



UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

El diseño gráfico experiencial(environmentalgraphics), como alternativa para la difusión de contenidos culturales.

Diseño de paneles interactivos para espacios públicos, sobre la historia, costumbres y tradiciones de la ciudad de Machala.

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DISEÑADOR GRÁFICO

AUTOR:
LUIGI JAVIER ZHUNIO ROMERO

DIRECTOR:
DIS. FABIÁN CORDERO

**Cuenca, Ecuador
2015**





AUTOR
Luigi Javier Zhunio Romero

DIRECTOR
Dis. Fabián Cordero

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Luigi Javier Zhunio Romero

Cuenca, 2015

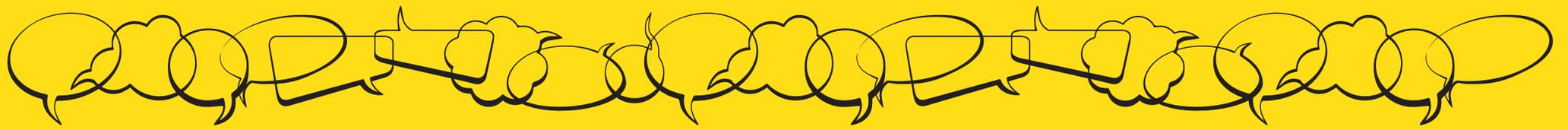
DEDICATORIA

A mis PADRES que nunca dejaron de apoyarme, para poder llegar a esta gran meta, si no fuera por ellos no lo hubiera logrado, a ellos este esfuerzo y dedicación.



AGRADECIMIENTO

Agradecimiento primero a Dios sobre todas las cosas, por permitirme seguir con vida, y darme la voluntad de seguir adelante. A mis padres que en todo momento estuvieron conmigo, por sus consejos y apoyo. A mis hermanos y toda mi familia por formar parte de mi preparación. Y por último un agradecimiento especial a la Sra. Alexandra Trujillo ya que a pesar de no ser de mi familia la considero como tal, con su apoyo y consejos en este proceso.



RESUMEN

En la actualidad el conocimiento de la historia y de las tradiciones de la ciudad de Machala por parte de los niños y adultos es mínimo o nulo, ya que se ha adoptado hábitos que no son propios de la ciudad, dejando de lado lo que realmente significa ser machaleño/a . Este proyecto buscó la forma de vincular la enseñanza de estos temas históricos y culturales con un sistema de paneles informativos e interactivos para público infantil y adulto respectivamente, para ser implementados en lugares públicos, y que puedan informarse y causar la identificación con la ciudad.



ABSTARCT

EXPERIENTIAL GRAPHIC DESIGN (ENVIRONMENTAL GRAPHICS) AS AN ALTERNATIVE FOR THE DISSEMINATION OF CULTURAL CONTENT

Design of interactive panels about the history, customs and traditions of the city of Machala

ABSTRACT

The general knowledge that the inhabitants of the city of Machala have about its history and traditions is minimal, and this translates to the people's lack of identification with their city. For that reason, this project sought to contribute to this effect through the dissemination of cultural content on the city history and traditions in public spaces built through the theories of graphic design, experiential design, information design, literary genres, and timelines. The objective is to create and develop a system of information and interactive panels for public spaces of the city, aimed to young and adult audience containing cultural, historical and traditional information, where the design was done through a prior analysis of both audiences and users, who can obtain information in a versatile and dynamic way.

KEYWORDS:

History
Culture
Traditions
Interactive Panels
Machala
Public Spaces

Dis. Fabián Cordero

Luigi Zhunio Romero



Lourdes Crespo
Translated by,
Lic. Lourdes Crespo



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Difundir a través del diseño gráfico experiencial en espacios públicos la historia y cultura de la ciudad de Machala.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Diseñar un sistema de paneles interactivos para los espacios públicos regenerados en la ciudad de Machala.



INTRODUCCIÓN

La ciudad de Machala tiene gran cantidad de riqueza en su cultura, que ha trascendido a lo largo del tiempo y son muy importantes para la valorización de la misma. La historia y tradición de Machala forma parte de la cultura de cada individuo de la ciudad, y con el paso del tiempo nos hemos visto menos identificados con estos contenidos gracias a que damos pasos a otras culturas y hábitos, es por eso que se evidencia una clara falta de cultura e identificación; y esto nos conlleva a la necesidad de generar un producto que nos informe e identifique de manera innovadora los contenidos históricos y culturales de la ciudad.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria

Agradecimiento

Resumen

Abstract

Objetivos

Introducción

1. Contextualización

1.1. Problemática

1.2. Historia de Machala

1.3. Problemática de diseño

1.3.1. Diseño gráfico experiencial

1.3.1.1. Wayfinding

1.3.1.2. Diseño de la información

1.3.1.3. Espacios Arquitectónicos

1.3.1.4. Retail design

1.3.2. Diseño información

1.3.2.1. Evolución

1.3.2.2. Consideración el contenido

1.3.2.3. texto como imagen

1.3.2.4. Legibilidad y visibilidad

1.3.2.5. Jerarquía y maquetación

1.3.2.6. Retícula y filosofía del diseño

1.3.2.7. La retícula 3D

1.3.2.8. La ilustración en el sistema reticular

1.3.2.9. El color

1.3.2.10. Importancia de la tipografía

1.3.2.11. Las imágenes

1.3.2.12. Géneros literarios

1.3.3. Lenguaje y comunicación visual

1.3.3.1. Diseño de comunicación visual

1.3.3.2. Interdisciplina

1.3.3.3. Público

1.3.3.4. El diseñador y su responsabilidad

1.3.3.5. Indentificador de problemas

1.3.3.6. Significado y diseño

1.3.3.7. Lenguaje visual o verbal

1.3.3.8. Gramática visual

1.3.3.9. Acto comunicativo

1.3.4. Taxonimia de la información

1.3.5. Líneas de tiempo

1.4. Investigación de Campo

1.5. Homólogos

2. Planificación

2.1. Target

2.2. Persona design

2.3. Partidos de diseño

2.3.1. Forma

2.3.1.1. Formato

2.3.1.2. Imagen

2.3.1.3. Retícula

2.3.1.4. Estilo

2.3.1.5. Cromática

2.3.1.6. Tipografía

2.3.1.7. Espacio

2.3.2. Función

2.3.2.1. Informativa

2.3.2.2. Emotiva

2.3.2.3. Estética

2.3.2.4. Interactiva

2.3.3. Tecnología

2.3.3.1. Softwares

2.3.3.2. Materiales

3. Diseño

3.1. Lluvia de ideas

3.2. Idea final

3.3. Concepto

3.4. Sistema gráfico

3.5. Bocetos

3.6. Cromática

3.7. Tipografía

3.8. Digitalización

3.9. Diseño final

3.10. Ubicación y recorrido

4. Anexos

4.1. Historia y cultura de Machala

4.2. Encuestas

5. Conclusiones y recomendaciones

6. Bibliografía



ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1-2:

<https://segd.org/content/365-aiga-annual-design-exhibition>

Imagen 3-4

<https://segd.org/content/palmetto-health-children%E2%80%99s-hospital>

Imagen 5-6-7

<http://cruxcreative.com/portfolio-item/national-czech-slovak-museum-library/>

Imagen 8-9

<https://segd.org/content/two-times>

Imagen 10-11-12

<https://segd.org/content/forkchop-restaurant-0>

Imagen 13

Gutenberg, creador de la imprenta

Imagen 14-15

División de la retícula en espacio tridimensional / imagen obtenida de Brockmann Muller, J. (2012). Sistemas de Retículas pag 144 y 145

Imagen 16

Parque Central de Machala / <http://www.google.com.ec/imgres?imgurl=http://www.diariocorreo.com.ec/images/Parq.Juan%252520Montalvo2.jpg&imgrefurl=http://www.diariocorreo.com.ec/noticia.aspx?idNoticia%3D21327&h=506&w=800&tbnid=3iqEwGZIMoQPJM:&zoom=1&docid=xvwNWBfy-z4maM&hl=es-419&ei=c8aaVYeJ8G6ggStorSgBQ&tbm=isch&ved=0CCQQMygKMAo>

Imagen 17

Parque Lineal / <https://www.google.com.ec/search?q=ilustraciones&hl=es-419&biw=1459&bih=811&site=webhp&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=AcOaVa36MYjugwSWp4CADg&ved=0CBsQsAQ#hl=es-419&tbs-t%2Cislt:vga&tbm=isch&q=MACHALA&imgcr=>

Imagen 18-19

<http://cruxcreative.com/portfolio-item/generac-history-wall/>

Imagen 20-21-22

<https://segd.org/content/wall-discovery>

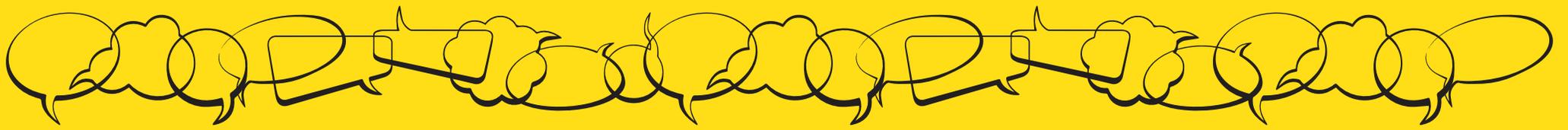
Imagen 23-24

<http://cruxcreative.com/portfolio-item/u-of-cincinnati-richard-e-lindner-center-athletic-museum/>



1. CONTEXTUALIZACIÓN |





1.1. POBLEMÁTICA

La ciudad de Machala está cada vez perdiendo su identidad, y esto se debe a que no hay información cultural, no se puede encontrar información propia de la ciudad, esta falta de conocimiento de la cultura de la ciudad por parte de las personas se debe también a que la ciudad misma ha pasado por una serie de transformaciones en su progreso, y a pesar de este progreso no se han realizado actividades para el rescate cultural.

De la misma manera no se toman iniciativas por parte de las autoridades, para informar sobre la cultura de Machala que se está perdiendo cada vez más; de la misma manera en las instituciones educativas no se imparte una asignatura que contribuya al rescate cultural.

En los últimos años la ciudad ha cambiado mucho en cuanto al paisaje urbano, debido al proceso regenerativo que ha tenido, y en este proceso la ciudad no ha rescatado su cultura. Sería lo más adecuado que en este proceso de progreso y regeneración de espacios, estas áreas sean aprovechadas para transmitir mensajes culturales, sería muy interesante aprovechar los espacios regenerados y en vías de regeneración para que así la sociedad tenga acceso a información sobre la historia y cultura de la ciudad.

Entonces se ve la necesidad de encontrar una solución que dé a conocer de una manera versátil y dinámica esta información cultural y valiosa para todos los machaleños

1.2. HISTORIA DE MACHALA

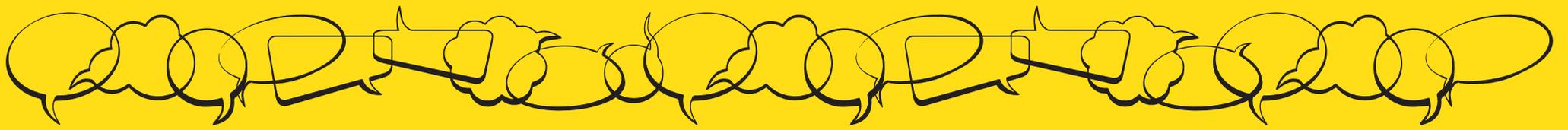
La ciudad de Machala, capital de la Provincia de El Oro con una población aproximada de 245.972 habitantes, en el 2010 fue declarada la quinta ciudad más importante del país y después de Guayaquil posee el segundo puerto más importante, la economía de Machala se basa en la producción agrícola y tiene un gran movimiento comercial siendo así un polo de la economía ecuatoriana; Machala es conocida como la capital bananera del mundo, debido a su gran exportación de banano desde Puerto Bolívar; cuenta también con un paisaje hermoso y la calidez de la gente.

Los contenidos a utilizar en este proyecto son recopilados de la historia de Machala, los acontecimientos más sobresalientes y que todo machaleño/a debería saber sobre su ciudad de la misma manera sobre la cultura y tradiciones de la misma.

Entre los temas más importantes tenemos: las generalidades que data sobre el primer hombre americano; los períodos prehistóricos; el Ecuador en el período precolombino; planteamiento de la Provincia, aspectos físicos de la ciudad, protohistoria de Machala, y Machala en el período republicano.

Es un recorrido de 455 de historia de la ciudad de Machala, demos un vistazo a como se encuentra la ciudad en estos días, Machala es una ciudad nueva con muchas áreas regeneradas de manera satisfactoria, la reconstrucción de la mayoría de los parques le dan un toque histórico y de actualidad al mismo tiempo convirtiendo a Machala en un destino turístico, como por ejemplo el parque Colón, el parque de los Picapiedras, la construcción de nuevos parques como lo son: el parque Lineal, el parque del Cangrejo, el proyecto vial de la ciudad permitió que se pueda transitar por la ciudad en casi su totalidad.

Para informarnos más del tema, encontraremos esta información más detallada en la sección de anexos.



1.3. Problemática de diseño

1.3.1. Diseño gráfico experiencial

“El diseño gráfico experiencial implica la orquestación de la tipografía, el color, las imágenes, la forma, la tecnología y, sobre todo, el contenido para crear ambientes que se comunican”. (Dixon Peter, 2008)

También conocido como diseño experiencial, o diseño del medio ambiente; a pesar del nombre, no implica el uso de la madre naturaleza (o el medio ambiente de la naturaleza) para diseñar. Es una actividad de diseño que combina un diseño de interiores, arquitectura, diseño industrial, diseño urbano y diseño gráfico. Diseño gráfico experiencial consiste en utilizar los espacios ya construidos y la comunicación para emitir con eficacia un mensaje al espectador o público. Los puntos de tráfico e información visual son muy importantes junto con los colores, también el branding para mejorar aún más el mensaje o historia.

El DGE Es un concepto nuevo que cada vez va tomando fuerza, en que los componentes principales se centran en el diseño de información y contenidos, pero con la diferencia que los soportes van más allá de la tradicional página o pantalla, se aplica en los ambientes construidos y se toma en cuenta el contexto en el cual se desenvuelve, considerando impactar en el usuario a través de la experiencia por él vivida. DGE es el punto en el que convergen el diseño de información y el diseño del entorno construido, pero siempre desde el concepto de la comunicación, por ello es una disciplina del diseño gráfico. (SEGD, 2013)

Hay cuatro categorías en las que el diseño gráfico experiencial se puede descomponer en:



Imagen 1



Imagen 2



1.3.1.1. Wayfinding

La forma fácil de descifrar el significado de lo que es wayfinding es pensando en el uso de la señalización para dar la ubicación de un lugar. Señalización Wayfinding se utiliza con frecuencia en los hospitales y centros de las ciudades. La mayor parte de la señalización wayfinding utiliza las flechas de navegación y da instrucciones sobre cómo llegar de un lugar a un destino.

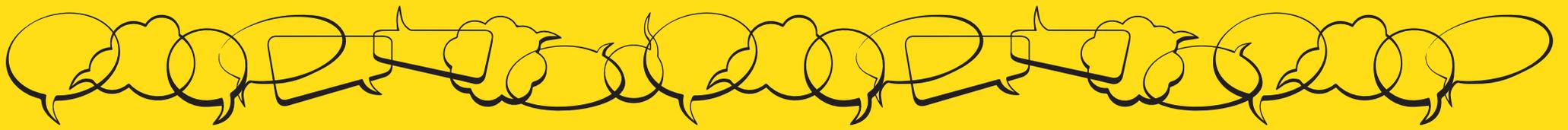
Wayfinding es la comunicación y organización de nuestra relación de movimiento con el espacio. El éxito, o no, de un diseño, se verá reflejado si las personas pueden determinar su ubicación dentro del entorno, si tienen claro y comprenden como llegar a su destino y si son capaces de desarrollar un plan que les llevará desde su ubicación hasta su destino. Cómo las personas se manejan por cualquier entorno, es muy interesante ver como las personas se manejan por lugares que son nuevos para ellos. Lugares en los que tenemos que ser capaces de encontrar el camino para llegar a nuestro destino. Son netamente lugares públicos. Lugares que deberían estar diseñados para evitar que nos perdamos en el camino. (CRUX Creative, 2015)



Imagen 3



Imagen 4



1.3.1.2. Diseño de la información

El uso de una planificación intuitiva, para que la información sea más fácil de entender y seguir. En el diseño gráfico experiencial esto se puede hacer mediante el uso de paneles, de flipbooks (aplicaciones interactivas de libros animados), tocar los interactivos de pantalla y muchas formas más singulares.

Hoy en día la vida está llena de compleja información y datos. Para obtener información que tiene impacto, que debe ser fácil de encontrar, fácil de usar, y al instante comprensible. En resumen, las necesidades de información deben ser comprensibles para todos a simple vista.

Algunos ejemplos del diseño de información:

- Cómo desplazarse en el sistema de transporte (mapas)
 - Tomar medicamentos en la dosis correcta y la hora del día (información sanitaria)
 - La elección de un producto de pensiones, hipoteca o de inversión (información financiera)
 - La comprensión de las facturas de servicios públicos, estados de cuenta bancarios y de tarjetas (lenguaje claro y tipografía)
 - Moviéndose a través de una exposición o espacio público (señalización y diseño)
 - Comprobación de la climatología, las elecciones deportivas y resultados (gráficos y datos gráficos).
- (CRUX Creative, 2015)



Imagen 5



Imagen 6



Imagen 7



1.3.1.3. Espacios Arquitectónicos

Los espacios de arquitectura son la base del diseño gráfico ambiental en piezas de museo. Los puntos de tráfico se tienen en alta consideración para garantizar el flujo de tráfico adecuado. Diseño de interiores, arquitectura del paisaje y diseño industrial a menudo entra en juego con esta etapa de explorar más allá y mejorar el potencial de un espacio.

Es un concepto y un modo de construir basado en la experiencia humana del ambiente ya construido. Hay que familiarizarse con los futuros transeúntes del lugar, con quienes se construye un diagnóstico y la identidad del usuario, para luego traducirlos en la proyección del espacio. Es una forma de humanizar el espacio, ponderando la necesidad del usuario por encima del objeto. (CRUX Creative, 2015)



Imagen 8



Imagen 9



1.3.1.4. Retail design

Se trata básicamente de diseñar tiendas al por menor y el objetivo es dejar una impresión inolvidable con sus clientes para que su experiencia será digno de otro viaje de vuelta. Branding, colores, pisos, accesorios, música, y las imágenes se utilizan a menudo para ayudar aún más a crear un ambiente para el cliente. (CRUX Creative, 2015)



Imagen 10



Imagen 11



Imagen 12

1.3.2. Diseño información

El diseño de información es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones como libros, revistas o periódicos. Se encarga de la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, teniendo en cuenta lo estético ligado al concepto que define a cada publicación. Se busca lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación.

El diseño de información va íntimamente ligado al diseño gráfico experiencial porque estamos hablando también de información, además el diseño editorial tiene las bases para el diseño de información, en cuanto a la manipulación de la información su distribución en la pieza o las piezas gráficas que se vayan a utilizar, la proporciones, tamaños, etc.

Un buen diseño de información nace de lograr una unidad armónica y comunicativa entre el interior, exterior y contenido del texto. Cuando se genera un diseño de información, se debe tener en cuenta los elementos básicos para producir un resultado impecable e impactante.

Un concepto que toma fuerza cada vez más es el diseño de infografías ya que también es diseño de información, por infografía entendemos que es la combinación de imágenes explicativas y fáciles de entender y textos con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión. De la misma manera este concepto se lo aplica en este proyecto ya que se transmite información mediante textos e imágenes, es decir, que el diseño gráfico experiencial combina teorías con el diseño de información para generar productos innovadores y de calidad. (Lakshmi Bhaskaran, 2006)



1.3.2.1. Evolución

Hoy en día el diseño de información ya no solo se aplica en el soportes tradicionales; en un inicio se comenzó escribiendo sobre pergaminos que eran duraderos, pasando luego al papel y eso es gracias Gutenberg con la creación de la imprenta, esto dio paso a una explosión de información en la antigua Europa, y rápidamente las imprentas proliferaron en el viejo continente, el primer formato se llamó pliego suelto, que era una hoja de gran tamaño en donde se hacían publicaciones religiosas, hasta que se convirtió en el precursor del periódico actual; Todo este proceso era de forma manual hasta la revolución industrial, que fue cuando ya intervino la máquina, es decir se mecanizó el proceso de impresión. (Lakshmi Bhaskaran, 2006)

Luego de que la revolución industrial interviniera mecanizando el proceso de impresión y brindando grandes avances al diseño de información, se vio opacada por la denominada era digital, las publicaciones digitales son más baratas que las impresas, pero no es lo mismo mirar a una pantalla, que nuestro tacto o nuestras manos toquen un libro.

Ahora el diseño de información no solo se lo puede aplicar en los tradicionales papeles, fabricando libros, cuentos, revistas, periódicos o en las pantallas digitales y aplicaciones. Ahora el diseño de información se lo puede plasmar en distintos soportes como lo son los paneles interactivos, este tema está tomando cada vez más fuerza ya que intervienen el diseño de información, un término nuevo como lo es el diseño gráfico experiencial, y lo que lo diferencia de los otros soportes es que son los espacios o entornos construidos, estos entornos nos dan muchas posibilidades para transmitir información de diferentes contenidos. La aplicación es totalmente tridimensional, el aspecto inmersivo es que a pesar de que los soportes están en el entorno los espectadores están dentro gracias al manejo y diseño de información,; todo esto da como resultado una experiencia interactiva.

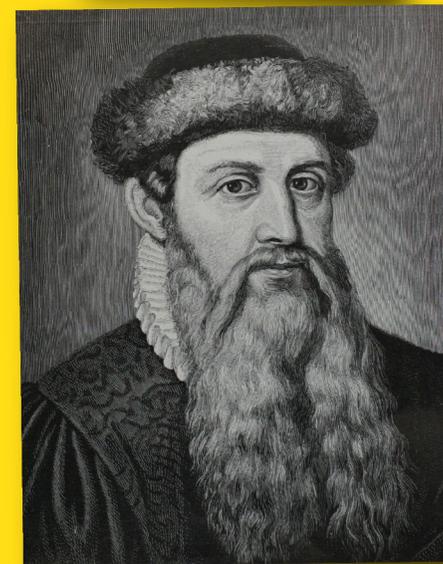
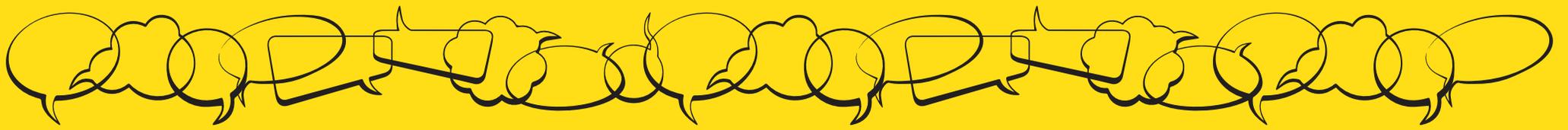


Imagen 13- Gutemmberg





1.3.2.2. Consideración el contenido

El manejo del color en las publicaciones, las imágenes, todo esto es dependiendo el tipo de producto editorial que se vaya hacer porque no es lo mismo hacer un catálogo, que una novela, el catálogo se regirá por imágenes y la novela por solo texto. En este caso el contenido es histórico y cultural por lo que se combina el texto y las imágenes como principales elementos gráficos.

1.3.2.3. Texto como imagen

Esto es en cuanto al tratamiento tipográfico, se lo debe hacer con tal fuerza que todo el cuerpo del texto se pueda convertir en una imagen, sería más bien una tipografía ilustrativa y funcionaria de manera más efectiva y económica.

1.3.2.4. Legibilidad y visibilidad

Este es un debate que se maneja constantemente, definamos cada termino en cuanto al diseño editorial. Legibilidad es la rapidez con la que se lee el texto y visibilidad es el carácter que se proyecta. Estas pueden verse afectadas por el tamaño de la fuente, por el mal uso del color y en especial la visibilidad.

1.3.2.5. Jerarquía y maquetación

El diseño gráfico trata sobre el proceso de la gestión de la información visual, y la maquetación es una de las numerosas herramientas que posee, es lo que hace que el diseñador guie al lector por los diferentes contenidos, todo esto hace referencia a la ubicación de los mismos contenidos. La jerarquía es la ubicación de los contenidos en el sentido de impacto e importancia, lo que tiene mayor importancia hacia lo de menor importancia, con esto se genera un jerarquía visual, un jerarquía coherente les va a facilitar encontrar los contenidos de mayor importancia. (Lakshmi Bhaskaran, 2006)





1.3.2.6. Retícula y filosofía del diseño

La retícula es una de las herramientas más importantes que tiene el diseño de información, ya que el hacer un buen uso de la misma ahorra mucho trabajo posterior y por ende tiempo. La función de la retícula es para ubicar y organizar los elementos dentro de un mismo diseño, de la misma manera la retícula le brinda flexibilidad al diseño, en gran medida el diseño de las mismas depende del diseñador y del diseño, muchas veces es necesario romper las retículas ya establecidas para dar originalidad a los diseños.

Una buena construcción del diseño puede influir el nivel de gusto de las personas y el modo que estas perciben los formas y colores.

1.3.2.7. La retícula 3D

Resulta de gran ayuda en el diseño de composiciones tridimensionales; como en la retícula bidimensional, el tamaño de los campos reticulares depende: del tamaño del espacio; de la cantidad de elementos informativos (textos, gráficos) que vayan a colocarse; del tamaño y número de los productos que vayan a presentarse y por último el mobiliario que se va a utilizar. Ya en temas de tridimensionalidad pueden aparecer algunos problemas como por ejemplo la iluminación, la circulación de las personas en el espacio; para esto el diseñador debe estar muy atento a una serie de condiciones para lograr la satisfacción de los lectores, como por ejemplo:

- Estudio de los hábitos de los visitantes, como recorren el lugar.
- Estudio del desplazamiento de los visitantes, direccionalidad.
- Estudios de iluminación.
- Estudio de la distancia máxima de lectura.
- Estudios de problemas técnicos.
- En cuanto a la división reticular tridimensional de un espacio consta del suelo, de las cuatro paredes y el techo.
- Las cuatro paredes internas en la división tridimensional deberían ser el lugar de ingreso, pavimento, iluminación, textos e ilustraciones. En los textos hay que ser cuidadosos en cuanto a la altura para que no sea difícil la lectura, para que el espectador no se vea obligado a inclinar la cabeza para leer.

(Josef Müller-Brockmann, 2012)

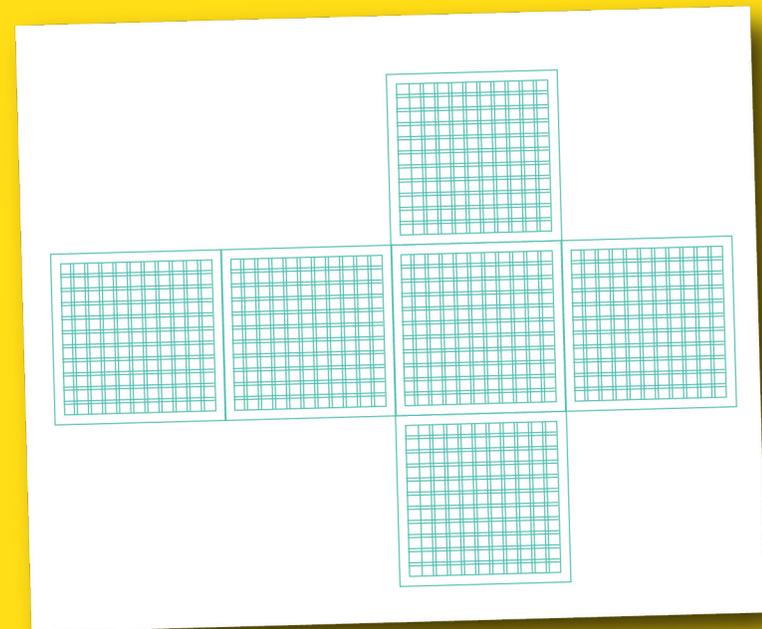


Imagen 14- División de retícula en espacio tridimensional

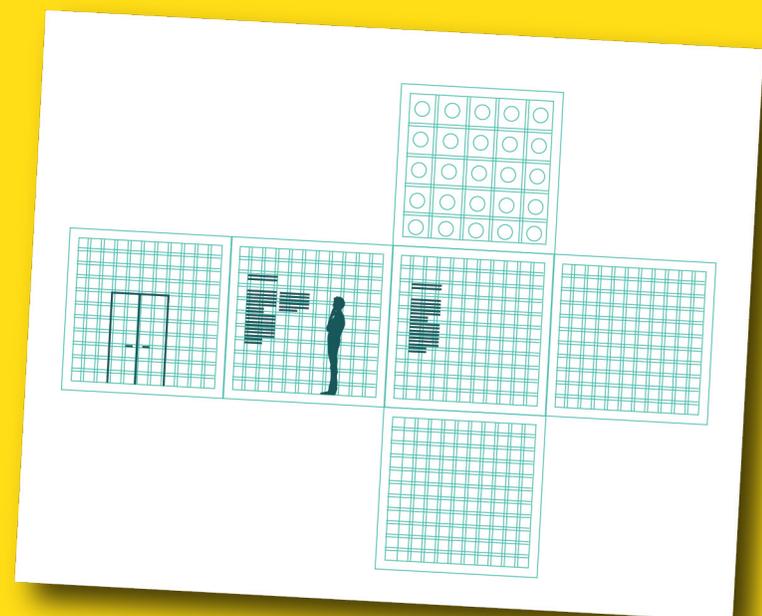
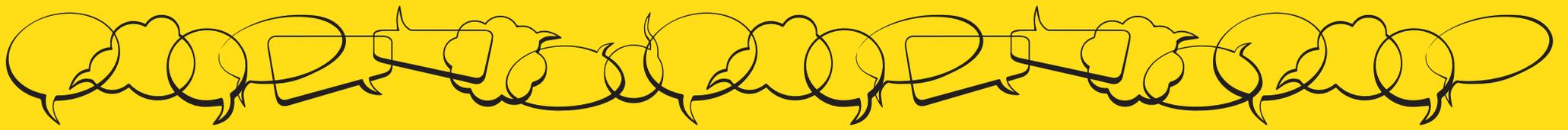


Imagen 15- División de retícula en espacio tridimensional, pensando en altura, texto e iluminación



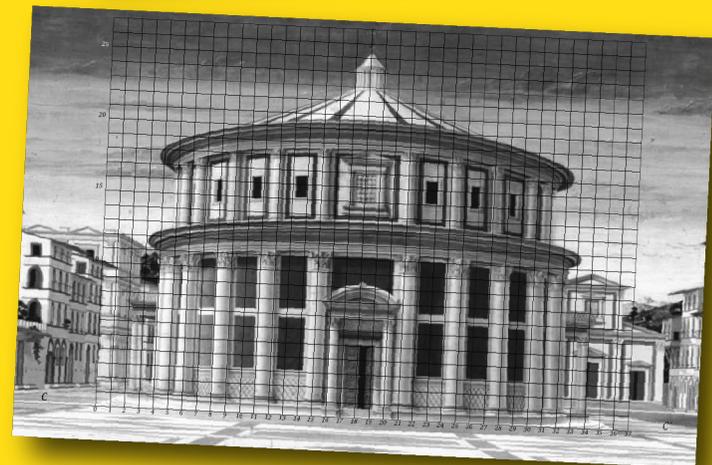
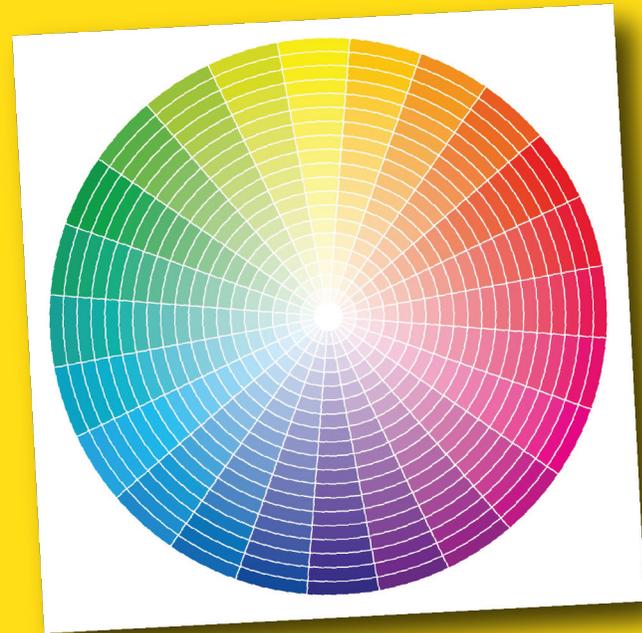
1.3.2.8. La ilustración en el sistema reticular

Las ilustraciones tanto como los dibujos también deben ajustarse al sistema reticular, en caso de trabajar con ilustraciones que no tengan delimitación rectangular hay que colocarlas de tal manera que el fondo corresponda a un campo reticular, la correcta ubicación de la ilustración en el campo reticular dará mayor fuerza a la organización del diseño.

1.3.2.9. El color

Los seres humanos reaccionamos al color desde muy pequeños, por lo tanto los colores tienen diversos significados y se los asocia a diferentes emociones; las familias son los colores cálidos y los fríos, pero al mismo tiempo los colores pueden variar su significado según el contexto y cultura. (Lakshmi Bhaskaran, 2006)

En cuanto al color tenemos también materiales con mucha versatilidad como lo son los vinilos adhesivos, ya que se los encuentra en una extensa gama de igual manera en colores fríos y cálidos para la diferenciación y generar mayor atención en el producto.





1.3.2.10. Importancia de la tipografía

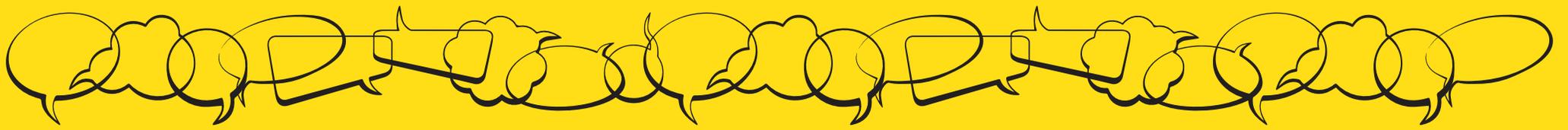
Netamente es que a las ideas escritas se les da una forma visual, ya que los tipos de fuente tienen personalidad propia, algunos tipos de fuente son relajados, formales, de autoridad, emocionales, los mismos tipos de fuente también generan jerarquía en las publicaciones o en los diseños, esto se consigue por los diferentes tipos de fuentes y sus características en cuanto a tamaño, forma y grosor. No es recomendable elegir muchas tipografías, ya que esto suele producir desorden y dificultar la lectura. Hay que seleccionar una o dos teniendo en cuenta el mayor grado de legibilidad tipográfica, y trabajar con sus variantes (cuerpo, color, inclinación, etc.). La elección también variará según la extensión del texto. Si se trata de un texto largo, los caracteres serían abiertos, proporcionados y regulares. En caso de querer emplear una tipografía decorativa, ésta deberá usarse en poca cantidad de texto como títulos por ejemplo, ya que posee menos legibilidad; también habrá que considerar que vaya con el estilo de la publicación.

1.3.2.11. Las imágenes

La imagen le da identidad visual a los mensajes y las publicaciones, desempeñan un papel integral, es primordial para conducir un texto, para el uso de las mismas se recae nuevamente en el público conocer todo acerca del target objetivo, la imagen en el tema del diseño tiene en la mayoría de los casos muy poco tiempo para ser vista, y el diseñador no puede cometer errores en este punto, es decir que se comunique mal el mensaje. Otros factores que también hay que tomar en cuenta son la resolución, en que si va a ser digital o impresa. El tipo de imagen más popular usado son las fotografías.

(Lakshmi Bhaskaran, 2006)





1.3.2.12. Géneros literarios

Se denomina género literario a cada una de las clases en que se dividen los textos literarios. Cada género literario comprende, a su vez, otros subgéneros literarios. Los géneros literarios por lo general se clasifican en:

Género lírico: Se expresan sentimientos y para ello, emplea generalmente el verso.

Género narrativo: Se utiliza para presentar historias realizadas por personajes que pueden intervenir mediante el diálogo. El narrador cuenta la historia y para ello puede utilizar distintas formas de elocución, esto es, la narración, la descripción, la exposición o la argumentación.

Género dramático: Es aquél destinado a ser representado ante unos espectadores, siguiendo las indicaciones sobre vestuario, gestos, movimientos, etc. que contienen argumentos del texto teatral.

Subdivisión de género narrativo:

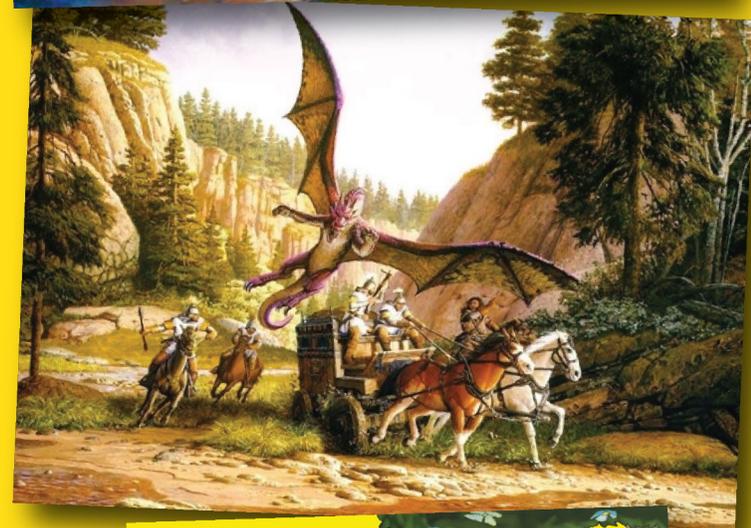
Cuento: narración breve con pocos personajes y con el tiempo y espacio escasamente desarrollados.

Novela: narración más extensa y compleja en donde aparece una trama complicada o intensa, personajes sólidamente trazados, ambientes descritos con mucho detalle, con lo que se crea un mundo imaginario.

Poema épico: Relata las hazañas heroicas con el objetivo de glorificar a una patria

Cantar de gesta: Poema escrito para glorificar a un héroe

Romance: Poema épico-lírico usado para narrar hazañas o hechos de armas.





1.3.3. Lenguaje y comunicación visual

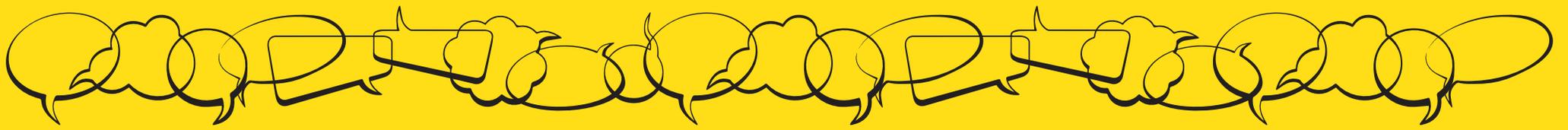
Se trata sobre la toma de decisiones involucradas en la construcción de mensajes, y se encuentran ubicadas entre 2 tipos de realidades: entre la realidad en la que se encuentra la gente y entre la realidad deseada luego de que la gente interactúe con los mensajes. Una vez en este punto es importante problematizar el aspecto de las comunicaciones visuales. Es decir en primer punto lo que el diseño debe hacer, y segundo lo que el diseño debe ser.

1.3.3.1. Diseño de comunicación visual

“Es por eso que las comunicaciones no pueden dejar pasar por alto las características del grupo seleccionado al cual se van a dirigir. El hecho que la comunicación visual y el diseño no vayan de la mano genera que los diseñadores en su práctica se concentren en la búsqueda de un estilo, el cual es dictado por las tendencias y la moda, transformando la práctica de diseñar en una autoexpresión y placer estético.” (Frascara Jorge. 2000)

Cuando se crean mensajes para el público, deben ser percibidos por el público, cuando se quiere lograr que el público cambie de conducta, no se debe prohibir la conducta anterior, lo ideal es generar un valor de cambio, para que el público lo perciba de esa manera y se proceda a la sustitución de conducta. Todo esto se resume a que se debe hacer un estudio cuidando del público al cual no vamos a dirigir.





1.3.3.2. Interdisciplina

Este punto la interdisciplina se la evidencia en la interacción del diseño gráfico con las otras disciplinas como la comunicación, el diseño de interiores, el diseño urbanístico, la arquitectura, etc.

El diseñador como identificador de problemas y como solucionador de los mismos, necesita apoyarse en otras disciplinas educativas en gran medida según como sea la aplicación del diseño. Deberá apoyarse en disciplinas como:

Sociología: porque se debe unir o contextualizar al diseño con la realidad social, y los métodos de investigación que posee. Es de gran importancia saber el contexto social en donde tendrá protagonismo el proyecto para poder exponerlo de la mejor manera posible.

Psicología: por la comprensión del pensamiento, comportamiento y sentimientos en momentos de la vida, en cuanto al público potencial y real analizar de manera que nos permita continuar o redireccionar un enfoque.

Antropología: porque es necesario comprender las ideas de cultura y diversidad cultural, de esta manera los diseñadores se enfrentan con valores distintos a los de ellos. Indispensable al hablar de términos históricos y culturales.

Marketing: Desde hace ya un tiempo ha sido una herramienta fundamental para el entendimiento de las conductas, y se ha visto reflejado en lo que es el marketing social, en las campañas que buscan el bien común, ya que el diseñar es una actividad intelectual, cultural y social.

Además al hablar de interdisciplina también hay que tener en cuenta el producto, y el proceso que conlleva, en nuestro caso con los gestores y las autoridades pertinentes para proveer los contenidos adecuados en los distintos ambientes y escenarios.

(Alba Ferrer F., David Gómez F., 2013)

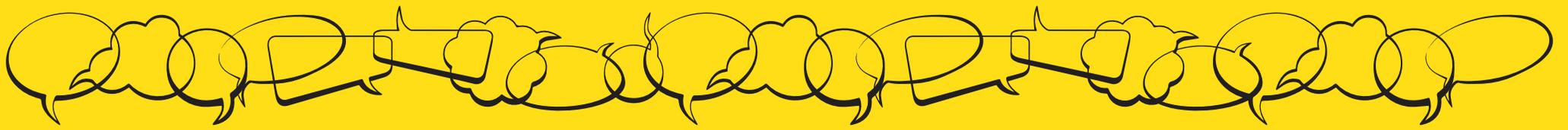




1.3.3.3. Público

Al hablar de criterios geográficos, demográficos, y áreas físicas, son criterios que dividen al mercado y se ve reflejado en las distintas segmentaciones del mismo; entonces para lograr una buena comunicación el público debe ser: sustancial sobre todo cuando se usan medios de comunicación de masas o espacios públicos. El público debe ser alcanzable porque una vez que se sabe a qué grupo nos dirigimos debemos seleccionar los medios adecuados para que el grupo seleccionado sea alcanzado y que nuestro mensaje sea compatible. El público debe ser reactivo para que se logre un cambio en sus conocimientos, actitudes y conductas en relación con lo que se está comunicando y en la dirección correcta. El público debe ser medible para verificar si realmente ha sido afectado por el mensaje, y generar una retroalimentación de manera que las comunicaciones puedan ser mejoradas para que su eficacia sea mayor. (Frascara Jorge, 2000)





1.3.3.4. El diseñador y su responsabilidad

Responsabilidad profesional: es netamente la responsabilidad frente al cliente y al público para poder crear un mensaje detectable, atractivo y convincente. Es decir que este bajo la estética y la detección, toda la información ponerla a disposición del público, eso es responsabilidad profesional. En cuanto a lo atractivo, es decir prestando verdadera atención al público. El mensaje debe ser comprensible porque lo que rodea al mundo lo percibimos para entenderlo y eso es lo que necesitamos, y convincente para ser persuasivo, que convenza que el mensaje vale la pena y que se sientan parte de un contexto que de credibilidad.

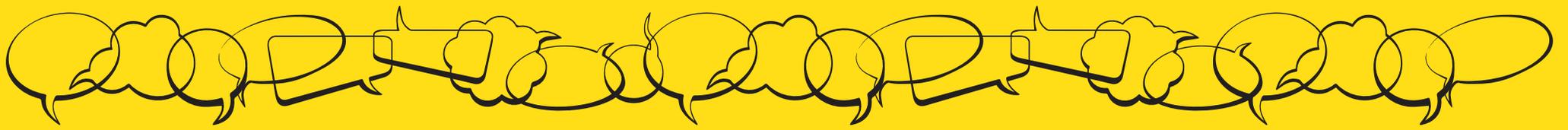
Responsabilidad ética: es tener claro quién es el receptor, como persona y como parte fundamental de la comunicación, es decir que se debe usar el lenguaje del público, porque la gente reacciona a lo que ya comprende, de caso contrario sería difícil la comunicación. En pocas palabras comunicar con el público, no para el público.

Responsabilidad social: Reconocer en las situaciones sociales en las que se trabaja, para generar grupos de apoyo y de nueva investigación y esto llevara a que se lleven proyectos socialmente importantes.

Responsabilidad Cultural: El diseño gráfico es una manera general de entrar en el debate cultural que se vive a diario en la sociedad, aquí también entra la responsabilidad de que se debe comunicar mensajes que informen y que cambien el conocimiento de las personas. Esto es a diario ya que vivimos en un mundo que nos rodean muchos signos de información.

(Frascara Jorge, 2000)





1.3.3.5. Identificador de problemas

Son los llamados a identificar los problemas visuales que pueden hacer una gran contribución a los problemas de la sociedad, al final de cada proyecto se debe proceder a la evaluación, con un alto grado de crítica para que sea verdaderamente eficaz. La comunicación debe ser llevada a cabo con una profunda alimentación de la cultura de los distintos lugares porque la solución de un problema visual no puede ser diseñar unas piezas gráficas... va mucho más allá.

1.3.3.6. Significado y diseño

Toda interpretación demanda la búsqueda de un significado, y por ende una hipótesis también, se crea un grupo de estímulos y posterior se crea un significado. La comunicación visual está básicamente centrada en las acciones de las personas y no en las formas visuales, la comunicación visual trabaja de la mano con el marketing ya que ambos reducen problemas sociales, el análisis conjunto de estas permite un resultado eficaz, definir claramente el público es indispensable, así mismo la evaluación debe ser parte integral del proceso de diseño.

1.3.3.7. Lenguaje visual o verbal

Si hacemos una comparación las imágenes son unidades de representación del lenguaje visual, como las palabras al lenguaje escrito. El lenguaje visual se lo aprende también de manera intuitiva porque es más fácil leer imágenes que texto. (Alba Ferrer F., David Gómez F., 2013)





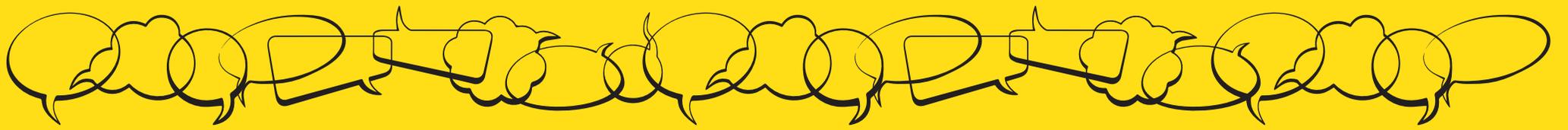
1.3.3.8. Gramática visual

El traslado del lenguaje verbal al lenguaje visual es una actividad complicada, ya que la existencia del lenguaje visual tiene su propia gramática lo cual es de mucha utilidad, que permite analizar y experimentar mejor con los elementos que intervienen en la comunicación y en la expresión gráfica.

1.3.3.9. Acto comunicativo

Tiene un carácter comunicativo común, en la comunicación lo más importante no es el mensaje en sí, sino que el emisor y receptor compartan el mismo código para que el mensaje se lo comprenda en su totalidad.
(Alba Ferrer F., David Gómez F., 2013)





1.3.4. Taxonomía de la información

Sus inicios se dieron en los años 50 por Benjamín Bloom, pero en el año 2000 sufrió unas modificaciones, y de igual manera hasta nuestros días han ocurrido algunos cambios que hay que tener en cuenta.

Tanto la taxonomía original, como la taxonomía revisada se centran en el dominio cognitivo, que es procesar la información, conocimiento y habilidades mentales. Tiene su origen en un vocablo griego que significa “ordenación”. Se trata de la ciencia de la clasificación que se aplica para la ordenación sistemática de los contenidos o información. (Lorin Anderson y David R. Krathwohl, 2001)

La Taxonomía de Bloom o Taxonomía de objetivos de la educación es una clasificación de los objetivos de una acción educativa y sirven como punto de partida para el diseño de objetivos de aprendizaje. Recibe este nombre debido al psicólogo educativo Benjamin Bloom.

Los objetivos se clasifican en función de la dimensión a la que corresponden:

En el dominio cognitivo se distinguen 6 niveles: conocimiento, comprensión, aplicación, análisis, síntesis y evaluación.

En el dominio afectivo, se consideran los siguientes niveles: recepción, respuesta, valoración, organización y caracterización.

En el dominio psicomotor se establecen los siguientes niveles: percepción, disposición, mecanismo, respuesta compleja, adaptación y creación.



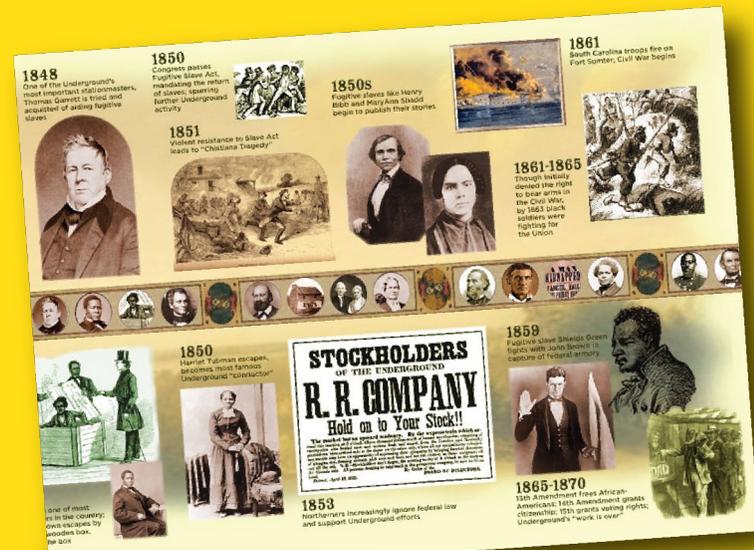
1.3.5. Líneas de tiempo

Para poder respresentar el tiempo se lo puede hacer de diferentes maneras (lineal, espiral, cíclica o incluso caótica), la organización en líneas de tiempo muestra un tipo de relación entre sucesos. Mediante las líneas de tiempo se puede contar una historia.

Nos brindan estructura facilitando a los lectores la ubicación de sucesos, acontecimientos, procesos, etc, de manera continua. Suelen ser sumamente sencillas, como secuencia de algunos cuantos eventos. Las líneas de tiempo permiten el manejo de información e imágenes de forma creativa, dando como resultado la representación gráfica de los procesos históricos.

Pasos a tener en cuenta:

- Establecer el período de tiempo total
- Definir la fecha de inicio
- Definir la fecha de finalización
- Establecer la duración necesaria
- Determinar el estilo de la línea deseada
- Introducir las fechas más significativas
- Las fechas deben ser secuenciales
- Los textos deben ser claros y concisos
- Los hechos deben ser fácilmente localizados
- La línea de tiempo debe verse como una foto





1.4. Investigación de Campo

Parque Central

Al momento de realizar la observación y las encuestas en parque Central a una muestra de 10 personas, los resultados que se obtuvieron fueron que 4 de las 10 personas (personas de edad avanzada) tenían un conocimiento aceptable de la Ciudad de Machala, es decir sabían datos, acontecimientos, fechas y recuerdos importantes de la ciudad, mientras que el grupo restante solo datos muy básicos. Sin embargo todos estuvieron de acuerdo a que se aproveche el espacio y la afluencia de personas para poder contar las historia de la ciudad.

Parque lineal

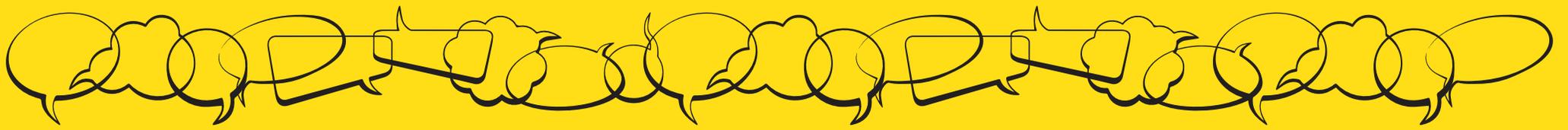
Al momento de la observación y realizar las encuestas en el parque Lineal a una muestra de 10 niños entre los 8 y 14 años, los resultados que se obtuvieron fueron preocupantes ya que en todos los casos no sabían nada de la ciudad, tanto así que 2 de los encuestados les costó recordar el nombre de la ciudad, En cuanto a que si estarían de acuerdo a un punto de información en el parque sobre la ciudad supieron decir que están de acuerdo y participarían de él si es un método innovador y que les divierta.



Imagen 16- Parque Central



Imagen 17- Parque Lineal



1.5. Homólogos

Generac history wall

La empresa CRUX, trabajo en la creación de un muro 3D histórico para Generac, empresa líder en servicios energéticos (Wisconsin). Es un mural o pared 3D, que cuenta con una estructura de aluminio entrelazados, sobre los cuales descansan los gráficos interactivos y la información, la misma se presenta en una línea de tiempo. Son paneles impresos y colocados en la estructura para mostrar la historia con profundidad y detalle.

Forma, función y tecnología

En cuanto al análisis de la triada del diseño se evidencia que la forma es netamente geométrica, predominan las líneas rectas en todo el producto, los colores principales son el gris y el naranja, una estructura sólida de aluminio con unos pequeños paneles que contienen la información de la historia de la compañía para que los usuarios se informen.

Lo interesante de este proyecto es que a pesar de tener una irregularidad en su forma se nota claramente la fluidez al momento de leer y dar seguimiento a la información y en ningún momento hay confusión.



Imagen 18



Imagen 19



Wall of discovery

Proyecto multidimensional para la Universidad de Minnesota, denominado el muro de los descubrimientos con aproximadamente 81m iluminados, en donde paneles de vidrio grabado muestran historias de mentes brillantes, a través de una serie de notas, bocetos, diagramas, dibujos, etc. EL objetivo fue inspirar a los espectadores, y alumnos que si se proponen podrían aparecer en el muro de los descubrimientos.

Forma, función y tecnología

En cuanto al análisis de la triada del diseño lo funcional es informar, mostrar los apuntes de los estudiantes y maestros mas sobresalientes que han pasado por la universidad a lo largo de la historia; se utilizó vidrio principalmente en estos paneles sobre los cuales fueron grabados dichos apuntes, son rectangulares bordeando las calles de la universidad.

En este proyecto se evidencia claramente el manejo y la organización de la información, a pesar de que son apuntes y notas, estan organizados de tal manera que los lectores no se confunden y comprenden toda la información gracias a una buena diagración y manejo de información.

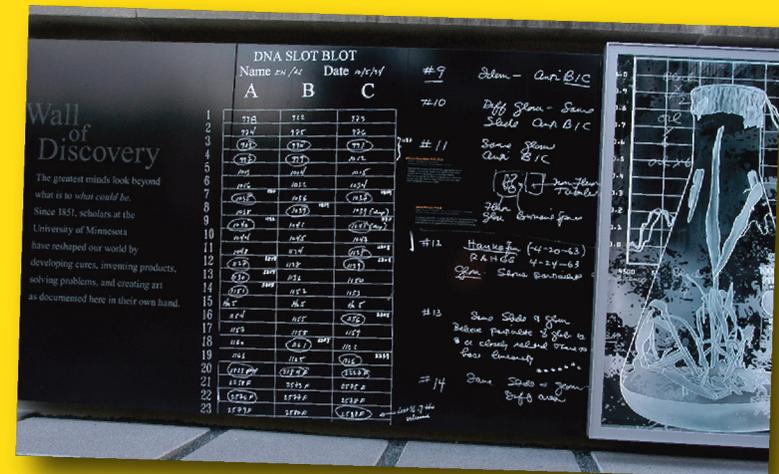


Imagen 20



Imagen 21

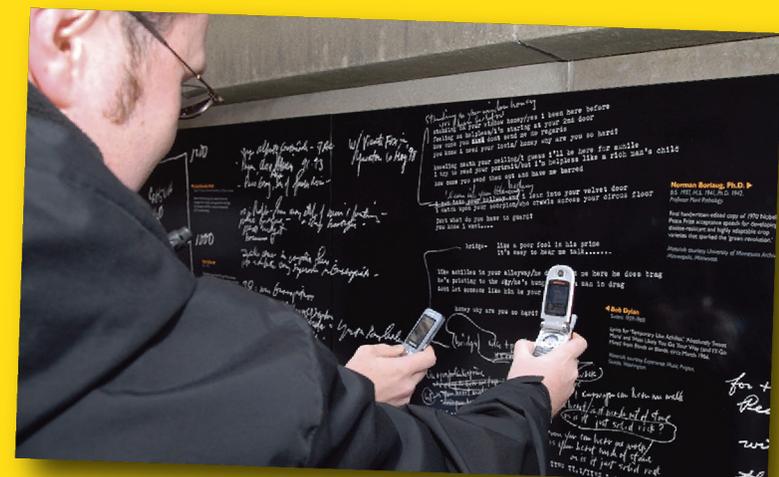


Imagen 22



Athletic Museum

Son 5 pisos de aplicación del diseño experiencial en el museo de la Universidad de Cincinnati, famosa a nivel mundial por sus logros y programas de atletismo, que es lo que se plasmó en los muros fueron gráficos e igual en las pantallas de video. Todos los elementos fueron conceptualizados y luego impresos para hacerlos una realidad en paneles de cristal, un estudio sobre la sensibilidad del color. Esto fue realizado por CRUX y los arquitectos Xibitz y Perkins.

Forma, función y tecnología

En cuanto a la triada del diseño: forma función y tecnología hace un énfasis en la forma y función ya que desde cualquiera de los 5 pisos es evidente y se observa claramente el diseño experiencial, el manejo del color causa un impacto único que es imposible no verlo, en cada piso se plasma la historia de la universidad y sus programas de atletismo con videos y fotografías de sus logros y estrellas.

En este proyecto se destaca claramente el manejo del entorno, es decir de los pisos del edificio como son utilizados para transmitir la información y el color juega un papel fundamental generando atracción a los visitantes y estudiantes. Se aprovecha en su totalidad el espacio y es evidente un excelente manejo de información y organización.



Imagen 23



Imagen 24



Conclusiones

Luego de haber analizado una gran cantidad de información se ha llegado a la conclusión que las teorías más aptas para contribuir en este proyecto de historia y cultura son las del diseño gráfico y su análisis de forma, función y tecnología lo que nos permite evaluar que los productos cumplan todos los requerimientos y necesidades de los distintos públicos; de la misma manera el diseño de información que se encarga de manejar los contenidos y de su organización y distribución; las líneas de tiempo para presentar la información de una manera dinámica y versátil logrando que el informarse no sea una actividad de aburrimiento; todas estas teorías dan paso a la siguiente etapa del proyecto, planificar en miras de un producto de calidad.



2.1. Target

Target 1 (público adulto 25 a 30 años – Parque Central)

Esta edad fue seleccionada ya que es la que necesita saber sobre la historia y la cultura de la ciudad de Machala, ya que la generación a partir de las 50 años en adelante ya tienen conocimientos de la historia y cultura de la ciudad; la brecha es amplia ya que tenemos desde los 25 a los 50 años, pero para este de proyecto me centraré en el rango de 25 a 50 años (datos obtenidos en el trabajo de campo).

Este tipo de personas son de segundo y tercer nivel de educación, dedicados en su mayoría a trabajar, ya sean como empleados o empleadores con dificultad de tiempo, llevan una rutina muy agitada y por lo general trabajan bajo presión y se encuentran la mayoría casados. Todos estos de la ciudad de Machala de nivel de educación secundario o tercer nivel sin distinción de sexo y de un nivel socioeconómico medio y medio alto.

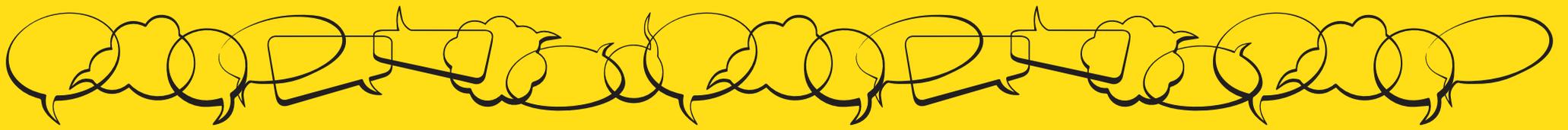


Target 2 (público infantil 8 a 11 años – Parque Lineal)

Esta edad fue seleccionada ya que es la edad en la que tanto los niños como las niñas gozán de una lectura fluida, también porque hasta los 11 años de edad se termina la primaria y además es la edad límite que es permitido subir a los juegos.

Estos niños tienen características como son; muy activos, de gran desgaste físico de muchas instituciones privadas o públicas en aprendizaje y perfeccionamiento de escritura y lectura, la mayoría creativos y comunicativos.





2.2. Persona design

Ginger Romero - 29 años

Ginger es una mujer de 29 años de edad, se desenvuelve en lo que es el Marketing ya que es una profesional en esta disciplina, es madre de dos hijos, lleva una buena comunicación con sus hijos y esposo, como padres ambos son profesionales, y sus hijos se encuentran en una institución educativa privada, su sueldo junto al de su esposo les permite vivir de manera cómoda, es decir que su estrato social es de la mitad hacia arriba. Le dedica también varias horas a la semana a la práctica del corssfit. Su oficina se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Machala. Al igual que ella hay demasiadas personas que se encuentran cerca o en calles aledañas al parque Central. Ella dice que alrededor del día cruza por el parque en sentido vertical y diagonal aproximadamente unas 6 veces. Muchas de las veces a sus hijos les mandan deberes de la escuela sobre la ciudad y ella ya que no posee un conocimiento aceptable sobre la misma, tiene que recurrir al internet o las típicas láminas educativas para informarse sobre la ciudad y ayudar a sus hijos con las tareas. Además por los distintos lugares que ella camina no existe información que le comunique o le haga sentir identificada con la ciudad. Le gusta estar a la vanguardia de las cosas en cuanto a tecnología y moda y estas las combina con su carrera, le atraen las cosas simples, dice que menos es más, disfruta además de la lectura siempre y cuando sea concisa.





Michael Terán - 9 años

Michael es un niño de 9 años de edad que estudia en el Colegio Militar “Héroes del 41”, en su escuela es más conocido como “miki maiki”. Desde muy pequeño se destacó en el deporte, en especial el fútbol y en los videojuegos, sobresale de los demás niños en cuanto a la tecnología ya que el padrastro que es Ing. Informático y es propietario de un negocio de tecnología y Michael pasa allí muchas horas a la semana y se ha familiarizado con los diferentes artefactos y ordenadores desarrollando un gusto particular por la tecnología. La vida cotidiana de este niño combina la tecnología, estudio, y deportes. Es muy hiperactivo y creativo, con facilidad resuelve situaciones con destrezas y compañerismo, en su grupo se sabe que es líder, en la escuela se dice que es muy hábil con los rompecabezas y juego psicomotrices, con una fascinación hacia los libros de colores y la lectura. Le es difícil sentirse identificado con la ciudad o tener conocimientos sobre ella ya que en su escuela no imparten este tema, y cuando le mandan deberes como pintar la bandera o el escudo tiene que recurrir a un adulto o su madre que le ayude. Comparte mucho tiempo en familia, en especial con su hermano, madre y abuelos, quienes son los que llevan a Michael al parque Lineal de la Ciudad de Machala, en el transcurso de la semana (Lunes a Viernes) Michael visita el parque lineal mínimo en dos ocasiones por las noches, aunque suelen ser más. Los fines de semana también lo visita pero en la tarde los días sábado en compañía de su madre en donde permanecen por lo general unas 4 horas en la zona de juegos.





2.3. Partidos de diseño

Una vez analizado el primer capítulo sobre lo que es contextualización, en donde se vio que la problemática es el desconocimiento cultural por parte de la ciudadanía de la de Machala, por distintos motivos como lo son la falta de difusión histórica y cultural de la ciudad, mala gestión de las autoridades en el sentido de oportunidad de aprovechar los espacios urbanos regenerados para la transmisión de información a los distintos públicos. A partir de esto se empezó a conceptualizar el diseño en base al diseño gráfico experiencial como alternativa para la difusión de medios culturales, esto se llevará a cabo mediante la correcta aplicación de los conceptos y teorías sobre el mismo diseño gráfico experiencial, diseño de información, lenguaje y comunicación visual, etc. las cuales serán aterrizadas sobre la triada de la forma función y tecnología para obtener como resultado un producto que cumpla con todos los requerimientos del caso y que logre la función de informar y de indentificación con la ciudad por parte de los públicos ya analizados, es decir el target.





2.3.1. Forma

2.3.1.1. Formato

La forma de nuestro producto será una abstracción de las formas geométricas básicas: cuadrado, círculo, triángulo, se logrará una forma exclusiva que contribuya a la optimización de materiales, que permita un manejo adecuado de la información y el resto de elementos para que realmente logre captar la atención de los transeúntes, tanto los adultos en el parque central y los niños en el parque lineal.

2.3.1.2. Imagen

Se utilizará la imagen enfocada al público adulto e infantil, para mostrar los contenidos históricos y culturales para apoyar al texto y complementar el entendimiento.

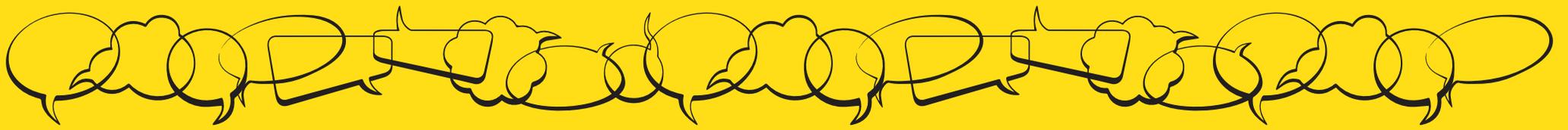
2.3.1.3. Retícula

La composición será organizada y distribuida mediante la retícula 3D, que nos permitirá organizar pensando en el espacio, en la circulación de los adultos y los niños, en la altura que permitirá una lectura cómoda, etc. Se colocarán elementos que actuarán como puntos de mayor atracción o puntos focales para generar más impacto, se le dará más impacto a las imágenes y al texto. En este punto de la retícula se hará uso pensando en el ambiente, en el espacio, en el entorno ya construido para determinar la ubicación del producto a partir del análisis de los públicos y las condiciones climáticas.

2.3.1.4. Estilo

El estilo que predominara en los paneles será el estilo narrativo, ya que contaremos una historia, con objetivo de transmitir y glorificar a una patria por este motivo dentro del estilo narrativo será más específico en utilizar el poema épico. El poema épico se lo verá reflejado en el texto a utilizar en el producto final con la intención de glorificar a la ciudad. (Josef Müller-Brockmann, 2012).





2.3.1.5. Cromática

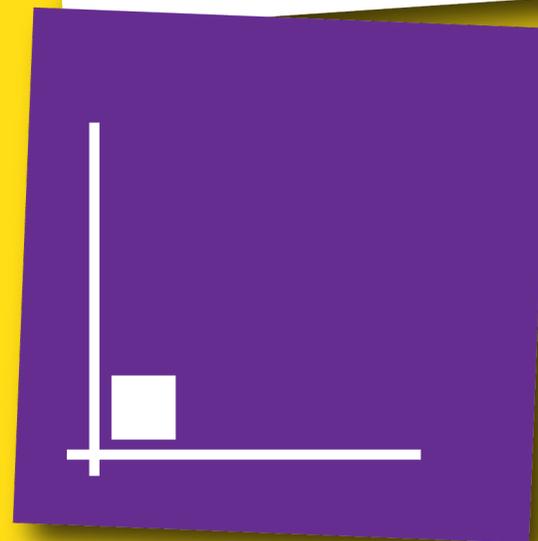
La cromática será enfocada a los dos públicos ya anteriormente analizados, se hará de uso de la familia de colores cálidas para los niños que que les generará mayor atracción; además las zonas de juegos del parque lineal hacen uso de estos colores entonces se logrará un ambiente inmersivo y será visto como un todo; en cambio para los adultos se hará uso de la familia de colores fríos para generar elegancia y el respeto que se quiere para la historia y cultura de la ciudad. En todo momento el color ayudará en gran medida a la jerarquización de la información.

2.3.1.6. Tipografía

En cuanto a la tipografía se hará uso de las sans serif y manuscrita para darle dinamismo y diferenciación entre los texto y titulares, pensando siempre en la legibilidad y visualización que ayude a la lectura de la manera más cómoda, también mediante la tipografía se jerarquizará los contenidos.

2.3.1.7. Espacio

El espacio no en cuanto a la organización o maquetación, sino en cuanto a la ubicación de los paneles, se los ubicará pensando en el recorrido de las personas dentro del parque, en los lugares donde esté la mayor concentración de personas para que nuestra información pueda ser percibida de la mejor manera posible y causar el efecto esperado. En este punto de lo que es el espacio también se tomó en cuenta lo que es la escala ya que para el tamaño de los paneles serán determinantes variables como el tamaño del parque el espacio en donde estará ubicado y además el tamaño de los distintos públicos, en este caso los adultos y los niños respectivamente.





2.3.2. Función

2.3.2.1. Informativa

En cuanto a la función este producto corresponderá a distintas funciones, la primera es la función informativa ya que el objetivo es transmitir la historia y cultura de Machala, mediante una línea de paneles interactivos en donde se presentará la información de manera interactiva y dinámica.

2.3.2.2. Emotiva

La segunda función sería la emotiva que se refiere a causar sensaciones a los lectores o usuarios al interactuar con el producto, que la misma interacción se convierta en una experiencia memorable.

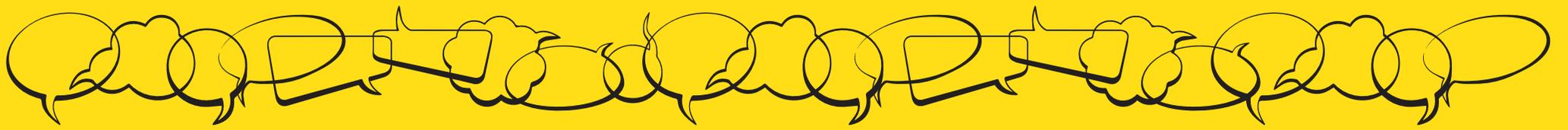
2.3.2.3. Estética

También menciono una función estética la cual se encargaría de llamar la atención para que los lectores se acerquen al producto, mediante la correcta aplicación de los elementos del diseño.

2.3.2.4. Interactiva

La función interactiva, que se encarga de generar la relación usuario-producto, la cual se conseguirá mediante la línea de paneles interactivos y la información que llevara cada uno, ya que para comprender en su totalidad la información se tendrá que leer todos los paneles, al momento de leer el primer panel el lector se quedará con una duda la cual eliminará leyendo el segundo y tercer panel, tanto para el público adulto como infantil la interacción será tangible y mientras interactúan se lo verá como un juego y no se darán cuenta que están informándose sobre la ciudad.





2.3.3. Tecnología

2.3.3.1. Softwares

En este punto se harán uso de los softwares de adobe ilustrador para la digitalización de los bocetos, también con la combinación de las demás herramientas se generará un excelente pieza gráfica; y adobe Photoshop para la intensidad, saturación y efecto de color en las imágenes con el objetivo de generar jerarquía dentro del producto.

2.3.3.2. Materiales

Los materiales fueron pensados en que como es un producto que va estar ubicado en un ambiente construido tiene que resistir las condiciones climáticas como lo son la lluvia, el sol, el viento, etc. Es por eso que se ha seleccionado elementos como el hierro para las estructuras, láminas galvanizadas y MDF RH para los paneles que es un tipo de madera resistente al agua y al sol, de la misma manera el acrílico y los vinilos adhesivos para dar ese toque estético que logre llamar la atención; además se hará uso del corte a láser para jerarquizar los contenidos en ciertas partes.





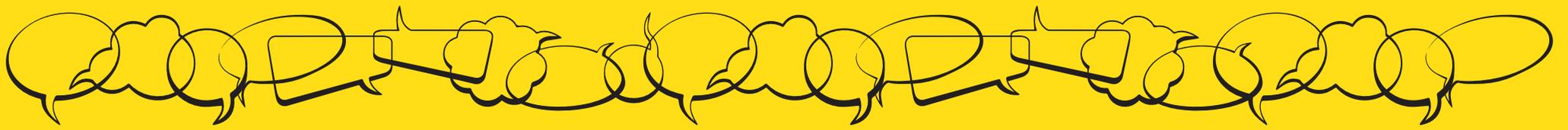
Conclusiones

Hay que ser lo suficientemente observadores para ver la oportunidades que se ofrecen, que incluso el medio ambiente construido nos da para poder hacer diseño y comunicar mediante él, en este caso mediante la aplicación de los paneles interactivos con información histórica y cultural de la ciudad de Machala con la ayuda de las teorías del diseño gráfico experiencial, lenguaje y comunicación, diseño de información, etc. que combinadas a la correcta aplicación de los partidos de diseño y teniendo en cuenta las necesidades del público objetivo nos dará como resultado un producto de primera línea que sin duda alguna cumplirá el objetivo trazado. La integración de los paneles se dará mediante la relación producto-usuario y las reacciones que los mismos tendrán al interactuar, divertirse e informarse, con el permiso respectivo de las autoridades pertinentes y la viralización del producto.



3. DISEÑO



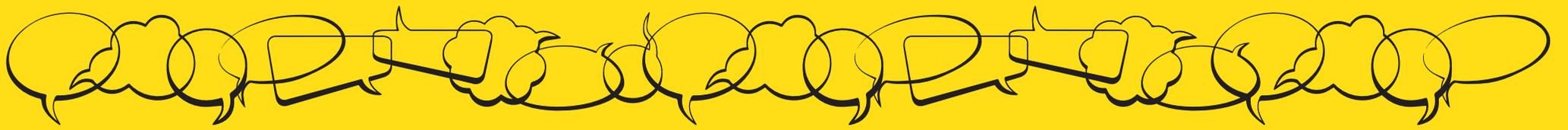


3.1. Lluvia de ideas

En esta fase se extrajo toda la información investigada, para dar varias pautas de las teorías y establecer la mejor forma para llegar al usuario. Empezando por las pautas, es decir los puntos o aspectos más importantes de cada teoría expuestas en el capítulo 1.

Pautas





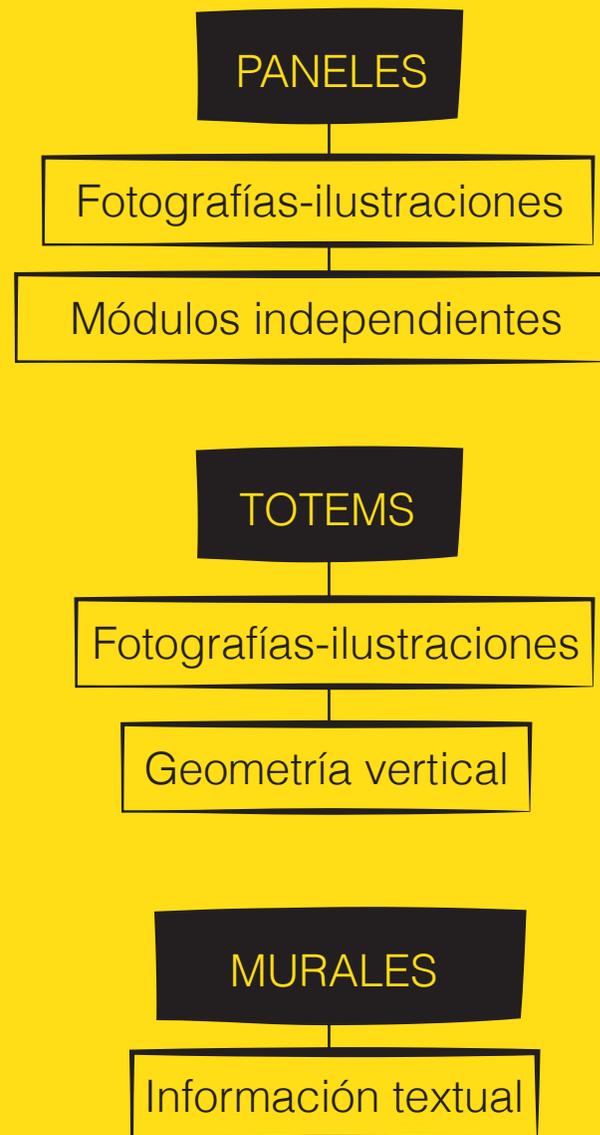
Usuario

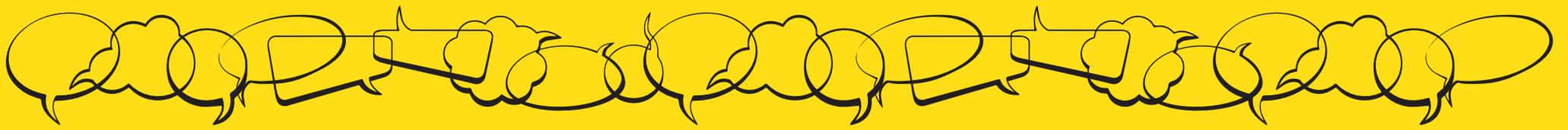
En cuanto al usuario se tomaron variables como lo son la interactividad, que es una de las premisas de este proyecto, ya que tiene que cumplir con el concepto; de igual manera la usabilidad y el entorno que la misma generará, y por último la duración y resistencia en cuanto a manipulación y condiciones climáticas.



Producto

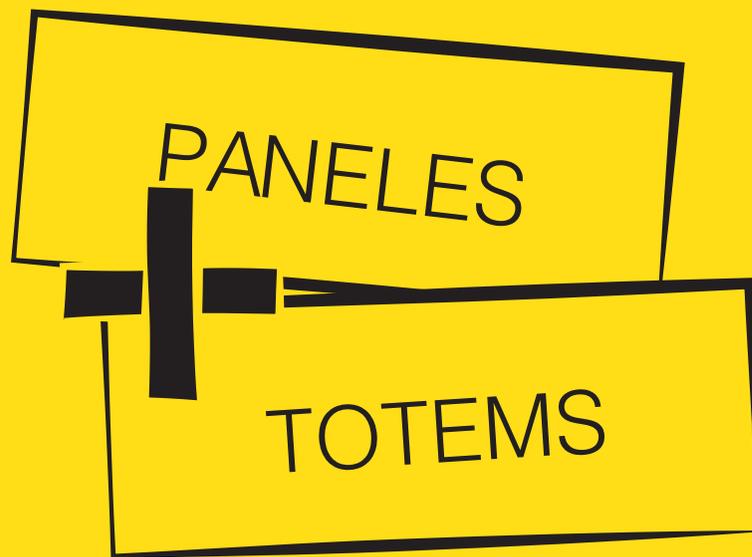
Para este punto se pensó en los distintos productos que podrían dar solución a la parte gráfica y contribuir al objetivo que es informar sobre la cultura e historia de Machala, entonces se obtiene 3 posibles productos como los on paneles que brindan versatilidad, los totems netamente geométricos verticalmente y los murales en donde se maneja gran cantidad de información.





3.2. Idea final

Ya con las pautas más sobresalientes de la lluvia de ideas que son: pautas teóricas, usuario y producto y se analizó varias propuestas para cumplir con el objetivo que es informar a los ciudadanos y que se identifiquen con sus raíces, la lluvia de ideas nos ayudó a descartar algunas posibles soluciones, y se llegó a la solución más acertada que es la elaboración de paneles interactivos basados en la forma vertical de los totems para la transmisión de estos contenidos históricos y culturales. Esta combinación de formas brinda dinamismo y versatilidad para el manejo de los contenidos, tomando en cuenta aspectos como: lugar, ubicación y altura de los usuarios.



Contenidos

Historia

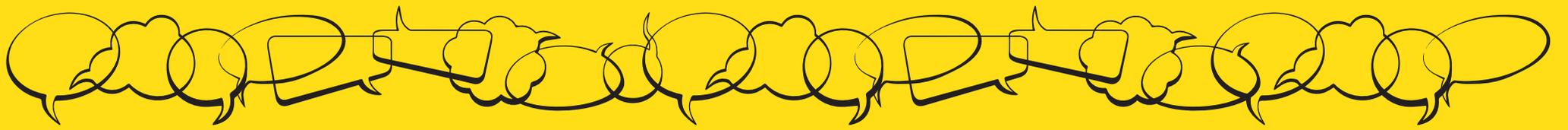
Para este proyecto la historia de la ciudad de Machala fue seleccionada desde hace unos 455 años aproximadamente desde los primeros asentamientos, su descubrimiento, la conquista española, etc. Acontecimientos históricos que hacen de Machala una ciudad rica en cuanto a este contenido el cual se lo plasmó en uno de los paneles.

Cultura

La cultura de Machala se basa en que es una ciudad agrícola, el calor de su gente, el sol radiante que día a día nos llena de luz, Puerto Bolívar hace de Machala un atractivo. De la misma manera rescatando culturas como la Machalilla, la Valdivia que a lo largo del tiempo pasaron y contribuyeron de gran manera a que Machala tenga la cultura que tiene hoy en día. De la misma manera el Museo de la Casa de la Cultura y el Museo Marítimo, estos temas o puntos se lo verá a continuación en el desarrollo del proyecto.

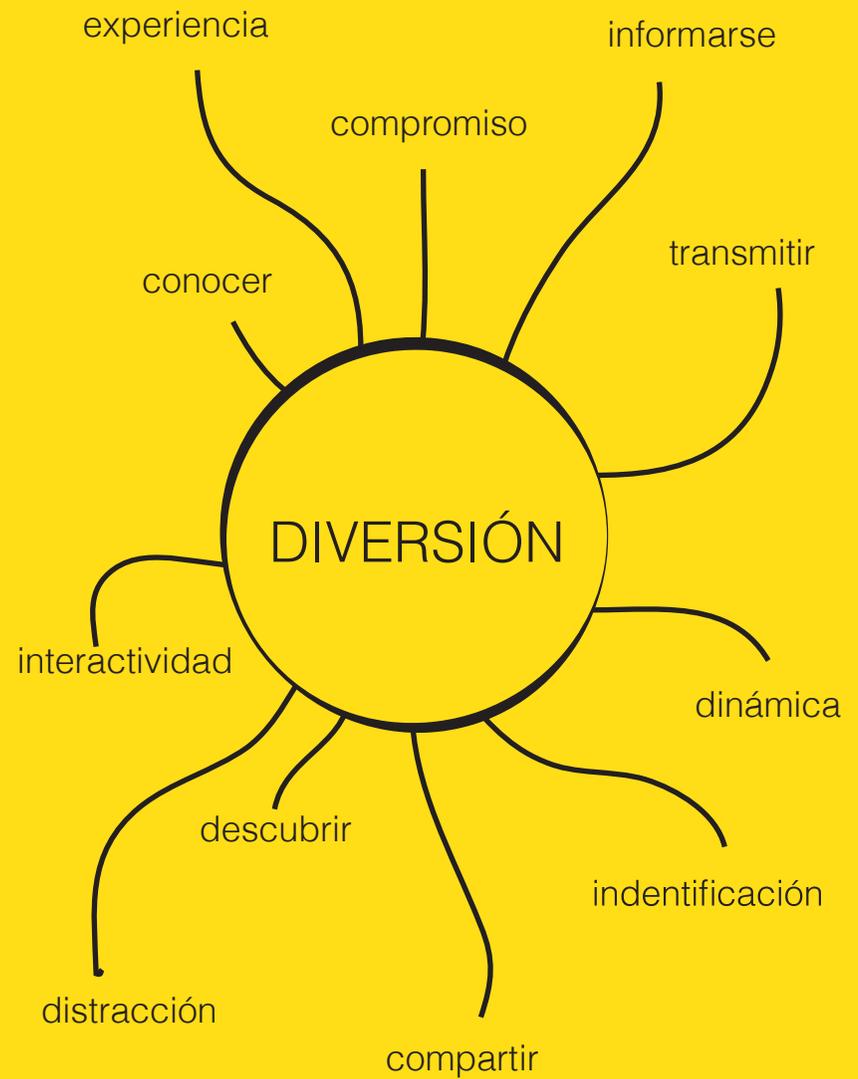
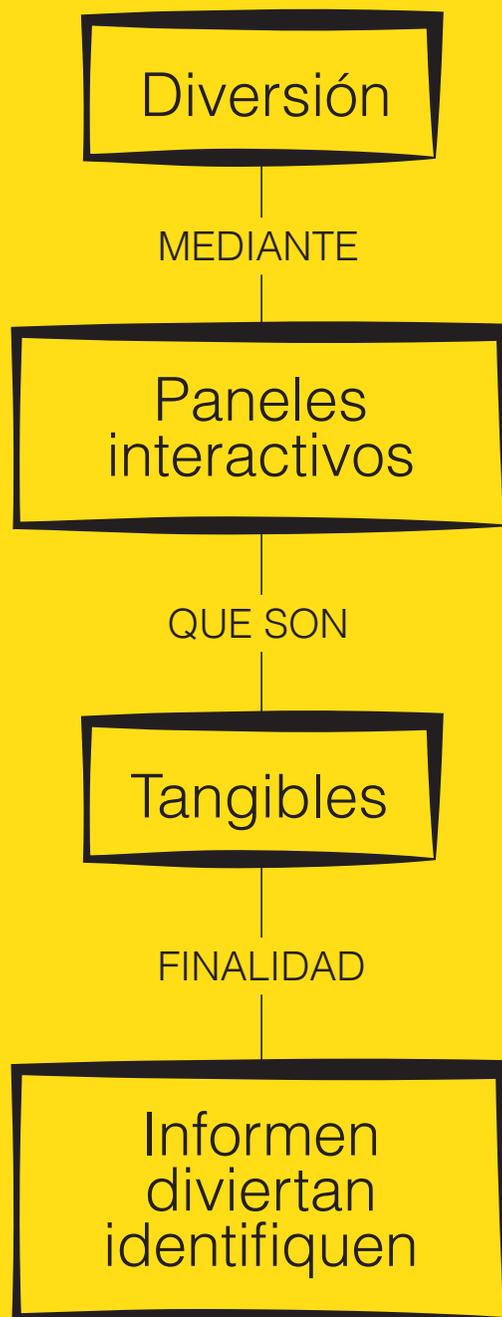
Tradiciones

Dentro de las tradiciones y costumbres de la ciudad de Machala tenemos la religión y paganismo, existe aquella en que se rendía culto a determinada imagen cristiana, como la Virgen de la Merced, que es la patrona y protectora de la ciudad, todas estas costumbres finiquitaban con una celebración o "fiesta", las mismas que se matizaban con prolongados y animados bailes. De la misma manera la Feria Mundial del Banano que cada recibe a hermosas candidatas que pelean por la corona al país con mejor producción.



3.3. Concepto

El concepto de diversión nace porque no siempre informarse es divertido, y para esto no existe distinción de edad, entonces el concepto se aplica en que mientras se informan sobre la cultura, tradiciones e historia de Machala se diviertan mediante la interacción que tiene cada panel, entonces el objetivo es que se diviertan y sin darse cuenta estén captando estos contenidos y compartirlos con los demás.





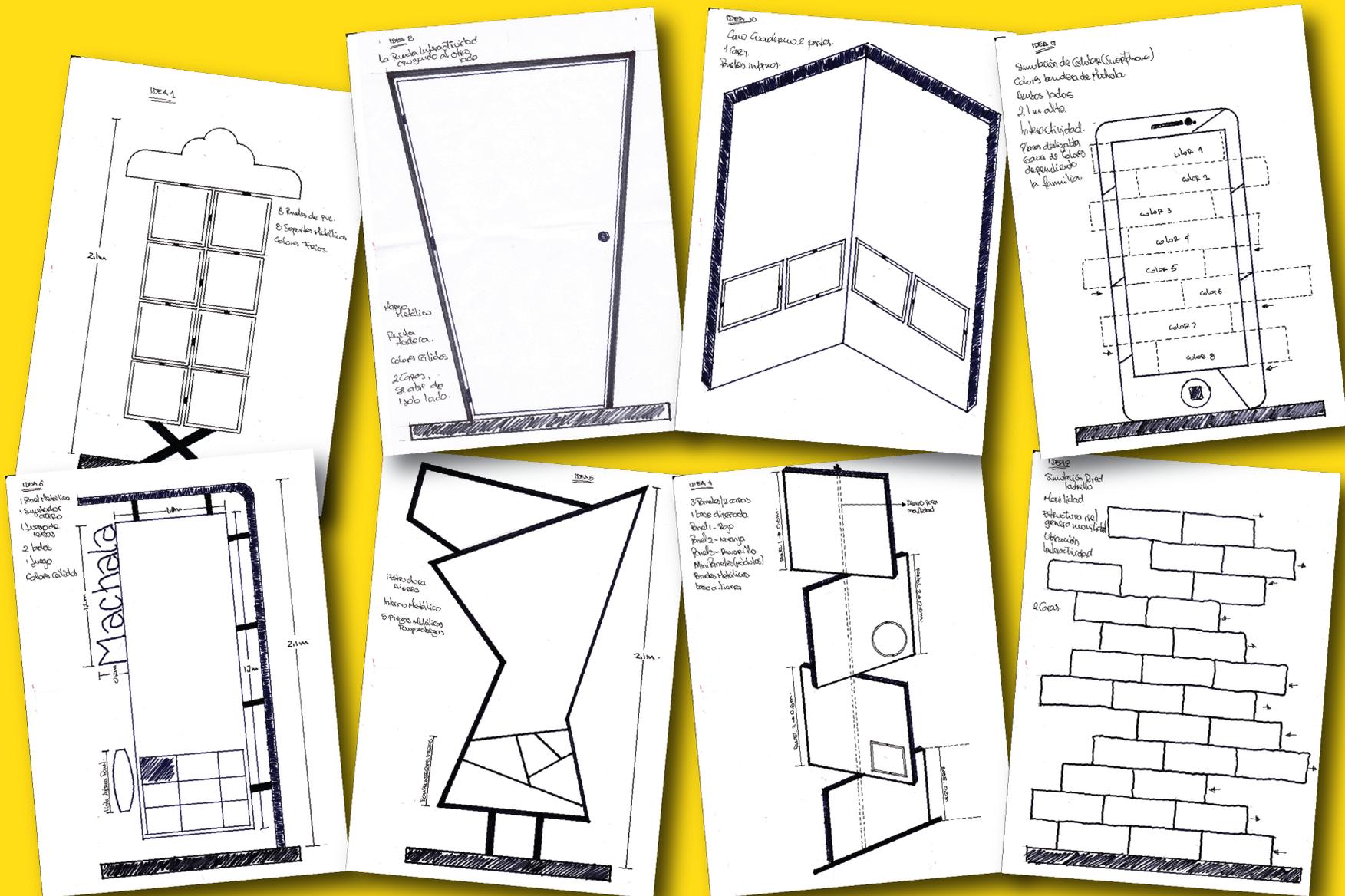
3.4. Sistema gráfico

Para el desarrollo de esta fase se realizó el proceso de diseño iniciando desde la etapa de bocetación de los posibles paneles y de la estructura de los mismos, continuando con los detalles, además de la respectiva cromática para terminar en la concreción del producto o panel final tanto para el público adulto y el público infantil con su respectiva interacción.



3.5. Bocetos

Para esta etapa de bocetación se crearon varias propuestas con las pautas establecidas anteriormente, cada una de las propuestas cumplen con la idea final de lo que son los paneles y los totems, sumado el grado de interactividad para que se cumpla el objetivo del concepto que es la dicción. Se plantean formas netamente geométricas como se lo dijo en los partidos de diseño.



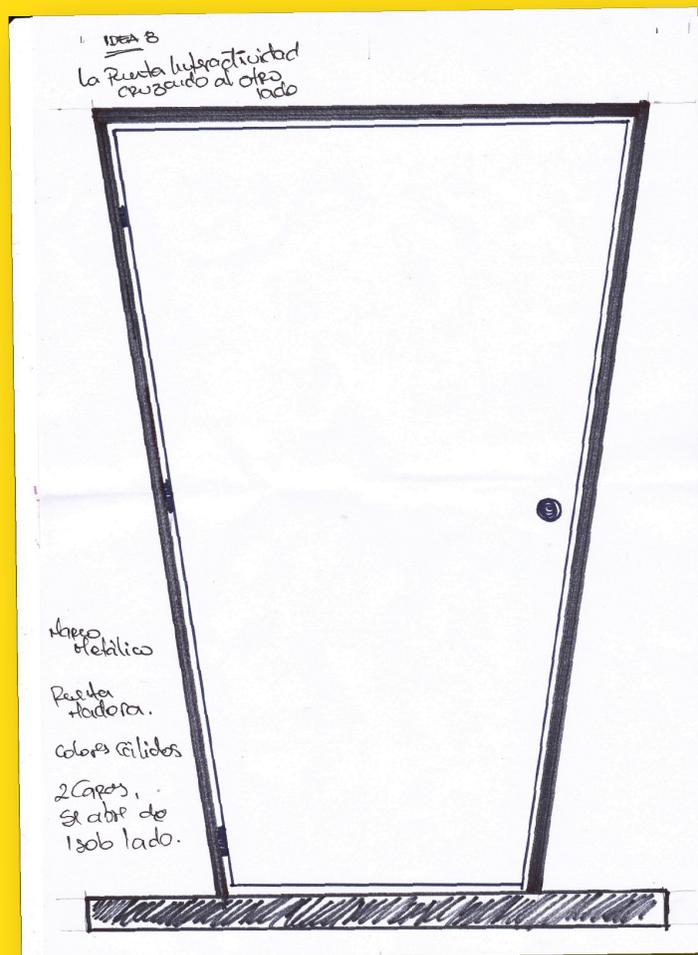


Selección

Idea 1

Puerta

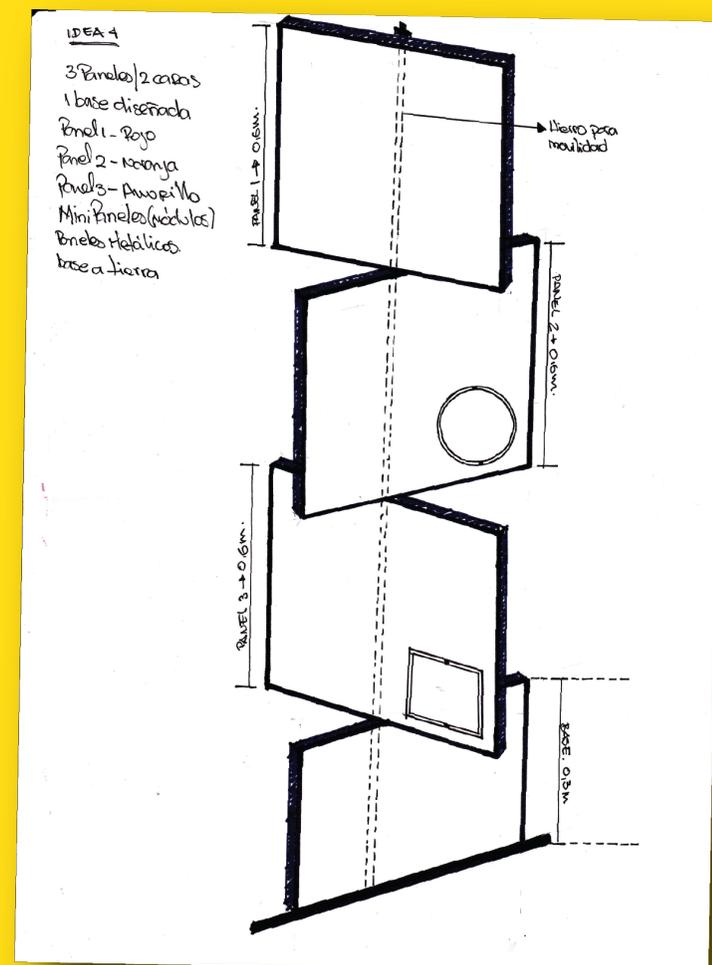
Para esta idea se pensó en un panel tipo puerta dependiendo el tamaño del público infantil se obtuvo una medida promedio, el objetivo es que esta puerta este anclada al piso para poder cumplir la interacción y que el usuario pueda trasladarse de un lado al otro como lo hacen en una puerta normal y la información estará ubicada en ambos lados. En este caso la idea de la puerta nos presenta un panel de una forma poco vista, la cual esta presta para colocar la información, ya que se utilizará la línea de tiempo para dar dinamismo al momento de informarse, y por ser una forma irregular se conjuga con la línea de tiempo dando como resultado una composición llamativa visualmente.

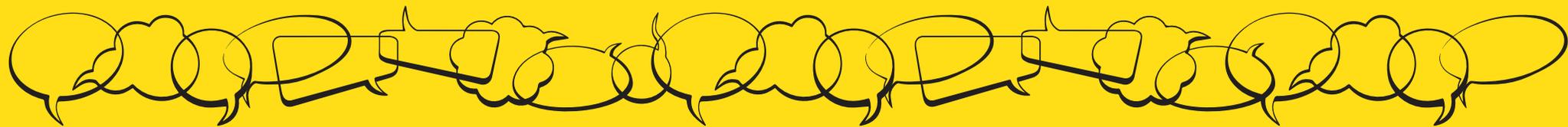


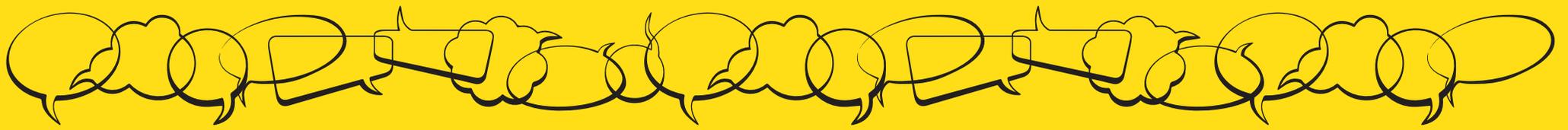
Idea 2

Paneles giratorios

Para esta idea se pensó en paneles independientes giratorios que tendrán un giro de 360 grados, en los cuales se colocará la información de ambos lados, serán en total 3 paneles con una base anclada al piso la cual no tendrá movilidad, dentro de cada panel habrán minipaneles que también se girarán a 360 grados para generar mayor interacción. Ya que cada panel es independiente y se lo podrá girar a 360 grados respectivamente nos da una versatilidad al momento de manejar la información o colocar los contenidos porque podemos diferenciar, sectorizar la misma información, si hablamos de la línea de tiempo en un panel podemos colocar 2 acontecimientos importantes de un lado y 2 del otro y así mismo en los demás dándonos una estructura definida y conceptualizada.





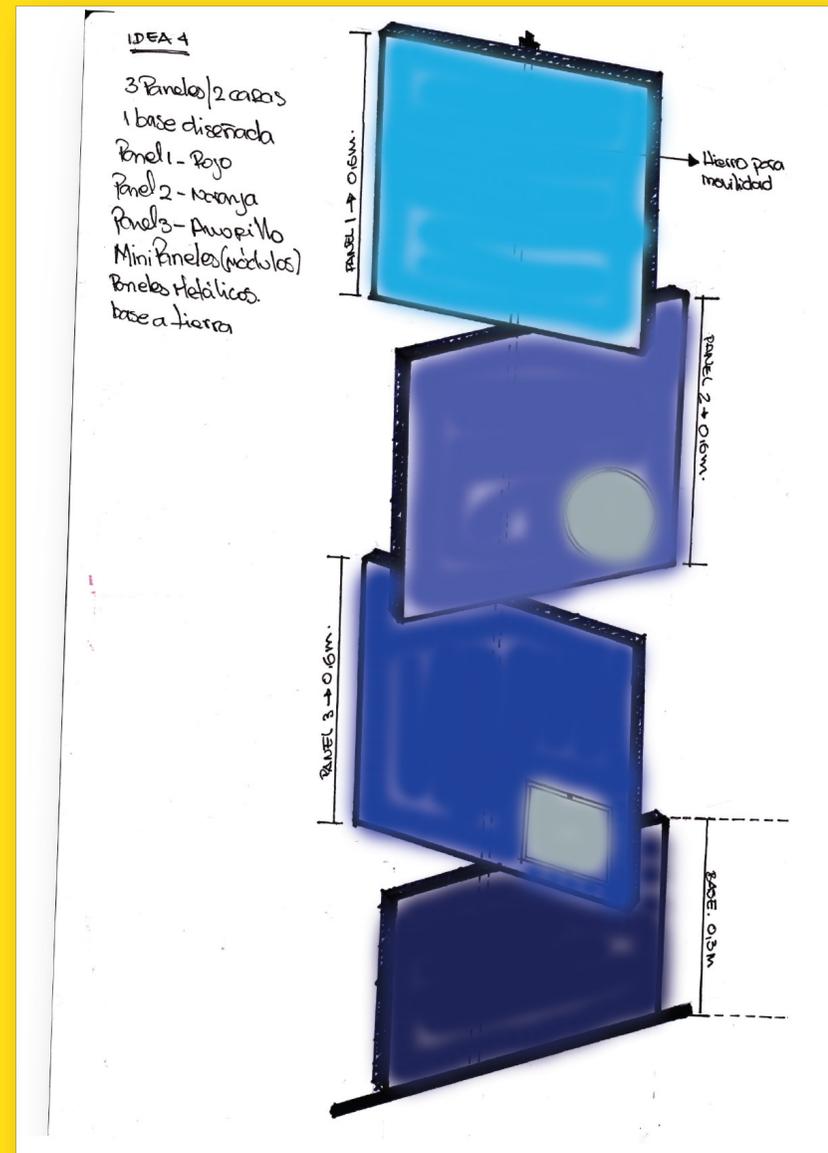


Idea final

Público adulto (25 a 30 años)

Para esta idea se pensó en paneles independientes giratorios que tendrán un giro de 360 grados, en los cuales se colocará la información de ambos lados, serán en total 3 paneles con una base anclada al piso la cual no tendrá movilidad con un eje desde el suelo mismo hasta el último panel para permitir que cada panel gire, dentro de cada panel habrán minipaneles que también se girarán a 360 grados para generar mayor interacción. Ya que cada panel es independiente y se lo podrá girar a 360 grados respectivamente nos da una versatilidad al momento de manejar la información o colocar los contenidos porque podemos diferenciar, sectorizar la misma información, si hablamos de la línea de tiempo en un panel podemos colocar 2 acontecimientos importantes de un lado y 2 del otro y así mismo en los demás, de la misma manera con los contenidos culturales y tradicionales, con su respectivo texto en donde se evidencia el género narrativo con el poema épico acompañado de su respectiva imagen dándonos una estructura definida y conceptualizada. Al momento que los lectores o usuarios se acerquen a los paneles estarán de una forma desordenada que les obligará a los mismos a girarlos para poder informarse, para poder encontrarle sentido a la información, de la misma manera los paneles internos de esta manera se consigue la interacción; una vez leído todo lo del primer producto el lector se quedará con una duda e intriga la cual lo llevará a visitar el segundo producto, y de la misma manera del segundo al tercero.

En cuanto a lo que son los materiales como ya se mencionó en los partidos de diseño son materiales resistentes al medio ambiente, resistentes al sol y agua principalmente y también a que serán manipulados por los usuarios, entre los materiales que se usarán tenemos, el hierro para las estructuras, láminas galvanizadas y mdf rh para los paneles, vinil adhesivo en corte e impresión digital, y acrílico que será cortado a láser para dar énfasis en titulares que servirán como puntos focales.



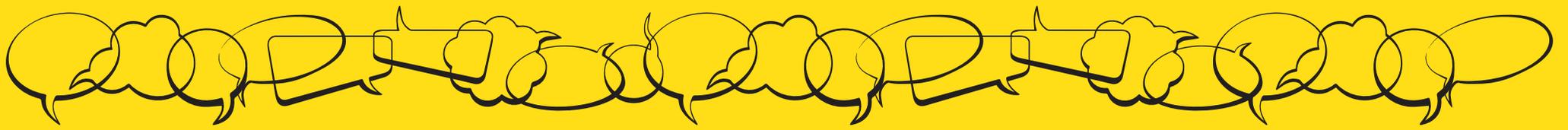
Idea final

Público infantil (8 a 11 años)

Para la idea de producto final de los niños se combina la idea de la puerta y la idea de la bandera, se lo hizo pensando en que los niños están mas prestos a la diversión, se toman más tiempo para descubrir les llama la atención las formas, y colores, etc. Entonces al fusionar las 2 ideas el rompecabezas quedó ubicado en la parte inferior de la puerta para que el niño lea y luego arme el rompecabezas y posteriormente abra la puerta y cruce al otro lado para seguir leyendo toda la información. De la misma manera la idea se mantiene es una puerta del tamaño promedio de un niño de 11 años de edad, así mismo el producto o la puerta está anclada al suelo, con una estructura de hierro, la puerta en sí sera un panel metálico forrado de vinilo adhesivo en impresión digital, las imágenes ocupan un panel independiente que estará sobre el panel principal para dar mayor realce al producto de la misma manera los titulares serán en corte láser para generar mayor atractivo para los niños. En cuanto al rompecabezas está en la parte inferior de la puerta, consta de 8 piezas la cuales están en desorden y el niño tendrá que armarlas para entender la ilustración y el mensaje. De la misma manera que en la idea final del público adulto en los textos se evidencia el género narrativo con el poema épico para generar ese sentimiento hacia la ciudad por parte de los niños, acompañado de las imágenes para que complementen la información y les resulte mas atractivo y divertido.

De la misma manera los materiales a utilizar son resistentes a las condiciones climáticas, básicamente son los mismo materiales hierro en las estructuras, para el panel principal que es la puerta se utilizará lámina galvanizada, forrada de vinil en impresión digital, en el caso del rompecabezas las piezas serán de mdf rh que ayuda a su movilidad, el corte digital para texto y el acrílico en corte láser para dar realce a titulares.

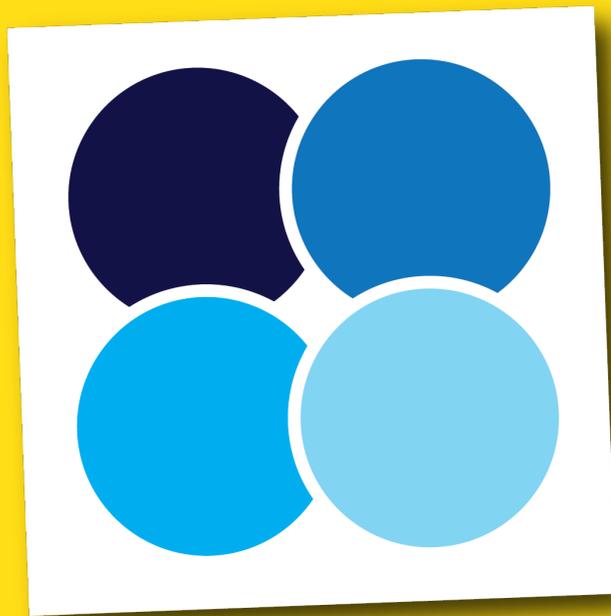




3.6. Cromática

Público adulto (25 a 30 años)

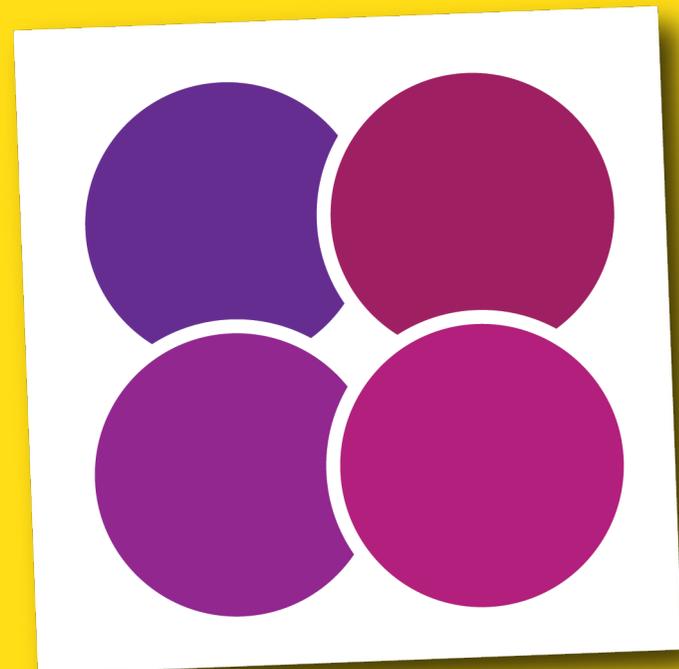
La cromática como se estableció en los partidos de diseño es para los adultos los colores la familia de los frios, que van desde azules hasta verdes respectivamente. Como serán 3 paneles se estableció que la gama de azules fue para el panel de la historia, la gama de violetas es para el panel de la cultura ya que es algo místico, elegante y de gran importancia, y para las tradiciones se usó la gama de los verdes. Todo esto con el fin de mostrar elegancia y sobriedad en el producto y que estas armonías se conjuguen con el ambiente del parque Central que es donde estará ubicado el producto.



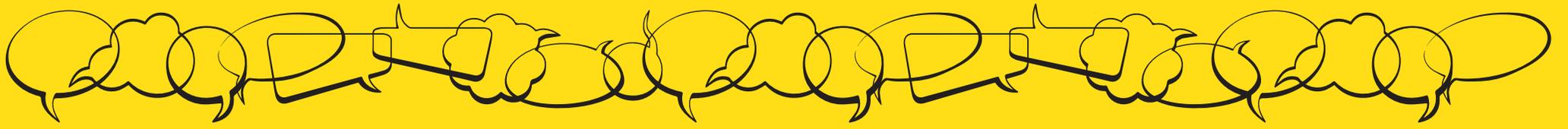
Historia



Tradiciones

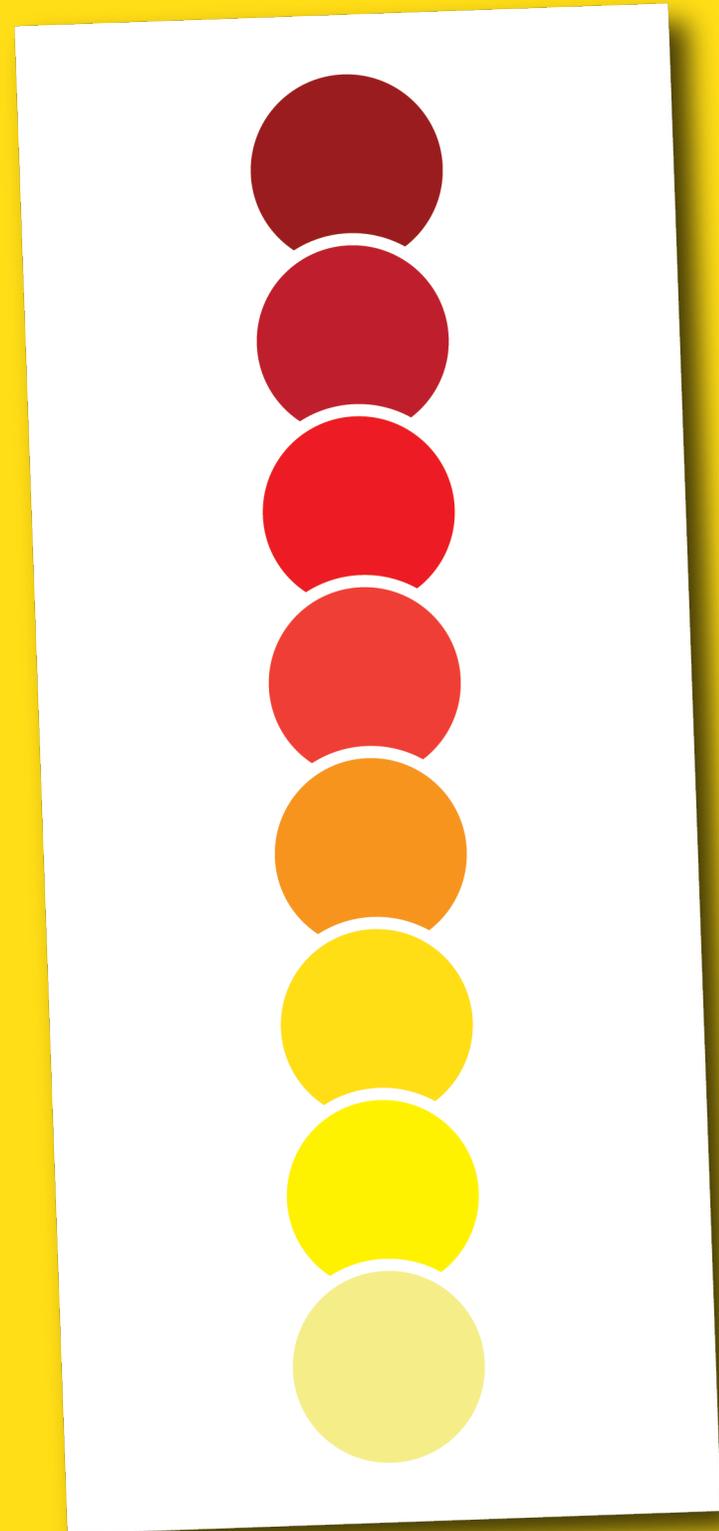


Cultura

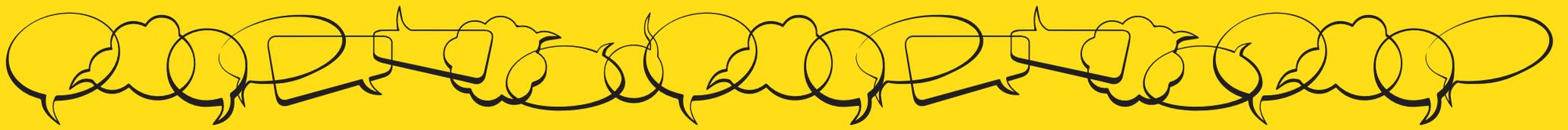


Público infantil (8 a 11 años)

La cromática como se estableció en los partidos de diseño para los niños serían los colores de la familia cálida desde los amarillos hasta lo rojos. Estos colores fueron seleccionados previo al análisis de que a los niños se identifican mejor con estos colores, les llama más la atención y además las zonas de juegos del parque Lineal poseen estos colores, entonces la idea fue que se unificaran los paneles con los juegos viéndose como un todo.



Historia - Cultura - Tradición



3.7. Tipografía

Público adulto (25 a 30 años)

Para el público adulto se seleccionó tipografías como lo son: helvetica, grobold, blackjackregular, y la champagne and limousines, ya que son tipografías muy claras que no dificultarían la lectura. En el caso de la grobold y la blackjack regular es una constante dentro de la línea gráfica en ambos públicos ya que se las utilizan para el título de lo que es Machala y para los números y titulares, en las líneas de tiempo y de la misma manera la helvetica ya que es el complemento para dar la distinción en lo que es historia, tradiciones y cultura.

BlackJackRegular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T
U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y
z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 " \$ % & / () = ? ;

Champagne & limousines Blod

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V
W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x
y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 " \$ % & / () = ? ;

Grobold

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u
v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % & / () = ?**

Helvetica

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R
S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u
v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 " \$ % & / () = ? ;**



Público infantil (8 a 11 años)

Para el público infantil se seleccionó tipografías como lo son: helvetica, grobold, blackjackregular, y la alexis marie, ya que son tipografías muy claras que no dificultarán la lectura. En el caso de la grobold y la blackjack regular es una constante dentro de la línea gráfica en ambos públicos, ya que se las utilizan para el título de lo que es Machala y para los números y titulares en las líneas de tiempo. Para el manejo de los texto se utilizó la alexis marie ya que brinda un grado más de dinamismo y fluidez que va acorde con los niños y el entorno.

BlackJackRegular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T
U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y
z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 " \$ % & / () = ? ;

Champagne & limousines Blod

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V
W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x
y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 " \$ % & / () = ? ;

Grobold

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u
v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ % & / () = ?**

Helvetica

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R
S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u
v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 " \$ % & / () = ? ;**

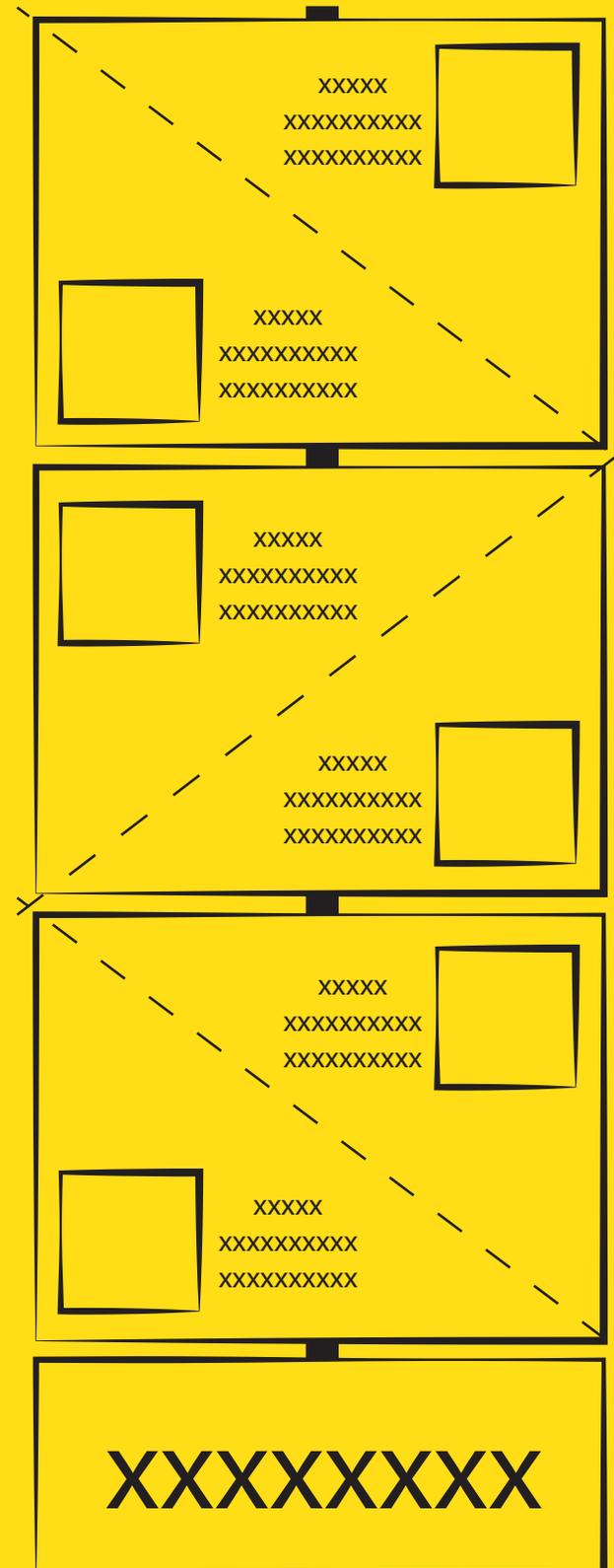
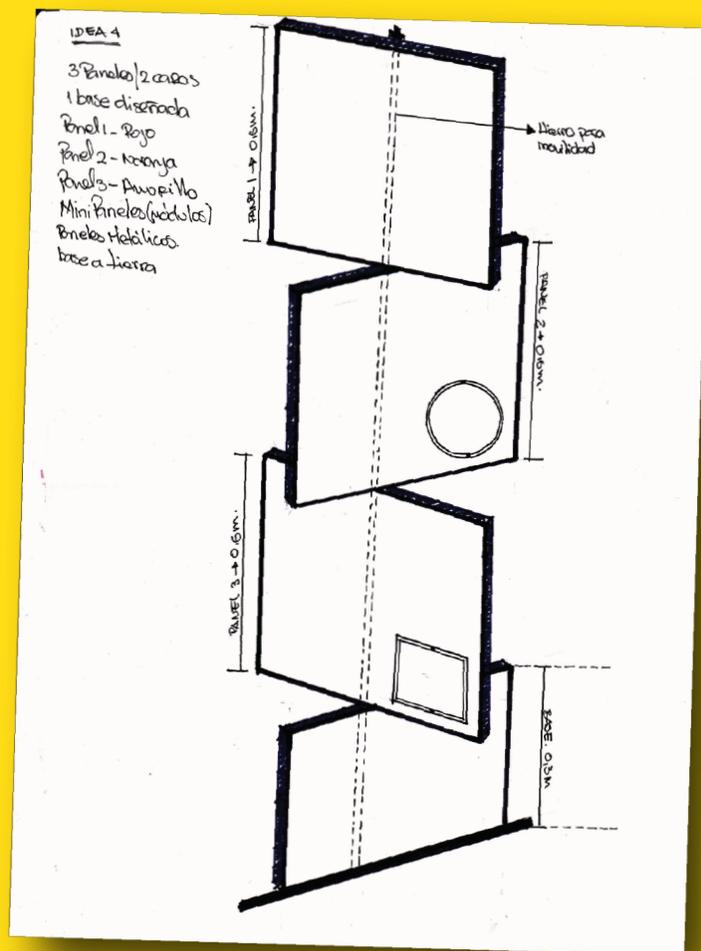


3.8. Digitalización

Público adulto (25 a 30 años)

en esta parte se procede a digitalizar los bocetos, llevarlos ya a su concreción final con la ayuda de los software de Adobe Ilustradar y Photoshop respectivamente para la creacion de las líneas finales a tamaño real y el tratamiento y manejo de imágenes.

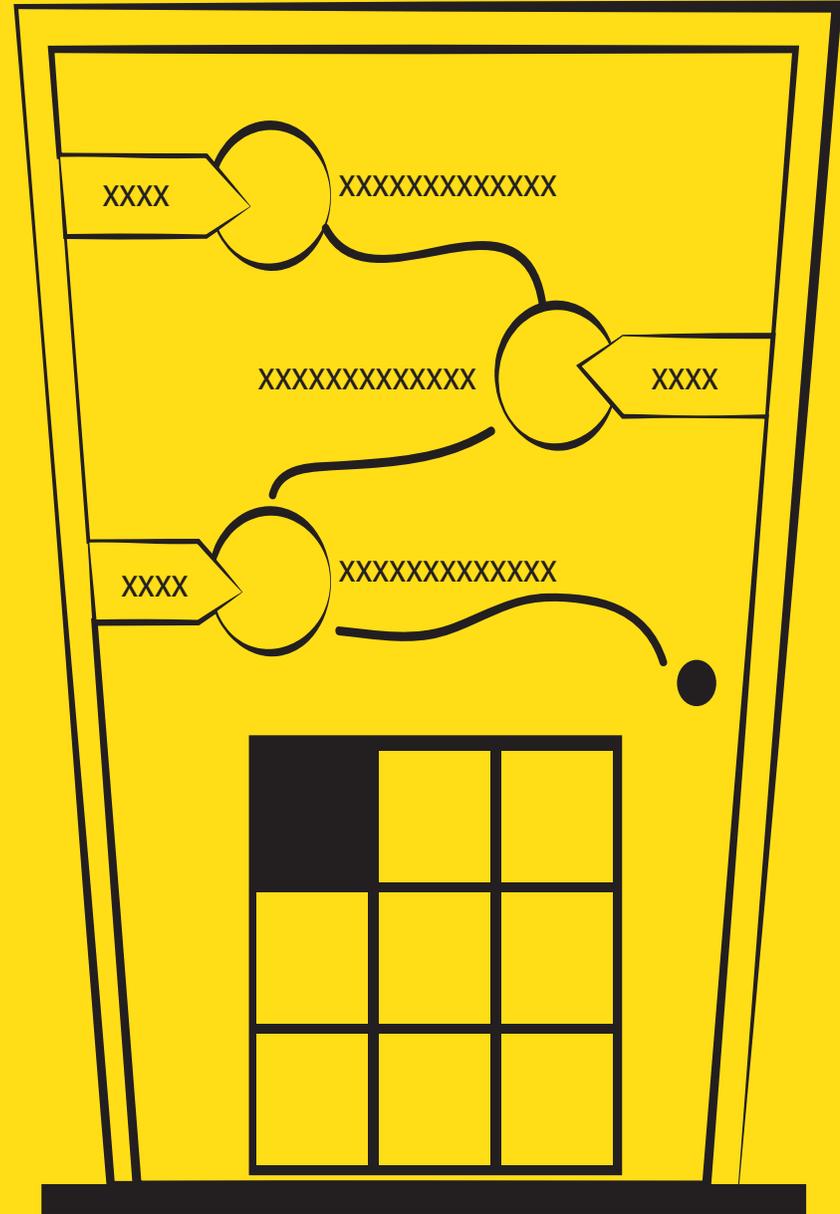
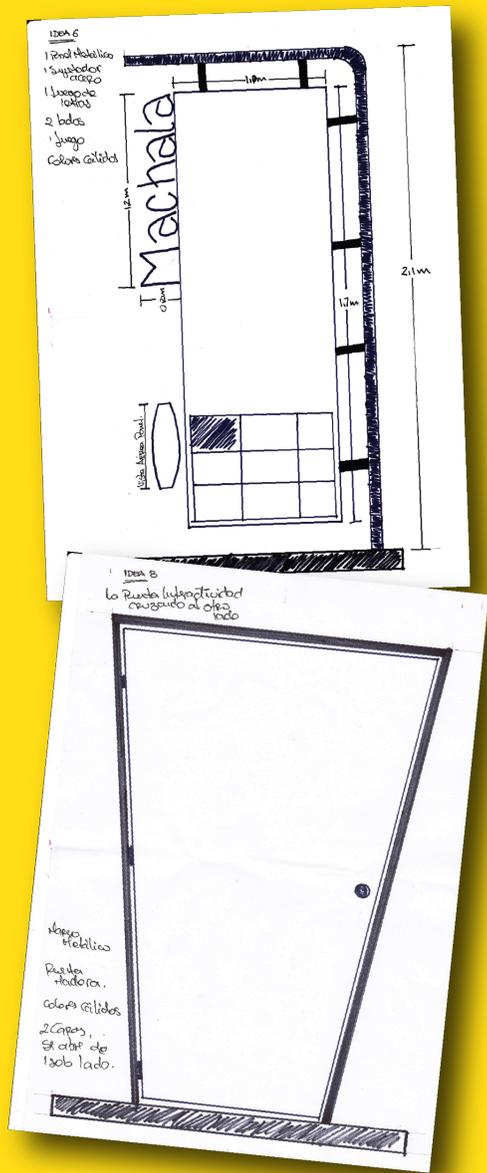
Como se estableció en la etapa anterior para el público adulto los paneles independientes giratorios en forma de totem con la información en ambos lados.

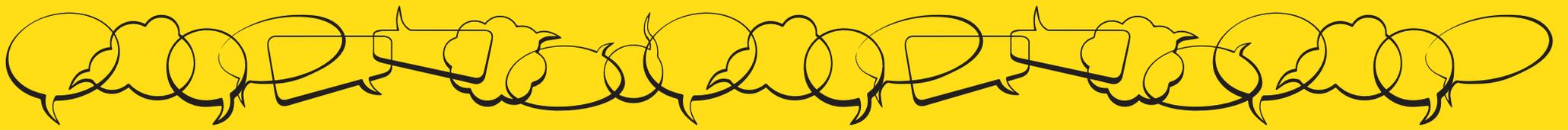




Público adulto (25 a 30 años)

En esta parte se procede a digitalizar los bocetos, llevarlos ya a su concreción final con la ayuda de los software de Adobe Ilustrador y Photoshop respectivamente para la creación de las líneas finales a tamaño real y el tratamiento y manejo de imágenes. Para el público infantil se estableció la puerta con el rompecabezas para la interactividad en la parte inferior y la información será colocada en ambos lados.





3.9. Diseño final

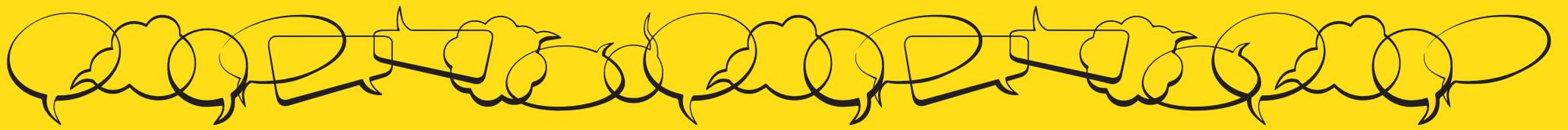
Público adulto (25 a 30 años) Panel historia

El diseño final del primer totem que muestra contenidos en cuanto a la historia, se recopilan 12 acontecimientos que van desde el año 1537 que de donde da inicio esta historia sobre la ciudad de Machala hasta la actualidad, estos 12 acontecimientos son los más relevantes a lo largo de toda la historia. Como se dijo en los partidos de diseño vemos claramente los 3 paneles independientes que serán forrados con vinilo adhesivo en impresión digital, con sus paneles de menor tamaño también independientes y todos cumple con la función de que pueden girar 360 grados, con su respectivo eje que pasa por todos los paneles descansando en la línea de tierra; en cada panel interno habrá una imagen que reforzará al texto que se lo presenta en el género narrativo poema épico para dar mayor realce a estos contenidos y mayor entendimiento, este texto será cortado en vinilo adhesivo para mayor legibilidad y duración.

De la misma manera la cromática que se utiliza fue la anteriormente definida, para los contenidos de historia se utilizó la familia de colores fríos, en este caso la gama de azules; la tipografía clara y entendible mediante una tipografía Sans Serif, en este caso Champagne and limousines, y para destacar el año en que ocurren los sucesos se utilizó la tipografía blackjackregular en mayor tamaño para lograr el realce como titular.

La altura del producto es de 2.10m por un ancho de 0.80m tamaño seleccionado en la fase de observación, es un tamaño promedio de una persona adulta puede leer con facilidad. Por último tenemos la base que estará hacia el suelo sin movilidad, tiene como titular el nombre de la ciudad en este caso Machala, este titular es en acrílico con corte láser y junto a él unas formas orgánicas con los colores de la bandera de la ciudad. verde, rojo, blanco y celeste respectivamente y un subtítulo el cual es historia ya que en este totem se muestra los contenidos históricos.





2005
Con la alcaldía del Prof. Carlos Falquez Batallas Machala comienza un periodo de cambio total de regeneración en pavimentación, parques, deporte, alcantarillado, etc.



1972
Se funda el Banco de Sangre y el Hospital Teofilo Dávila, tomo su apariencia actual.



1964
Inicio de la Feria Mundial del Banano, Machala capital bananera del mundo bautizada así por el radio locutor Hernán Ugarte Chuchuca.



1950
Machala se convierte en potencia exportadora de banano; se dan las famosas invasiones por el afán de conseguir trabajo.



1941
Invasión por aire, mar y tierra por parte de los peruanos, con consecuencias catastróficas, la ciudad fue devuelta en 1942.



1920
Gracias a Machala, el Ecuador ocupa el primer lugar de exportación de cacao a nivel mundial.



Machala
HISTORIA



Posterior

Público adulto (25 a 30 años)
Panel cultura

El totem cultura ya cuenta con un cambio en la cromática, ya que ahora se está usando las gama de violetas, de igual manera de la familia de colores frios como se estableció anteriormente. El contenido del totem cultura pasa por temas como: el antiguo muelle de cabotaje que es uno de los pocos que quedan desde hace muchos años, desde este muelle se realizaba todo el comercio que tenía Machala en su antigüedad, de la misma manera el Colegio nueve de Octubre con más de 100 años icónico para la ciudad, también el monumento al bananero que está ubicado a la entrada de la ciudad en honor al típico y tradicional bananero de pantalones cortos, sombrero y machete; también tenemos el teatro Luz Victoria Ribera de Vega quien fue una maestra dedicada que deja un legado de arte y literatura. Ya en este totem la información se la presenta de diferente manera en cuanto a la diagramación, a diferencia del totem de la historia de Machala que se tomaron 12 acontecimientos, en este se tomaron 6 temas culturales, los más sobresalientes que tiene la ciudad, ya que son 3 paneles se ubican 1 tema en cada una de las caras de los mismos; la constante la encontramos en la base que es la misma en los 3 totems para públicos adultos.



80cm

60cm

Colegio 9 de Octubre



Es el primer colegio de la ciudad e ícono de la misma, se fundó hace 129 años, en su primer curso contaba con tan solo 14 jóvenes con especialidad de humanismo. Cada año recibe a miles de estudiantes.

 *Monumento El Bananero*

Ícono de la ciudad, ya que es una tierra exportadora de banano, monumento al ingreso de Machala, en honor al banero desde sus inicios con sombrero, pantalones cortos y su machete.

Estadio 9 de Mayo



Cada semana familias enteras se dan cita para disfrutar del rey de los deportes, apoyar a los equipos de la ciudad y provincia. Machala ya es considerada como cuna de talentos.

Machala
CULTURA

30cm

Frontal

Antiguo muelle de cabotaje



Declarado Patrimonio de Estado en 1997, uno de los paco que aun se conserva y ahora es un museo marítimo y centro de exposiciones.

 *Colegio Isamel Pérez Pazmiño*

Segundo lugar en antigüedad, después del Colegio 9 de Octubre, y primer colegio de señoritas. En la actualidad ya reciben público masculino.

Teatro Luz Victoria Ribera de Vega



Teatro histórico en el centro de la ciudad, exposiciones de arte, pintura, literatura y escultura. Llamdo así en honor a la reconocida profesora del mismo nombre.

Machala
CULTURA

Posterior



Público adulto (25 a 30 años)
Panel Tradiciones

Como se lo estableció en los partidos de diseño el totem con los paneles de tradición se muestran con una gama de verdes, de igual manera que el totem de cultura se seleccionaron las 6 tradiciones más importantes del pueblo machaleño entre ellas tenemos la Feria Mundial del Banano que se celebra cada año del 19 al 25 del mes de Septiembre, cuenta con la presencia de bellas candidatas que compiten por la corona entre los principales países exportadores de banano, así mismo tenemos a la Virgen de la Merced patrona de los machaleños que de la misma manera año a año se le rinde homenaje; además tenemos lo que es el palo encebado muy popular y tradicional en las fiestas barriales en donde se divierten grandes y pequeños. La base sigue siendo la constante en esta línea de totens para obtener la unidad que se necesita en la gráfica.





Público infantil (8 a 11 años) **Panel historia**



Palo encendido

Palo de madera cubierto de aceite y grasa con juguetes en la parte superior, el objetivo es que el primero que llegue sin resbalarse gana los juguetes o premios. Tradicional en fiesta barriales.



Estero Pto. Bolívar

Gracias al radiante sol que cubre Pto. Bolívar es un buena oportunidad para que niños y adultos se diviertan semana a semana practicando la natación.



Pregón de fiestas

Cada año Machala brinda un pregón a lo largo de calle Rocafuerte, donde participan las candidatas al Reinado, la Corona Mlss Universo, los planteles educativos y demás organizaciones,

Machala

TRADICIONES

Posterior

El diseño final de la primera puerta para el público infantil que de la misma manera que el del público adulto muestra contenidos de la historia de la ciudad, en esta primera puerta se muestran 8 acontecimientos, para los adultos fueron 12 acontecimientos ya que el adulto está mas presto a leer que los niños. Para éste público de definió que la cromática a utilizar sería la familia de colores cálidos que va desde el los rojos hasta los amarillos, de esta manera se buscó que los niños se sientan atraídos por el producto, y además que el producto de conjugue con el entorno ya que hay juegos infantiles con colores llamativos.

La tipografía a utilizada fue alexis marie; da mayor fluidez al momento de leer la información, de misma manera es el texto en género narrativo poema épico para resaltar los contenidos y generar ese sentimiento de indentificación, la constate en ambos productos, tanto en el público infantil y adulto en la tipografía de los titulares tanto en el año y en Machala que se utilizarón las tipografías blanckjackregular y grobold para genera la familiarización en todos los paneles y puertas. De la misma manera la palabra machala es en acrílico con corte láser, los textos en corte digital en vinilo adhesivo.

La interactividad en el producto se da cuando el niño tendrá que armar el rompecabeza que consta de 8 piezas que contiene una imagen reforzando al respectivo tema, una vez que lo arme, tiene que abrir la puerta y cruzar como lo es en una puerta normal y pueda leer la información que esta del otro lado.

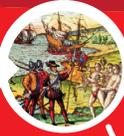


1.10m

Machala

HISTORIA

1537



Los españoles con dirección hacia el río Jubones encontraron a los Machalas, con tan sólo 57 habitantes.

Declaración del primer puerto marítimo bautizado como Puerto Bolívar.

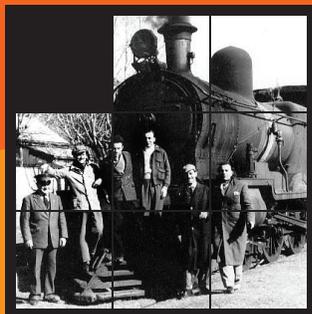


1835

1886



Se empieza la creación del Colegio 9 de Octubre y del ferrocarril.



1900 inauguración del ferrocarril

1.70m

Batalla de las Carretas o la Batalla de Pilo al sur de la ciudad el 9 de Mayo.



1895

1920



Gracias a Machala, el Ecuador ocupa el primer lugar de exportación de cacao a nivel mundial.

Machala se convierte en potencia exportadora de banano.



1950

1964



Inicio de la Feria Mundial del Banano, Machala capital bananera del mundo bautizada así por el radio locutor Hernán Ugarte.

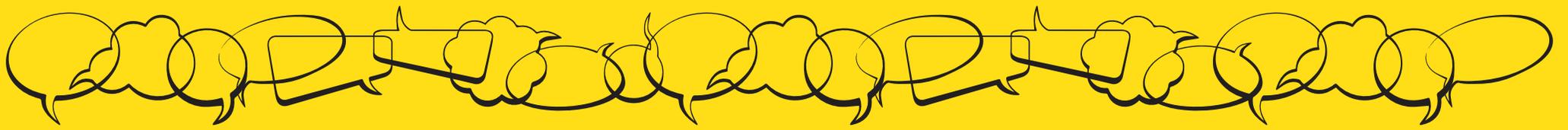
El Prof. Carlos Falquez Batallas Machala comienza un periodo de cambio total en Machala.



MACHALA EN LA ACTUALIDAD

Frontal

Posterior



Público infantil (8 a 11 años)
Panel cultura

En este panel tipo puerta que lleva los contenidos culturales de Machala para el público infantil de la misma manera se lo realizó con la familia de colores cálidos desde amarillos a rojos con la diferencia que la textura es de circunferencias para dar diferenciación en los temas, de igual manera se cuenta con el rompecabezas en la parte inferior; en cuanto a los contenidos son los 6 temas culturales que también se seleccionaron para el público adulto. El titular principal es el mismo que el de los adultos la palabra "MACHALA" para generar la línea grafica con esta constante y haya una familiarización entre todos los paneles. La interactividad como en toda la línea de paneles para el público infantil se muestra en el rompecabezas y en el abrir la puerta para cruzar y poder leer e informarse completamente.





Público infantil (8 a 11 años)
Panel tradiciones

Así mismo para este panel tipo puerta que nos muestra los contenidos en cuanto a la tradición de Machala tiene otra textura en este caso es una textura realizada a base de triángulos con colores amarillos, naranjas y rojos, las texturas en esta línea de paneles para el público infantil serán impresas en vinilo adhesivo y se pegaran sobre el panel tipo puerta. Los contenidos son los mismos que el público adulto con la diferencia que la tipografía es diferente enfocada más a este tipo de público y en cuanto al texto se omiten unos detalles para el mejor entendimiento.

Machala

CULTURA

Monumento el bananero
Ícono de la ciudad, ya que es una tierra exportadora de banano, monumento al ingreso de Machala, en honor al banero desde sus inicios con sombrero, pantalones cortos y su machete.

Segundo lugar en antigüedad, después del Colegio 9 de Octubre, y primer colegio de señoritas. En la actualidad ya reciben público masculino.

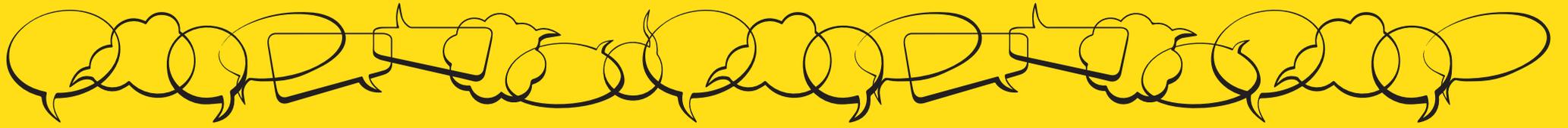
Colegio Ismael Pérez Pazmiño

Estadio 9 de Mayo
Cada semana familias enteras se dan cita para disfrutar del rey de los deportes, apoyar a los equipos de la ciudad y provincia. Machala ya es considerada como cuna de talentos.

Teatro histórico en el centro de la ciudad, exposiciones de arte, eventos de teatro, pintura, literatura y escultura. Llamado así en honor a la reconocida profesora del mismo nombre.

Teatro Luz Victoria Ribera

Posterior



Frontal

1.10m

Machala

□□□□□□□□

Palo encebado



Palo de madera cubierto de aceite y grasa con juguetes en la parte superior, el objetivo es que el primero que llegue sin resbalar gana los juguetes o premios. Tradicional en fiesta barriales.

Gracias al radiante sol que cubre Pto. Bolívar es un buena oportunidad para que niños y adultos se diviertan semana a semana practicando la natación.



Estero Pto. Bolívar



Feria Mundial del Banano

1.70m

Frontal

Machala

TRADICIONES

Pregón de fiestas



Cada año Machala brinda un pregón a lo largo de calle Rocafuerte, donde participan las candidatas al Reinado, la Corona Miss Universo, los planteles educativos y demás organizaciones.

Se celebra del 19 al 25 de cada año. El atractivo central son las candidatas a Reina Mundial del Banano, que llegan de diferentes países del mundo productores de banano.



Feria Mundial del Banano

Virgen de la Merced



Costumbres de fe religiosa y paganismo, existe aquella en que se rinda culto a la Virgen de la Merced, patrona y protectora de los machaleños.

A pesar de que no pertenece a Machala, es tradicional que cada fin de semana los machaleños tomen un bote y lleguen hasta esta hermosa playa.



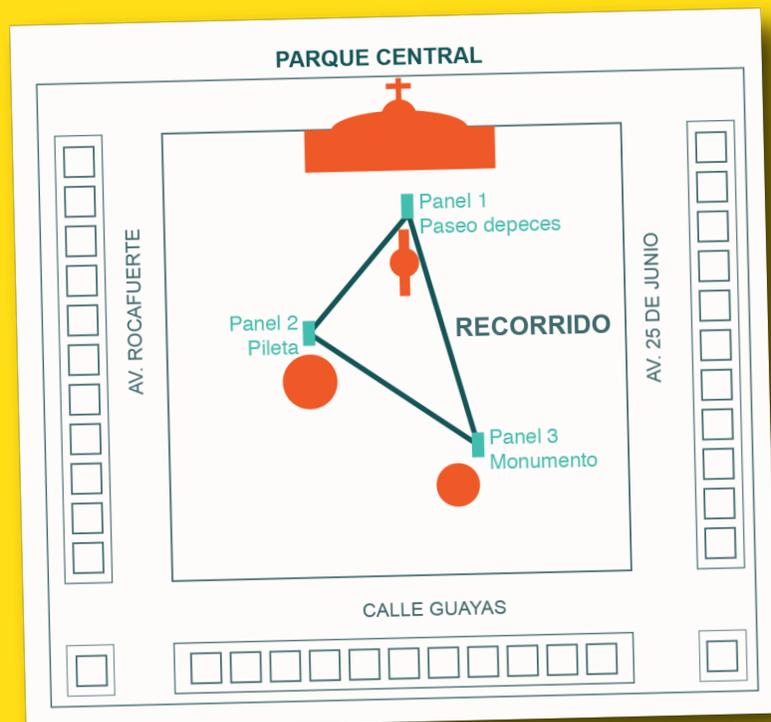
Playa de Jambelí

Posterior

3.10. Ubicación y recorrido

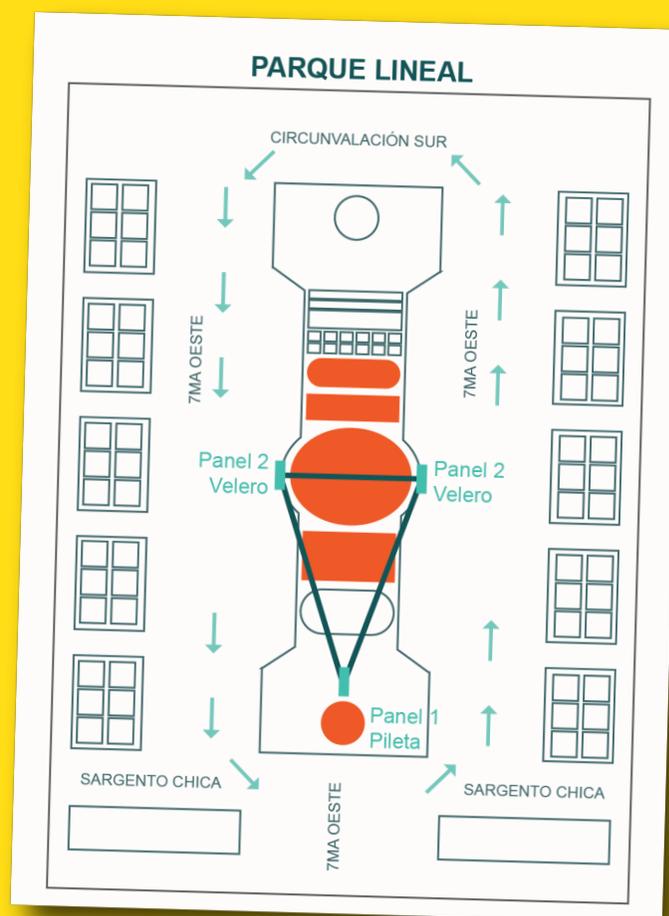
Público adulto (25 a 30 años)

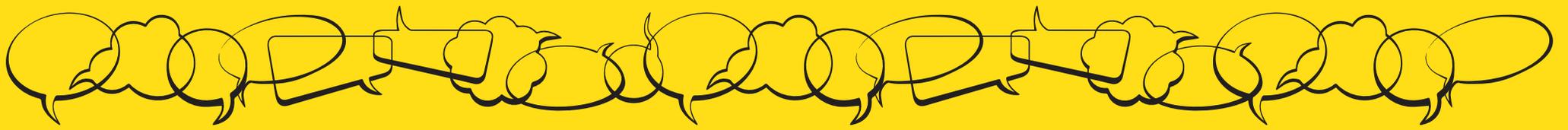
Como ya se lo había determinado en la fase de observación, el lugar seleccionado para el público adulto es el Parque Central de Machala "Juan Montalvo" de la ciudad de Machala. Ya que son 3 totems en total con contenidos de historia, cultura y tradiciones de determinó 3 lugares estratégicos por la afluencia de personas y visibilidad entre los paneles. Luego de haber hecho la observación se llegó a la conclusión que los lugares más idóneos para su ubicación son: junto al paseo de los peces, un puente pequeño que debajo de el tiene una pequeña laguna donde pasan los peces, lugar muy concurrido. El segundo lugar en la pileta también muy visitada por las luces que posee y la tonalidad que el agua toma, y el último lugar es en el monumento a Juan Montalvo. Una vez definido esto se pensó en visibilidad y recorrido a una distancia prudente que todos los totems pueden ser vistos, la ubicación fue estratégica y al momento de un totem a otro se forma una ruta triangular como se muestra en la figura, de esta manera el usuario o lector podrá leer los 3 totems e informarse.



Público infantil (25 a 30 años)

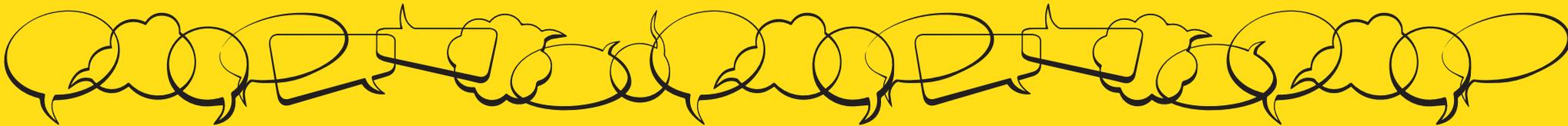
Ya que el producto también está enfocado en el público infantil la mejor ubicación para el mismo fue el Parque Lineal, llamado así por la forma que tiene que básicamente es una línea, de la misma manera se definieron 3 puntos importantes por la afluencia de niños y padres los cuales fueron la primera pileta, y el velero, por la cantidad de niños que se encuentra siempre ahí gracias a las zonas de juegos. El recorrido que tendrán que hacer los niños también es de forma triangular para que sea fácil ver un panel de otro y el recorrido se logre con eficacia.





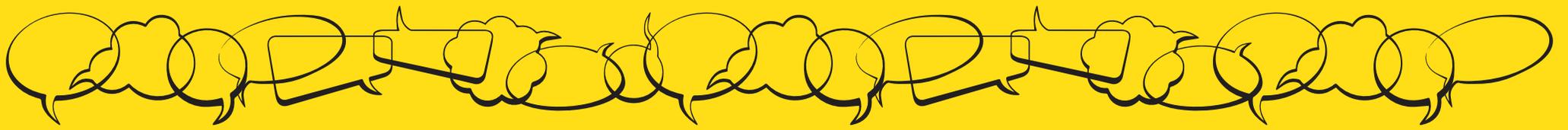
Conclusiones

Lo presentado en este capítulo de diseño fue realizado en base a las necesidades de los públicos metas, tanto adulto como infantil, se plasmó lo expuesto en la etapa de planificación y partidos de diseño basándose en las teorías de la contextualización, los productos finales ubicados en el entorno o ambiente construido cumplen con la primicia del diseño gráfico experiencial, el diseño de información se lo evidencian en los contenidos de la misma manera el género narrativo poema épico y la cromática pensada en base al público y al entorno. Todo esto para lograr un producto de calidad que cumpla con la función de informar y el objetivo divertirse mientras lo hacen.



4. ANEXOS





4.1. Historia y Cultura de Machala

Generalidades

Desde el momento que llegó el hombre a América desde allí empieza nuestro viaje conociendo la historia de la Ciudad de Machala, no se debe obviar la gran similitud que posee la cultura Valdivia con la cultura Jomón del Japón, ya que en la zona costanera de la provincia de El Oro existen restos y manifestaciones de esta cultura.

Existen algunas teorías que son las más importantes sobre el origen de los machaleños son: Origen autóctono, Origen Australiano, Origen asiático: que se supone que se abrieron paso por el estrecho de Bering, y la más aceptada La migración al Sur y los primeros pobladores.

La migración del Sur y los primeros pobladores

Periodos prehistóricos

El periodo paleolítico: Tuvo lugar entre las migraciones hace 6000 años a.c. esta época se caracterizó por que la vida era nómada, no se establecían en un lugar determinado, se cazaba al mamut gigante para alimentarse.

El periodo paleolítico inferior: Tuvo lugar desde 40000 hasta 15000 años a.c, aquí se realizaron trabajos toscos en piedra y huesos de mamut y caballos.

El periodo paleolítico superior: Tuvo lugar entre el 15000 al 6000 años a.c. aquí los trabajos en piedra fueron perfeccionados a base de técnicas y tallas a presión.

Periodo neolítico: Tuvo su aparición por el año 6000 a.c. y se consolidó hasta el 1500 a.c. en este periodo ya se dio el perfeccionamiento de forma radical de todos los tallados, ya la vida era sedentaria, además ya se aprovechaban del cultivo y la recolección de sus frutos y empezaron a domesticar los animales. Información cultural y valiosa para todos los machaleños.

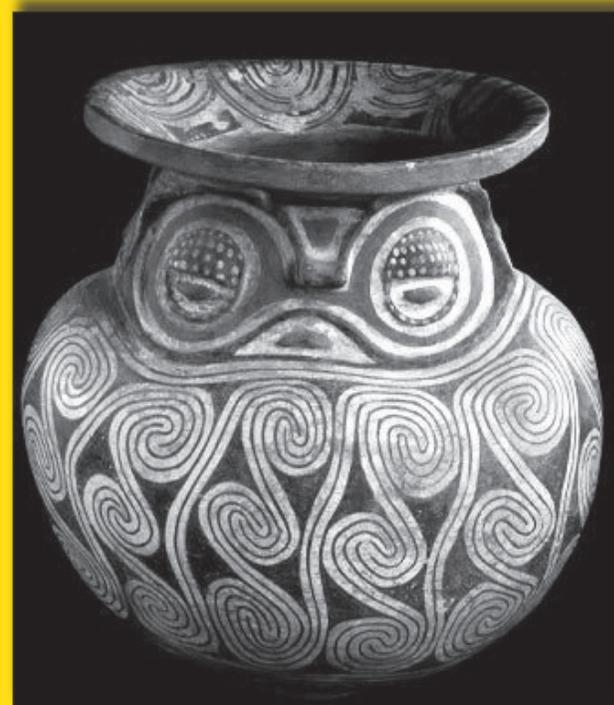
Ecuador precolombino

Periodo precerámico o paleoindio: Se caracteriza definitivamente por la cultura Valdivia que tuvo su aparición en las provincias de Guayas, Manabí y El Oro; periodo de formación e la Venus de Valdivia, vasijas con decoraciones incisa y partes pulidas.

Periodo formativo en el Ecuador: Encontramos 2 periodos: el formativo temprano que incluye a la Venus de Valdivia y el formativo tardío que es su perfeccionamiento.

Periodo de desarrollo regional: este periodo se ubica de 500 a.c. hasta 500 d.c. para nuestro interés Emilio Estrada nos dice que se desarrolló una cultura llamada Jambelí que abarcaba desde las costas del Guayas hasta Tumbes y se dice que de esta cultura descienden los Machalas.

Periodo de integración: Trata sobre la llegada de los Incas al territorio ecuatoriano, la Sierra tuvo más protagonismo, también conocido este periodo como protohistoria y finaliza con la llegada de los españoles. (Salcedo Galo, 1992)





División territorial del Ecuador

Evolución

Ciudades fundadas por los españoles

Provincias de la época colonial

Independencia de las ciudades

Provincias creadas en la Gran Colombia

Provincias creadas en el periodo Republicano

Ciudades fundadas por los españoles

Esmeraldas, Riobamba, Latacunga, San Francisco de Quito, Galápagos, Portoviejo, Santiago de Guayaquil, Loja, Zamora, Cuenca, La Villa San Juan de Tena, Ambato, Ibarra, Tulcán, Guaranda, y Machala; el expedicionario Torres de Mendoza dijo: “Cuando los españoles recorrían las costas de Balao, llegaron hasta la desembocadura del Jubones descubriendo el asentamiento de los Machalas en 1573, posteriormente Machala como ciudad se fundó el 1758 en el lugar que se encuentra actualmente”

El 23 de Abril de 1884 se crea la provincia de El Oro, con su capital Machala.

Plantamiento para la creación de la provincia de El Oro

El planteamiento de la provincia fue una iniciativa de los señores Manuel Muñoz Serrano y Manuel Arízaga ambos de la ciudad de Cuenca, ellos respaldaron totalmente la provincialización de la región, de igual manera el pueblo zarumeño, pidió la fundación de una nueva provincia, la provincia de El Oro, este nombre se lo debe al desarrollo de la industria minera, junto con los cantones Santa Rosa y Machala. En Quito se firma el decreto que oficialmente da por creada la provincial de El Oro el 23 de Abril de 1884.

División territorial de la provincia de el Oro

Límites

Al norte las provincias de Guayas y Azuay; al Este con las provincias de Azuay y Loja; al Sur la provincia de Loja y la República del Perú y al Oeste con el Golfo de Guayaquil.

Machala (1824)

Mediante el Decreto de la Ley de Colombia, se crea el

Cantón Machala el 25 de Junio de 1824.

Aspecto físico del cantón Machala

Esta ubica al Suroeste del territorio ecuatoriano, el territorio machaleño permite cultivar productos agrícolas propios de la costa como la exportación de cacao y con el pasar del tiempo fue reemplazado por el banano que ahora se lo reconoce a nivel mundial.

Hidrografía

La región de es bañada por algunos ríos: Motuche, Rompido, Chaguana, y el principal Jubones.

Clima

El clima es básicamente influenciado por la corriente de Humboldt y también tiene variaciones debido a la corriente del niño. Machala se encuentra a 6 metros sobre el nivel del mar, la temperatura se mantiene entre los 24° a 26°C.

Etnografía

Se divide en 3 grupos: Autóctonos, Inmigrantes del interior del país e Inmigrantes extranjeros.

Autóctonos

Descendientes de los nativos Machala, tribus que se hayan asentado en la zona Suroeste del país.

Inmigrantes del interior del país

Son ancestros que llegaron a Machala por diversas circunstancias (aventureros o comerciantes).

Inmigrantes extranjeros

Llegaron en la época colonial, se dice que llegaron en primera instancia al Puerto de Guayaquil para luego avanzar hasta Machala, y el origen de estos extranjeros sería de China, Turquía, Líbano, Colombia, y Perú.

¿QUIENES FUERON LOS MACHALAS?

Grupo aborigen que perteneció a la cultura Milagro-Quevedo y formó parte del Cayapa-Colorado. El vocablo Mashall o Machala significa GRAN LINDERO (Salcedo Galo, 1992)



PROTOHISTORIA DE MACHALA

Se denomina protohistoria al periodo en el que los Incas invadieron el territorio ecuatoriano. Antes de esto un aventurero francés se internó por los esteros existentes de la época, en donde es ahora el archipiélago de Jambelí y por primera vez se encontró con los Machalas.

Luego en 1537 los españoles en su rumbo por encontrar nuevas tierras, bajaban por el Sur hasta llegar a Balao y a la desembocadura del Jubones siguiendo agua arriba encontraron a los Machalas.

Ya en la época de la colonia Machala constaba con 57 habitantes, este se lo considera como el primer Censo del poblado.

MACHALA EN EL PERIODO REPUBLICANO

Ya en el año de 1835, ya disuelta la Gran Colombia, los machaleños se ganaron el privilegio de ser parte de la Asamblea Nacional.

También por estos años tuvo lugar la declaración del primer Puerto Marítimo de Machala y se lo bautiza como Puerto Bolívar.

LAS PARROQUIAS MACHALA

La expansión que Machala ha desarrollado se reflejaba en las parroquias creadas: Jubones, Nueve de Mayo, La Providencia, Jambelí, Puerto Bolívar y Machala respectivamente. El Cambio y El Retiro son las rurales.

MACHALA DEL PASADO AL PRESENTE

La explotación agrícola. En cuanto a la fertilidad de las tierras para el cacao despertaron un fuerte interés por parte de la gente de Guayaquil, en ese entonces el indio era considerado como objeto de trabajo; actualmente es poco lo que ha cambiado, lo que se puede decir es que se ha tecnificado, porque la explotación igual sigue, solo que ahora ya se cuenta con industria para la misma. En cuanto al transporte marítimo no tenían mayores problemas.

LA CAPITAL DE LA PROVINCIA

El crecimiento de la ciudad era notable, se avanzaba aunque desordenadamente, llegaron los faroles para el alumbrado público, en el año de 1886 se empezó la creación del primer centro de educación media, el Colegio

9 de Octubre, el Puerto Bolívar ya se había inaugurado, y de la misma manera se empezó la construcción del ferrocarril.

alumbrado público, el Colegio 9 de Octubre ya estaba funcionando, y además ya se estaba construyendo su propio establecimiento. Puerto Bolívar por decreto fue elevado a Puerto Mayor de la República en 1898. Se empezaron las obras de construcción del Hospital de la ciudad... se veía el progreso de la ciudad.

El 23 de Abril de 1900 se inauguró el ferrocarril de Puerto Bolívar a Machala, y el comercio se intensificó de una manera abrumadora.

Las viviendas que se apreciaban en ese tiempo a principios de siglo se las podía apreciar de dos tipos: las primeras eran las denominadas chozas casitas con estructura de mangle y techo de paja; y las segundas con estructura de mangle y techos de teja y sus paredes eran cubiertas con barro.

La vestimenta era típicamente campesina, sombrero de paja, el uso de un paño, por medio del sombrero se podía ver a que condición social pertenecía cada persona, camisa de tela manga larga y blanca abotonada hasta el cuello, y los de mejor posición económica usaban las guayaberas.

Los periódicos comenzaron a llegar una vez por semana; de la misma manera aparecieron los famosos aguadores, que sobre sus hombros colocaban un palo largo y latas de agua a cada lado.

Por los años 20

Ya se proyectaba la construcción del mercado de abastos, la educación primaria y secundaria era obligatoria y el Ecuador se encontraba el lugar número uno en la exportación de cacao a nivel mundial.

1928, la luz y el agua llegó a Machala

Se inauguró la electricidad y todo era una enorme fiesta en la ciudad, aunque en un principio solo se dio en la zona céntrica y en la estación del ferrocarril, posteriormente en el resto de la ciudad. Se inauguró el cementerio de la ciudad, que se mantiene hasta ahora, la producción bananera ya se encontraba sustituyendo a la del cacao y esto dio muchas plazas de trabajo. (Salcedo Galo, 1992)



1941, la invasión

La invasión por parte del Perú, por aire, mar y tierra, fue una verdadera catástrofe el Municipio fue tomado por los peruanos, tanto la ciudad como la provincia fueron devueltas en 1942.

El auge bananero

La exportación bananera se daba en grandes dimensiones, se perfeccionaron las técnicas de trabajo y para evitar las plagas; por las grandes exportaciones que había en la época y las grandes masas de gente que llegaban por trabajo, Machala ya no tenía como recibir a tanta gente y se comenzaron a dar las denominadas invasiones. A fines de la década de los 50 se terminó el colegio Ismael Pérez Pazmiño; el 1964 se inició con la famosa Feria Mundial del Banano, luego de esto se dice que el radio locutor Hernán Ugarte Chuchuca, en una de sus transmisiones dijo: DESDE MACHALA, "CAPITAL BANANERA DEL MUNDO". Ya se contaba con el primer banco privado, el Banco de Machala, el Banco de fomento también tenía su sucursal en la ciudad, y además se crearon los colegios nacionales Machala y el Kleber Franco Cruz.

Un hecho que marco la vida de los machaleños sin duda, fue el levantamiento del ferrocarril de manera definitiva, fue de verdadera tristeza. Para 1972 se funda el banco de sangre y el Hospital Teófilo Dávila se amplió.

Machala en la actualidad

Luego de haber recorrido aproximadamente 455 de historia de la ciudad de Machala, demos un vistazo a como se encuentra la ciudad en estos días, Machala es una ciudad nueva con muchas áreas regeneradas de manera satisfactoria, la reconstrucción de la mayoría de los parques le dan un toque histórico y de actualidad al mismo tiempo convirtiendo a Machala en un destino turístico, como por ejemplo el parque Colón, el parque de los Picapiedras, la construcción de nuevos parques como lo son: el parque Lineal, el parque del Cangrejo, el proyecto vial de la ciudad permitió que se pueda transitar por la ciudad en casi su totalidad.

4.2. Encuestas

Público adulto - 25 a 30 años



UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO - ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Encuesta para determinar el conocimiento del público sobre los temas de historia, cultura y tradiciones de Machala.

Nombre: _____
Edad: _____
Ocupación: _____

1) ¿Qué entiende usted por cultura?

2) ¿Ud. cree que Machala posee una rica historia y cultura definida?
Sí No
¿Por que? _____

3) ¿Ud. tiene conocimiento sobre acontecimientos importantes sobre la historia y cultura de Machala? Mencione 3.

4) ¿Ud. tiene conocimiento sobre eventos tradiciones en Machala? Mencione 3.

5) ¿Ud. estaría de acuerdo que en los lugares públicos de la ciudad existan puntos de información sobre estos contenidos?
Sí No

6) ¿Seleccione en qué lugar?
Parques Complejos deportivos Centros comerciales Hospitales Otros

7) ¿Mencione 3 posibles motivos por los que Ud cree que no se da o no existe esta difusión de contenidos históricos y culturales?

Público infantil - 8 a 11 años


UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO - ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Encuesta para determinar el conocimiento del público sobre los temas de historia, cultura y tradiciones de Machala.

Nombre: _____
Edad: _____
Escuela: _____

1) ¿Cómo se llama la ciudad en la que vives?
Cuenca Machala Guayaquil Quito

2) ¿Señala los colores de la bandera de tu ciudad?
Rojo Amarillo Celeste Blanco Verde Azul

3) ¿Te gustaría saber y conocer más de tu ciudad?
Sí No

4) ¿Señala los lugares que más te gusta ir?
Parques Tu escuela Canchas de fútbol

5) Cuando vas al parque o a jugar ¿Con quién vas?
Familia Amigos

5) ¿Te gustaría que cuando vayas a jugar haya un juego donde podrías aprender sobre tu ciudad?
Sí No

5. Conclusiones y recomendaciones

a) En conclusión con respecto a la etapa de contextualización mediante la técnica de observación se determinó que hay una evidente falta de conocimiento en términos de historia, cultura y tradiciones en la ciudad de Machala y además no existe una iniciativa para promover el conocimiento de estos contenidos.

b) Machala posee varios entornos o ambientes construidos en donde se ve la oportunidad de transmitir o dar a conocer dichos contenidos, se han tomado dos lugares principales de la ciudad como los son los parques Central Juan Montalvo y el parque Lineal.

c) En el trabajo de observación e investigación de campo se determinó el público meta o target a cual nos dirigimos siendo un público adulto de 25 a 30 años y uno infantil de 8 a 11 años.

d) Gracias a la investigación bibliográfica fueron seleccionados varios tipos de teorías con las que se pudo trabajar de manera conjunta como por ejemplo: diseño gráfico experiencial, diseño de información, géneros literarios, líneas de tiempo la combinación de todas estas ayudaron a que la información haya sido presentada de manera clara y entendible.

e) Una vez seleccionadas las teorías y teniendo ya los contenidos con los que se trabajará se piensan en que soporte serán plasmados, se llega a la conclusión de crear una línea de paneles interactivos con forma de totems en los cuales se presentará los contenidos históricos, culturales y tradicionales de la ciudad de Machala.

f) La cromática fue definida en base al tipo de público y al ambiente donde serán ubicados los paneles, colores de la familia cálida para el público infantil para generar atracción y además para que se conjugue con el entorno, de esta manera se logra la inmersión. Colores de la familia fría para el público adulto por la elegancia y seriedad que se requiere.

g) Como conclusión final la presentación de los paneles deberá ser realizada en los parques anteriormente mencionados por la afluencia de los públicos con una línea de 3 paneles cada uno.

6. Bibliografía

Alba Ferrer Franquesa, David Gómez Fontanills. (2013). Imagen y Comunicación visual. España, Cataluña: UOC.

<http://cruxcreative.com/what-is-environmental-graphic-design-2/>

<http://ilustracioneditorialypublicitaria.blogspot.com/p/historia-de-la-ilustracion.html>

<https://segd.org/what-we-do>

<http://tic.sepdf.gob.mx/micrositio/micrositio3/lineas.html>

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/5-maneras-de-convertir-la-publicidad-en-persuasion/>

Jorge Frascara. (2000). Diseño gráfico para la gente. Buenos aires: Ediciones Infinito.

Josef Müller-Brockmann. (2012). Sistemas de retículas Un manual para diseñadores gráficos. Barcelona: Gustavo Gili.

Lakshmi Bhaskaran. (2006). Que es el diseño editorial. España Barcelona: Index Book S.L..

Pedro Peña H. (2007). Diseño Publicitario. Perú: Esepe Editores

Prof. Soc. Galo César Salcedo. (Octubre de 1992). Machala 455 años de historia: Compendio de la Ciudad Volumen 1. Machala: Offset Latina.

Prof. Soc. Galo César Salcedo. (Octubre de 1992). Machala 455 años de historia: Compendio de la Ciudad Volumen 2. Machala: Offset Latina.