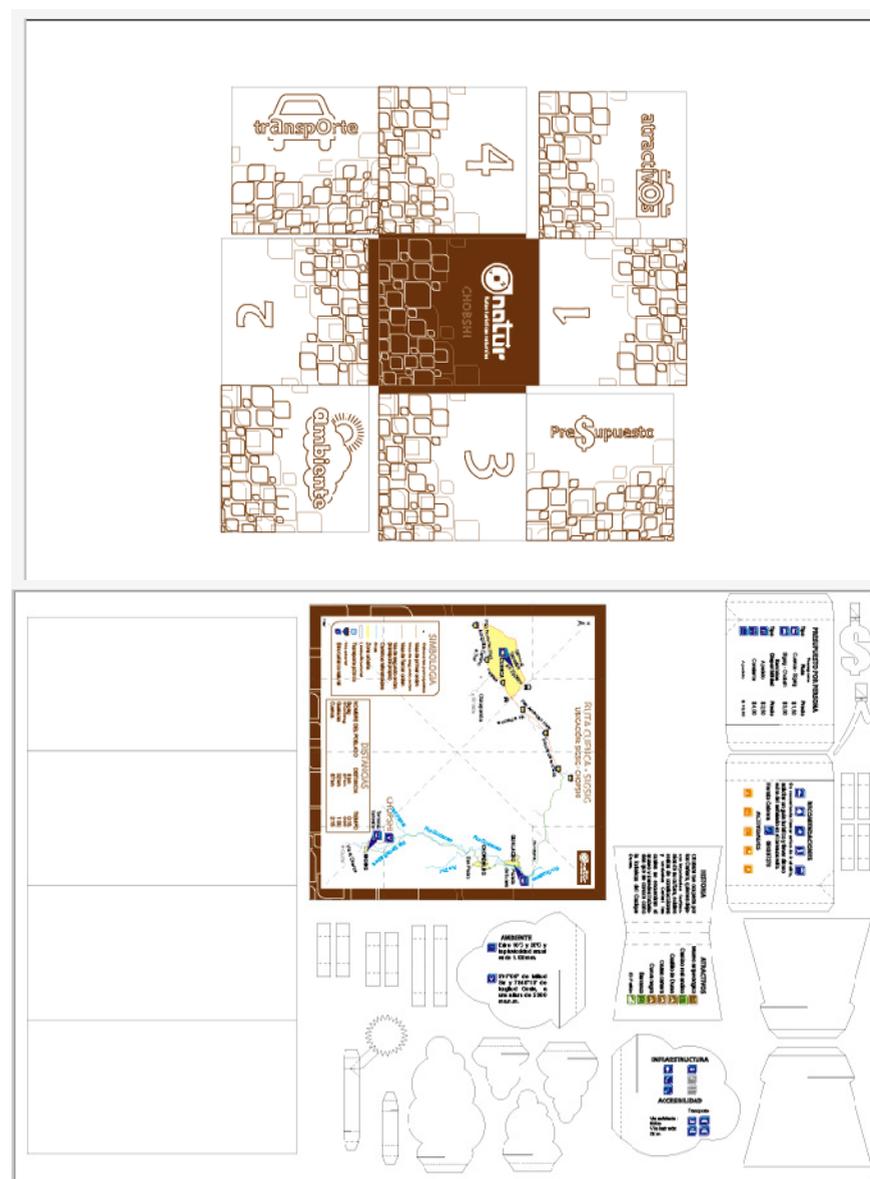
2do pliego (pop ups)

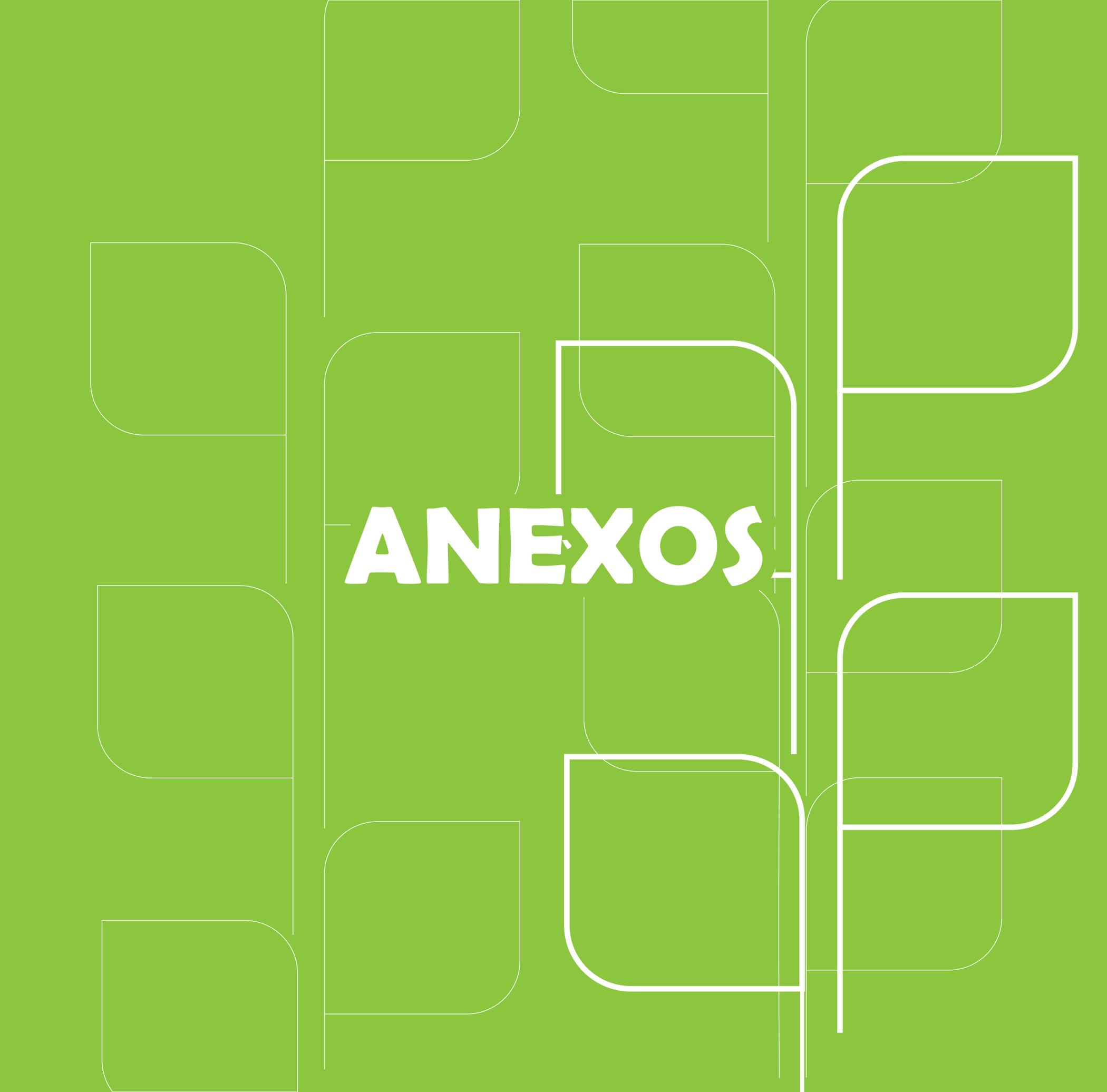
Couche 150g/m²

Impresión tiro/retiro

64 cm x44 cm

Troquelado de corte y doblez

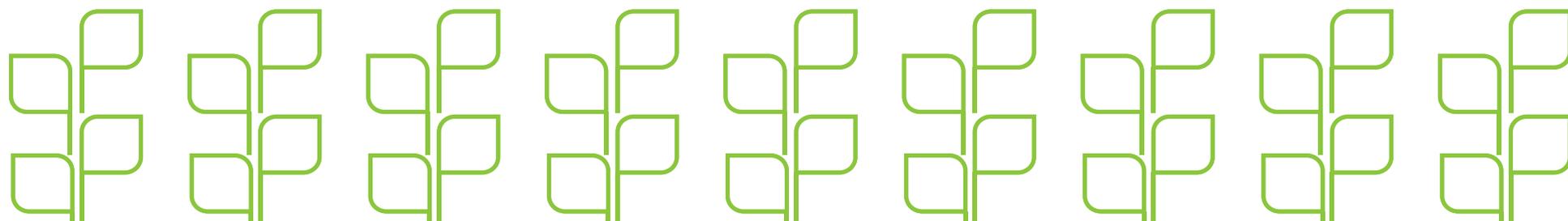


The background is a solid green color. Overlaid on this are several white, rounded rectangular outlines of varying sizes and orientations. Some are simple outlines, while others are more complex, resembling stylized letters or symbols. The word "ANEXOS" is centered in the middle of the page in a bold, white, sans-serif font.

ANEXOS

ANEXO 1

Fotografía de las publicaciones encontradas sobre el turismo en la provincia



ANEXO 2

Ingresos por turismo- comparado con los ingresos de las exportaciones por producto principal, Ministerio de Turismo, 2009

Cuadro Nro. 28									
INGRESOS POR TURISMO COMPARADO CON LOS INGRESOS DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTO PRINCIPAL 1)									
ANOS : 2004 - 2008									
(En millones de dólares)									
ANOS	* TURISMO	PETROLEO CRUDO	BANANO Y PLATANO 2)	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO 3)	OTROS ELAB. PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES 4)	FLORES NATURALES	TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados)
2004	464,3	3.898,51	1.023,61	329,79	335,48	372,75	208,96	354,82	7.752,89
UBICACION	3	1	2	7	6	4	8	5	
2005	487,7	5.396,84	1.084,39	457,54	473,01	497,78	351,67	387,91	10.100,03
UBICACION	4	1	2	6	5	3	8	7	
2006	492,2	6.934,01	1.213,49	588,16	610,50	575,07	592,70	435,84	12.728,24
UBICACION	7	1	2	5	3	6	4	8	
2007	626,2	7.428,36	1.302,55	612,89	900,21	686,37	686,41	409,42	14.321,32
UBICACION	6	1	2	7	3	5	4	8	
2008	745,2	10.568,33	1.639,40	674,89	1.104,52	832,96	728,87	565,66	18.510,60
UBICACION	5	1	2	7	3	4	6	8	

Fuente : Información Estadística Mensual / Marzo 2009 - Banco Central del Ecuador

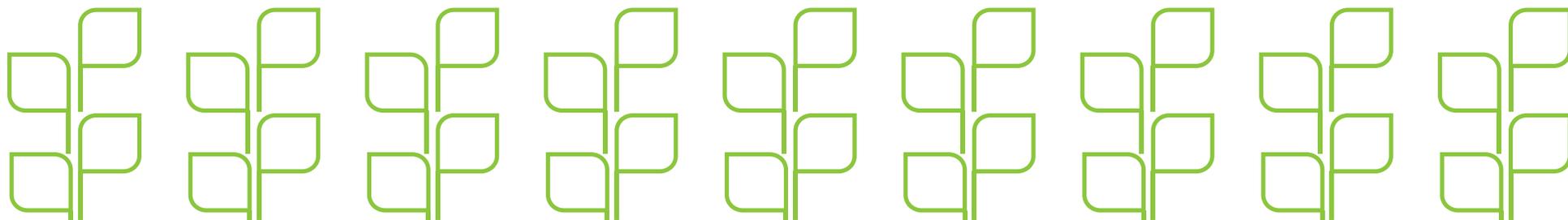
* Turismo : Tomado de la Balanza de Servicios y Renta - Cta. Viajes más transporte de pasajeros

1) Las cifras de 2001 hasta 2006 son definitivas, 2007 y 2008 provisionales; su recuento se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.

2) Se basan en las cifras de la Empresa Manufactos y Banco Central del Ecuador

3) Incluye exportaciones del sector privado de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo.

4) Incluye exportaciones de vehículos.



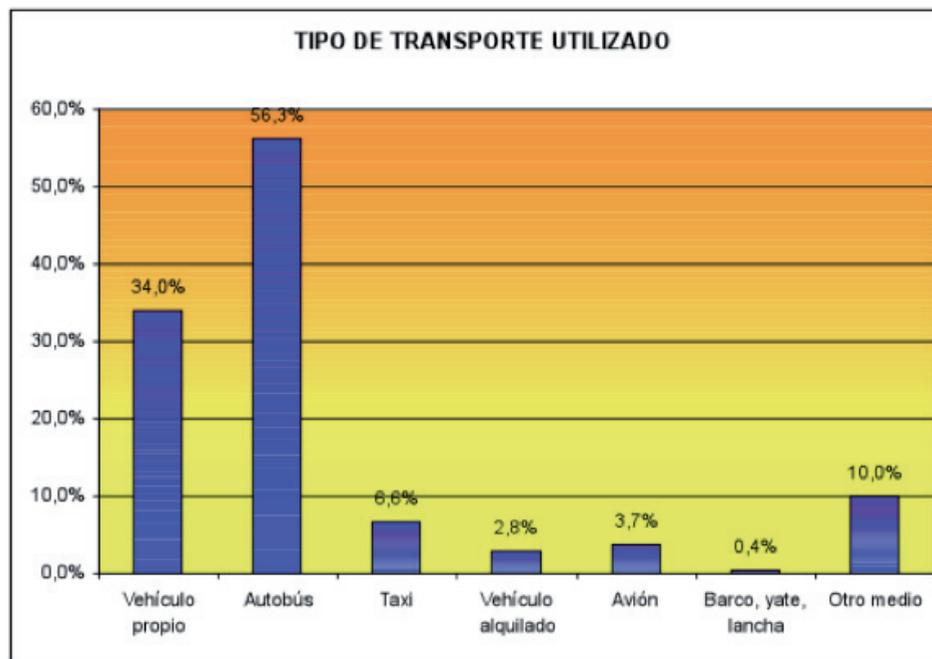
ANEXO 3

Número de visitantes por provincia, Ministerio de Turismo, 2009

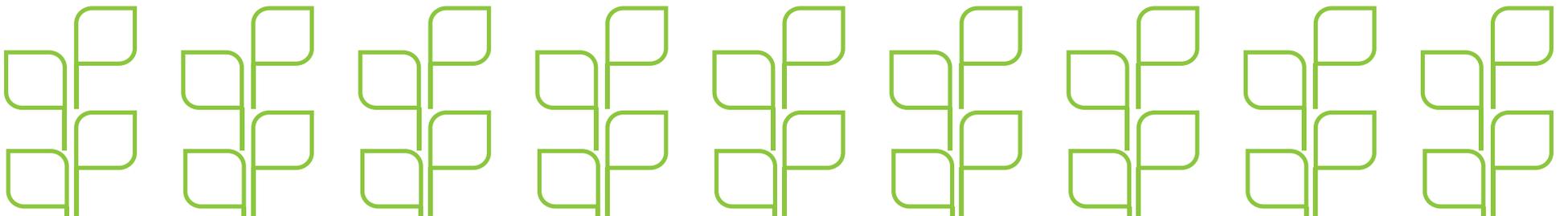


ANEXO 4

Tipo de transporte utilizado, Ministerio de Turismo, 2009

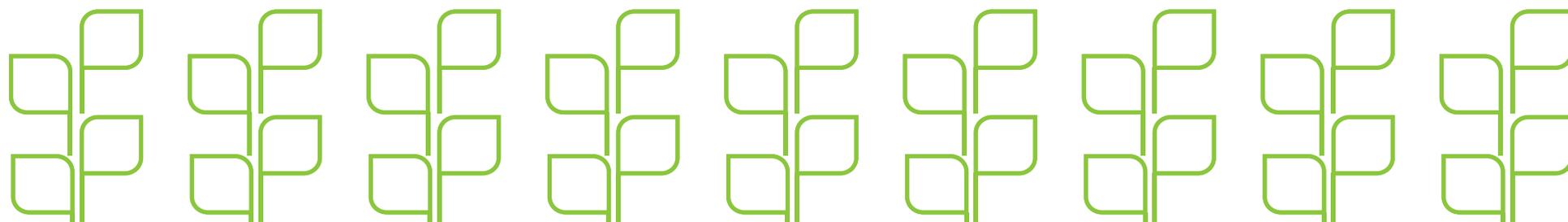
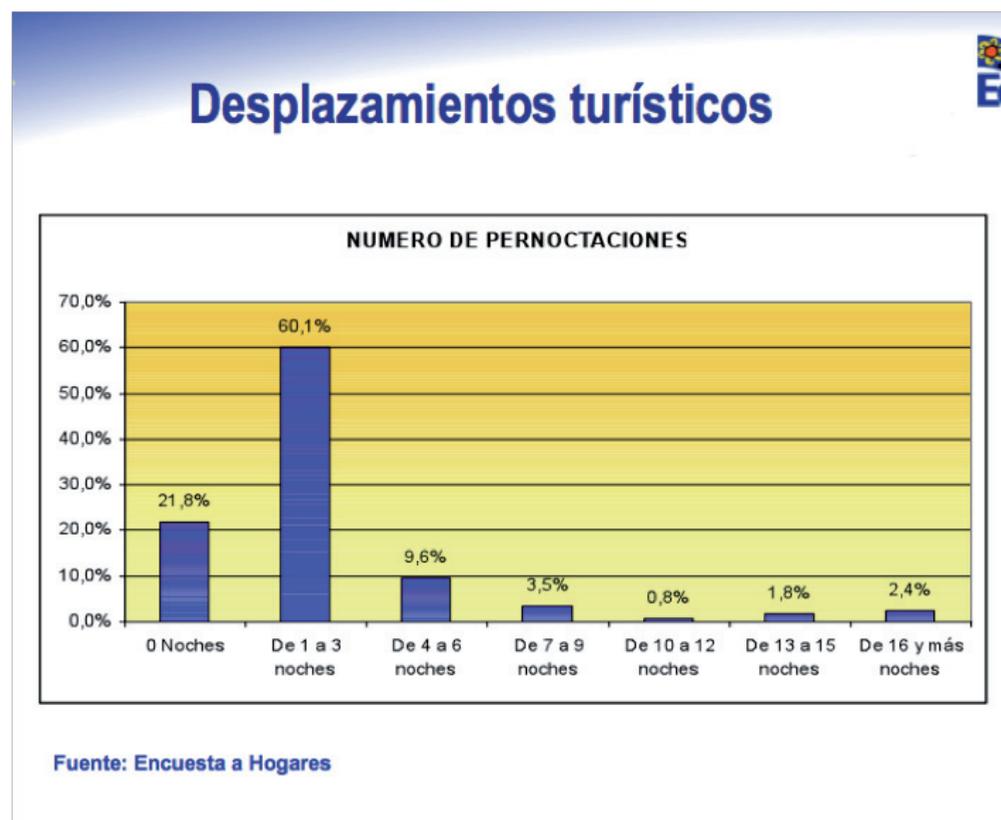


Fuente: Encuesta a Hogares



ANEXO 5

Desplazamientos turísticos, Ministerio de Turismo, 2009

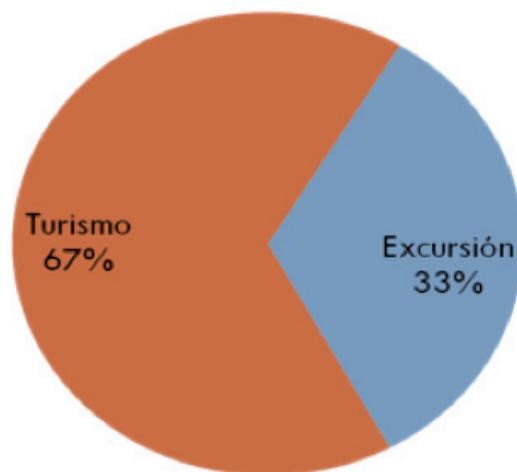


ANEXO 6

Penetración de turismo interno, Ministerio de Turismo, 2009

Penetración del turismo interno

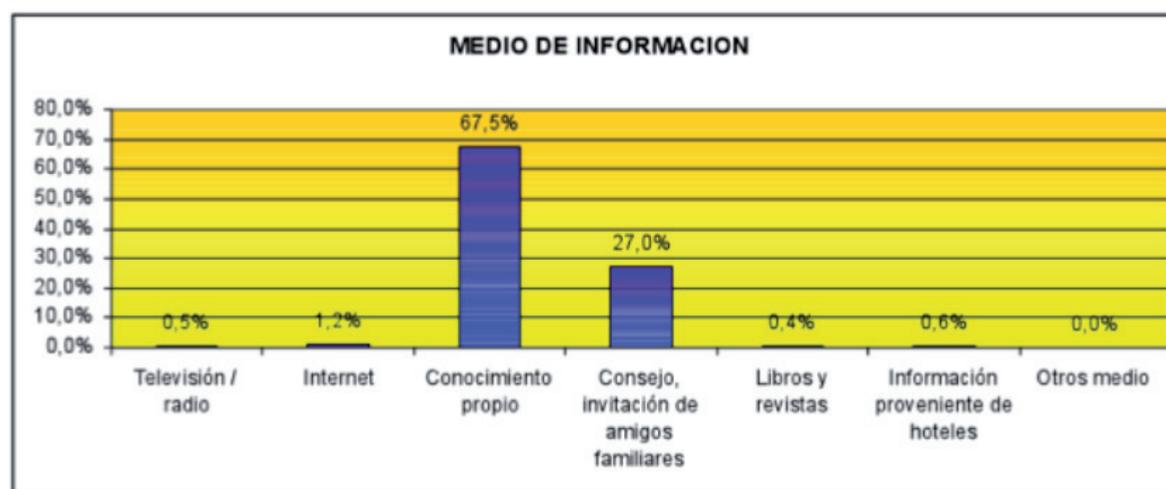
Visitantes



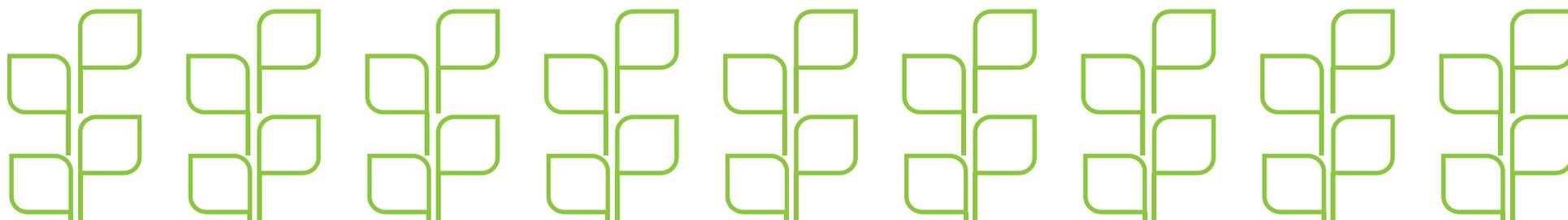
ANEXO 7

Medio de Información, Ministerio de Turismo, 2009

Desplazamientos turísticos



Fuente: Encuesta a Hogares



ANEXO 8

Entrevista a Mónica Mogrovejo; Pakariñan

Entrevista sitios naturales provincia del Azuay a Pakariñan Cía. Ltda.

Entrevistado: Andrea Mogrovejo

- el Bosque de Mazan esto podría ser con la fundación mazan.....

Las pailas de Racra y Cerro Cabogana umm... no tengo los contactos ahorita...

* ya

- Amauta no te recomiendo

*ya

- no se si ahora estarán ya un poquito mejor pero esto de aquí yo no te recomendaría

*ya

- Pungo – Huayco, Zhio, las tres lagunas de principal en esta si tenemos nosotros un contacto igual el Cerro Fasayñán, el complejo arqueológico de Llaver, llamé pero todavía este.. el patrimonio.. osea el instituto de patrimonio esta interviniendo y...

*ya

- y entonces yo ya te digo no me he ido casi un año por acá pero no se en que estado estará pero...

*ya

- yo me fui la ultima vez

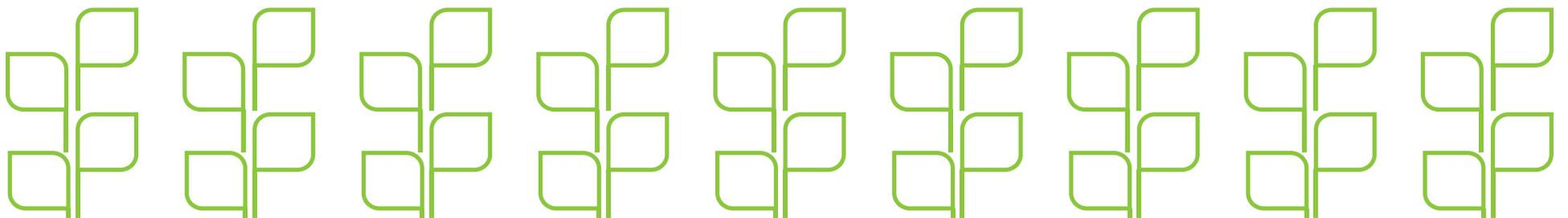
* ya

- y no te recomiendo, lagunas del chorro blanco, Peña Blanca, Ñuñurco.... En Girón ya el Chorro si, cerro Fasana, escalada de gigantes..... Guachapala, andacocha, mirador “la Gruta”, Balcón de Parig ya, Gualaceo, proyecto de turismo comunitario de San Juan de Gualaceo ya aquí si tenemos contactos, bosque protector del Aguarongo también, parque natural de Patacocha... en Nabon Duma Pari, Laguna de cado, San Felipe de Ona.... Los restos arqueológicos de Cubilan, los restos arqueológicos del cerro Putuzhio estos son super chéveres, San Fernando laguna de Busa, Santa Isabel, Carachula, Bosque petrificado de San Pedro, Playas de Jubones... Sevilla de oro mirador de Virgen de la Nube, chorro Blanco, Sigsig Castillo de chobshi..

*ya

- Donde yo te puedo ayudar con alguien que les guie es por ejemplo aquí en chobshi si... solo es cuestión de llamar, la ida para ustedes allá seria lo de menos podrían coger un bus es super fresco llegar al Sigsig y del Sigsig en una camioneta a chopshi...

* a si me he ido ahí



- entonces nosotros tenemos ahí a gente que trabaja con nosotros están en el museo ellos de ley les pueden guiar y llevar a un sitio que se llama el “Pailón” que no esta aquí en tu lista pero es super chévere y además todo el recorrido arqueológico si por que este si en un complejo que si esta bien conservado....

*ya

- entonces yo te recomendaría aquí, en Sevilla de oro no mucho en Santa Isabel también si quieren irse ustedes para Carachula tengo el contacto con la gente de allá entonces yo puedo ayudarles es con los contactos de la gente que les reciba allá

*ya

- pero no seria tanto del transporte de aquí hasta allá porque...

* bueno eso si si...

- seria más el contacto de la persona de allá yo les podría ayudar con los contactos porque eso te digo yo por venderte te podría vender un pack de los que hay acá pero ese no es el chiste pues es que ustedes están en otro tipo de viaje...

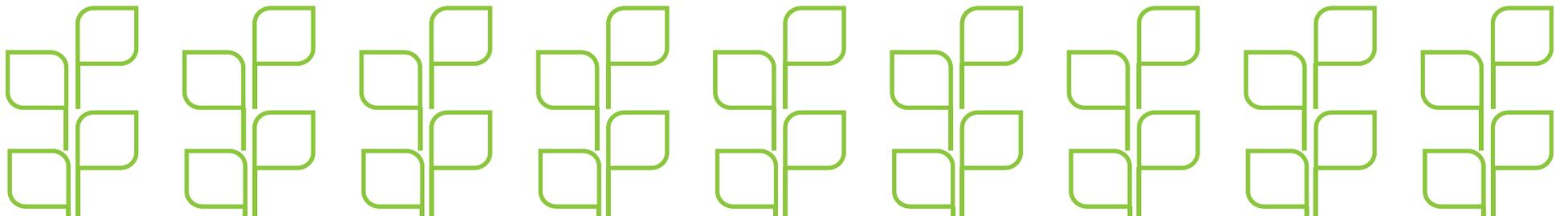
/ claro pues estamos en otro ambiente

- Exacto y yo obviamente les voy a cobrar con IVA y con comisiones y todo entonces no les conviene chicos osea lo que yo les podría ayudar es más bien con el contacto de estos lugares que te señale...

*Ya listo

-Un ratito veo en mi base de batos y te voy poniendo a un lado

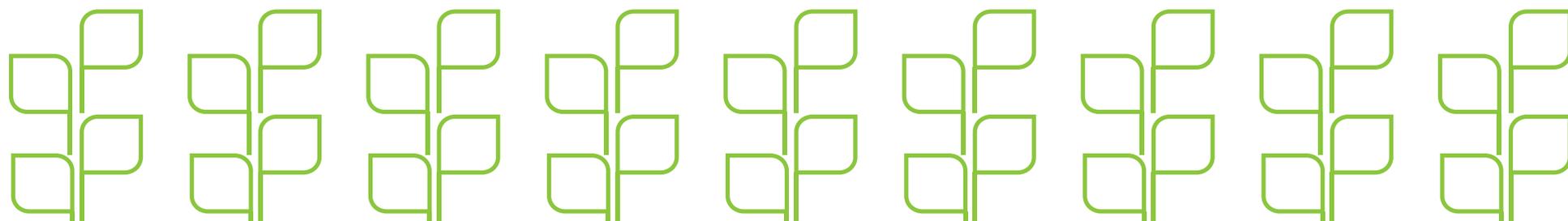
* Ya muchas gracias



CONCLUSIONES

Se concluye que el material diseñado aportará en la difusión de información turística natural, tomando en cuenta las necesidades informativas y necesarias para visitar y llegar a estos lugares, ofreciendo una alternativa del entorno habitual y el turismo urbano. La provincia tiene lugares y sitios naturales hermosos con diferentes tipos de atractivos naturales que mucha gente no conoce y que están cercanos y accesibles.

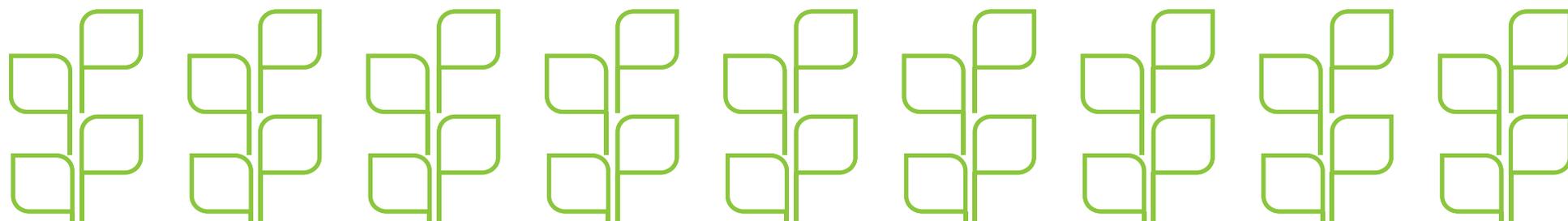
Con este proyecto se aprendió y conoció sobre el turismo en general y sobre como informar de una manera didáctica, diferente y directa a través de iconos y esquematización de contenidos, con lo cual se puede mostrar la información de una forma gráfica y directa haciendo que la información no sea solamente textual ni tampoco saturada de texto.



RECOMENDACIONES

Se recomienda que si se quiere ampliar las publicaciones se tome en cuenta los manuales de marca y sistema para obtener resultados favorables y antes de hacer una nueva publicación hacer el respectivo levantamiento de información con las fichas existentes y viajar por si mismo al sitio, por transporte público y conocer las dificultades que se presenten para poder recomendar al turista las dificultades que se le pueden presentar y como resolverlas ya sea en transporte, prepuestos y vestimenta.

Se recomienda visitar los sitios naturales de la provincia ya que existe gran variedad de atractivos de tipo natural los cuales están dotados de hermosura con bellos paisajes y gran cantidad de flora y fauna.



BIBLIOGRAFÍA

Ministerio De Turismo; Optimización del sistema de estadísticas turísticas del Ecuador y de la cuenta satélite de turismo, (2008)
Ecuador Ama La Vida; Boletín de Estadísticas Turísticas 2005-2009; (2010)

Costa, Joan. Diseñar para los ojos. Ed. Grupo Editorial Design. La Paz: Grupo Editorial Design, 2003.
Imagen Global. Barcelona: Ediciones CEAC, S.A., 1987.

Ambrose, Gavin y Paul Harris. Bases del Diseño. Ed. María Fernanda Canal, y otros. 2da Edición. Vol. 6. Barcelona: Parramón, 2008. 8 vols.

Bases del Diseño. Ed. Lluís Borrás, y otros. 2da Edición. Vol. 1. Barcelona: Parramón, 2008. 8 vols.

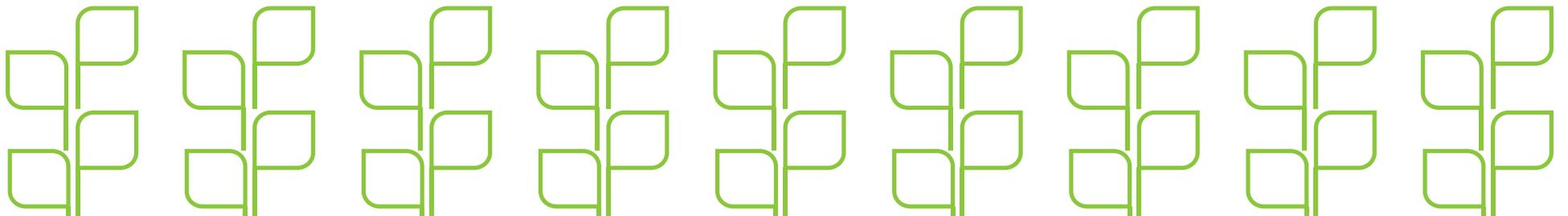
Bases de Diseño. Ed. Lluís Borrás, Monsetrrat Urbano y Núria Barba. 2da Edición. Vol. 3. Barcelona: Parramón, 2008. 8 vols.

Bases de Diseño. Ed. Parramón Ediciones. 2da Edición. Vol. 7. Barcelona: Parramón, 2008. 8 vols.

Bases de Diseño. Ed. Parramón. 2da Edición. Vol. 2. Barcelona: Parramón, 2008. 8 vols.

Bases de Diseño. Ed. Lluís Borrás, y otros. 2da Edición. Vol. 4. Barcelona: Parramón, 2008. 8 vols.

Bases de Diseño. Ed. Anna Ubach, Tal Levy y Núria Barba Lluís Borràs. Trad. Martí Mas. 2da Edición. Vol. 5. Barcelona: Parramón, 2008. 8 vols.



BIBLIOGRAFÍA

Bases de Diseño. Ed. Lluís Borrás, Montserrat Urbano y Núria Barba. 2da Edición. Vol. 3. Barcelona: Parramón, 2008. 8 vols.

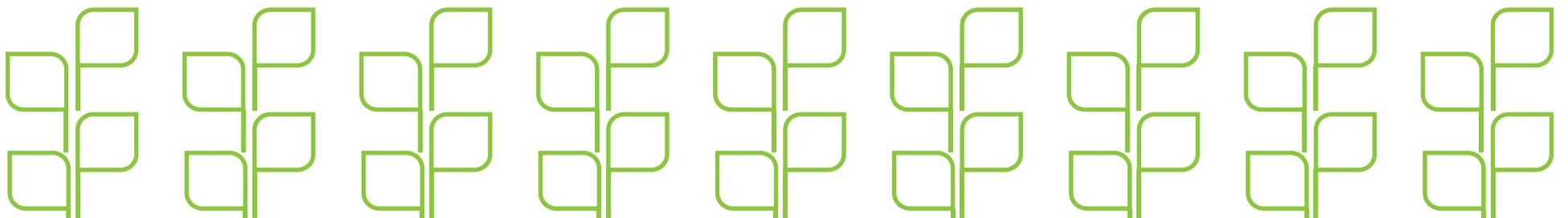
Ives, Rob. Papel engineering & pop - up for dummies. Indiana: Wiley publishing Inc, 2009.

Ministerio de Turismo de Ecuador. Diseño de Productos Turísticos del Ecuador. pdf. Quito, 01 de 01 de 2003.

Ministerio de Turismo. Diseño de productos turísticos del Ecuador. Quito, 26 de Septiembre de 2008.

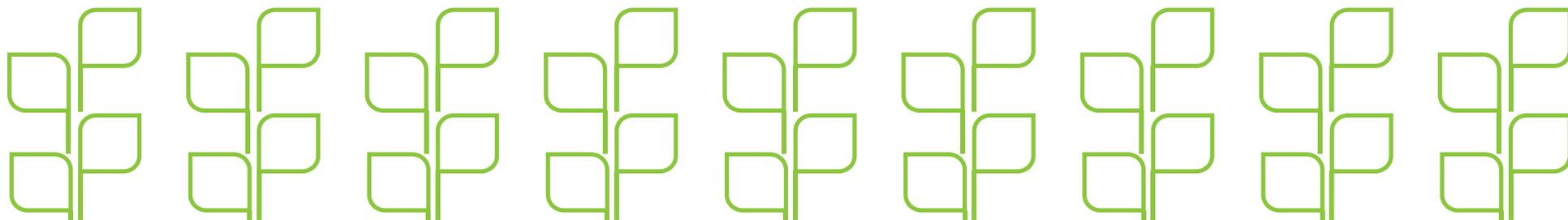
Televisa. «El libro de papeles y tarjetas.» Coleccion de oro 23 (2009): 113.

Wong, Wucius. Fundamentos del Diseño. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1995

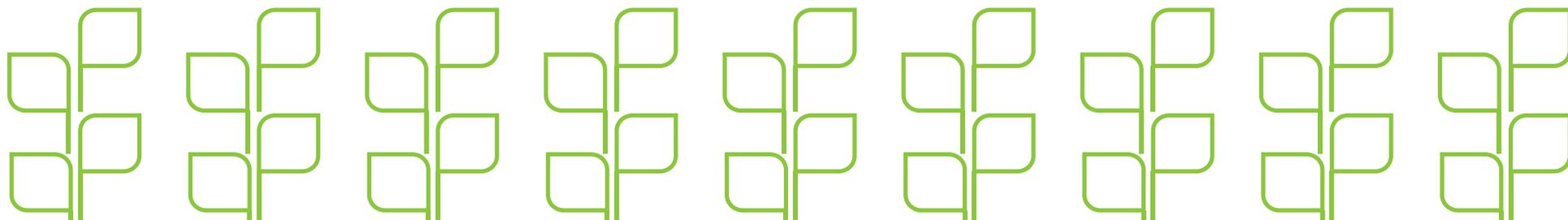


ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	4
Agradecimiento	6
Antecedentes	8
Abstract	9
Resumen	10
Objetivos	11
Diagnostico	12
Investigación Bibliografca	14
Turismo	15
Definición	15
Clasificación	15
Turismo en el Ecuador	16
Turismo natural interno	17
Conclusión y planteamiento	17
Diseño	18
Imagen Global	18
Bases del diseño	22
Ingeniería de Papel	34
Investigación de Campo	35
Información turística	36
Bosque protector Aguarongo	37
Sitio Arqueológico Chobshi	40
Homologos	44



Programación	48
Target	50
Partido formal	51
Partido funcional	57
Partido tecnológico	61
Diseño	64
Lluvia de ideas	67
Ideas seleccionadas	70
Silueta	71
Secuencia	74
Tipograma	77
Idea final	80
Marca	82
Sistema gráfico	83
Gráfica	84
Cartografía	87
Esquematización	88
Tipogramas	89
Estructura	90
Anexos	92
Anexo 1	94
Anexo 2	95
Anexo 3	96
Anexo 4	97
Anexo 5	98
Anexo 6	99
Anexo 7	100
Anexo 8	101
Conclusiones	103
Recomendaciones	104
Bibliografía	105
Índice de contenidos	107





Trabajo de graduación previo a la obtención del título de diseñador gráfico

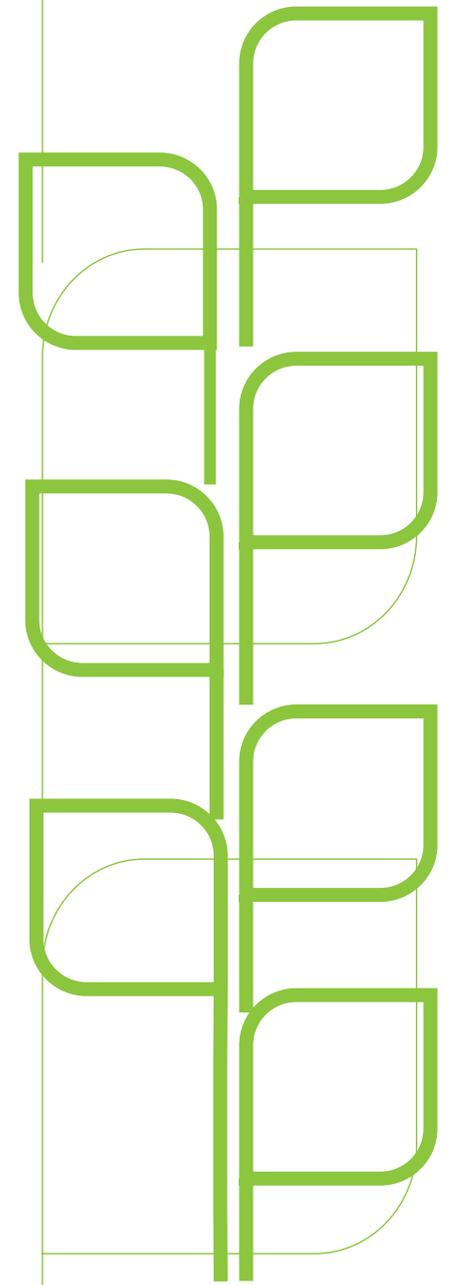
**FACULTAD DE DISEÑO
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

Manual de Sistema Gráfico y de Marca

**AUTORES: SILVIA LOZADA CALLE
JONNATHAN ROJAS M**

DIRECTORA: DIS. CATALINA SERRANO

**CUENCA - ECUADOR
2012**



MANUAL DE MARCA

BRANDING

Esta empresa esta dedicada a la difusión de informacion de los lugares turísticos naturales de la provincia del Azuay, por medio de un sistema grafico, creamos una gran variedad de publicaciones en donde se encontrará la informacion exacta y concreta del lugar al que se quiere ir.

Natur nace de la contracción de las palabras “naturaleza” y “turismo” que son las dos actividades principales en este proyecto, dando al usuario la confianza y seguridad del tipo de información que va a obtener de las publicaciones

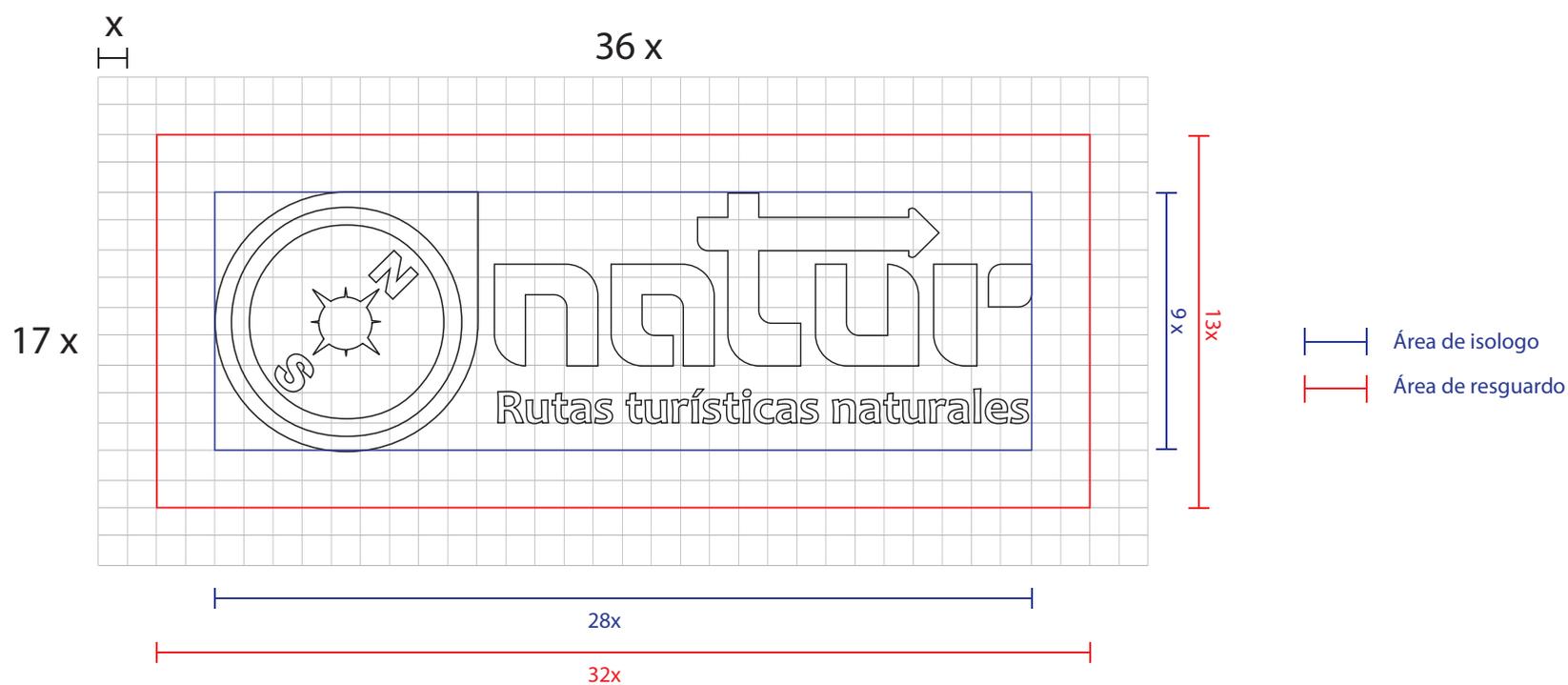
TARGET

Esta empresa tiene como usuarios a los turistas nacionales y extranjeros que deseen explorar lugares alternativos rodeados de naturaleza y aventura, que tenga la necesidad de encontrar la información necesaria y completa del los lugares que desea visitar.

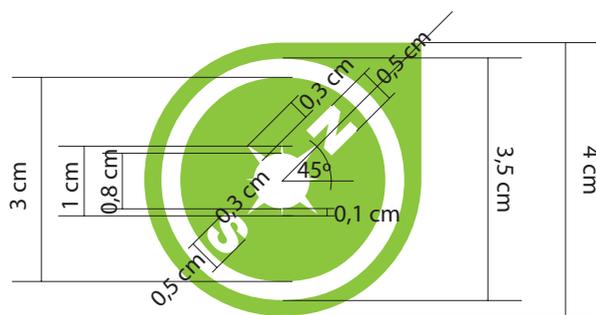
BRIEF

En el cada publicación se podrá encontrar unformación específica y técnica como mapas, tipo de ambiente, temperatura, clima, presupuesto, historia del lugar, ubicación, atractivos, etc. que describa las características del lugar de una manera directa y sencilla.

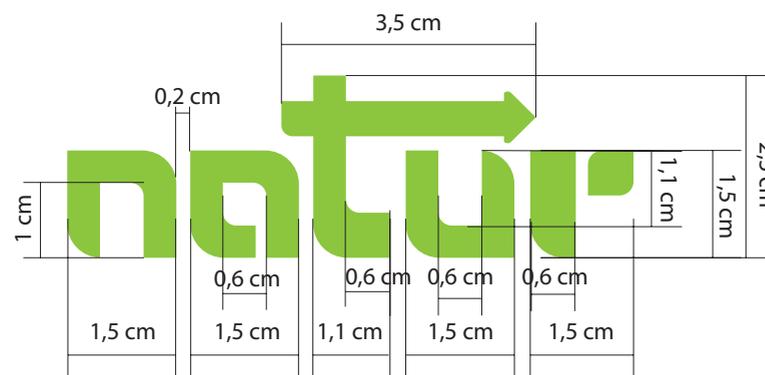
Malla de dimensiones



Malla de dimensiones



Isotipo
4 cm x 4 cm



Logotipo
8 cm x 2,5 cm



Texto complementario
8 cm x 0,5 cm

Cromática



Original

COLOR



BLANCO/NEGRO



Cromática



IMPRESIÓN

C= 50
M=0
Y= 100
K=0

PANTALLA

R= 151
G=191
B= 13

TV / INFOCUS

H= 73,48
S=93,19
B= 74,9

COLOR SATINADOS

Pantone
Solid Coated
Pantone 375C

COLOR MATE

Pantone
Solid Uncoated
Pantone 382U

Tipografía

natur

TIPOGRAFÍA NATUR

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz

Rutas turísticas naturales

Tamaño: 21 pt
Tracking: 0
Kerning: Auto

TIPOGRAFIA TEXTO COMPLEMENTARIO

Candara

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

0123456789

!@#\$%^&*()=?~:;`'+ç-.,\|@#][{}

Aplicaciones permitidas



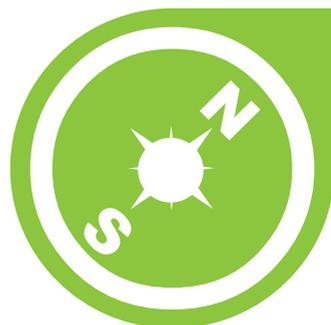
APLICACIÓN OFICIAL

La marca real u oficial se podrá utilizar en publicidad, auspicio o documentos oficiales en donde se promocióne o se de a conocer en un contexto determinado



APLICACIÓN ALTERNA

La marca en blanco, se podrá adaptar a la cromática de fondo de la aplicación, manteniendo sus proporciones y medidas mencionadas en este manual



APLICACIÓN DE ISOTIPO

Se podrá utilizar en aplicaciones gráficas en donde la marca se el elemento centrar, para reforzar la imagen y mostrar su pertenencia a Natur

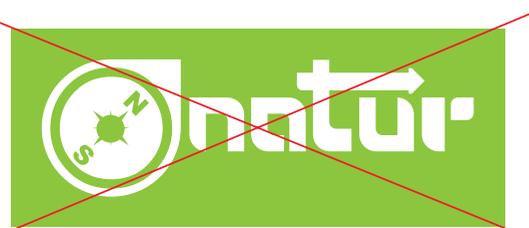
Aplicaciones no permitidas



MARCA OFICIAL



Respetar la escala de los elementos



Mantener el texto complementario



No quitar ningún elemento de la marca



Mantener el orden de los elementos



No deformar la marca

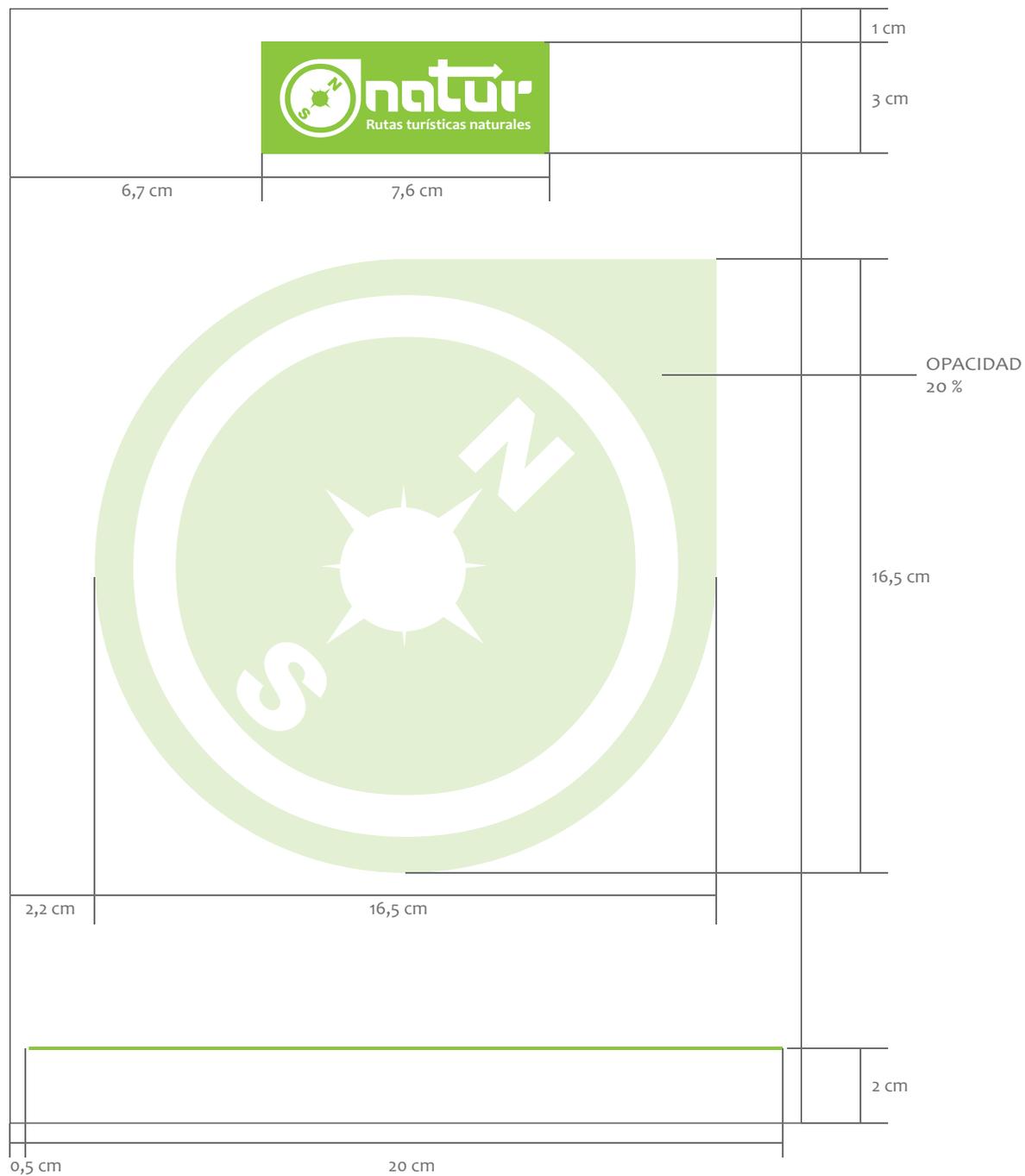


No utilizar otra tipografía



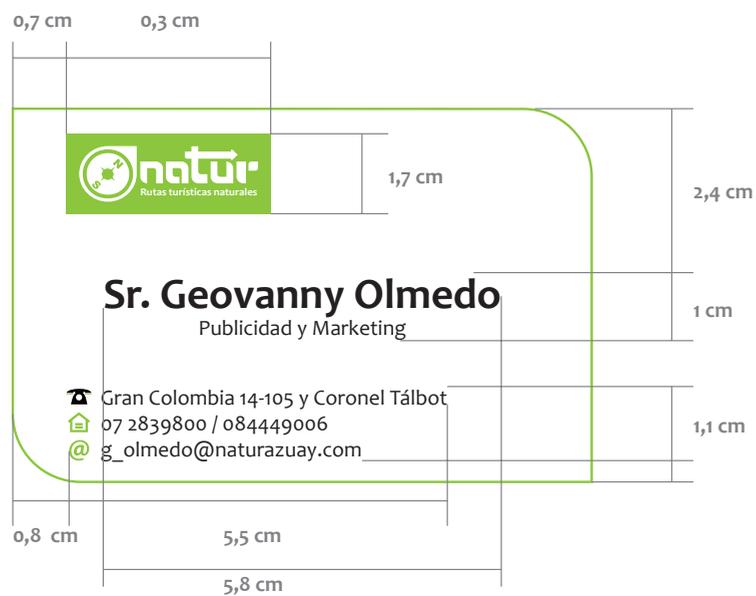
No alterar la posición de los elementos

Papelería / Hoja A4 (Escala 60%)

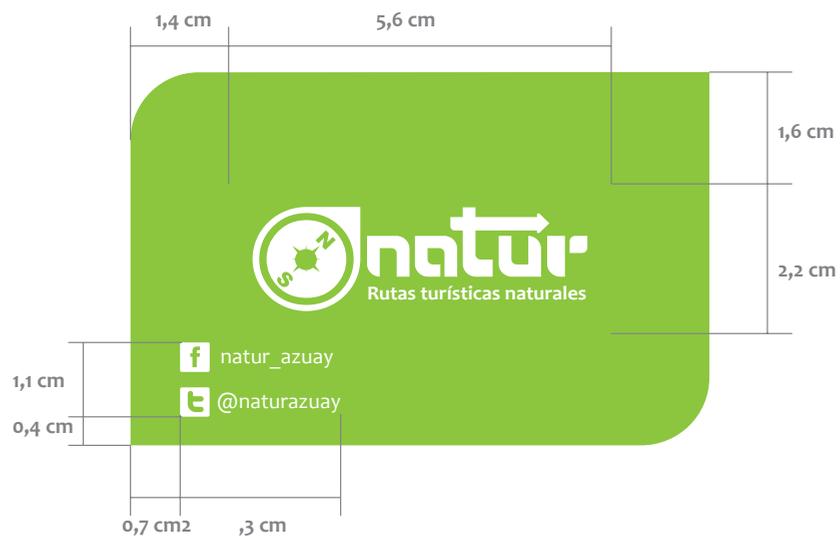


Papelería / Tarjeta de presentación (Escala 90%)

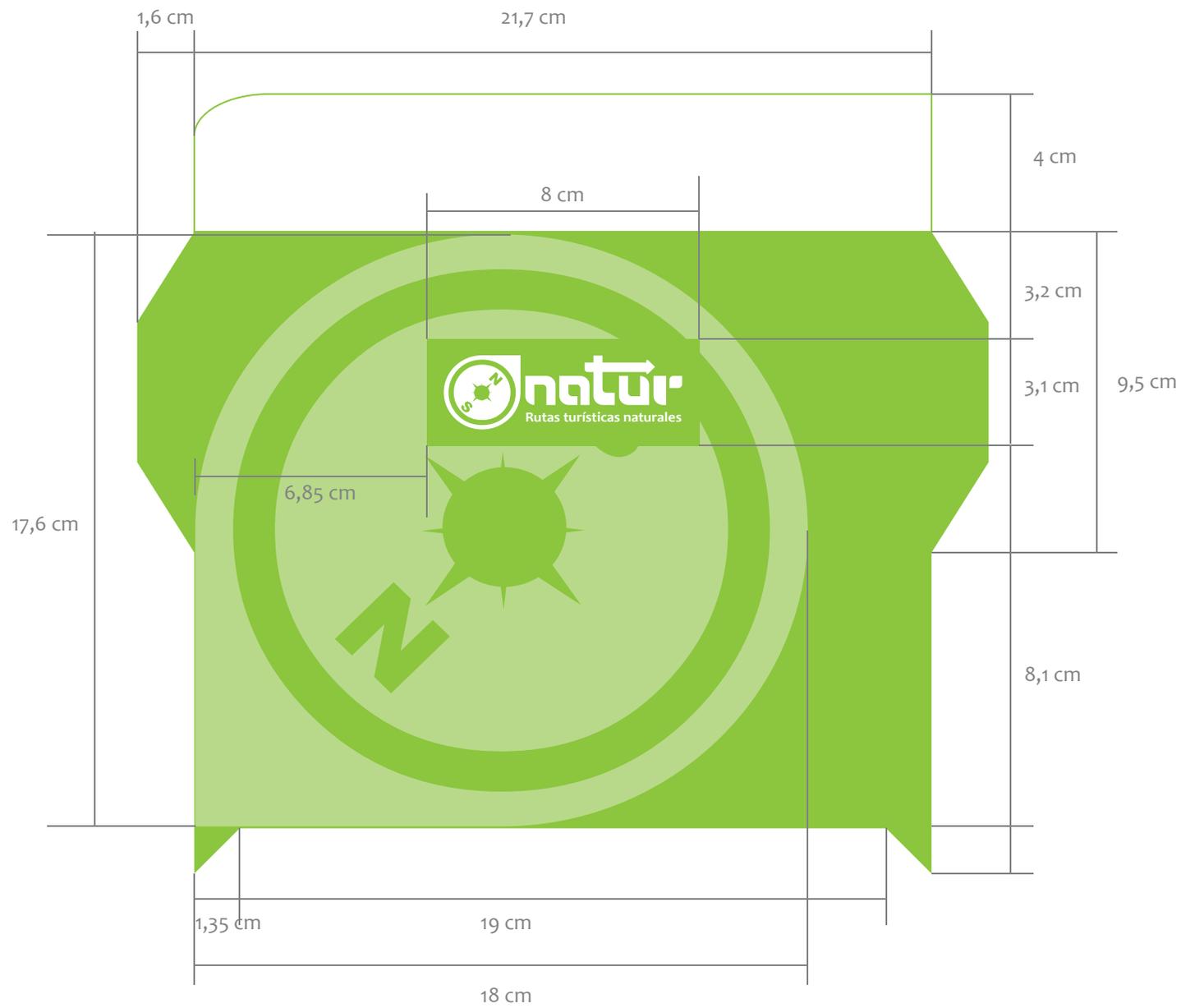
TIRO



RETIRO



Papelería / Sobre (Escala 60%)



MANUAL DE SISTEMA GRÁFICO

INTRODUCCIÓN

Este manual está dirigido para la creación de nuevas publicaciones y para expandir este sistema. Aquí se podrá consultar la manipulación de cada uno de los elementos que se utilizan en esta publicación ya sean gráficos o textuales. Y todo detalle de este manual se deberá cumplir exactamente para la realización de cualquier subsistema de esta publicación

OBJETIVOS

Objetivo general:

Informar y guiar a los turistas sobre las características de los sitios turísticos naturales de la provincia del Azuay, por medio de una publicación didáctica impresa, para promover el turismo de naturaleza.

Objetivos específicos:

Dar al usuario la información de forma didáctica y útil al momento de hacer turismo.

Presentar por medio de esta publicación la información de diversos lugares al que pueden viajar y disfrutar de este tipo de turismo.

MISIÓN

Dar al usuario una publicación informativa sobre el sitio en donde puede encontrar diferentes consideraciones y opciones sobre el lugar en referencia.

VISIÓN

Realizar publicaciones de todos los sitios naturales pertenecientes a la provincia del Azuay y que estos estén al alcance de todos lo turistas

ANTECEDENTES

Después de un análisis profundo de cada una de las publicaciones obtenidas, encontramos que en gran variedad de estas la información no es suficiente para informar al lector, ya que el mal uso de la estructura tipográfica, la jerarquía, y cromática no es utilizada de manera adecuada lo que dificulta al usuario guiarse por el material y que perciba la información. Además gran parte de las imágenes y texto no tienen un equilibrio visual ya que algunas de estas están saturadas de publicidad haciendo que el texto sea mínimo e insuficiente.

Todas estas observaciones hacen que el material y la información no tenga una ergonomía adecuada ni estructurada para el turista, haciendo que la información sea más difícil de captar y de utilizar, ya que también gran parte de la información no está actualizada.

La grafica que se podrá utilizar es con un alto grado de abstracción, esto a partir de una figura base, que nos dará el estilo de un gráfico constante y sistemático en todas las publicaciones.

Para esto se creó una división de los tipos de lugares existentes en esta rama de Turismo natural. Esto para poder elegir lo elementos mas idóneos para cada uno de los lugares.

TURISMO DE NATURALEZA



Operaciones permitidas



Escalar



Sobreponer



cortar

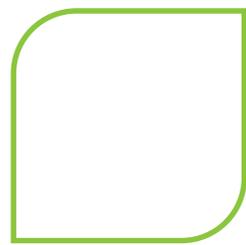


FIGURA BASE



Alargar



Ensanchar



Estrechar

EJEMPLO



Flores



Árboles

TURISMO NATURAL



Adobe



Piedra

TURISMO CULTURAL



Multiplicar



Extraer



Agregar líneas



Contornear



Unificar



Girar

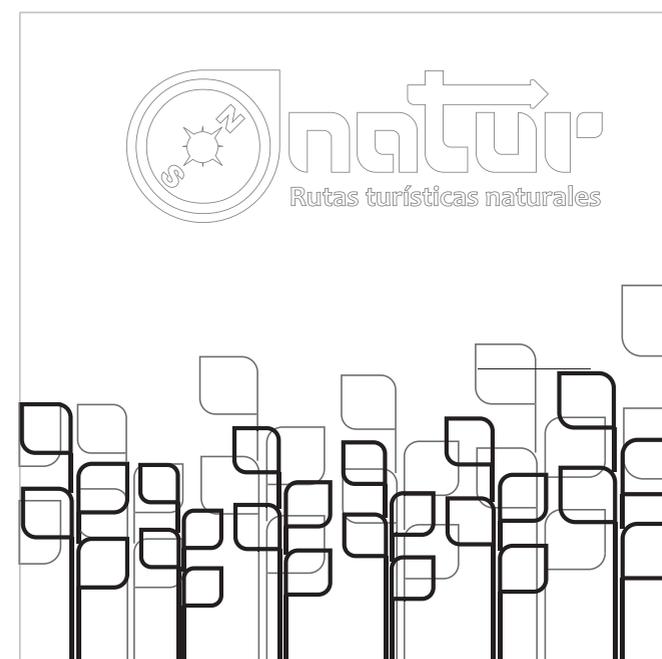
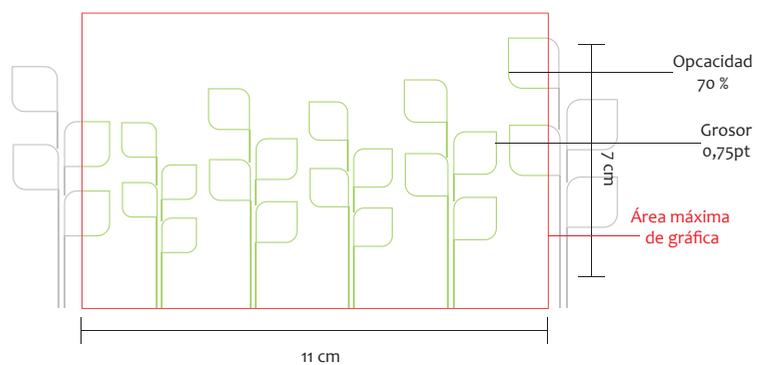
Dimensiones

GRÁFICA # 1



GRÁFICA # 2

Escala 130% de Gráfica#1

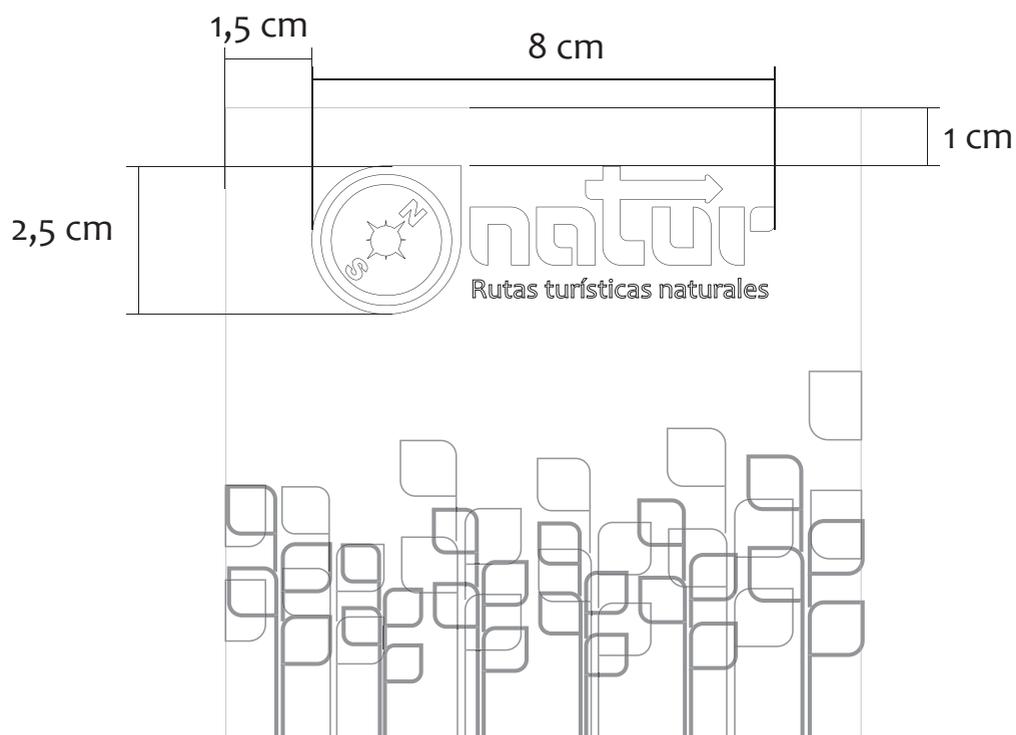


Marca

La marca Natur es la garantía del producto de tener la misma calidad de información textual y gráfica del lugar que quiere informarse el turista.

Esta marca tiene un manual de marca, donde se describe las opciones de manipulación de la marca para aplicarla en esta publicación. Sin embargo a continuación se encontrará las medidas y proporciones de la marca para una correcta posición de la marca, en todas las publicaciones.

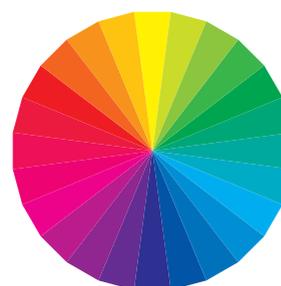
Dimensiones



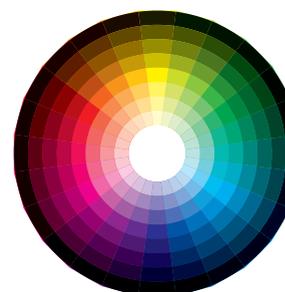
Marca

Cada una de las publicaciones tendrá un color referente, del cual se podrá escoger de la gama de colores expuesta a continuación. La gama ha sido dividida en cálidos y fríos, de los cuales se podrán utilizar en turismo cultural y turismo natural respectivamente.

MARCA OFICIAL

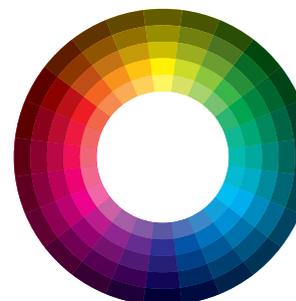


Círculo cromático
24 colores



Tonos de luminosidad
240 colores

APLICACIÓN DE LA MARCA EN EL SISTEMA

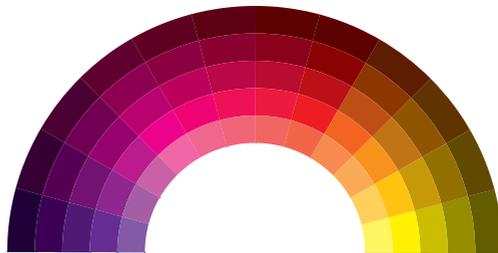
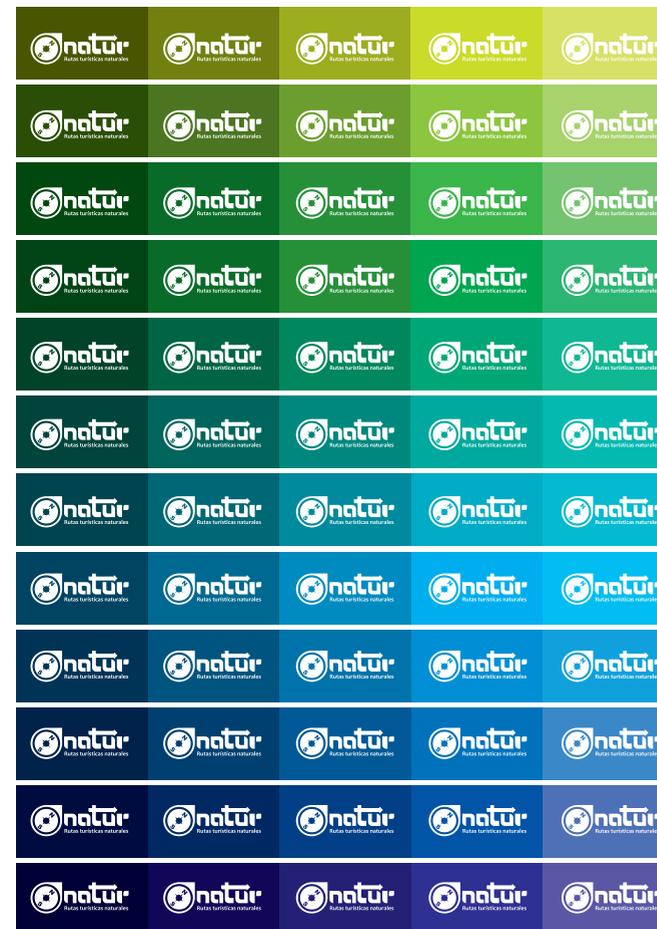
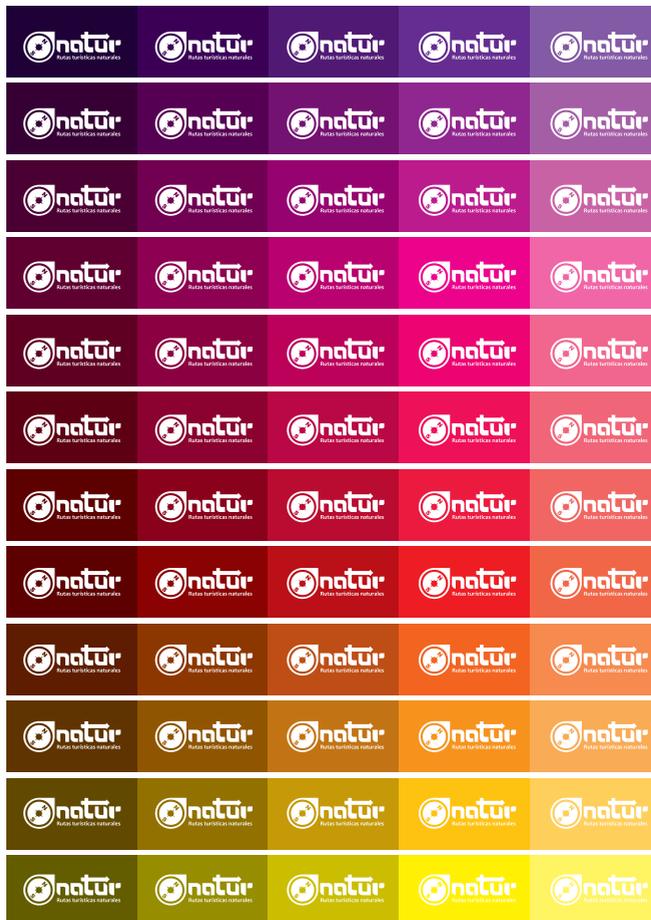
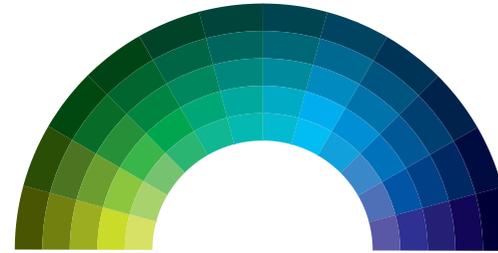


Gama de colores
144 colores

 Cromática de la publicación

 Color de aplicación de la marca

Esta gama se podrá expandir siempre y cuando no ponga en riesgo la ergonomía, legibilidad y leibilidad de la información que contiene la publicación y que se pueda apreciar con facilidad cada elemento gráfica.

COLORES CÁLIDOS
T. CULTURALCOLORES FRIOS
T. CULTURAL

Tipografía

En la publicación se utilizarán 2 tipos de tipografías para poder diferenciar el tipo de información y ayudar al usuario a tener mejor legibilidad y leibilidad.

En primer lugar utilizaremos la Candara como tipografía principal, la cual se utilizara para Títulos, subtítulos, y texto largos. Ya que por sus pequeñas serifas ayudará a mantener la lectura de una manera fluida y constante.

Y en segundo lugar utilizaremos Helvética para información corta o numerada, esto por su forma geométrica y redonda nos muestra la información de una manera más limpia.

TIPOGRAFÍA DE MARCA NATUR

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL CANDARA

Candara

Regular
Italic
Bold
Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^&*()_`~:;{}|'"/<=>?>

TIPOGRAFÍA SECUANDARIA HELVÉTICA

Helvética

Narrow
Narrow Bold
Light
Light Oblique
Bold
Regular
Oblique
Bold Oblique

ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^&*()_`~:;{}|'"/<=>?>

Iconografía

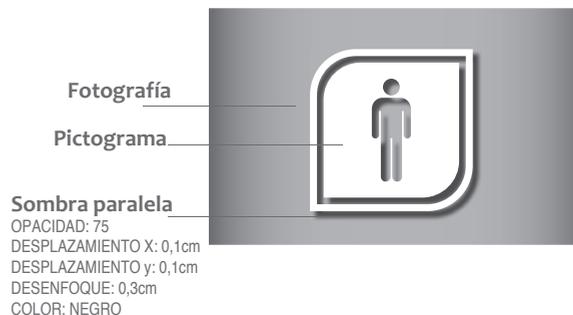


ICONOGRAFIA PARA INFORMACIÓN REFERENCIAL



Esta se utilizara para reemplazar información textual en la publicación. Cada icono utilizará el color que se describe en este manual

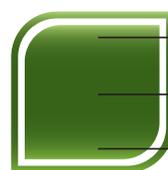
ICONOGRAFIA PARA INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA



Esta se utilizara para reforzar al usuario la información fotografica. Este icono mostrará una referencia o clasificación de la información que esta observando.

CROMATICA DE ICONOGRAFÍA

ATRATIVOS NATURALES

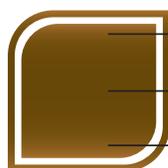


Color #1: C: 50 M:0 Y:100 K:12

Color #2: C:54 M:0 Y:100 K:60

Color #3: C: 50 M:0 Y:100 K:12

ATRATIVOS CULTURALES

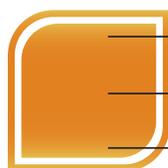


Color #1: C:0 M:40 Y:80 K:40

Color #2: C:25 M:50 Y:100 K:56

Color #3: C:0 M:40 Y:80 K:40

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

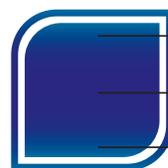


Color #1: C:10 M:26 Y:80 K:0

Color #2: C:5 M:60 Y:100 K:5

Color #3: C:10 M:26 Y:80 K:0

SERVICIOS DE APOYO



Color #1: C:10 M:20 Y:0 K:30

Color #2: C:100 M:100 Y:0 K:15

Color #3: C:10 M:20 Y:0 K:30

ATRATIVOS NATURALES



Área Protegida

Observación de
Aves AcuáticasObservación de
Aves de BosqueObservación
de Flora

Vivero



Orquideario



Mariposario



Acuario



Serpentario



Zoológico



Sendero



Mirador



Vista Panorámica



Playa



Manglares



Bosque



Río Navegable



Cascada



Laguna



Lago



Volcán



Termas



Gruta



Mina

ATRATIVOS CULTURALES



Agroturismo



Artesanías Andes



Artesanías Costa



Artesanías Amazonia



Turismo Comunitario



Iglesia



Centro Histórico



Monumento



Monumento Nacional



Centro de Interpretación



Museo



Petroglifo



Paleontología



Zona Arqueológica Andes



Zona Arqueológica Costa



Zona Arqueológica Amazonia



Toda

ACTIVIDADES TURÍSTICAS



Pesca Deportiva



Kayak



Parapente



Escalada



Escalada en Agua



Excursión Acuática



Excursión



Excursión en la Selva



Rafting



Tarabita



Ciclismo Deportivo



Ciclismo Turístico



Paseo en Caballo



Fogatas



Refugio



Camping



Pic Nic

SERVICIOS DE APOYO



Teleférico



Puente Colgante



Basurero



Servicios Higiénicos H/M



Servicios Higiénicos M



Servicios Higiénicos H



Correo



Correo Electrónico



Información



Parada de Buses



Estación de Metro



Estación de Trenes



Agencia de Viajes



Renta de Autos



Gasolinera



Teléfono



Auxilio Mecánico



Vulcanizadora



Primeros Auxilios



Hospital



Alojamiento



Restaurante



Comida Rápida



Cafetería



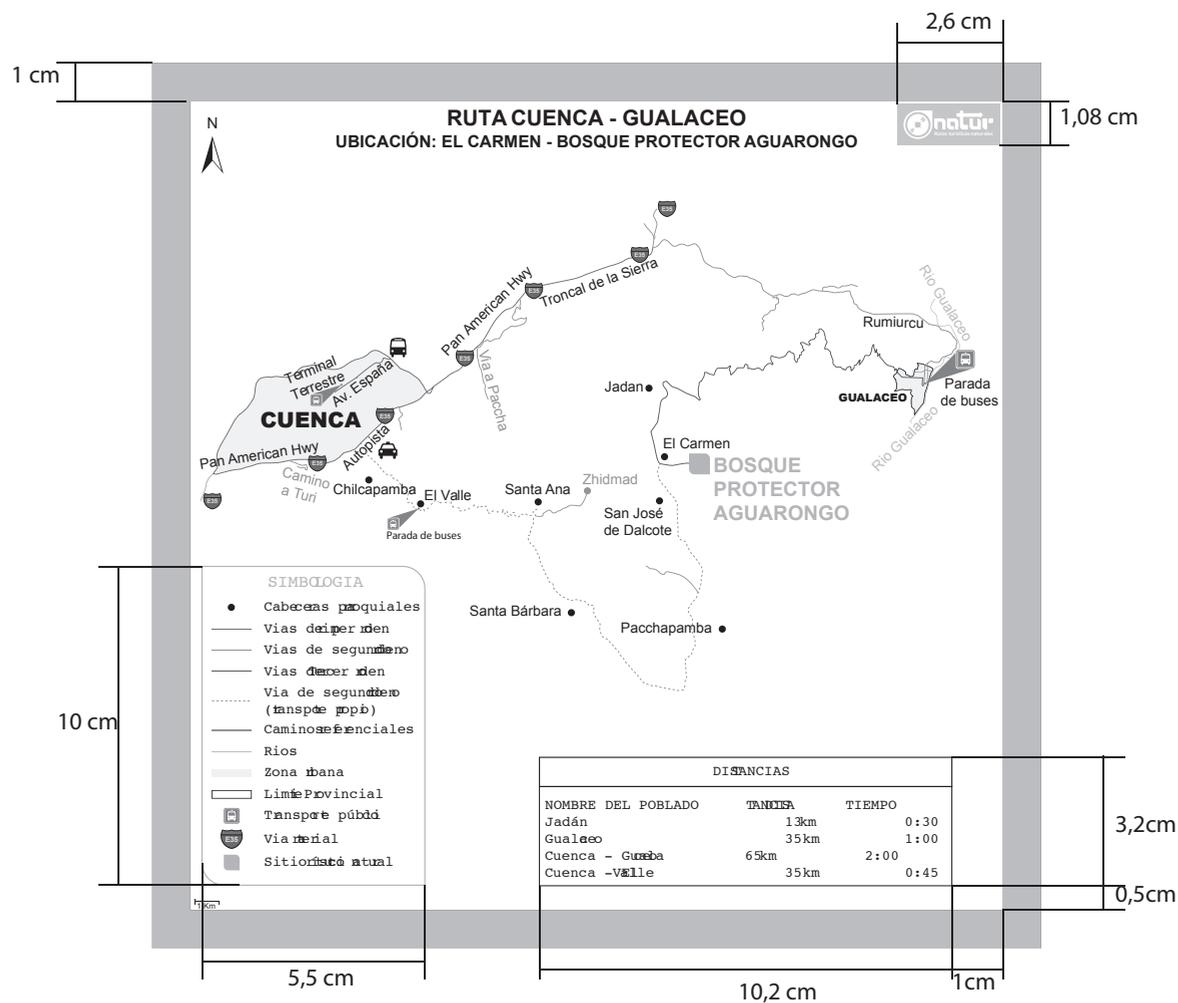
Duchas



Agua Potable

Cartografía

La cartografía será tomada de mapas cartográficos o satelitales, no de mapas ilustrados, en estos mapas se mostrara dos rutas las cuales son para transporte publico y privado en las que se mostrara la ruta directa para llegar al sitio natural, las rutas serán diferenciadas con diferentes tipos de líneas y color para diferenciar las vías de primer, segundo y tercer orden, se debe colocar un poco de los caminos o intersecciones de vías de primer orden, así como “y” de carretera, para referencia del turista, se debe colocar las cabeceras cantonales y parroquiales como referencia; incluir la toponimia representativa , señalar las zonas urbanas cercanas, y paradas de buses o terminales terrestres, así como ríos y todos los elementos que sirvan como referente en la cartografía, el mapa debe tener una simbología de todos los elementos que constan en el y señalar las distancias en kilómetros desde los centros urbanos por donde se debe pasar, hasta llegar al sitio natural.

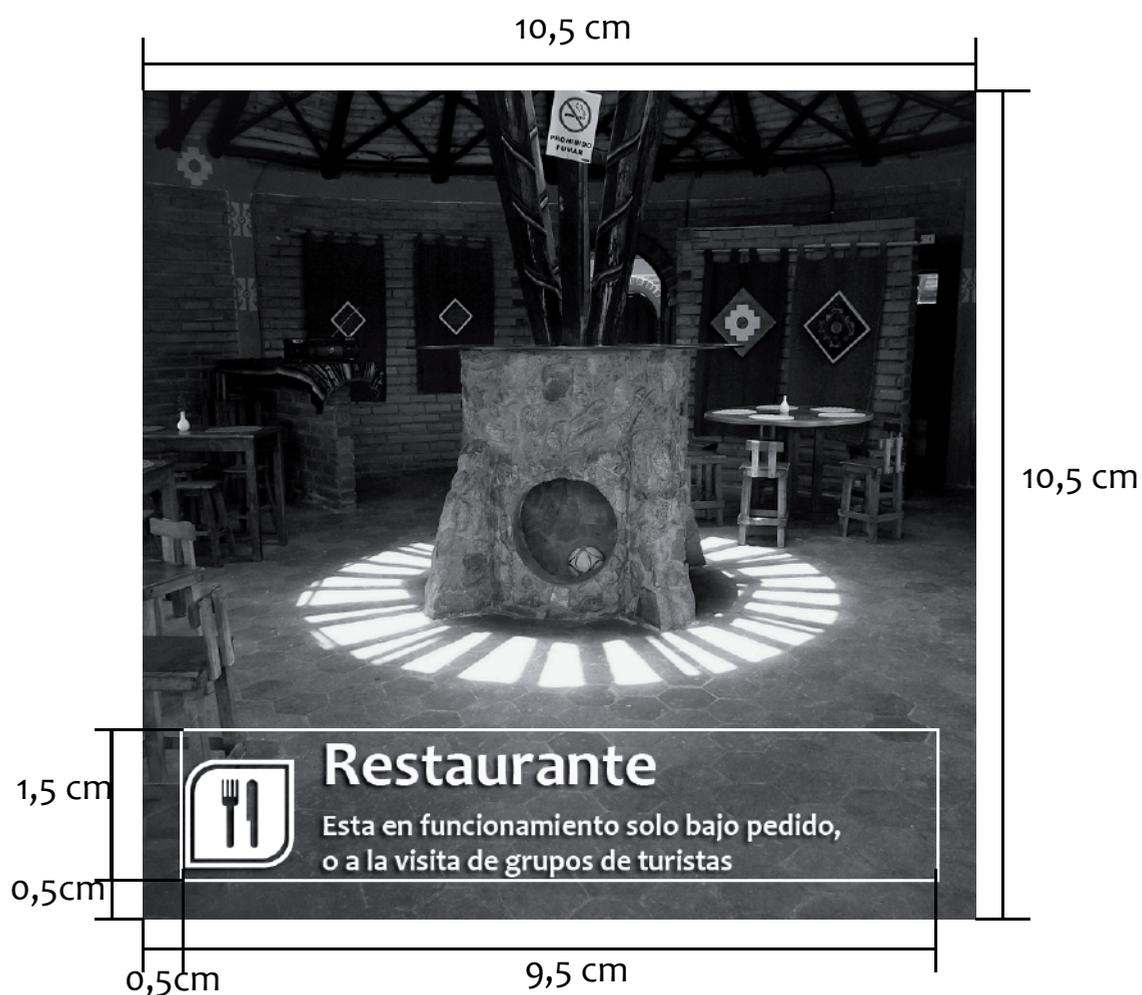


Fotografía

Para cada lugar de la publicación se hará un levantamiento fotográfico del lugar, este será en base a los diferentes atractivos que puede presentarse o de los elementos característicos o sobresalientes del lugar.

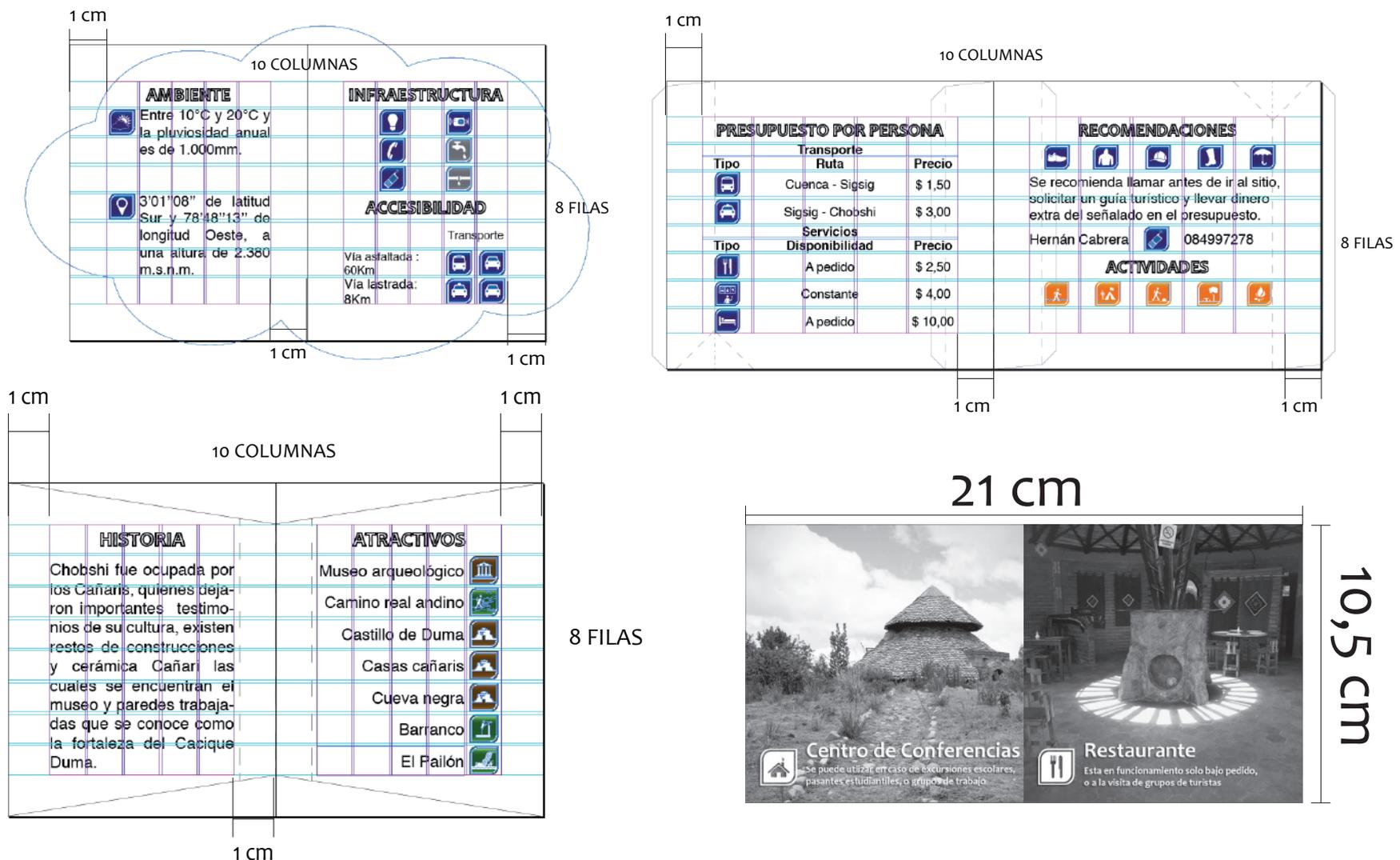
Las fotografías escogidas se harán un tratamiento de imagen para su mejoramiento, y mejor presentación gráfica de la misma. Estas se podrán hacer modificaciones como recortes, o cambios de temperaturas, manipulación de contraste o de brillo según sea necesario. Y el único montaje permitido será de texto, que es donde se describirá el lugar o que representa.

A continuación un esquema de la manipulación gráfica de este elemento.



Maquetación

La retícula que se utilizara será una retícula compuesta; puesto que, permite combinar las retículas simétricas asimétricas y modulares para crear una retícula compuesta la cual tiene gran flexibilidad manteniendo una coherencia en el diseño.



Imposición

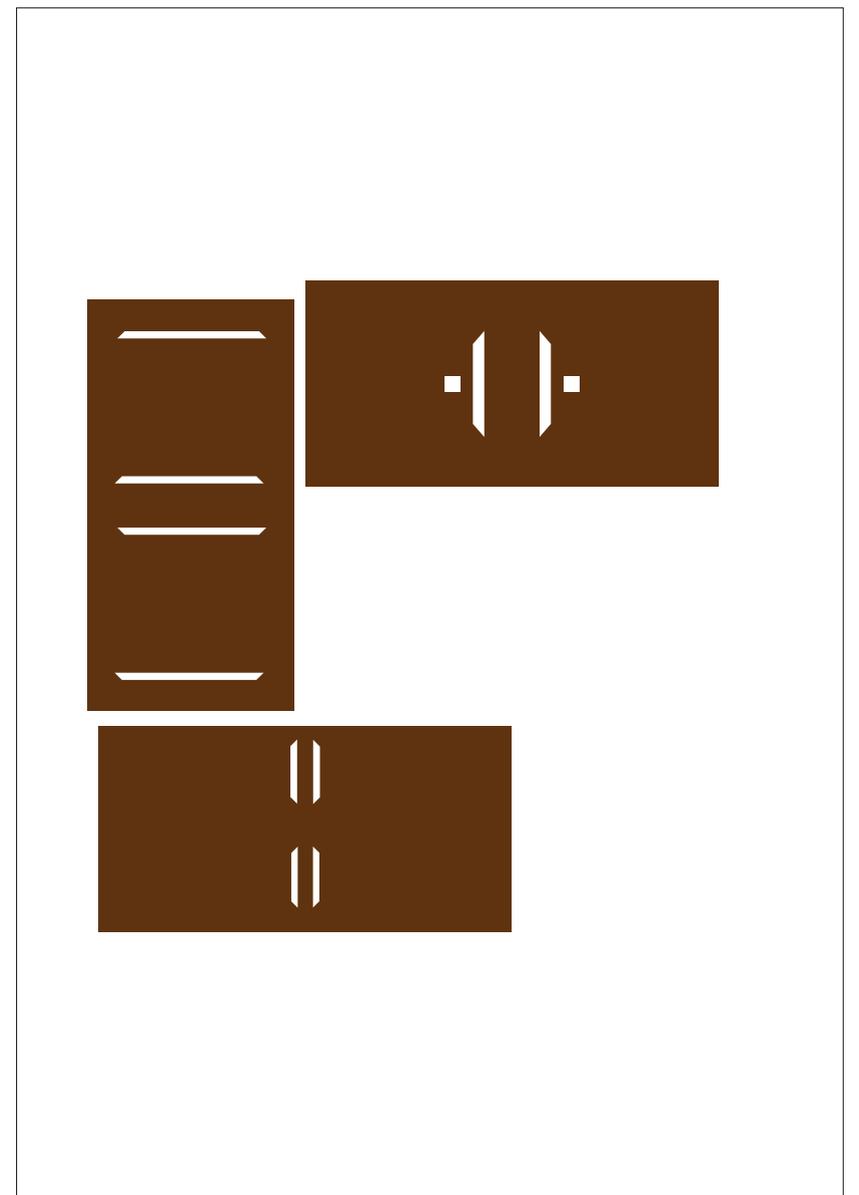
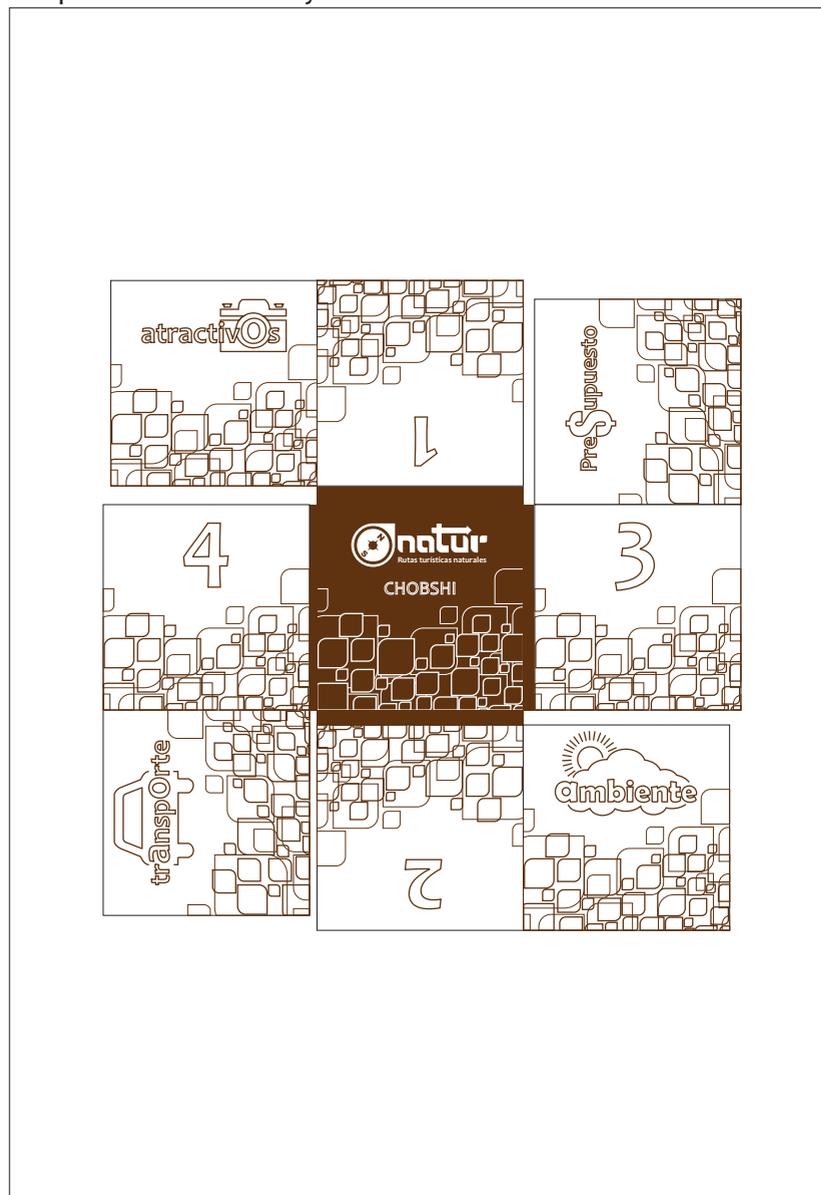
Pliego 1 (Estructura Base)

64cm x 44cm

Couche 300 gr

Tiro y retiro

Troquelado de doblez y corte



Impresión

Esta publicación esta considerada para formatos de imprenta Offset, es decir para impresión en cmyk. Debido a su formato se podrá imprimir en cualquier imprenta disponible ya que es el formato más utilizado en estas empresas.

El material que se utilizara para en la estructura base de la publicación será Couché de 300 gr, que nos dará más durabilidad y soporte a la estructura y los elementos que será parte del pop up será en Couché de 125 gr., debido a que va a estar en contante movimiento por su mecanismo, es mas fácil de manipular

Troquelado y acabado

Tanto el pliego de la estructura base como el de los elementos del pop up serán tratadas con esta técnica ya que nos dará un corte basado en el registro de impresión.

Para proteger de la manipulación o de la humedad del ambiente, se dará un terminado de Laminado brillante, que aparte de dar protección realzará los colores y las fotografía de la publicación.

Para el armado de la publicación será totalmente manual, sin embargo cada una de las parte estarán con su numeración respectiva para guiar poco a poco el terminado final de la publicación.°

Plantillas

