



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

**FACULTAD DE
DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**“DISEÑO DE UN SISTEMA GRÁFICO ORIENTACIONAL Y DE IDENTIDAD PARA
CICLOVÍAS Y UNA CAMPAÑA PARA MOTIVAR SU UTILIZACIÓN Y CUIDADO.
BIOCORREDOR YANUNCAY, AV. 1 ro DE MAYO, CUENCA.”**

**PROYECTO FINAL DE CARRERA PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO**

AUTORES

**Santiago Tixi
Jonnathan Chuquiguanga**



TUTOR

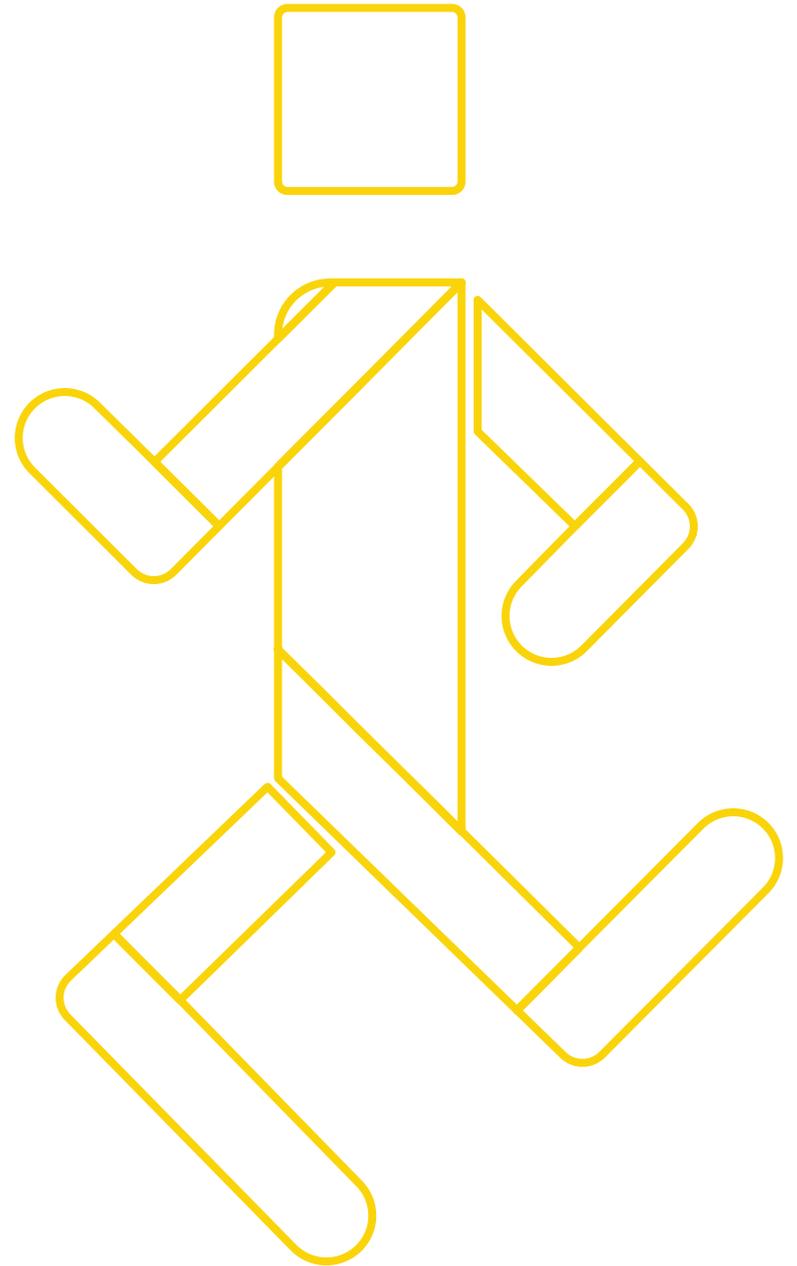
Fabián Cordero



2022

Cuenca - Ecuador





Autores:

Klever Santiago Tixi Morocho
Jonnathan Daniel Chuquiguanga Sangurima

Director:

Edmundo Fabián Cordero Salazar

Fotografía e ilustraciones:

Propiedad de los autores, a excepción de aquellas que están citadas.

Diseño y diagramación:

Klever Santiago Tixi Morocho
Jonnathan Daniel Chuquiguanga Sangurima

Cuenca, Julio, 2022

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y esfuerzo a mi padre que a pesar de su lejanía siempre ha sido y será mi apoyo y soporte, a mi madre que ha estado conmigo en los buenos y malos momentos brindándome todo su cariño, motivándome a que me siga superando, a mis hermanos que siempre han estado para ayudarme y entenderme en todo momento, y al resto de mi familia que también han sido una motivación para lograr conseguir una meta más en mi vida.

AGRADECIMIENTOS

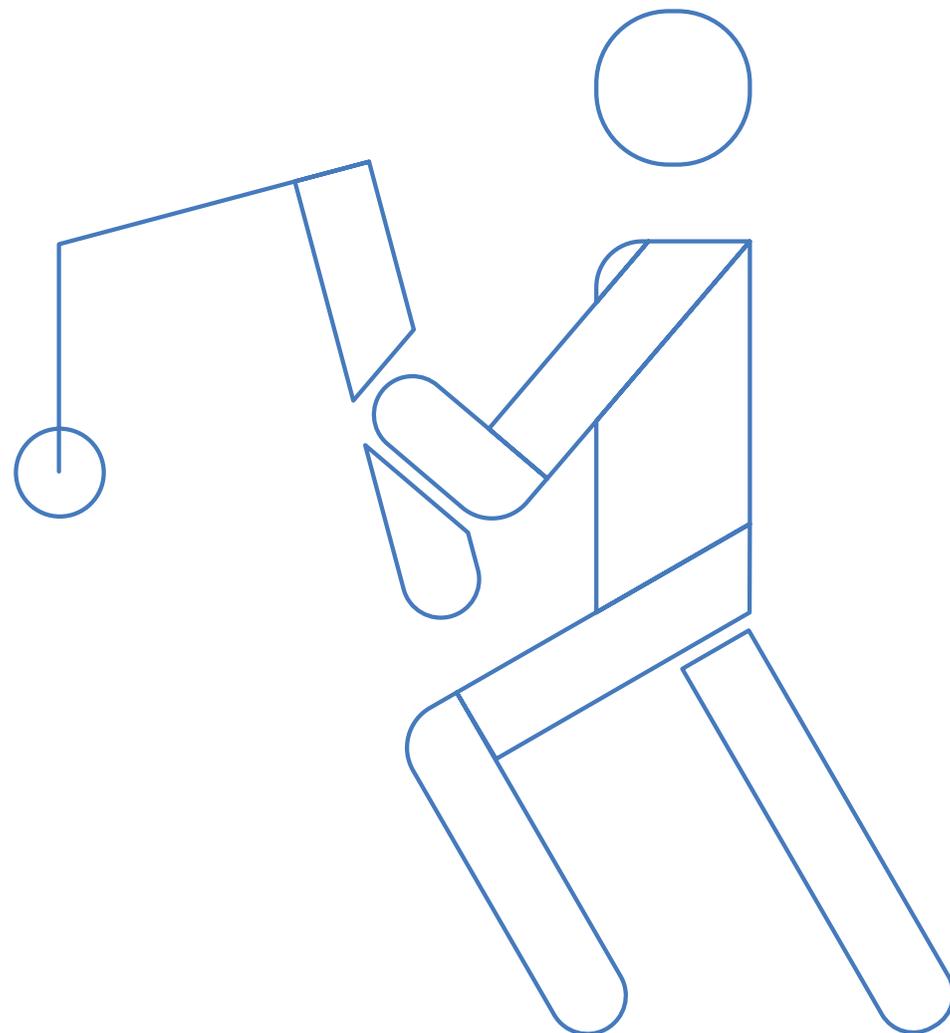
Primeramente quiero dar gracias a Dios por permitirme avanzar y cumplir una meta más en mi vida y formación como profesional.

A mis padres Patricio y Laura que siempre me han estado brindando su apoyo, valores y consejos incondicionalmente para lograr ser la persona que soy hoy en día, a mi hermana Laura que siempre ha sido una fortaleza para seguir batallando constantemente sin dar marcha atrás hasta alcanzar mis objetivos y mi hermano Felipe que aun siendo pequeño me ha demostrado que, sin importar la edad que se tenga, si no se lucha por alcanzar tus metas, no lograras alcanzar esa alegría y gratificación que te impulsa a seguir adelante.

De igual manera agradezco a mi director de tesis, Fabian Cordero y mis tutores, Jhon Alarcon y Diego Larriva por ser un apoyo y una guía a lo largo de este proyecto, así como a todos los demás docentes que me han impartido su conocimiento a lo largo de mi carrera universitaria.

A mi compañero de tesis Jonnathan por permitirme trabajar a su lado, brindándome ayudas y aportes para sacar adelante este proyecto y mis amigos Andy, Carlos, Christian, Jhonatan, Jorge, José, Paúl, Pedro, Sebastian, Eli, Karol, Micaela y Mercy, que siempre han estado brindándome sus conocimientos y alegrías dentro de mi transcurso universitario.

Santiago Tixi



DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mis padres Daniel y Celina, por todo su esfuerzo y apoyo incondicional a lo largo de toda mi vida, a mi hermano Edison, por ser un ejemplo a seguir en mi formación académica, a mi esposa Estefanny y a mi hija Liahna, por ser mi motivación día a día.

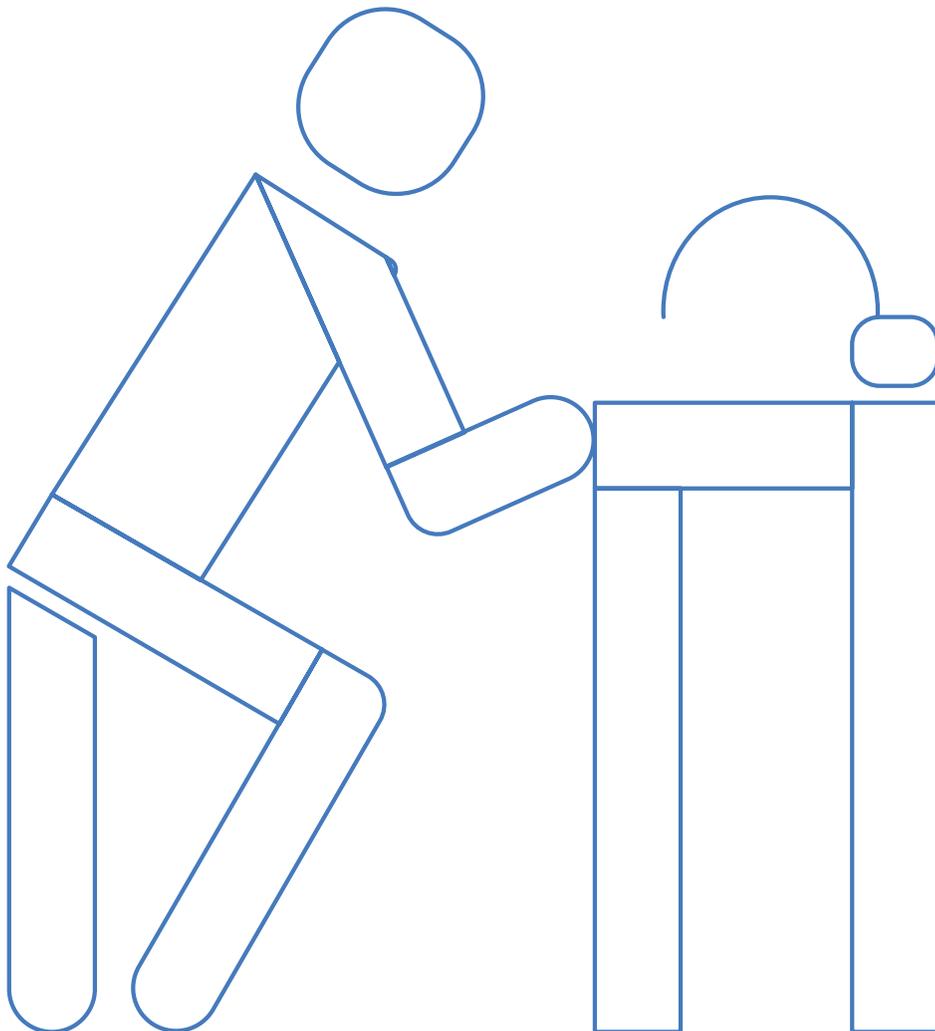
AGRADECIMIENTOS

Primero quiero dar gracias a Dios y especialmente a mis padres, por ser el pilar fundamental en mi vida para cumplir mis metas, a mi esposa Estefanny, por la paciencia y comprensión, a mi hermano Edison por sus consejos que me encaminaron a ser una mejor persona, a mis amigos de clase que siempre han estado en las buenas y malas.

A mi compañero de tesis Santiago por compartirme todos sus conocimientos y haberme permitido trabajar a su lado durante todo este proceso.

De igual manera agradezco a mi director de tesis, Fabian Cordero por brindarnos su apoyo a lo largo de todo este proyecto y a todos los docentes que formaron parte de mi formación académica.

Jonnathan Chuquiguanga



ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Índice de imágenes	8
Resumen	10
Abstract	11
Introducción	12
Objetivos	13

1. CONTEXTUALIZACIÓN

Contextualización bibliográfica 16

▶ Movilidad sostenible	16
Objetivos de una movilidad sostenible	17
▶ Movilidad Activa	18
Salud y movilidad activa	19
Comunicación dentro de la movilidad activa	20
Movilidad activa en Cuenca	21
▶ El entorno urbano	22
▶ Ciclovía	23
Tipos de ciclovía	23
▶ Desire Lines	24
▶ Sistema gráfico	26
Elementos de un sistema gráfico	26
▶ Diseño de comunicación visual	28
Funciones de la comunicación visual	29
Diseño funcional	30

Señalética	31
Normativas de señalización	32
Señalización	33
Señalización vertical	33
Señalización horizontal	35
Wayfinding	36
Placemaking	37
▶ Publicidad alternativa	38
Trabajo de campo	41
Entrevistas	45
Análisis de homólogos	47

2. PROGRAMACIÓN

Segmentación	52
Persona Design	53
Mapas de trayectoria	56
Partidos del diseño	59
Brief de campaña	62
Conclusión	63

3. IDEACIÓN

Generación de 10 ideas	66
Desarrollo de ideas	69
Idea final	72

4. DISEÑO

Planificación	74
Imagen / Marca del lugar	75
Bocetación del Isologo	75
Digitalización del Isologo	76
Resultado final	77
Estructura y áreas de protección	78
Usos no permitidos	79
Tipografía	80
Cromática	81
Procesos de diseño	82
Pictograma	82
Pictogramas seleccionados	89

Estructura de la información en paneles digitales	90
---	-----------

Animación de paneles digitales	102
--------------------------------	------------

Estructura de la información en paneles físicos	103
---	------------

Soportes	106
-----------------	------------

Paneles digitales	106
-------------------	------------

Paneles físicos informativos	107
------------------------------	------------

Paneles físicos de orientación	108
--------------------------------	------------

Paneles físicos verticales	112
----------------------------	------------

Aplicación de los soportes	113
-----------------------------------	------------

Campaña social	115
-----------------------	------------

Recorrido acompañado	117
-----------------------------	------------

Conclusión	118
-------------------	------------

Validación	119
-------------------	------------

Bibliografía	121
---------------------	------------

Anexos	122
---------------	------------

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Free Photo | Person using electric scooter in the city (freepik.com)

Imagen 2. Free Photo | Businessman walking with bike in street after work (freepik.com)

Imagen 3. https://www.freepik.com/premium-photo/multiracial-friends-meet-co-working-office-entrance-man-leaving-with-bike-woman-arrives-work_24970578.htm#query=health%20and%20active%20mobility&position=5&from_view=search

Imagen 4. Free Vector | Tiny people using mobile application with map outdoors (freepik.com)

Imagen 5. https://www.freepik.com/premium-vector/concept-green-city-with-building-earth_4016680.htm#page=2&query=urban%20environment&position=46&from_view=search

Imagen 6. Free Photo | Bike lane close-up on the road (freepik.com)

Imagen 7. File:Desire line on Diamond Creek Trail (50896244793).jpg - Wikimedia Commons

Imagen 8. (20) Pinterest

Imagen 9. Free Photo | Neon tropical monstera leaf banner (freepik.com)

Imagen 10. Free Photo | Human hand holding up the uppercase capital letter a over yellow background (freepik.com)

Imagen 11. Free Photo | Holi color background on white background (freepik.com)

Imagen 12. Free Vector | Modern abstract triangle and lines composition background (freepik.com)

Imagen 13. Visual Communication - Delft Design Drawing

Imagen 14. Free Photo | Design html web design template concept (freepik.com)

Imagen 15. https://www.freepik.com/premium-photo/road-sign-traffic-is-prohibited-movement-motorcycle-bicycle-is-prohibited-background-city-pedestrian-zone_23146610.htm#query=cycle%20path%20signage&position=2&from_view=search

Imagen 16. https://www.freepik.com/premium-photo/park-area-sign-bicycles_4537697.htm#query=cycle%20path%20signage&position=17&from_view=search#position=17&query=cycle%20path%20signage

Imagen 17. https://www.freepik.com/premium-photo/bicycle-lane-signage-street_2166936.htm#query=cycle%20path%20signage&position=21&from_view=search

Imagen 18. Wayfinding Signage at Seattle Public Library | Susan Smith | Flickr

Imagen 19. A Blueprint for Public Realm Leadership – The Municipal Art Society of New York (mas.org)

Imagen 20. (1) Pinterest

Imagen 21. El baúl de Pepe: Publicidad creativa (elbauldepepe.blogspot.com)

Imagen 22. 30 Ejemplos de Publicidad Creativa o Publicidad BTL (publicidadpixel.com)

Imagen 23. File:Guerilla Escalator.jpg - Wikimedia Commons

Imagen 24. IRM 2017 | Conocimiento vivo para la formación de nuestros i... | Flickr

Imagen 29. Señalética tapada por loa árboles.

Imagen 30. Ciclistas invadiendo el camino peatonal.

Imagen 31. Ciclistas no utilizan la cicloavía.

Imagen 32. Ciclistas tratando de cruzar la calle por un lugar no permitido.

Imagen 33. Ciclistas circulando por la calle.

Imagen 34. Peligro en la cicloavía por salida de vehículos.

Imagen 35. Banners publicitarios.

Imagen 36. Áreas de descanso en el biocorredor.

Imagen 37. Pablo Ochoa

Imagen 38. Manuela Cordero

Imagen 39. Marco Espinoza

Imagen 40. Josue Espinoza

Imagen 41. Leonardo Vintimilla

Imagen 44. Panel digital al ingreso por la Avenida Fray Vicente Solano

Imagen 45. Panel vertical en el área de la biodiversidad.

Imagen 46. Panel vertical en las zonas de hidratación.

Imagen 47. Panel de orientación en el área deportiva.

Imagen 48. Panel informativo en el área de los anfibios.

Imagen 49. Panel digital seccionado para el área deportiva.

Imagen 50. Panel digital en el área de descanso.

Imagen 51. Panel vertical en el área del parqueadero.

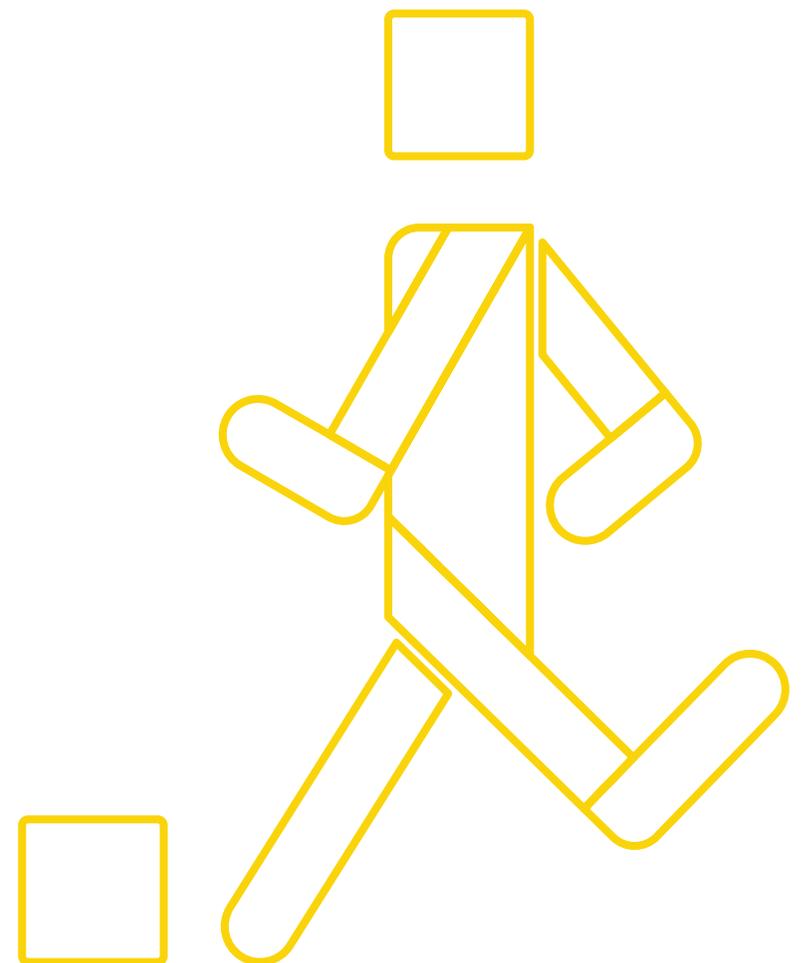
Imagen 52. Parqueadero donde se aplicará la campaña.

RESUMEN

Últimamente, la ciudad de Cuenca ha visto un incremento de espacios urbanos que fomentan la transportación alternativa, sin embargo, no siempre han recibido el tratamiento necesario para que sean espacios funcionales y con capacidad de provocar efectos de apropiación por parte de los habitantes. Tal es el caso del Biocorredor de Río Yanuncay en el cual este trabajo propone el desarrollo de un sistema gráfico ambiental que, tomando los principios de la señalética y el wayfinding y apoyado en la observación de diferentes tipologías de usuarios, informe y oriente, mientras brinda al lugar una identidad propia.

Palabras clave

Comunicación visual, diseño de información, espacio público, grafica ambiental, señalética, usuario.

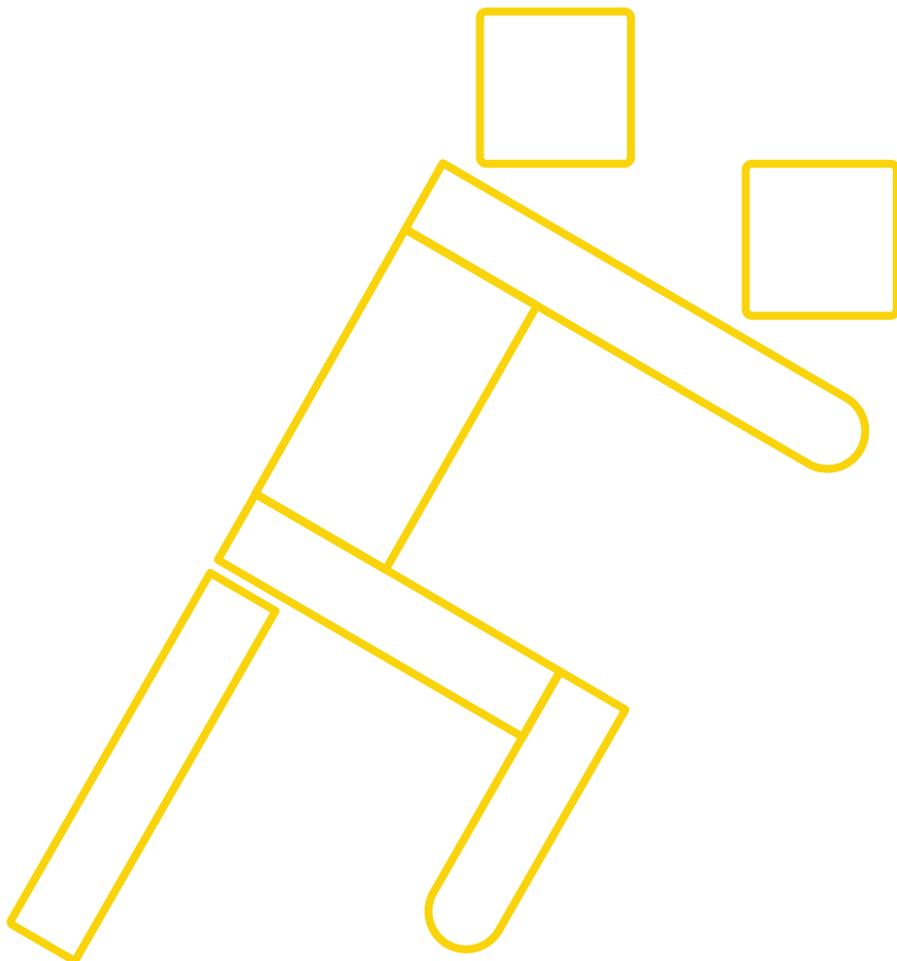


ABSTRACT

Lately, the city of Cuenca has seen an increase in urban spaces that promote alternative transportation, however, they have not always received the necessary treatment to make them functional spaces with the capacity to provoke appropriation effects by the inhabitants. Such is the case of the Yanuncay River Biocorridor in which this work proposes the development of an environmental graphic system that, taking the principles of signage and wayfinding and supported by the observation of different typologies of users, informs and orients, while giving the place identity of its own.

Keywords

Visual communication, information design, public space, environmental graph, signage, user.



INTRODUCCIÓN

Cuando se piensa en la movilidad activa, la imagen que se nos viene a la mente es la de ciudades como Amsterdam o Copenhague donde el uso de la bicicleta es habitual, aun así, desde hace años en latinoamérica se ha ido acogiendo este movimiento hasta el punto de ir creciendo vigorosamente, debido en parte, al aumento exponencial de la movilidad activa, haciendo frente al cambio climático, a su vez que demuestra ser uno de los medios más eficaces para reducir las emisiones generadas por el transporte.

En la Ciudad de Cuenca la construcción de dichos espacios destinados para la circulación de los ciclistas y peatones se ha visto opacado por diversos conflictos señaléticos de igual manera que los colectivos de ciclistas cuestionan como los tramos de la ciclovia se encuentran dispersos siendo infuncionales para su uso, teniendo como consecuencia la generación de accidentes de tránsito. Dentro de la Avenida Primero de Mayo los habitantes del sector expresan su inconformidad debido al mal funcionamiento estructural que se ha hecho a los largo del recorrido ocasionando no solo un daño al medio ambiente sino que también ocasiona un conflicto visual debido a la contaminación visual que se ha establecido en el lugar.

Por lo anteriormente mencionado nuestro proyecto busca generar dentro de este espacio una empatía que sea amigable con el usuario, a su vez que lo oriente sobre los diversos sectores que ofrece este recorrido, a través de un sistema gráfico que contenga información sobre los diversos aspectos turísticos, comerciales y señaléticos que hay en lugar así como también los debidos cuidados que debe tener al transitar por esta ruta.

El primer capítulo del proyecto describe el marco teórico, donde se describen los conocimientos previos que se deben tener para resolver la problemática planteada, definiendo temas como: la movilidad activa, el entorno urbano y las ciclovias, así como también el sistema gráfico, la comunicación visual y la publicidad alternativa. De igual manera, también, se plantea un estudio de campo donde se recopila información acorde a la problemática del lugar.

El segundo capítulo describe el target al que se encuentra dirigido nuestro producto para futuros capítulos, abarcando tanto los mapas de recorrido como también los partidos del diseño y el brief de campaña que van a regir dentro del proyecto.

El tercer capítulo abarca la fase de ideación del producto gráfico donde se plantea una lluvia de ideas en relación al tema, obteniendo así diversos resultados, los cuales al ser combinados entre sí permiten obtener soluciones gráficas que logren cumplir con los objetivos planteados.

El cuarto y último capítulo del proyecto describe el proceso de diseño de los productos gráficos planteados, desde la generación de un sistema gráfico, en iconos, mapas de recorrido y campaña hasta la justificación de los elementos que se utilizaron, para conseguir el resultado final. Estos resultados a su vez son sometidos a una validación del target planteado, para saber si fueron establecidos correctamente y así, tener una mayor certeza de que el proyecto ha logrado alcanzar los objetivos planteados.

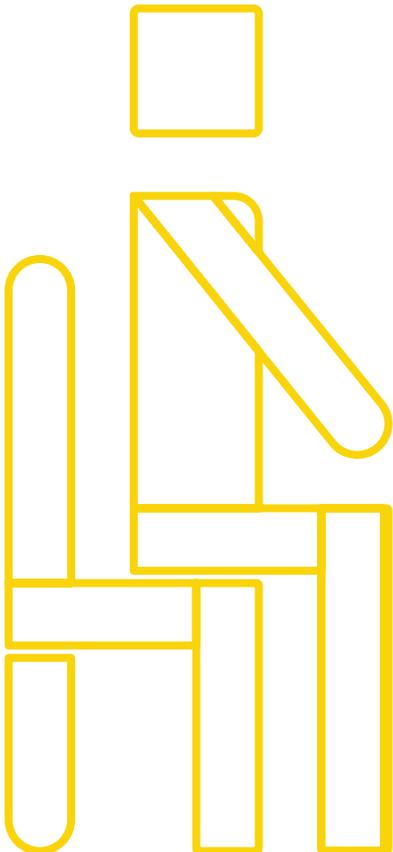


OBJETIVO GENERAL

Potenciar el uso que se le da a la ciclovía del biocorredor del río Yanuncay como una alternativa de transporte seguro y amigable con el medio ambiente, a través del diseño de un sistema gráfico que le dote de personalidad e identidad al recorrido.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ▶ Identificar y analizar la información acerca del uso que se está dando a las ciclovías.
- ▶ Recopilar y analizar la información acerca del uso del diseño gráfico en proyectos similares.
- ▶ Generar una identidad gráfica aplicada a un sistema que busque dotar de personalidad y por tanto apropiación del lugar-recorrido en los usuarios.
- ▶ Aplicar el sistema gráfico en una campaña gráfica que refuerce el uso dentro de la ciclovía.



Capítulo

1

CONTEX TUALIZA CIÓN





1.1. CONTEXTUALIZACIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1.1. MOVILIDAD SOSTENIBLE

Según el Centro de transporte sostenible de Winnipeg en Canadá, la movilidad sostenible se define como aquella que permite a los individuos y sociedades satisfacer las necesidades al momento de acceder a sus áreas de actividades de manera segura, siendo compatible tanto con la humanidad como el ecosistema Morency (2013).

Por otra parte, Guerrero (2017) aborda la movilidad sostenible desde la preocupación por los problemas medioambientales sociales, tomando en cuenta la falta de concientización de las personas, sin pensar en tales beneficios como: el mejoramiento en su calidad de vida, aportar seguridad en los desplazamientos, no compromete la salud, mejora en la competitividad del sistema productivo y configuración de un modelo de transporte sostenible.

Para Boullón (2011) una forma de mitigar los problemas que ocasiona el exceso de vehículos dentro de una ciudad, es promoviendo el uso de bicicletas, debido a que este medio reduce significativamente la cantidad de vehículos. Apoyando a esto Alvarado (2009) argumenta como al reducir el número de vehículos, disminuye gradualmente la contaminación ambiental, evitando enfermedades como alergias o problemas respiratorios.



imagen 1



1.1.1.1. OBJETIVOS DE UNA MOVILIDAD SOSTENIBLE

La Comisión de las Comunidades Europeas (2000) menciona como al analizar la movilidad sostenible debemos tomar en cuenta diversos objetivos como:

- ▶ Favorecer el acceso a bienes, recursos y servicios, reduciendo la necesidad de movilidad, satisfaciendo las necesidades económicas, ambientales y sociales.
- ▶ Asegurar que tanto la infraestructura de transporte como el propio transporte no superen la capacidad de contaminación hacia los ecosistemas.
- ▶ Asegurar que los usuarios paguen los gastos ambientales y sociales de su elección en el transporte sin perjudicar la competitividad de la industria.
- ▶ Reducir el crecimiento del tráfico en coches y camiones a un nivel sostenible.
- ▶ Asegurar que las inversiones en el área del transporte introduzcan la variable ambiental.
- ▶ Fomentar el uso de los medios de transporte más eficientes desde el punto de vista ambiental, social y económico.
- ▶ Alcanzar un estándar de calidad medio ambiental basado en límites ecológicos críticos.
- ▶ Asegurar el manejo de recursos ecológicos sin disminuir la capacidad de los mismos.
- ▶ Asegurar el uso de recursos renovables teniendo en cuenta su necesidad a futuro, así como, la disponibilidad de sus recursos alternativos.
- ▶ Mejorar la salud humana y la seguridad, reduciendo los accidentes.

Con estos puntos, se nos permite comprender como la movilidad sostenible y la necesidad de que disciplinas como el diseño propongan acciones que consideren como esta perspectiva a ido cobrando relevancia.



1.1.2. MOVILIDAD ACTIVA

La movilidad activa ha ido adoptando un interés en las ciudades desde hace varios años, siendo descrita como el desplazamiento activo, a través de cualquier medio de transporte autopropulsado y accionado por el ser humano, dentro de ellos se encuentran cuatro medios los cuales son: bicicleta, patinetas, patines o patinetes autopropulsados y caminar (Lavín, 2018).

Actualmente dicha movilidad es considerada como un pilar dentro de los parámetros hacia la creación de una ciudad sostenible, dado que esta se ha tomado como un recurso de movilidad seguro frente a la pandemia. Visto desde un estudio hecho por la OPS (2020) se confirmó cómo el uso activo de la bicicleta, es un medio sencillo de permitir un transporte más seguro, debido al manejo simple que se tiene al momento de respetar las medidas de seguridad recomendadas, reduciendo los riesgos de contagio y costo por parte de las poblaciones socioeconómicas más vulnerables.

Al pensar en la movilidad activa, se nos vienen ideas de cómo esta puede llegar a generar preferencia dentro del ámbito urbano a futuro, gestionando los diferentes modos que puedan tener los espacios públicos dentro del entorno entre vehículos motorizados y no motorizados.

Por esto es importante tomar en cuenta, además, que al trabajar desde el ámbito del diseño gráfico en lugares que cuenten con espacios y equipamientos que permitan una movilidad activa, éstos podrán marcar una diferencia identitaria del resto.



imagen 2



1.1.2.1 SALUD Y MOVILIDAD ACTIVA

Casi un 70% de la mortalidad anual a escala mundial se atribuye al desarrollo de enfermedades crónicas transmisibles que tienen como denominador común la elevada prevalencia de factores derivados del estilo de vida y del medioambiente, como por ejemplo la falta en la práctica deportiva, una mala alimentación o la calidad del aire. Estos factores dependen, en gran medida, del entorno en el que vivimos, por lo que fomentar un entorno saludable, que promueva un estilo de vida activo, tiene una acción directa sobre nuestra salud (Ruiz, 2021).

La calidad del aire, el ruido, la falta de zonas verdes, el calor y la falta de actividad física tienen un impacto sobre enfermedades cardiovasculares, respiratorias, musculares, psicológicas o del aparato reproductor. Caminar de manera vigorosa durante media hora en el día reduce entre un 20%-30% el peligro de que ocurra un ataque al corazón, hasta un 40% la posibilidad de padecer diabetes, o un 30% el riesgo de depresión (Ruiz, 2021).

Al entender estos puntos, el diseño gráfico puede ayudar a que los usuarios comprendan de mejor manera que al emplear una movilidad activa dentro de la ciudad reduce significativamente aspectos que son perjudiciales para la calidad de vida.



imagen 3

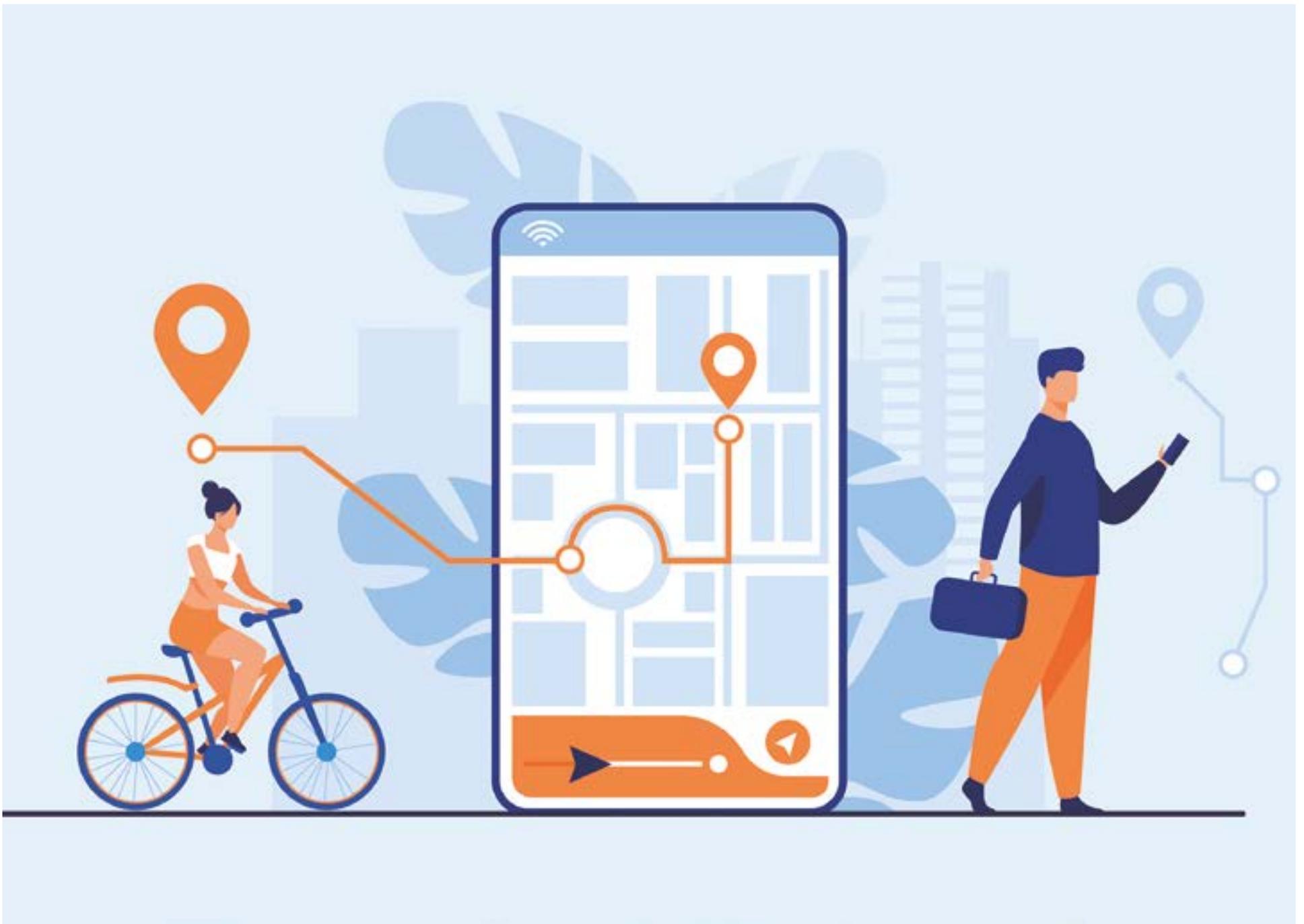


1.1.2.2. COMUNICACIÓN DENTRO DE LA MOVILIDAD ACTIVA

La comunicación en la movilidad activa, influye desde tres aspectos: **a)** el cognitivo, dar a conocer ideas y propuestas que la promuevan y prioricen, en el que los ayuntamientos juegan un papel fundamental; **b)** el preceptivo, ligado a la actitud personal hacia el uso de distintos tipos de transporte; y, por último, **c)** el conductivo, resultado de la decisión final de cada uno de nosotros en relación a los desplazamientos que realizamos y el modo en que los hacemos (Manfredi, 2021).

Desde el diseño, el manejo de comunicación siempre ha sido tratado como un intermediario entre el emisor, receptor y el mensaje, por lo que, al momento de querer entablar una comunicación sobre la movilidad activa debemos tomar en cuenta cuales son los aspectos que se deben mencionar sin llegar a causar un conflicto en los usuarios.

Dentro de esta la comunicación influye como una práctica multidisciplinaria que afecta a la gestión de los asuntos públicos, bien sea conforme a la promoción de un ideario político o bien como respuesta a los requisitos de los diferentes movimientos sociales. La misma que tiene como objetivo cambiar el comportamiento ciudadano (Ruiz, 2021).





1.1.2.3. MOVILIDAD ACTIVA EN CUENCA

Con el objetivo de brindar al peatón y al ciclista facilidades en su circulación y a su vez disminuir el uso del vehículo, el Concejo Cantonal aprobó la Ordenanza para promoción y fortalecimiento de una movilidad mucho más sostenible para la ciudad. El alcalde, Pedro Palacios, recalcó que Cuenca está encaminada hacia una movilidad sostenible e inclusiva y como parte de la Ordenanza está planificar y diseñar ciclovías, ciclocarriles, sendas de uso compartido, bici-estacionamientos, aceras seguras, entre otras acciones que permitan ofrecer tanto a peatones como ciclistas una mejor movilidad, en espacios correctamente señalizados y sin barreras arquitectónicas (EMOV, 2021).



imagen 5



1.1.3. EL ENTORNO URBANO



imagen 6

En las Atenas del Ecuador se crearon pocas avenidas, tales como la Av. de las Américas (conocida también como Circunvalación) y una avenida de Cuenca a Azogues denominada Autopista que envuelven a la ciudad en un cinturón vial, aunque obviamente la urbe en la actualidad se ha expandido tanto, dejando a esta avenida en el interior de la misma (Brito, 1998).

A medida que la urbe se ha ido expandiendo, se han construido pequeños parques y la ampliación continua de los parques lineales a lo

largo de las orillas de los ríos en la ciudad, ha disminuido las áreas verdes de los parques así como también el ancho de las avenidas, debido a una falta de planificación adecuada, en donde los miembros de la alcaldía no actuaron a tiempo, y por ende no aprovecharon la posibilidad de realizar expropiaciones, indemnizando tierras cuando éstas todavía eran rurales (Donoso, 2016).

El tráfico vehicular ha incrementado constantemente con el pasar de los años, y sus causas depende de los siguientes factores: El crecimiento acelerado de la ciudad en los últimos años, además de la falta de la creación de nuevas calles amplias que efectivamente

sirvan para dinamizar los flujos de carros; por otro lado, algunas avenidas han perdido carriles, como por ejemplo la Avenida 12 de Abril para ser sustituidos por veredas peatonales, la Avenida Solano también fue reducida para construir ciclovías y la Av. de las Américas ha perdido en toda su zona oeste dos carriles para el nuevo tranvía (Donoso, 2016).

Cabe resaltar que tras la implementación de las ciclovías dentro de diversas calles y avenidas de la ciudad incluyendo la Av. Primero de Mayo, han sido beneficiosas para generar un mejor entorno en la población, aun así, tras el mal manejo en la segmentación y señalización de los carriles en la ciclovía está ocasiona que se puedan generar conflictos en la movilidad.



1.1.4. CICLOVÍA

Se entiende por ciclovia a un “Término genérico para tipos de calle, carril, acera, sendero, o camino que de alguna manera haya sido específicamente diseñado para la circulación en bicicleta y que está separada físicamente tanto del tráfico motorizado como del peatonal” (INEN, 2011).

1.1.4.1. TIPOS DE CICLOVÍA

CARRIL BICICLETA. Determinado como “Carril acondicionado para la circulación preferencial o exclusiva de bicicletas, separado del tráfico vehicular motorizado mediante señalización (letreros y demarcaciones) y que es parte de la calzada” (Mendieta, 2017).

CICLOVÍA COMPARTIDA. Conocido como “Carril dividido para el uso vehicular y de la bicicleta, se encuentra debidamente señalizado ya sea de forma horizontal o vertical en la cual se permite una velocidad menor a los 30 km/h, con la finalidad de disminuir accidentes en donde se vean involucrados tanto vehículos como ciclistas” (Mendieta, 2017).

CICLOVÍA EN ESPALDÓN DE VÍA. La idea se centra en un carril bici, pero adaptado al espaldón de las carreteras y vías que cuenten con berma. Idealmente debe ir acompañado por barandales en sus laterales las cuales proporcionan un sonido, esto brinda un mayor nivel de seguridad al ciclista, alertando al conductor de vehículo motorizado cuando se encuentra circulando por el carril del ciclista área donde no está permitido hacerlo” (Mendieta, 2017).



imagen 7



1.1.5. DESIRE LINES

También conocidas como líneas del deseo o “desire paths”, son comúnmente caminos informales que las personas o animales prefieren tomar para llegar de un lugar a otro descartando una ruta que se ha establecido. Estos caminos son generados a partir de la necesidad de la persona por dirigirse a un lugar específico, siendo más rápido o fácil de seguir que el camino tradicional. Para Malone (2018) estos caminos pueden generarse debido a una falla de diseño en el espacio, poniendo en contraste como el diseñador pone énfasis a lo que es mejor sin tomar en cuenta a lo que la gente realmente prefiere.

Por ello Colville & Andersen (2018) sostiene que antes de planificar, primeramente, se debe comprender desde la sociología y la antropología a los ciudadanos y sus elecciones de comportamiento, ya que, muchas veces en el camino se instalan barreras, barandas o cercas para obligar a que peatones y ciclistas sigan una ruta predeterminada, sin tomar en cuenta que son ellos los que envían un flujo constante sobre cómo prefieren usar el espacio urbano. Esto es mucho más visto en espacios con áreas verdes donde se refleja más este comportamiento, por ende Calderón & Tuesta (2019) definen que para este comportamiento las líneas del deseo se dividen en 5 categorías las cuales son:



imagen 8



Líneas de Deseo para acortar caminos: Forma más común de las líneas del deseo, en la que los usuarios buscan la manera más corta y fácil de llegar desde un punto inicial a uno final.

Líneas de Deseo para acortar caminos: Los usuarios buscan hacer el camino más corto de una manera más cómoda, en este caso las escaleras representan una dificultad sobre todo para los usuarios que tienen alguna discapacidad.

Líneas de Deseo y Confort: Además de buscar una manera más rápida de dirigirse a un lugar, estas líneas buscan generar un confort, a fin de ser más agradables para los usuarios, buscando en dicho terreno superficies compactas, agradables y con mayor uniformidad que sean adecuadas.

Líneas de Deseo para evitar barreras: Dentro de los espacios las autoridades en algunos lugares tienden a cubrir estos caminos con bloqueos, como vallas metálicas o plantas, estas siempre volverán a reinventarse y aparecer demostrando la necesidad que genera dicho camino.

Líneas de Deseo para evitar terminaciones en esquinas: Parte de la comunidad de usuarios siempre busca evitar encuentros que terminan en esquinas por lo que, ellos a su vez buscan generar una ruta más cómoda atravesando dicha intersección de una manera recta.

A través de las líneas del deseo podemos observar cómo es el comportamiento de los usuarios y cómo prefieren moverse, identificando los errores y mejoras que este espacio puede tener, a su vez que también se logran medir qué tan eficientes son.



1.1.6. SISTEMA GRÁFICO

En palabras de Mazzeo (2017), el sistema gráfico es visto como el “conjunto de elementos dentro de un espacio que logran interactuar entre sí, teniendo como recursos principales las imágenes, caracteres tipográficos, color y su criterio compositivo para el cual esté destinado” (pp. 61-62). Dándonos a entender como el manejo de dichos elementos nos ayuda a generar una comunicación hacia las necesidades para dar respuesta, variando desde lo más simple a lo más complejo.

Sin embargo, Costa (2003) explica que no todo lo que se llega a mostrar es una comunicación ya que algunos elementos que pueden estar dentro del sistema tienden a tener la capacidad de significar cosas ausentes, ocasionando un conflicto comunicativo hacia el receptor. Además, Costa (2003) sostiene que “El significado no solo se encuentra en mensajes que no transmiten una comunicación, sino que más bien está potencialmente ligada a la mente del usuario, donde los estímulos que se encuentran en un entorno, proyectan un significado” (p.53).

1.1.6.1. ELEMENTOS DEL SISTEMA GRÁFICO

Imagen

Para Flusser (1990) la imagen es entendida como un comunicador visual que tiene como objetivo hacer que algo se vuelva perceptible a nuestra mirada, dotando de información a nuestro cerebro a la vez que lo decodifica hasta generar un mejor entendimiento a lo que se intenta expresar.

Por ello Mazzeo (2017) nos dice como al momento de trabajar con una imagen es necesario analizar, dimensionar y definir cómo se va a expresar, ya que, al momento de trabajar con fotografías, estas nos permiten mostrar algo con características más próximas a lo que es realmente, mientras que las imágenes gráficas permiten manipular y a su vez potenciar su dimensión comunicacional.

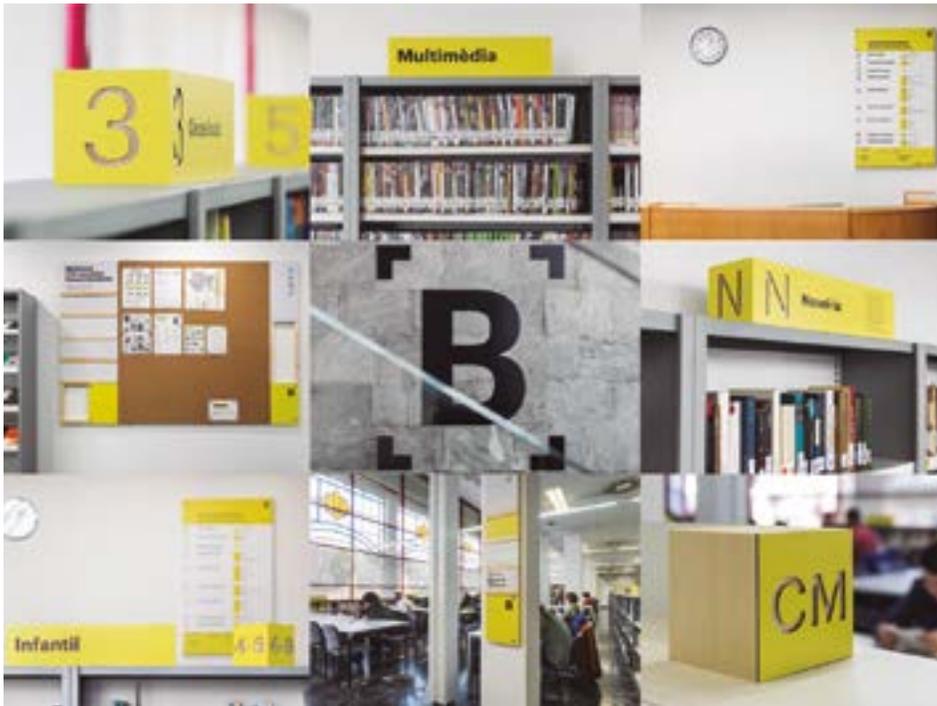


imagen 9



imagen 10



Tipografía

La tipografía es encargada de estructurar el lenguaje visual a fin de transmitir un mensaje, colocándola como base fundamental dentro del sistema gráfico. A su vez, Baines y Halsam (2002) mencionan como al momento de transmitir un mensaje la tipografía se subdivide en dos partes, siendo la primera el aspecto que esta pueda llegar a presentar, mientras que la segunda parte se encarga de cómo se debe tratar el mensaje al momento en que se comunica.

Mazzeo (2017) nos habla también acerca de cómo la morfología de las diferentes fuentes tipográficas hace que se genere una interacción constante con la imagen seleccionada, llegando a crear una relación que implica un resultado visual diferente.



imagen 11

Color

El color es algo cotidiano en el día a día, que se presenta tanto en el entorno, como en las actividades cotidianas que realizamos, teniendo una relación con él desde los primeros meses de vida donde empezamos a captarlo. Sin embargo, cabe resaltar, que, como personas cada uno tenemos una percepción diferente de verlo o sentirlo.

Por ello Tena (2005) manifiesta que el color se define como un fenómeno tanto físico como comunicativo, en el que es percibido e influido por la información previa que tiene cada persona con respecto a cada uno de ellos, es por eso que cada receptor al percibirlo proporciona al color diferentes significados. A su vez Costa (2003) también nos menciona como al momento de visualizar o diseñar la utilización de colores debe ser asignada con una intencionalidad ya sea tanto expresiva o comunicativa.



imagen 12

Composición

La composición está definida como la disposición armoniosa de los objetos en un sistema a fin de obtener un mayor efecto expresivo, por eso Mazzeo (2017) menciona que la intención compositiva da forma a cómo se estructura el campo y cómo se articulan tanto el texto y la imagen a fin de generar una distinta composición. A su vez Dondis (1985) nos da a entender cómo el proceso de composición es el paso más importante dentro de la resolución de un problema visual, ya que las decisiones compositivas marcan un propósito y significado de la declaración visual, teniendo una fuerte implicación sobre lo que recibe el espectador.



imagen 13



1.1.7. DISEÑO DE COMUNICACIÓN VISUAL

Para empezar, diremos que la comunicación visual según Frascara (1998) lo denomina como el “proceso encargado de seleccionar, organizar, programar, proyectar y coordinar una serie de elementos destinados a producir una comunicación versátil” (p. 98). Por ello la comunicación visual nos muestra como posee la cualidad de hacernos distinguir de manera rápida y sin ayuda la información recibida; ejemplos claros de ello se pueden apreciar a través de la escultura, pintura, arquitectura, teatro, fotografía, entre otros, donde el autor a través de sus obras puede diseñar una estructura meditada a fin de que el público capte el mensaje transmitido.

Frascara (2006) también, nos explica cómo el diseñador dentro de la comunicación visual trabaja desde la interpretación, ordenamiento y presentación visual de los mensajes, brindándole un equilibrio tanto a la sensibilidad para la forma como también a la sensibilidad para el contenido. Dando a entender cómo el diseñador a diferencia del artista busca configurar un mensaje emitido desde el emisor a fin de que pueda ser accesible hacia el receptor.

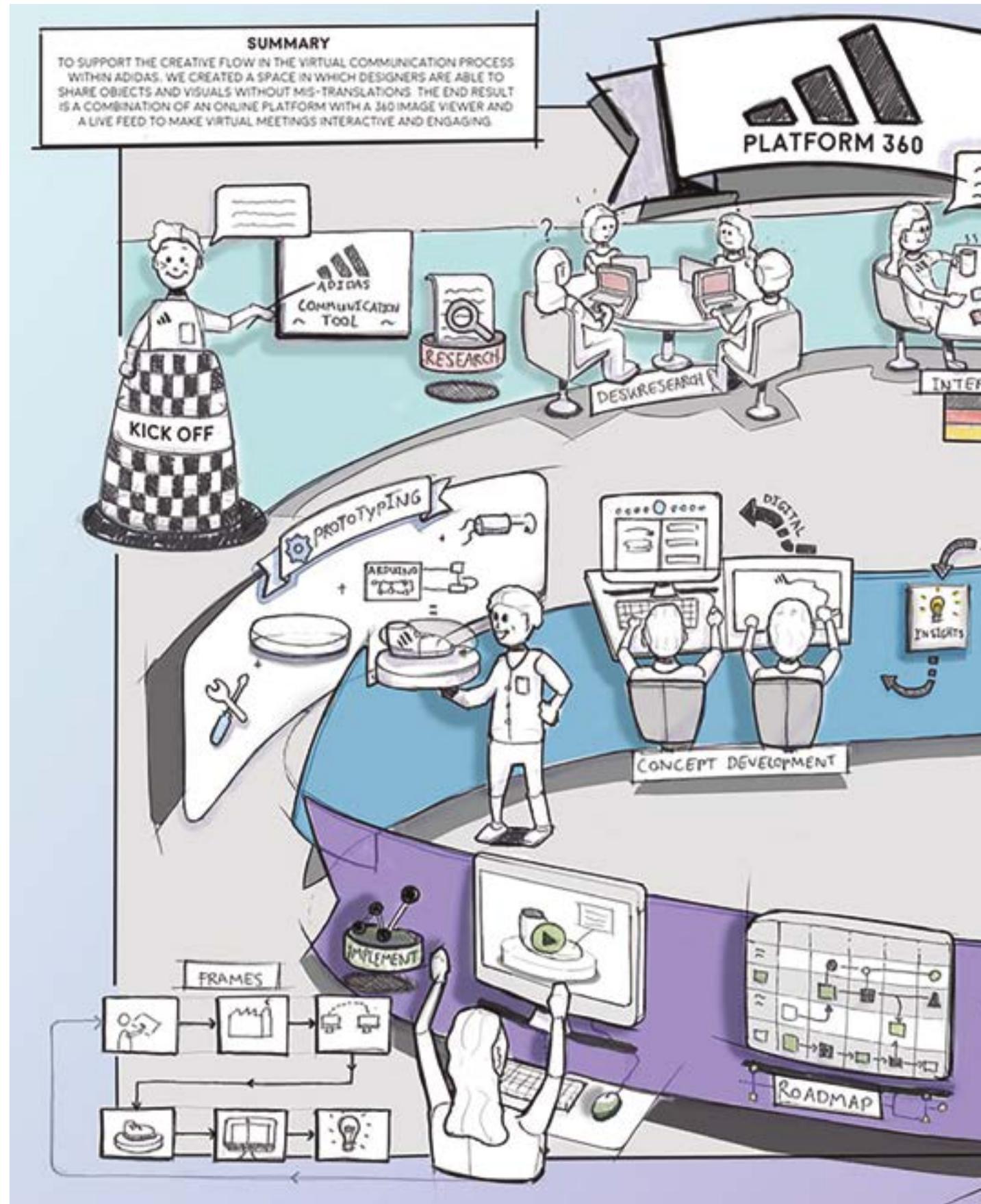


imagen 14



1.1.7.1. FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

Al momento de generar una buena comunicación visual debemos tomar en cuenta varias funciones que este puede manejar variando desde lo expresivo hasta lo descriptivo como se muestra a continuación:

- ▶ **Función Expresiva:** Su finalidad se da en transmitir emociones, a través de figuras creadas para generar sentimientos en el público.
- ▶ **Función apelativa, cognitiva o exhortativa:** su objetivo es persuadir a los usuarios o consumidores por medio de la interacción de imágenes.
- ▶ **Función informativa o referencial:** Se enfoca en informar por medio de un texto ilustrado, diversas noticias o conceptos.
- ▶ **Función estética o poética:** Consiste en imágenes que buscan la belleza en un sentido artístico y estético, valorando las imágenes en sí mismas.
- ▶ **Función fática:** Utilizada en spots o mensajes publicitarios tiene por objetivo captar el interés, por medio de la utilización de contrastes.
- ▶ **Función metalingüística:** Relacionado con la utilización de códigos, cumple una función en donde el receptor entiende y descifra el mensaje por medio de imágenes.
- ▶ **Función descriptiva:** su función es brindar de manera concisa y munición la información representada en mapas y dibujos científicos (Boriiana, 2015).





1.1.7.2. DISEÑO FUNCIONAL

Para empezar, diremos que como diseñadores gráficos nuestro propósito principal es transmitir un mensaje, concepto, o idea de una forma eficaz, por ello al momento de diseñar algo primero debemos averiguar qué es lo que se busca transmitir y a que público va dirigido, sin embargo, el dilema que acogemos al realizar nuestro diseño es saber cómo elegir la mejor combinación de elementos a fin de poder conseguir una comunicación con el receptor de la manera más eficaz y atractiva posible.

Por ello Petterson (2015), menciona cómo al tratar de sustentar el trabajo del diseñador es necesario la comprensión de diversos principios funcionales como son:

- ▶ **Contraste:** Diferenciación en tono entre las zonas claras y oscuras de una imagen.
- ▶ **Jerarquía:** Define la importancia u orden de los diferentes elementos gráficos que engloban un diseño.
- ▶ **Alineación:** Manera en que se colocan los elementos sobre la página.
- ▶ **Equilibrio:** Balance que otorga una estabilidad y estructura, creando un énfasis y dinamismo dentro de una composición.
- ▶ **Proximidad:** Disposición de elementos dentro de una composición a fin de crear o disipar conexiones.
- ▶ **Repetición:** Formas idénticas que aparecen sucesivamente en el diseño, repartiéndose en toda la composición.
- ▶ **Simplicidad:** Factor que busca minimizar o sintetizar un diseño con la finalidad de que una pieza de comunicación sea clara y concisa.
- ▶ **Función:** Objetivo principal de una pieza de trabajo gráfico.

De este modo al aplicar estos principios generará un mejor resultado al momento de desarrollar y aplicar nuestras ideas.



imagen 15



1.1.7.3. SEÑALÉTICA

Visto desde la rama del Diseño Gráfico la señalética ha sido percibida como un conjunto de piezas gráficas que se diseñan a partir de un mismo sistema gráfico articulando tanto generalidad como especificidad, a fin de ayudar a combatir la problemática del índice de accidentes de tránsito en nuestra sociedad.

Así mismo Costa (2003), define como parte de la comunicación ambiental, que tiene como objetivos el hacer inteligible los espacios de atención de los individuos, así como también orientar las decisiones y acciones de los individuos en lugares que se presentan dichos servicios, siendo una información instantánea inequívoca y utilitaria en la que los usuarios lo tendrán en mente a corto plazo hasta que aparezca una próxima.

Por otro lado, desde la perspectiva del usuario común en su vida cotidiana la señalética ha respondido a una necesidad a fin de poder trasladarnos en libertad, de una manera rápida, organizada y con claridad. Por ello al hablar sobre los usuarios que se encuentran esporádicamente en diversos lugares, la señalética llega a generar estímulos rápidos que abordan la percepción visual de manera instantánea (mensajes o contenidos informativos) como respuesta a la necesidad de tener una orientación eficaz (Ciccolella, 2018).

Argumentando al concepto de Costa, Mazzeo (2017) menciona como dichas señales surgen a partir de problemas precisos teniendo en dichos casos un código de lectura parcialmente conocido, en cualquier caso, la señalética forma parte de diversos indicadores gráficos de identidad los cuales aportan diversos factores de diferenciación participando en la construcción de un sistema con el cual pueden resolver un problema morfológicamente coherente combinándolo con otros elementos gráficos.



imagen 16



1.1.7.3.1. NORMATIVAS DE SEÑALIZACIÓN

Dentro de las normativas aplicadas a las ciclovías, el Art. 63, 204 y 209 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, se toma en cuenta tanto:

- ▶ Necesidades del usuario
- ▶ Identificación y llamado de atención
- ▶ Protección ante posibles riesgos
- ▶ Reglamentar su uso
- ▶ Brindar información acerca de su uso y entorno
- ▶ Señalar la presencia de usuarios ciclísticos en vías

Por ello al tratar de garantizar estas necesidades se debe aplicar correctamente las siguientes dimensiones:

- ▶ **Dimensiones básicas del vehículo:** Cambian de acuerdo al tipo de bicicleta a utilizar y contextura del ciclista.
- ▶ **Dimensiones básicas del conjunto ciclista-bicicleta:** Varían entre el 0.75m y 1m de ancho y en altura y largo entre 1.70m y 1.90m.
- ▶ **Dimensiones de circulación en la vía:** las dimensiones en ciclovía unidireccional tienen un mínimo de 1.20m de ancho mientras que para la ciclovía bidireccional tendrán un mínimo de 2.20m de ancho.
- ▶ **Resguardo lateral:** si los resguardos o bordes de la acera superan los 0.05m de alto se ampliará la sección con 0.20m en los laterales de la ciclovía.
- ▶ **Resguardo lateral con elementos continuos y discontinuos:** Si se presentan elementos laterales dentro de un tramo de cualquier tipo, la ampliación de la sección será de 0.40 m.
- ▶ **Resguardo lateral junto a zona de estacionamiento en fila:** El mínimo de distancia deberá ser de 0.50m entre la ciclovía y la fila de estacionamiento.
- ▶ **Ubicación de ciclistas en carriles compartidos:** El ciclista puede usar el carril por completo siempre y cuando su dimensión sea menor a 3m, de otra manera si sobrepasa el límite el ciclista tendrá que circular al extremo derecho de la vía.

A su vez también debemos considerar dos puntos especiales los cuales son:



imagen 17

Distancia de visibilidad

Este sin duda es el factor más importante dentro de una ciclovía ya que esta es la encargada de determinar el tiempo de percepción y reacción del ciclista, ya que, según un estudio realizado por el Instituto de Desarrollo Urbano (1999), describe como el tiempo de percepción o reacción que percibe el usuario hacia las señaléticas dentro de la ciclovía es de 2.5 segundos, mientras que el coeficiente de fricción o detección para percibirlo es de 0.25, por lo que al establecer una señalización el campo de visión debe ser establecida a dos veces el tiempo de reacción del ciclista con el objetivo de reducir el riesgo de colisión generado por algún obstáculo en el transcurso del tramo.

Velocidad del ciclista

El tipo de velocidad de circulación de un ciclista depende de varios factores como el tipo de usuario, tipo de vehículo, condiciones del conductor o factores externos como el diseño de la vía, interacciones, caminos angostos, limitada visibilidad entre otros. Con estos factores la velocidad es un determinante a diversos puntos como el radio de curvatura, la distancia de señalización y ancho de carril para la vía.



1.1.7.3.2. SEÑALIZACIÓN

Decreto por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas la señalización es vista como la distribución y colocación de marcas, señales tanto para el tráfico y tránsito de todo tipo de vehículos motorizados y no motorizados, siendo necesarios para los usuarios a que obtengan una información respectiva sobre el mejor manejo del tránsito. Por ello al ser instalados estas primero deben estar autorizadas por alguna autoridad pública.

Esta señalización puede ser, tanto horizontal como vertical, teniendo como características el ser reflectivas, con un tamaño y legibilidad fáciles de distinguir y percibir, de modo que brinde el tiempo necesario para dar una respuesta al usuario.

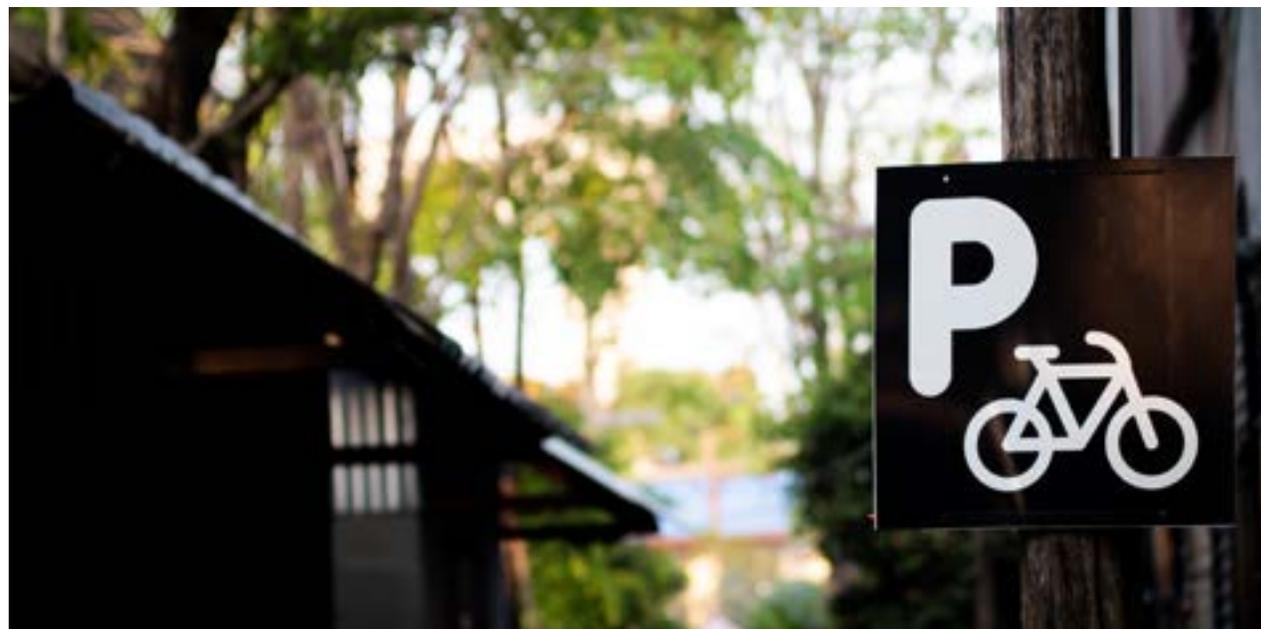


imagen 18

1.1.7.3.2.1. SEÑALIZACIÓN VERTICAL

Percibida como dispositivos que se instalan a nivel de la vía o sobre ésta, son fijadas mediante placas en postes o estructuras metálicas teniendo como objetivo el transmitir una información específica a los usuarios mediante el uso de la simbología, a su vez esta se divide en las siguientes:

Señal regulatoria

Colocadas con un fondo blanco, simbología de color negro y una forma rectangular, estas señales regularizan el movimiento del tránsito, por medio de información al usuario sobre prohibiciones, obligaciones y restricciones, clasificándose tanto en:

► Serie de prioridad de paso

1.- Carril compartido: Ordena que el uso del carril sea compartido entre vehículos motorizados y no motorizados, teniendo como preferencia al ciclista.

2.- Carril compartido entre buses y bicicletas: Ordena que un carril usado exclusivamente para buses se pueda usar de modo compartido con la bicicleta teniendo como preferencia al ciclista.

3.- Pare y ceda el paso: Señal empleada en la aproximación a las intersecciones en el que una vía tiene prioridad respecto a la otra.

► Serie de movimiento y dirección.

1.- Ciclovía enfocada en el uso exclusivo de bicicletas: Menciona que el uso de este espacio se encuentra destinado solo a bicicletas.

2.- Distancia para rebasar bicicletas: Muestra como el vehículo motorizado debe guardar cierta distancia para resguardo de los ciclistas, siendo dicha distancia de 1.50mts.

3.- Empieza carril de giro derecha, ceda el paso al ciclista: Indica que hay un giro derecho en la vía, por lo que exige preferencia al ciclista.

4.- Bicicleta puede usar carril completo: Indica como el ciclista puede hacer uso de la vía por completo, incluso por el centro de manera preferencial, siempre y cuando la velocidad no rebase de los 30 km/h.

5.- Acera, bicicleta: Ordena un uso exclusivo de bicicletas y peatones delimitando el uso de la acera para el peatón y la ciclovía para el ciclista.

6.- No entre: Prohíbe el ingreso más allá del lugar en cual se encuentra instalada.

7.- Mantenga a la derecha bicicletas y no rebasar: la primera señalética indica que el ciclista debe permanecer en la derecha de la calle facilitando el adelantamiento al vehículo motorizado, mientras que la segunda señal prohíbe la circulación de 2 o más ciclistas en un área determinada.

► **Serie de restricción de circulación:** Indican la prohibición de ingreso o circulación de vehículos o peatones, teniendo como diferenciador su forma cuadrada, con fondo color blanco y simbología color negra y roja.

► **Serie de placas complementarias:** Ayuda a brindar información adicional acorde a las señales antes mencionadas, a través de símbolos o textos.



Señales preventivas

Previene a los peatones y vehículos de las calles, sobre diversas condiciones peligrosas o inesperadas. Generalmente tienen forma de rombo con un fondo amarillo mientras que el texto y/o símbolo son de color negro. Estas se pueden clasificar en:

► Serie de obstáculos y situaciones especiales

1.- Vía resbalosa: Advierte al ciclista sobre condiciones o senderos que se encuentran en estado peligroso.

2.- Descenso pronunciado: Advierte al ciclista de una pendiente pronunciada.

► Serie de placas complementarias

1.- Precaución apertura de puertas: Advierte al ciclista de posibles aperturas de puertas de un vehículo motorizado.

2.- Ciclistas en la vía: Advierte al conductor de vehículos motorizados la presencia de un número considerable de ciclistas.

Señales de información

Proporciona información acerca de puntos importantes y referenciales que son de mucha ayuda para el ciclista como son: ubicación, puntos turísticos, distancia al próximo punto de referencia, destino, direcciones, etc. Tienen como característica su forma rectangular, así como su fondo verde y letras o símbolos de color blanco, clasificándose en:

► Serie de información de guía

► Serie de información de servicio

► Serie de placas complementarias



imagen 19



1.1.7.3.2.2. SEÑALIZACIÓN HORIZONTAL



imagen 20

Empleada para advertir a los usuarios que se encuentran en las calles, sirve como un elemento de seguridad y tráfico. Son marcas representadas por símbolos y letras demarcadas en el pavimento pintadas de color blanco, amarillo y verde, que deben estar prolongadas en dirección al movimiento del tráfico, siendo ubicadas en el inicio y fin de cada intersección.

Las marcas longitudinales se implementan dentro del trayecto como flechas para indicar el sentido de circulación a los ciclistas, mientras que las marcas transversales, son usadas generalmente para intersecciones o proximidad de algún obstáculo.

Además de los diferentes tipos de señalización también se cuentan con dispositivos complementarios, los cuales tienen como propósito garantizar el espacio suficiente y adecuado para la circulación de los ciclistas, brindando una mayor seguridad.



1.1.7.3.3. WAYFINDING

Desde el punto de vista de Moreno (2002), define al wayfinding como “Un proceso de orientación utilizado para dar a conocer información sobre el entorno a través de diversos elementos que se entrelazan entre sí, para que, el observador a su vez interrelacione dichos elementos con su experiencia, percibiendo el objetivo a fin de orientarse” (p. 7).

Por otra parte, un artículo de la legislación de antidiscriminación británica y el wayfinding en los edificios de Escocia redacta que, al incorporar los principios de wayfinding para llegar a generar un diseño ambiental se debe considerar una mezcla de signos, como son, la información sensorial, mapas, puntos de referencia, un diseño simple y de fácil lectura, además de tener en cuenta que las personas que trabajan en el lugar sirven como una parte importante para la ayuda e información que este lugar tendrá al momento de transmitir información (Brian, 2000, pág. 72).



imagen 21



1.1.7.3.4. PLACEMAKING

Se refiere a todas aquellas intervenciones interesadas en producir y rehabilitar espacios para que generen una identidad, apoyándose de la sabiduría colectiva de los usuarios que viven, trabajan y juegan allí. El involucramiento de los habitantes y usuarios en la determinación de las cualidades de un espacio urbano aseguran que el concepto de Placemaking en el campo del diseño no pierda su significado

Hacer un lugar no es lo mismo que la construcción de un edificio, el diseño de una plaza o parque, o el desarrollo de una zona comercial. Cuando la gente disfruta de un lugar por sus atributos especiales de orden social y físico, y cuando de una u otra manera influyen en

la toma de decisiones acerca de ese espacio, es entonces cuando la práctica de “Placemaking” es genuina (Rojas, 2012, pág. 32).

Un artículo escrito por el Project for Public Spaces (2012) menciona que el “Placemaking” define 4 atributos claves que determinan un lugar los cuales son:

- 1.- Sociedad
- 2.- Usos y actividades
- 3.- Accesibilidad y conectividad
- 4.- Confort e imagen.

Sin embargo, al momento de transformar un lugar, el artículo del libro “How to Turn a Place Around” publicado en 1999 describe que hay

que tomar en cuenta 11 elementos claves al momento de realizarlo siendo estos:

- 1.- La comunidad es la experta
- 2.- Crear un espacio, no un diseño
- 3.- Buscar socios
- 4.- Se puede ver mucho solo observando
- 5.- Tener una visión
- 6.- Comienza por la biodiversidad ecológica: rápido, fácil y barato
- 7.- Triangular
- 8.- Ellos siempre dicen “No se puede hacer”
- 9.- La forma soporta la función
- 10.- El dinero no es el problema
- 11.- El trabajo nunca está terminado



imagen 22

Por ello al pensar en el placemaking debemos tomar en cuenta que este siempre va a estar generando desde una suerte de co-diseño entre diseñadores y usuarios, siendo los diseñadores los facilitadores hacia el desarrollo del enfoque de las personas. Aun así, Aguas (2016) sostiene que “la participación de los usuarios representa un paso radical en la práctica actual del diseño, dado que la complejidad

presentada en el contexto de una entidad en constante cambio que encierra una diversidad cultural, social, histórica, ambiental y económica resulta difícil de interpretar” (p. 36).

En este sentido el diseñador buscará la manera de generar un entorno capaz de satisfacer las necesidades futuras de las personas como son los lugares de apoyo para la vida colectiva.

Por otra parte, de acuerdo a Lynch (1984), el propósito de involucrar a la comunidad dentro de la elaboración de una identidad, es una buena estrategia para que estos tomen responsabilidad de sus propios espacios y alrededores, mejorando así la participación cívica y el sentimiento de comunidad, como también refuerzan su sentido de pertenencia.



1.1.8. PUBLICIDAD ALTERNATIVA

La publicidad es entendida bajo un concepto generalizado como un proceso comunicacional en que se utilizan medios como la prensa, radio, televisión, etc. Sin embargo, a medida que ha ido avanzando, esta ha logrado presentarse de diversas formas, llegando a considerarse como un medio demasiado tradicional para dar a conocer un mensaje, por ello el INTEF (2007) define a la publicidad alternativa como un conjunto de acciones que tienen por finalidad una interactividad con el público por medio de vías no convencionales, generando un impacto más grande que la publicidad común.

La publicidad alternativa en palabras de Brower (2007), representa dentro de un espacio antropológico una forma de persuasión comunicativa que logra expresar una identidad local, ciertamente parcial, pero representativas a un conjunto de individuos que comparten una semiosfera determinada. Entonces para alcanzar un resultado favorable a través de la publicidad alternativa se deben tomar en cuenta los siguientes objetivos:

- 1.- Hacerlo interactivo
- 2.- Interactuar con el público
- 3.- Sorprenderlo
- 4.- Generar un mayor impacto a través de pocos recursos

Como se mencionó anteriormente al hablar de publicidad alternativa debemos entender que esta no solo se provee de nuevos medios para comunicar los mensajes, sino que además los adjunta con los medios tradicionales generando nuevos métodos de comunicar incluyendo:

- ▶ Medios alternativos
- ▶ Acciones alternativas

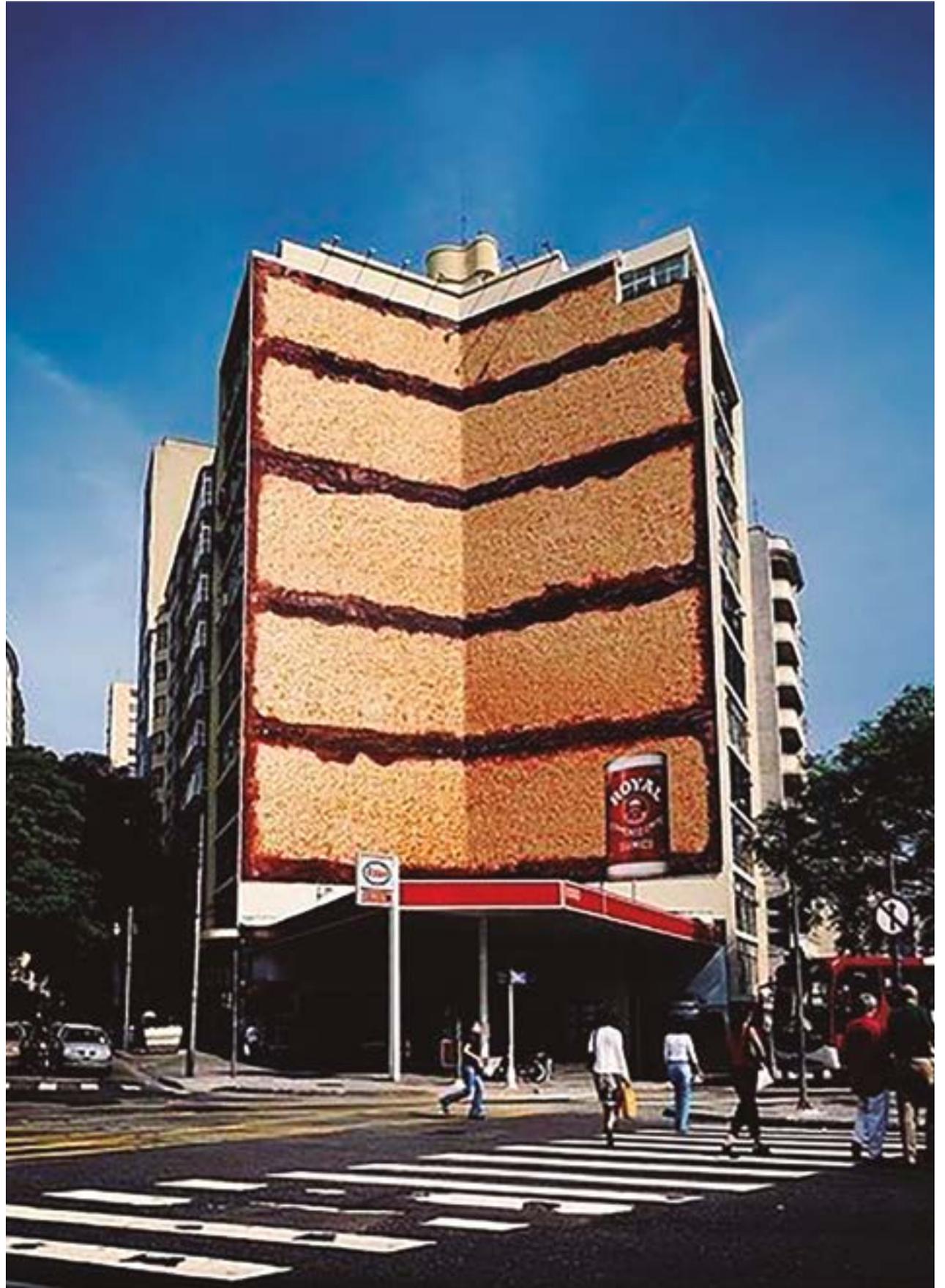


imagen 23



Medios alternativos

Entendido por Montes (s.f.) los medios alternativos, son soportes publicitarios colocados en medios no convencionales que buscan transmitir un mensaje de manera original, sin formar parte de los medios tradicionales. Teniendo como finalidad lograr un gran impacto, saliendo de los parámetros de medios y formas viejas; aun así este tipo de medios tiene una debilidad la cual es su falta de control, causando una inestabilidad visual dentro de los usuarios, alejándose del mensaje.

Por ello al momento de analizar el manejo de mensaje hacia los usuarios, es necesario ver si es más funcional un medio tradicional o un medio alternativo. Apoyando a este concepto Villanueva (2007), describe cómo los medios alternativos responden a la necesidad de lograr que se produzca un contacto con el público objetivo y que ese contacto sea de máxima calidad o que por lo menos el mensaje se recuerde y acepte.



imagen 24

Acciones alternativas

Se define como acción alternativa de publicidad a aquella que se lleva a cabo de manera novedosa y original utilizando recursos que no son comúnmente explotados, poniendo énfasis en su comunicación más directa con el target, entre ellas se encuentran:

- Below the line (BTL)
- Marketing de guerrilla
- Publicidad en vivo

Bellow the line

El BTL es definida como una técnica de mercadeo que congrega diferentes formas de promoción y publicidad, por fuera de los medios convencionales de comunicación, teniendo como objetivo crear nuevos canales de comunicación que permitan brindar una relación inmediata y directa con el cliente, a través de sus motores principales como la innovación, creatividad y sorpresa (Zuluaga, 2010).





Marketing de guerrilla

Definida por Levinson (1987), el marketing de guerrilla es percibido como, un conjunto de estrategias y técnicas de marketing no convencional, que se enfocan en la psicología humana y no en la experiencia; en ella se busca generar un manejo de comunicación a través de la creatividad e ingenio, sin disponer de un gran presupuesto en sus medios, logrando conseguir un mensaje fresco e innovador que captive al consumidor.



imagen 25

Publicidad en vivo

La publicidad en vivo es entendida como una estrategia de marketing que busca conseguir la participación del target, a través de situaciones artísticas que relacionan tanto lo teatral como lo publicitario, generando nuevas experiencias a los usuarios, haciéndolos sentir más identificados con la marca, producto o con los promotores del mismo.



imagen 26



1.2. TRABAJO DE CAMPO

Observaciones

Dentro de las observaciones realizadas en la ciclovia del biocorredor del río Yanuncay, específicamente desde la Av. De las Américas hasta la Av. Solano (sector tres puentes) pudimos denotar los principales problemas que se encuentran, así como también cual es la reacción de los usuarios dentro de esta. Para ello se planteó una serie de preguntas a través de una técnica establecida por el Institute of Design at Stanford en la que nos relata cómo se debe realizar una observación profundizada por medio de las interrogantes: ¿Qué?, ¿Cómo? Y ¿Por qué?

¿Qué miramos a primera vista?

Para empezar, diremos que cuando observamos la ciclovia podemos percibir un ambiente armonioso en el que tanto deportistas, ciclistas, familiares y amigos conviven de manera tranquila y alegre enfocados en disfrutar su recorrido sin disgustos, aun así existen algunos problemas que, si bien no son percibidos por algunos, a otros los molesta o incomoda de alguna manera.

Comenzando el recorrido encontramos un problema en la intersección de la Av. Primero de Mayo y Av. de las Américas, aquí nos encontramos con un camino de acceso por debajo del puente en el que es muy utilizado por peatones y ciclistas, a pesar de que en dicha intersección se encuentran señaléticas de advertencia que permiten ceder el paso, estas no son utilizadas, por otra parte en el camino alternativo no existe una señalización que diga si es posible o no el acceso tomando en cuenta los posibles riesgos que este puede tener.



Imagen 27. Camino alternativo por debajo del puente de la Avenida de las Américas



Imagen 28. Salida a la Avenida De las Américas



imagen 29. Señalética tapada por los árboles.

Continuando el recorrido observamos como los peatones no respetan la ciclovia al caminar en esta y a su vez como los ciclistas tampoco respetan el camino de los peatones, en algunos casos los ciclistas optan por ir en la calle respetando toda norma de señalización. Asimismo, dentro de la ciclovia encontramos un manejo excesivo de señaléticas repetitivas causando una contaminación visual en los usuarios principalmente en los ciclistas (Nota: incluso algunas señaléticas se encuentran opacadas debido a la interferencia de árboles y postes mal ubicados).



imagen 30. Ciclistas invadiendo el camino peatonal.



imagen 31. Ciclistas no utilizan la ciclovia.



imagen 31. Ciclistas no utilizan la ciclovia.



imagen 32. Ciclistas tratando de cruzar la calle por un lugar no permitido.

Desde la calle Fray Gaspar de Carvajal hasta la Av. Loja existe un tramo de la ciclovía que no está construida o a su vez nos está acabada del todo, causando que los ciclistas y peatones no respeten sus áreas designadas viéndose en la necesidad de ir por la calle junto a los coches, además dentro de este tramo no existe señalización que permita a los coches brindar un espacio para que continúen los usuarios.

Siguiendo el recorrido desde la Av. Loja notamos como hay una variación en las medidas de las señaléticas siendo unas más pequeñas que otras, además de ello se sigue notando la contaminación visual por parte de estas. Finalmente, en todas las intersecciones de las calles que cruzan la ciclovía se observa que no hay señalizaciones de paso para ciclistas, haciendo que los ciclistas opten por ir por las vías alternas (debajo de los puentes) con tal de obtener una mayor seguridad.



imagen 33. Ciclistas circulando por la calle.



imagen 34. Peligro en la ciclovía por salida de vehículos.



¿Cómo es la experiencia del usuario dentro del biocorredor?

Al observar desde la perspectiva del peatón y ciclista, así como hablar con algunos usuarios que recorren este tramo, nos dimos cuenta de algunas fallas que este lugar presenta; desde la perspectiva del peatón se notó que algunos usuarios no utilizaban su respectivo carril por diferentes razones, una de ellas es que los usuarios que por lo general trotan o corren tienden a sentirse incómodos por un camino de tierra mientras que por el carril de la ciclovía tienen una mejor firmeza al pisar por lo que le facilita ejercitarse, algunos otros usuarios usaban la ciclovía para enseñar a sus hijo/as a manejar su bicicleta sin percatarse que otras bicicletas venían detrás o frente a él, mientras que otros usuarios lo hacían por pura diversión.

En el caso de los ciclistas algunos prefieren utilizar el carril de peatón debido al gusto que tienen por querer atravesar estos senderos de tierra teniendo en cuenta el tipo de bicicleta que manejan, en otros casos algunos ciclistas comentaban que no les gustaba usar la ciclovía debido al exceso de señaléticas que están colocadas lo cual les produce una distracción, por último había otro tipo de ciclistas que no utilizaban la ciclovía y preferían usar la calle debido a que sus bicicletas no están diseñadas para estar dentro de estos espacios (bicicletas de ruta para ser más específicos) mientras que otros usaban la calle para realizar desvíos en otras calles ya sea para ir a trabajar o dirigirse a otro punto.

¿Tienen alguna dificultad al leer las señales?

Para los peatones no ya que no hay muchas señaléticas que puedan apreciar, el problema radica en los ciclistas que van transitando por la ciclovía, a pesar de que hay muchas señales repetitivas dentro de una distancia establecida estas empiezan a cansar a los usuarios llegando al punto de no prestarles atención, así mismo hay algunas señaléticas que tienen un formato muy pequeño dentro de la ciclovía que no ayudan al usuario a poder verlo pasando desapercibido.

¿Cómo la circulación de los ciclistas y peatones afecta el entorno del biocorredor?

Afecta negativamente ya que si no está bien establecida la señalética y no existe información acerca de cómo se deben establecer dentro de ella, seguirán teniendo los mismos problemas a futuro.



imagen 35. Banners publicitarios.



imagen 36. Áreas de descanso en el biocorredor.



1.2.1. Entrevistas

Pablo Ochoa

MASTER EN ARQUITECTURA & SOSTENIBILIDAD
DOCTORADO EN DISEÑO (C)

Para empezar diré que, dentro de los elementos que se debe tomar en cuenta dentro del biocorredor son los elementos verticales informativos como tótems, que manejan información con respecto a los diversos puntos históricos como son el arco de Yanuncay y la antigua planta eléctrica del río Yanuncay, las pozas de anfibios o la respectiva flora del lugar, asimismo el uso de mapas turísticos antiguos que muestran el recorrido de la localidad, podría generar una identidad sobre la historia que tiene este sector.

Por otra parte, si hablamos del sistema de señalización que existe dentro del lugar, esta no se encuentra mal manejada, sino que, estas se encuentran regidas a las normativas dictaminadas por la INEN, donde se explica cuáles son los parámetros que se deben establecer, así como los respectivos espacios que debe tener. Aun así, estas normativas sólo se aplican a los carriles de ciclistas y vehículos motorizados por lo que al aplicar una señalética dentro del área del biocorredor no tendría repercusiones, ahora bien, desde el punto de vista de algunos usuarios que mencionan que la ciclovía genera más desventajas que un bien para la sociedad, esta no tendría ninguna, salvo, el daño en la construcción, ya que estos recorridos ayudan a que la ciudad sea más sostenible reduciendo tanto los niveles generados por el ruido como por la contaminación de los vehículos.



imagen 37



imagen 38

Manuela Cordero

DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

CONOCEDORA SOBRE WAYFINDING

Para todos los usuarios, dependiendo de su capacidad, el entorno es muy importante, principalmente por la infraestructura la cual permite a las personas moverse, ya que una mala infraestructura puede llegar a convertirse en una barrera, por eso, es importante ponerse en el lugar del usuario, ya que nos ayuda a entender cómo dicha persona podrá llegar de un punto a otro omitiendo los obstáculos que se le puedan llegar a aparecer en su recorrido; en el caso de los ciclistas se puede llegar a considerar un obstáculo la vereda, un usuario que pasea con su mascota por el carril del ciclista, la falta de información dentro del lugar, entre otros.

Por eso la implementación de la señalética es fundamental, ya que ayuda a prevenir accidentes, contribuyendo a la orientación de un ciclista, peatón o conductor. Ahora bien, si hablamos de un sistema wayfinding, la mala aplicación de este, puede generar una confusión en las personas, ya que son infraestructuras de uso masivo, ocasionando que la información no sea intuitiva, sino más bien terminaría siendo un contraorden, debido a que los colores, la gráfica y las palabras mal aplicadas en un espacio generan una sensación de desorientación producido por el uso excesivo de elementos que al final solo terminan distorsionando el mensaje, además al no ser inclusivo, producen que el mensaje llegue solo a un grupo determinado.



1.3. ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS

BIKEWAY BELÉM

Diseño: P-06 Atelier, Global Landscape Architecture

Ciudad: Lisbon, Portugal

Forma

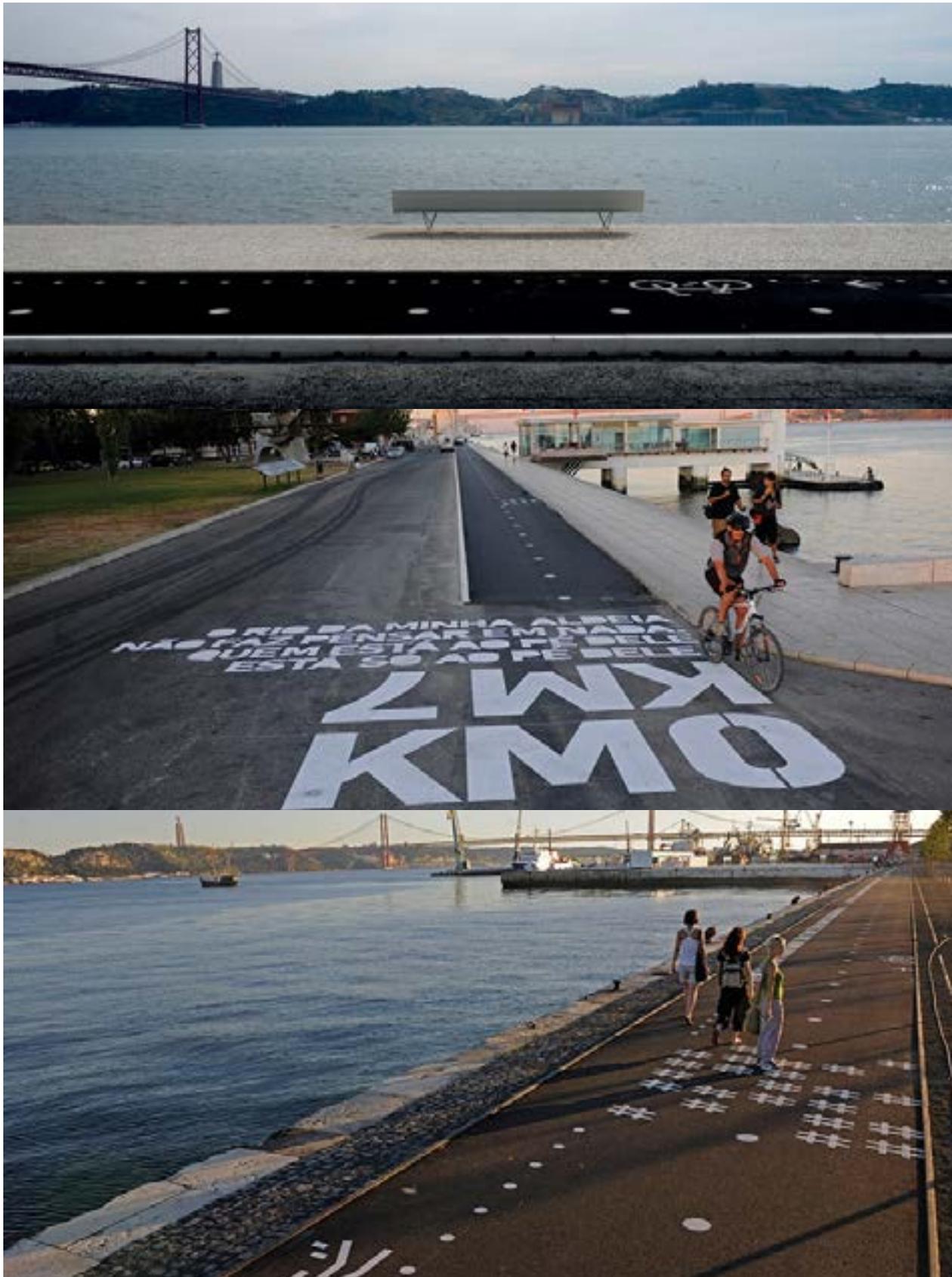
Dentro de esta ruta, se implementaron tanto una tipografía urbana, una simbología de orientación, establecidos con una cromática blanca sobre el pavimento y algunas paredes de la localidad y un manejo de iconos representando a usuarios, como también de ciclistas recorriendo por el lugar, también, se realizaron algunas incisiones tanto circulares como poligonales en el asfalto para preservar una señalización en el lugar.

Función

En este proyecto tanto las incisiones gráficas, como la simbología juegan un papel importante a la hora de generar una identidad a este espacio, ya que, a través de su funcionalidad de brindar una orientación, así como medir respectivas distancias, también busca generar una experiencia a los usuarios, a su vez, la tipografía no pasa desapercibida, ya que, a través de una interpretación onomatopéyica, así como diversos versos consiguen atraer a más usuarios a recorrer el lugar.

Tecnología

Tanto la tipografía urbana como las incisiones gráficas se realizaron manualmente a lo largo del recorrido, mientras que, para la colocación de símbolos se necesitó pintar directamente en el pavimento mientras que para algunas paredes se recurrió a la colocación de adhesivos.





SYSTÉMED ORIENTATION DANS LE JARDIN DES TUIL- LIERIES

Diseño: Laurent Vié
Ciudad: Paris, Francia

► Forma

Para este espacio se manejó una serie de soportes plegables asimilando la forma de doblez del follaje de las hojas al caer, asimismo dentro de estos soportes se manejó una señalización minimalista acompañado de un croquis con colores verde y cian en diferentes áreas del lugar, también, en algunos otros lugares se manejó información con una tipografía serif sobre lugares históricos colocados a manera de poemas o rimas.

► Función

En este espacio el manejo de información en los letreros y la forma en cómo están realizadas ayuda que los usuarios se sientan interesados, al mismo tiempo que los ayuda a orientarse en un punto específico, a su vez, el manejo de señalética minimalista también permite aconsejar a los usuarios sobre las normas que deben respetar, así como también los ayuda a guiar hacia un área en específico.

► Tecnología

Dentro de las tecnologías utilizadas se puede apreciar tanto los soportes con doblez, así como los grabados de información que llevan encima de ellos, por otro lado, para la señalética se puede apreciar que se utilizaron cortes en tableros para generar iconos que puedan orientar a los usuarios.





DOMINO PARK

Diseño: Noë & Associates

Ciudad: Brooklyn, Estados Unidos

Forma

Dentro del lugar, encontramos el manejo de un icono representativo estampado tanto en paredes como en el piso, a su vez en algunos puntos del lugar se maneja una tipografía estampada en el cemento a manera de plantilla inspirada en las piezas de dominó que generan el nombre del lugar. En el manejo de señaléticas, e información se utilizaron vigas tipo "H" de color negro, para ser colocadas, adjuntándolas con un croquis del punto de ubicación dentro del área, asimismo en algunas paredes se aprecia el nombre del lugar colocado en color blanco sobre el fondo negro para generar un mejor resalte.

Función

Dentro de este espacio, se puede apreciar un enfoque muy personalizado con respecto a la generación de una marca la cual se encuentra emparejada dinámicamente con el diseño de señalización del lugar, en esta, se aprovecha tanto los diversos recursos materiales, como el manejo del sistema de orientación, con la finalidad de llegar a generar una identidad única del lugar.

Tecnología

Para este lugar se utilizaron diversos trabajos artesanales tanto en la elaboración del icono y la tipografía de plantilla generadas dentro de una pared, como la realización de gráficos expresivos y logotipos pintadas en otras. Por otra parte, para la señalización y manejo de mapas se realizó una impresión directa en las vigas con la finalidad de que estas tenga un mejor contraste, si embargo cada tamaño de viga representa un enfoque diferente, a la hora de orientar, informar, o advertir en el caso de algunos lugares.

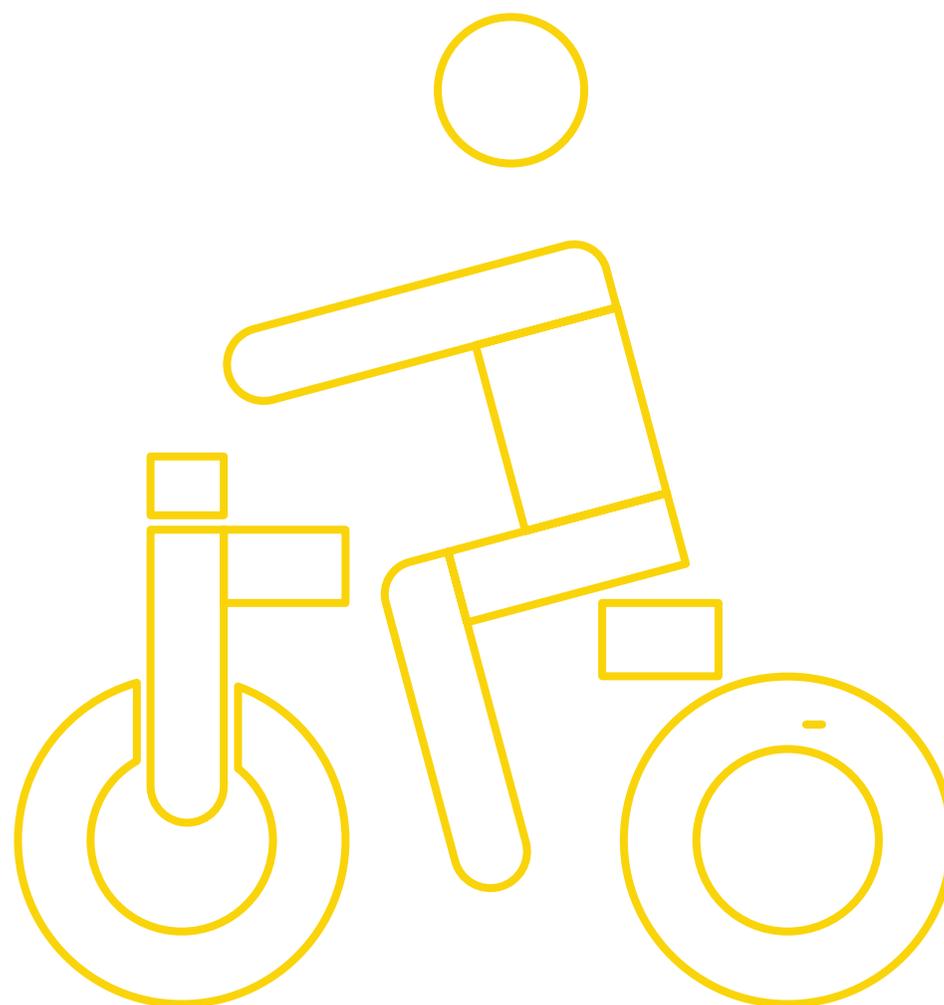


1.5. CONCLUSIÓN

Tras finalizar esta primera fase, gracias a la investigación realizada, pudimos entender de mejor manera cuales son los puntos que debemos tomar en cuenta a la hora de generar nuestro proyecto, como es el manejo de una movilidad sostenible y activa, el cual reflejan cómo los usuarios intentan obtener una nueva preferencia hacia una movilidad mucho más ecológica y saludable, así como la movilidad dentro de la ciudad de Cuenca ha tenido un enfoque positivo dentro de los usuarios, sin embargo, el entorno que manejan los usuarios dentro de la urbanización se ha visto afectado por diversos factores que ha generado un punto negativo por lo que las autoridades han buscado generar caminos alternos como las ciclovías donde se pueda circular de manera más segura por la ciudad.

También, desde el ámbito del diseño se abordaron temas importantes que van desde el sistema gráfico que nos ayuda a generar una comunicación eficaz a través, del manejo de diversos elementos, la comunicación visual, que busca producir una comunicación versátil, desde el tipo de funcionalidad que se le pretende brindar, el diseño funcional que busca transmitir el mensaje de la manera más eficaz, la señalética y sus respectivas normativas que nos ayuda a comprender cómo están restringidas dentro de un espacio de movilidad que en este caso, se trataría de la ciclovía, el wayfinding que permite dar a conocer información a los usuarios a través del entorno que los rodea, el placemaking que busca dar una identidad a un lugar por medio de la colaboración entre el lugar y los usuarios y finalmente la publicidad alternativa que busca persuadir al usuario de una manera interactiva.

A su vez que gracias al análisis del trabajo de campo pudimos comprender claramente cómo este espacio debe ser visto y planeado desde diversos puntos que van desde el diseño de un sistema que genere una orientación e identidad dentro del lugar sin causar un conflicto gráfico, por ello, a través de la recopilación de homólogos e información brindada por las entrevistas, podremos determinar cómo se debe brindar un buen manejo de orientación e identidad dentro del lugar. Con todos estos conocimientos, se puede tener una idea más clara hacia lo que se quiere lograr en este proyecto.



Capítulo

2

PROGRAMACIÓN





2.1. SEGMENTACIÓN

El desarrollo de nuestro producto experiencia esta enfocado en 3 tipos de usuarios que son:

Usuario con motivos recreacionales

► Variables geográficas

País: Ecuador
Provincia: Azuay
Ciudad: Cuenca

► Variables demográficas

Usuarios: Usuarios enfocados al ocio y recreación
Edad: 16 – 65 años
Género: Masculino y Femenino
Etnia: Diversa
Nacionalidad: ecuatoriana – otras nacionalidades
Estatus: Clase Media, Alta
Ocupación: Empleado – Estudiante
Nivel académico: Bachillerato y tercer nivel

► Variables psicográficas

Personalidad: Aventureros, curiosos, activos, sociables.
Estilo de vida: Disfrutar de momentos con amigos y familiares, disfrutar de la naturaleza, conocer lugares nuevos.
Gustos personales: Gusto por la diversidad del lugar.
Actitud: Alegre, dinámica, proactiva.

► Variables de conducta

Beneficio buscado: Romper la rutina, generar nuevas experiencias, buscar una empatía con el lugar.
Búsqueda de valor: Las personas que visiten el lugar manejen una sensación de identidad.
Riesgo percibido: Que el lugar a visitar no cumpla con las expectativas del usuario.



Deportista

► Variables geográficas

País: Ecuador
Provincia: Azuay
Ciudad: Cuenca

► Variables demográficas

Usuarios: Usuarios enfocados en realizar una actividad deportiva
Edad: 18 – 60 años
Género: Masculino y Femenino
Etnia: Mestiza
Nacionalidad: ecuatoriana
Estatus: Clase Media, Alta
Ocupación: Empleado – Estudiante
Nivel académico: Bachillerato y tercer nivel

► Variables psicográficas

Personalidad: Activos, aventureros, extrovertidos.
Estilo de vida: Hacer una actividad física ya sea por salud o diversión.
Gustos personales: Gustos por el deporte y compartir con amigos
Actitud: Dinámica, tenacidad, proactiva

► Variables de conducta

Beneficio buscado: Mejorar su estado de salud, mantener una buena condición física.
Búsqueda de valor: Las personas que frecuenten el lugar manejen una sensación de identidad.
Riesgo percibido: Que el lugar a frecuentar no cumpla con las expectativas del usuario.



Usuario que se moviliza al trabajo

► Variables geográficas

País: Ecuador
Provincia: Azuay
Ciudad: Cuenca

► Variables demográficas

Usuarios: Usuario enfocado en el desplazamiento
Edad: 20 – 45 años
Género: Masculino y Femenino
Etnia: Mestiza
Nacionalidad: ecuatoriana
Estatus: Clase Media
Ocupación: Empleado
Nivel académico: Bachillerato

► Variables psicográficas

Personalidad: Conocedores, autodidactas, activos
Estilo de vida: Ser el sustento del hogar
Gustos personales: Economizar y ahorrar tiempo
Actitud: Dinámico, alegre, motivado

► Variables de conducta

Beneficio buscado: Llegar a tiempo a su destino
Búsqueda de valor: Las personas que circulen por el recorrido conozcan las alternativas y servicios que se encuentra a lo largo del biocorredor
Riesgo percibido: Que la información no capte la atención del usuario





2.2. PERSONA DESIGN

Usuario con motivos recreacionales

Marco Espinoza es un padre de familia de 42 años, él tiene su título de Arquitecto y trabaja como profesor en un centro educativo distinguido en la ciudad de Cuenca, en donde da clases de dibujo técnico, su mayor afición son los deportes, compartir con su familia y conocer más sobre historia, debido a que le gusta compartir nuevos conocimientos a sus hijos y encaminarnos a una vida más saludable.

Durante la semana Marco aprovecha al máximo el tiempo que tiene disponible para compartir con su familia es por eso que acude con frecuencia a espacios recreativos, en donde se pueda realizar una diversidad de actividades y a su vez conocer más sobre la historia y la biodiversidad del lugar, pero él piensa que algunos lugares carecen de información necesaria y piensa que para poder enseñar mejor un espacio debe ser más interactivo.



imagen 39



imagen 40

Deportista

Josué Montero es un estudiante de Ingeniería Comercial de la Universidad de Cuenca, él tiene 25 años, es un amante del ciclismo, escucha música y comparte tiempo con amigos. Él piensa que el mantenerse en constante actividad física le permitirá verse bien tanto físicamente como psicológicamente.

Durante la semana Josué le dedica dos horas al día para montar bicicleta acompañado de dos amigos, los cuales recorren la ciclo vía ubicada en la Avenida Primero de Mayo, ellos prefieren usar la ciclo vía debido al peligro constante al que se pueden llegar a exponer en las calles de la ciudad, además de la congestión vehicular en horas pico.



Usuario que se moviliza al trabajo

Leonardo Vintimilla, es un hombre de 35 años, casado, que frecuenta utilizar su bicicleta como medio para desplazarse a su lugar de trabajo, debido al congestionamiento vehicular que hay en su zona, Leonardo se ha visto en la necesidad de circular a través de la ciclo vía del biocorredor Yanuncay, obteniendo resultados positivos en su viaje como son la reducción de tiempo a la hora de llegar a su tiempo, y mejorar su condición física, pudiendo despejar la mente mientras realiza su recorrido.

Aun así, Leonardo opina desde su perspectiva, que el uso de demasiadas señaléticas dentro del lugar ocasiona que a veces sufra distracciones por estar prestando atención a lo que dicen, mientras que para horarios de salida del trabajo como es en la noche, la información sobre advertencias que debe tener al circular debería ser esencial, para que tome sus debidas precauciones.

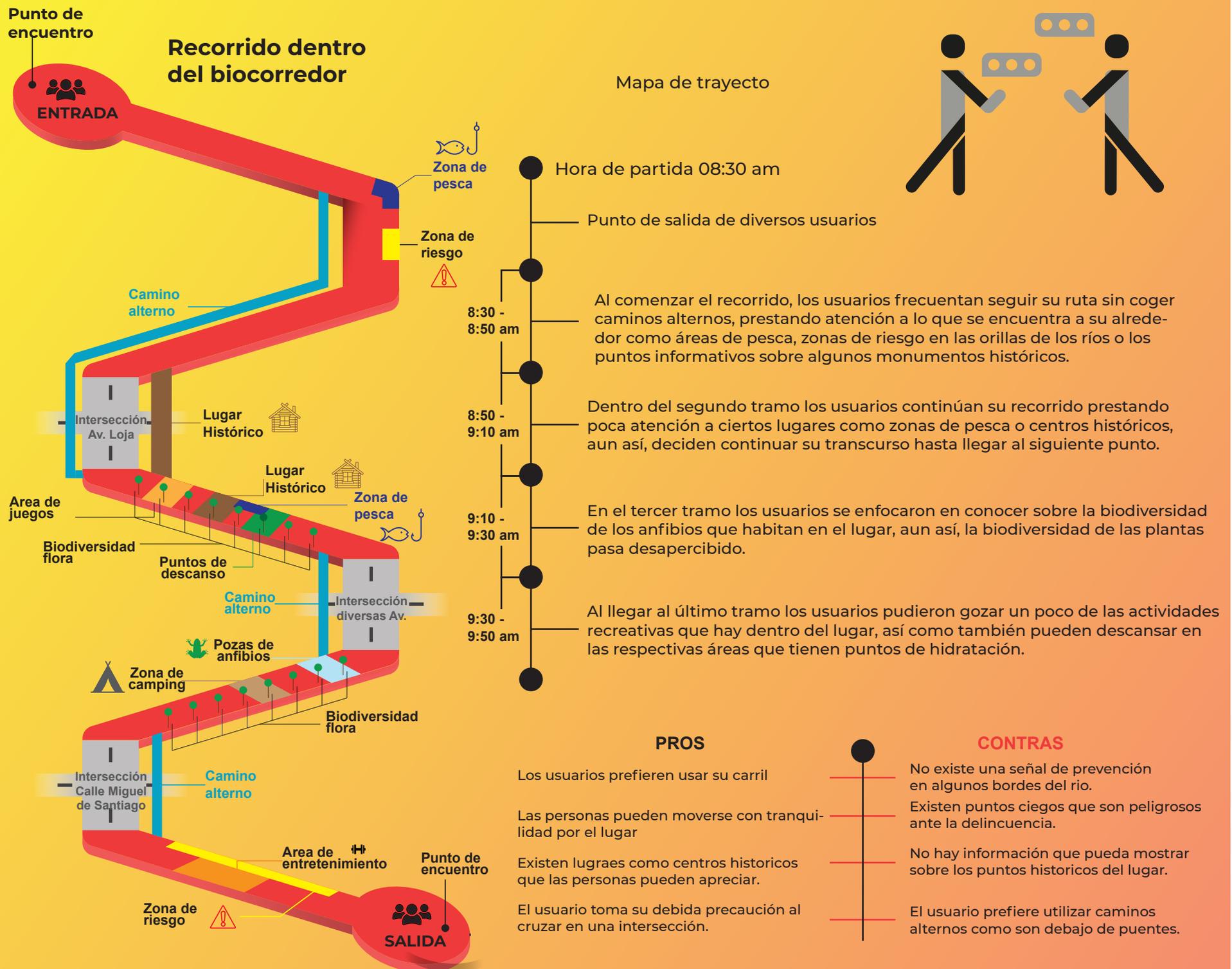


imagen 41



2.3. MAPAS DE TRAYECTORIA

Usuario con motivos recreacionales

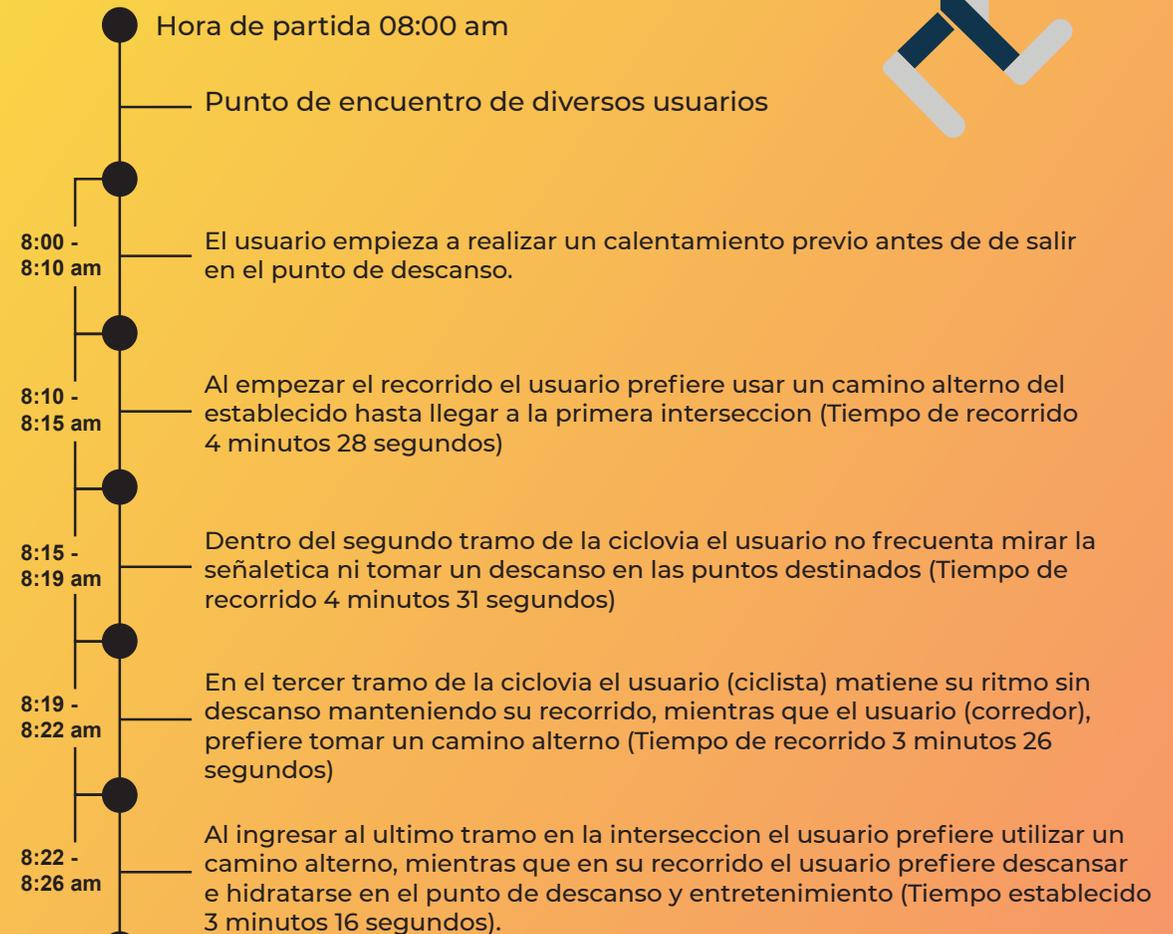
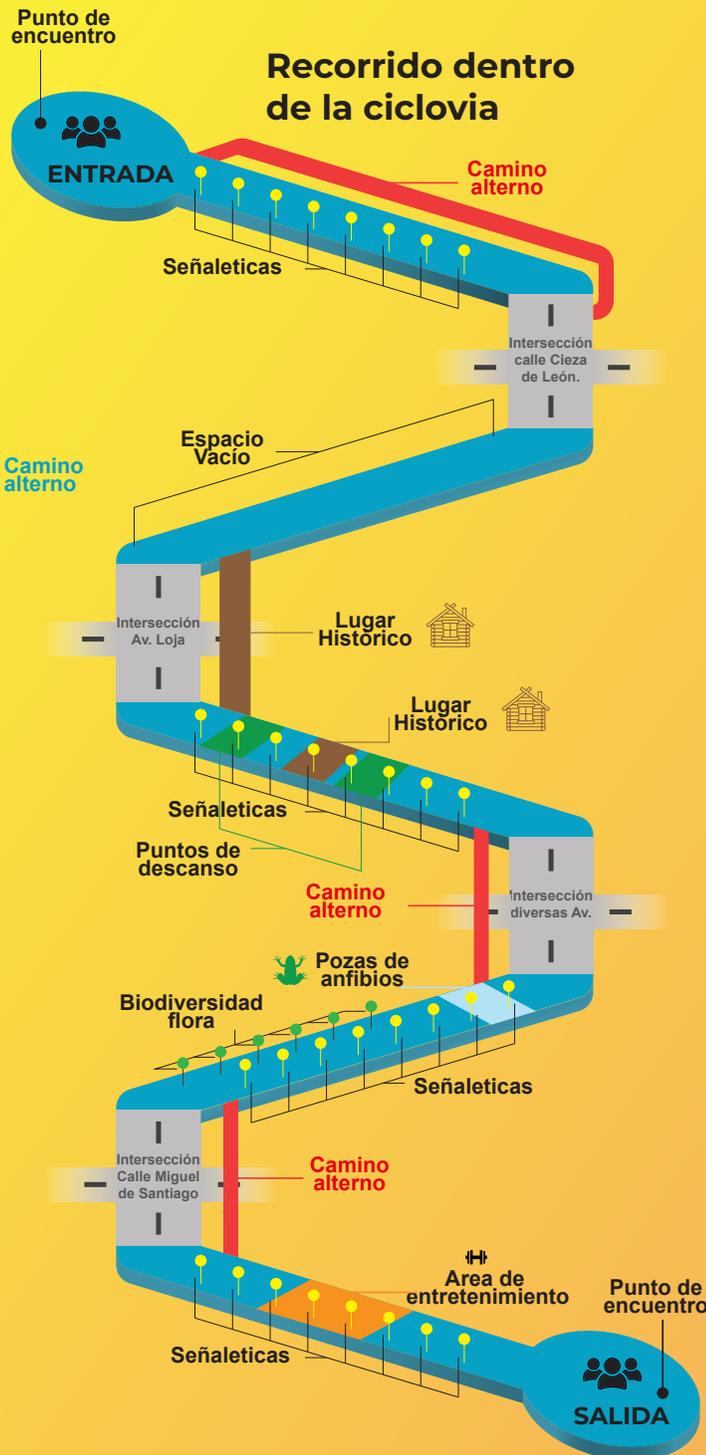




Deportista



Mapa de trayecto



PROS

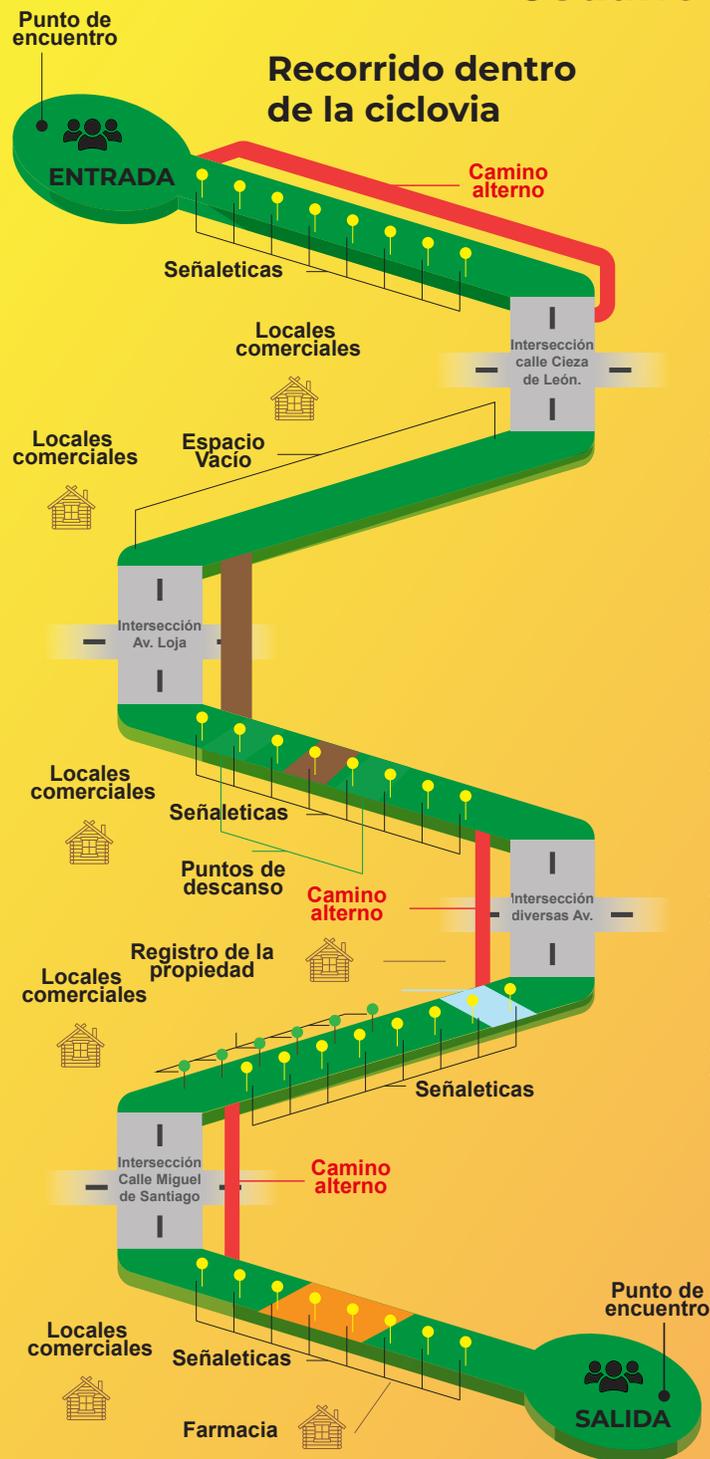
- El usuario tiene un area establecida para reunirse o descansar.
- La ciclovía facilita la movilidad al usuario.
- El usuario se enfoca en su recorrido.
- El usuario toma su debida precaución al cruzar en una intersección.
- El usuario encuentra diversos puntos de hidratación.

CONTRAS

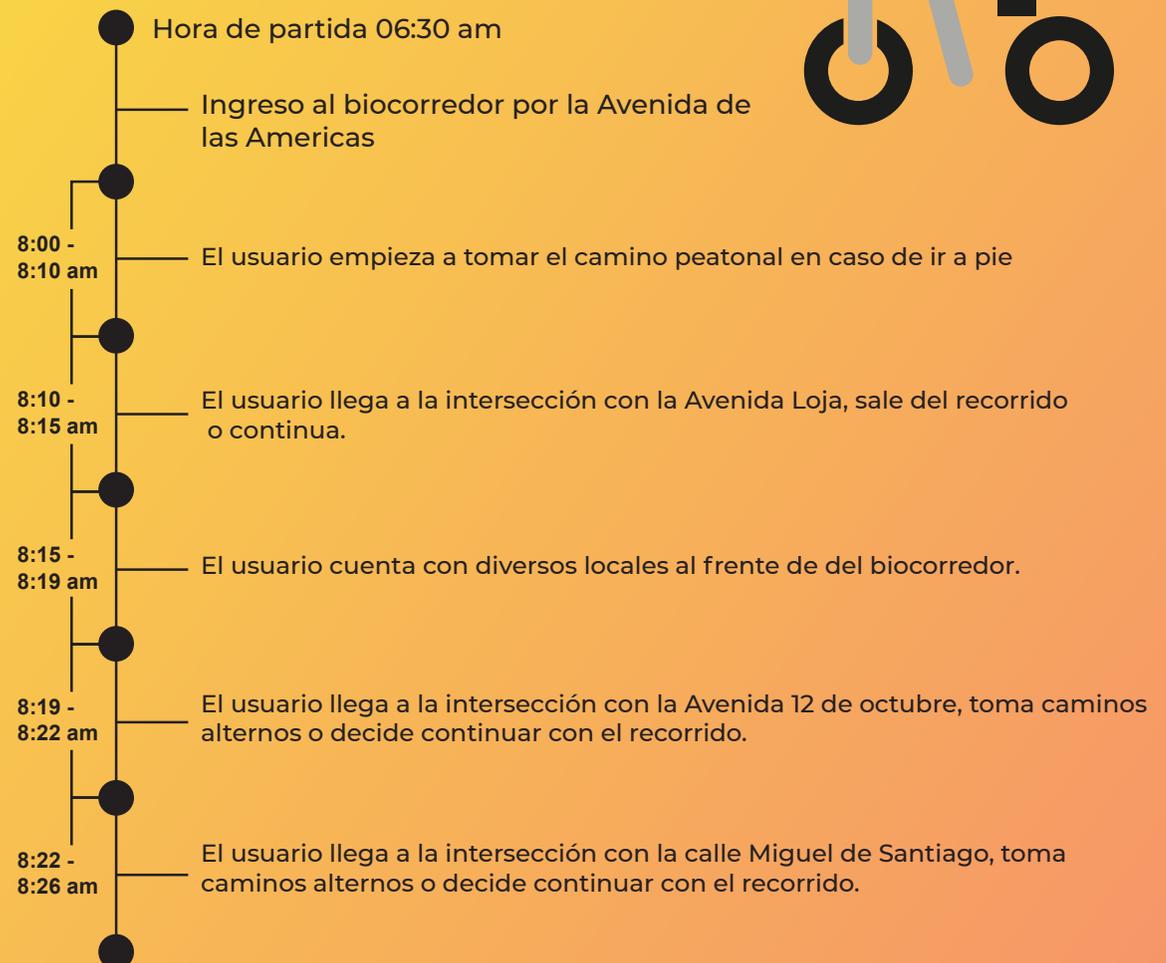
- No existe información sobre lugares o puntos turísticos que hay en el recorrido.
- El usuario prefiere tomar un camino alternativo.
- El usuario no se fija en las señaléticas ni los puntos de descanso.
- Al usar un camino alternativo el usuario no cuenta con una información preventiva.
- No hay información que haga al lugar mas perceptible.



Usuario que se moviliza al trabajo



Mapa de trayecto



PROS

- El usuario tiene un área establecida para reunirse o descansar.
- El usuario cuenta con locales comerciales a lo largo de todo el recorrido
- El usuario se enfoca en su recorrido.
- El usuario toma su debida precaución al cruzar en una intersección.
- El usuario encuentra diversos puntos de salida

CONTRAS

- No existe información sobre los nombres de las calles alternas al recorrido
- El usuario prefiere ir por el parterre frente al recorrido
- El usuario no se fija en las señaleticas ni los puntos de descanso.
- Al usar un camino alternativo el usuario no cuenta con una información preventiva.
- No existe información sobre locales comerciales o entidades publicas



2.4. PARTIDOS DEL DISEÑO

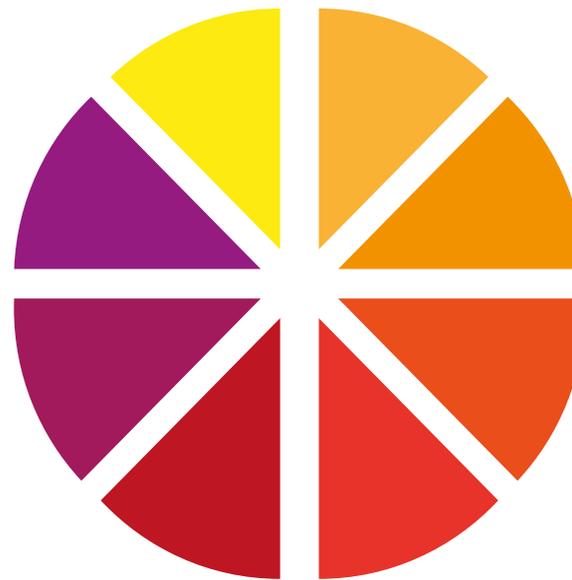
► FORMA

Estilo Gráfico



Para el estilo gráfico dentro del sistema wayfinding se plantea establecer un estilo simple y orgánico, que pueda ayudar a desarrollar una mayor comprensión del mensaje, a su vez que genere una mejor empatía con el medio ambiente. Por otra parte, para el sistema de señalización se mantendrá la iconografía que está establecida según los artículos y normativas de la INEN, cabe recalcar que para el manejo del sistema gráfico se tomara en cuenta diversos aspectos que van desde la legibilidad, la factibilidad de uso y el contraste de la información.

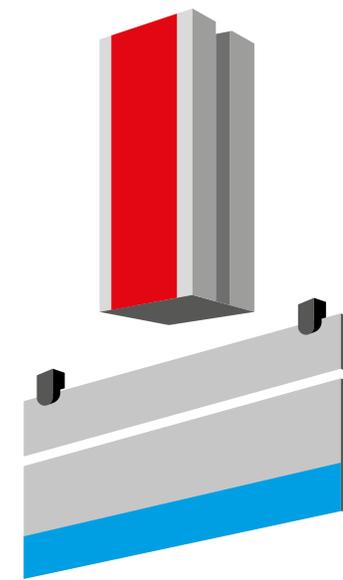
Cromática



Para el manejo de información, orientación e identidad dentro del lugar, se implementarán colores cálidos generando una armonía con el espacio, también se aplicará la teoría del color en los diferentes soportes con la finalidad de crear un mayor contraste entre los elementos.

Para los sistemas de señalización estos irán acordes a la cromática establecida según las normativas INEN, ya sea a la hora de regular, informar o prevenir a los usuarios.

Soporte



Los soportes que van a estar implementados en el sistema wayfinding son de una estructura rígida y orgánica, debido a que se tomó en cuenta diversos factores que van desde las condiciones climáticas hasta los posibles atentados que podrían ocasionar daños en su fachada, además que su forma ira acorde a los diferentes elementos representativos que se encuentren en el recorrido.

Para algunos otros elementos gráficos que estén acompañados con imágenes e información de algún hecho en particular, los soportes irán acorde a un tamaño y medida que el usuario logre visualizarlo. Por otra parte, para los sistemas de señalización estos se regirán a las medidas y tamaños que establecen las normativas de la INEN ya que al alterarlas estas a su vez, pierden su validez.

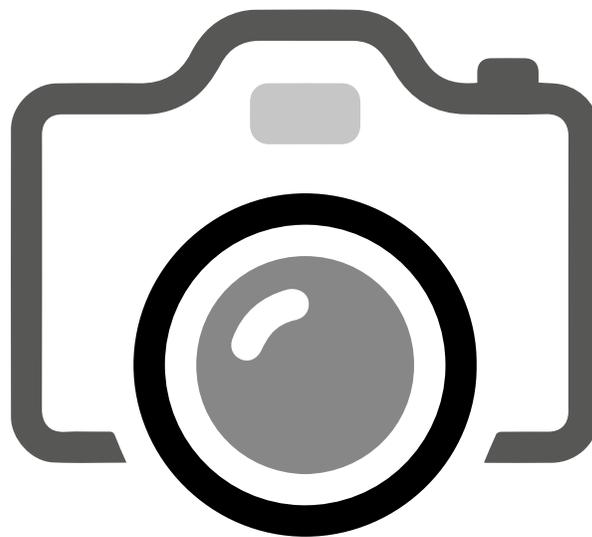


Tipografía

Abc
Abc
Abc

Al manejar un sistema gráfico orientacional e informativo, el uso de la tipografía debe ser clara y concisa, es por eso que se implementará un estilo sans serif, que ayude en la comprensión de la lectura y pueda facilitar su legibilidad, asimismo esta tipografía variará de tamaño en algunos aspectos como son, en los títulos de señales de relevancia, manejando un tamaño superior, con la finalidad de captar la atención de algunos usuarios que transitan a una mayor velocidad.

Fotografía

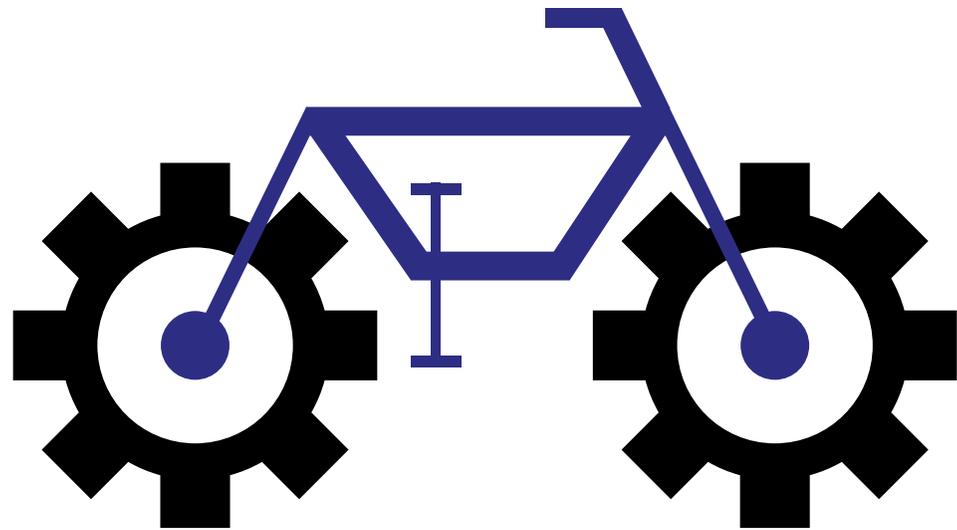


El uso de las fotografías dentro del biocorredor, serán acordes tanto a los hechos históricos, como también a la biodiversidad que existe dentro del lugar, acompañado de una breve descripción del mismo que ayudará a brindar una identidad dentro del lugar. siendo aplicadas dentro del sistema a fin de generar una comunicación al usuario.

Iconos



El uso de iconos estará establecido de acuerdo a los elementos que se vayan seleccionado, ya sean hechos históricos o la biodiversidad del lugar, buscando darle un concepto claro al mensaje que pretendemos comunicar o informar.



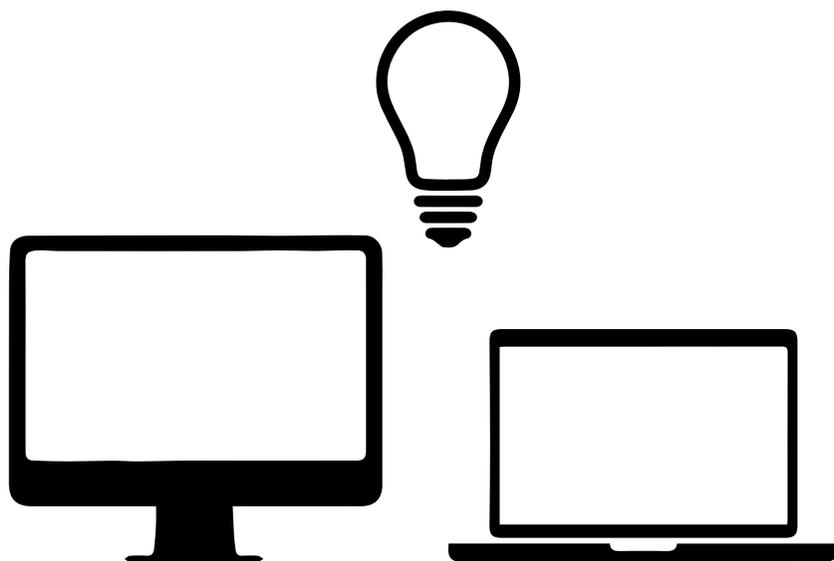
► FUNCIÓN

El presente proyecto busca dar a conocer sobre los diversos aspectos que hay dentro del biocorredor, a través de la implementación de un sistema gráfico que lo dote de personalidad, por ello al implementar un manejo de Wayfinding dentro del lugar buscará generar una guía para que los usuarios puedan interactuar, sin causar un conflicto orientacional.

El sistema gráfico que se busca generar, a la vez que debe permitir que el usuario se informe y oriente adecuadamente en el espacio, debe también desde el aspecto identitario desarrollar un sentido de pertenencia hacia el lugar.

Dentro de este tipo de espacio recreativo, el manejo de sistemas señaléticos es importante para brindar información, por lo que al establecerlo correctamente se llegaría a disminuir el índice de conflictos que se podrían generar en su interior, asimismo facilitarían el recorrido al usuario.

Al integrar correctamente todos estos elementos permitirá transmitir los mensajes de manera clara y directa, dando a conocer acerca de la historia, la biodiversidad y el cuidado que deben tener dentro del lugar, a la misma vez que mejorara el aspecto de todo el recorrido generando una identidad.



► TECNOLOGÍA

Dentro de las tecnologías que se establecen para este proyecto se utilizarán tanto softwares de diseño vectorial, como también de retoque y manipulación de imágenes. Se utilizarán materiales que permitan impresión a color, garantizando su durabilidad a las condiciones ambientales, a su vez vendrá acompañado de luminosidad que se irá intensificando acorde a la exposición de la luz natural.



2.5. BRIEF DE CAMPAÑA

Cliente: Usuarios que frecuentan el biocorredor Yanuncay

Servicio: Campaña alternativa de tipo BTL para motivar el uso y cuidado de la ciclovía.

Objetivo: Dar a conocer nuestra campaña a las personas con la finalidad de que puedan frecuentar al lugar, de la misma manera sepan el cuidado que debe recibir la misma.

► Antecedentes:

Como antecedente de proyectos similares tenemos una campaña establecida en el 2014 denominada “Movimiento Pro-bicicleta”, esta busca como fin promover a una cultura ciclística, por medio del apoyo financiero y logístico de organizaciones mundiales, a su vez que busca generar conciencia en la población mostrando los beneficios que trae consigo el usar la bicicleta en vez de un vehículo motorizado.

Un dato a tomar en cuenta es, que según un estudio del programa de investigación Llacta LAB realizado en la Universidad de Cuenca, demostró que el 2.5% de la población en la ciudad se moviliza a diario en bicicleta, realizando desplazamientos menores a 4 kilómetros.

► Descripción del proyecto

La ciclovía ubicada en el biocorredor Yanuncay que recorre la Avenida Primero de Mayo tiene una extensión de 3.2 km, que compete a los tramos entre la Avenida de las Américas y la Avenida Fray Vicente Solano, fue creada con la intención de motivar a la gente a utilizar la bicicleta, disminuyendo tanto el tráfico, como el impacto ambiental que este produce. Partiendo de esto la generación de una campaña podría contribuir en el fomento y cuidado que se debe dar en el lugar, a su vez buscará brindar en los usuarios que se movilizan en transportes motorizados un mensaje de concientización para que se logre generar una sociedad mucho más activa.

► Target:

¿A quién va dirigido?

La segmentación se da de la siguiente manera:

Edad: 18 a 45 años

Sexo: Masculino y femenino.

Ciclo de vida familiar: Parejas casadas y no casadas, con hijos.

Ingreso: Salario básico y mayor al salario básico.

Ocupación: Empleados, estudiantes.

Escolaridad: Bachillerato y superior

Etnia: hispano.

Generación: generación “Y”, “Z”

Nacionalidad: ecuatoriana y extranjera.

► Objetivos de comunicación:

- 1.- El objetivo principal es motivar a las personas a utilizar el biocorredor de una manera adecuada.
- 2.- Incentivar a las personas hacia una movilidad más activa.

► Insight:

Relacionado con la contaminación ambiental, no mostrando directamente la información, sino que la gente comprenda cómo la situación puede llegar a cambiar de una manera positiva.

La frase irá acorde a diversos puntos que se vieron anteriormente como son la contaminación ambiental, el fomento y cuidado que se quiere dar dentro de la ciclovía, y el promover a diversos usuarios a que se movilicen de manera más sostenible, acompañado de otros recursos.

Esta frase a su vez irá apoyada con diversos recursos ya sean didácticos o fotográficos con el fin de generar una empatía con el usuario.

► Ventaja Competitiva / Promesa:

Ventajas

Disminución de riesgos ambientales y del usuario

Concientizar a la gente sobre el uso y cuidado

del biocorredor

Fomento de la movilidad activa

Generar una experiencia diferente al momento de frecuentar algún espacio recreativo.

Promesa

Con esta campaña, se logrará persuadir a los usuarios que el manejo de la movilidad activa los beneficia desde algunos ámbitos ya mencionados así mismo el usuario comprenderá que al transitar en la ciclovía lo ayudará de manera positiva, así como también ayudará al ecosistema.

► Reason Why

Según un estudio realizado en el 2014 nos dicen que en la ciudad el uso de vehículos privados y compartidos representa un manejo de más del 60 % mientras que un 25% se ocupa para los transportes de bienes y servicios y lo que sobra es utilizado por ciclistas y peatones. Por eso cuando utilizamos la ciclovía ayudamos a que se dé una mejoría en la calidad de vida, a su vez que esta produce una liberación en la disminución de vehículos compartidos y también nos ayuda a mantenernos más seguros.

► Piezas a desarrollar:

Se desarrollará un diseño de publicidad alternativa aplicado en el ambiente del biocorredor Yanuncay donde:

Exponga y resalte los beneficios que nos brinda el uso de la bicicleta.

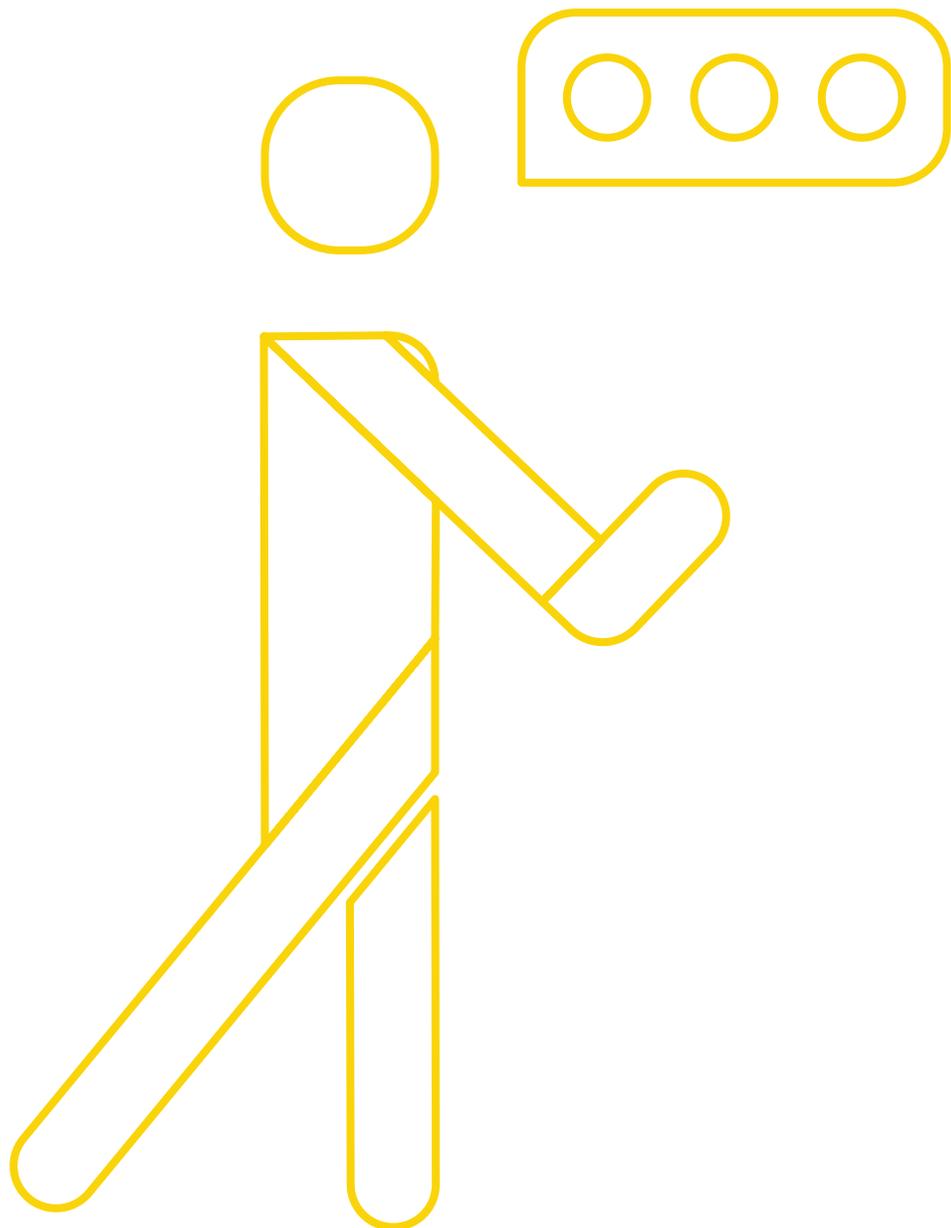
► Tono y Manera

Buscamos dar a conocer los beneficios que nos otorga el uso de la bicicleta de una manera dinámica e interactiva, con el objetivo de motivar a las personas a visitar la ciclovía del biocorredor Yanuncay.



2.6. CONCLUSIÓN

Al momento de generar un sistema identitario en el lugar debemos tomar en cuenta diversos aspectos que van desde la segmentación de los usuarios que a pesar de que van por un mismo trayecto su apreciación del lugar es diferente, por otra parte, también es importante conocer cuál es la función que se quiere cumplir, ya que esto nos ayudará a definir de mejor manera cuáles son las características de la forma que se pueden utilizar, así como los diversos tipos de tecnología que se pueden aplicar. Finalmente, la implementación de un brief nos permitirá obtener un mayor alcance, captando la atención del público que no frecuenta a este tipo de lugares.



Capítulo

3

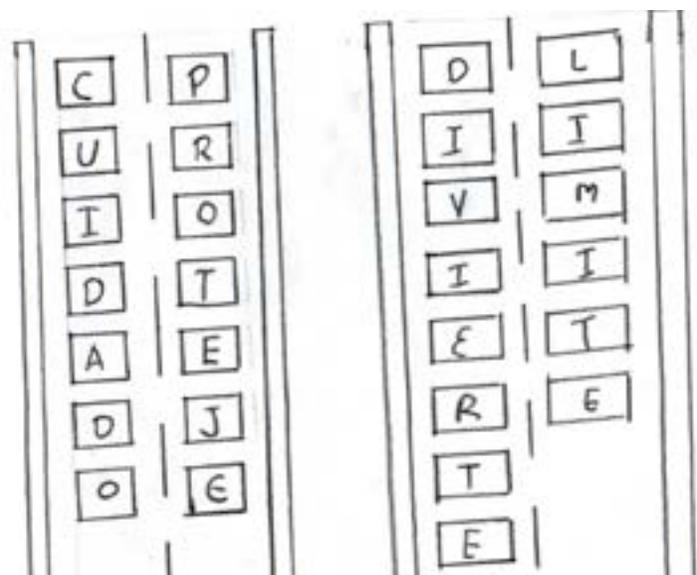
IDEA CIÓN





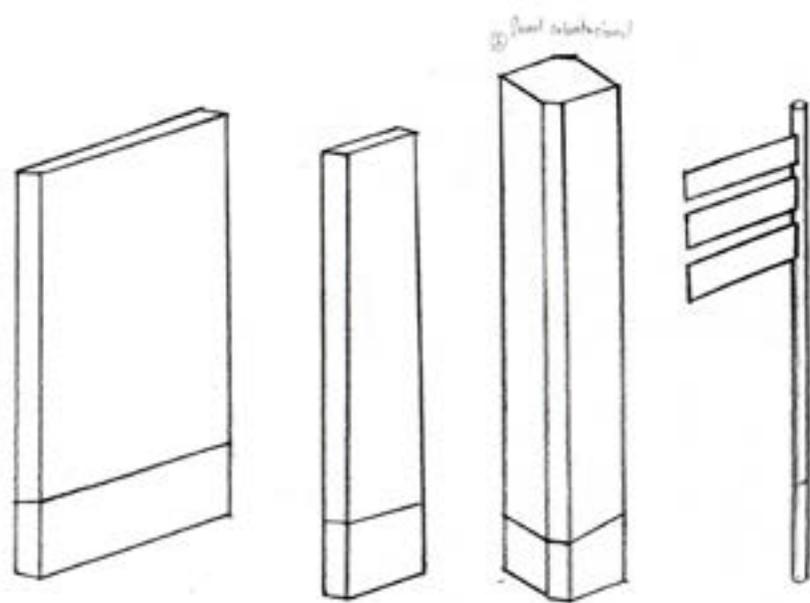
4.- Educación y cuidados

Información en le suelo acerca de la protección y cuidado del lugar.



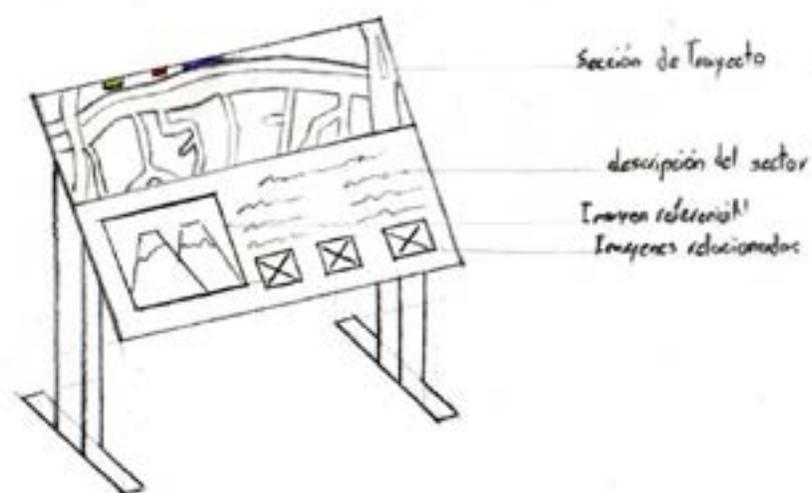
5.- Paneles orientacionales

Información sobre rutas alternas que se encuentran en todo el recorrido.



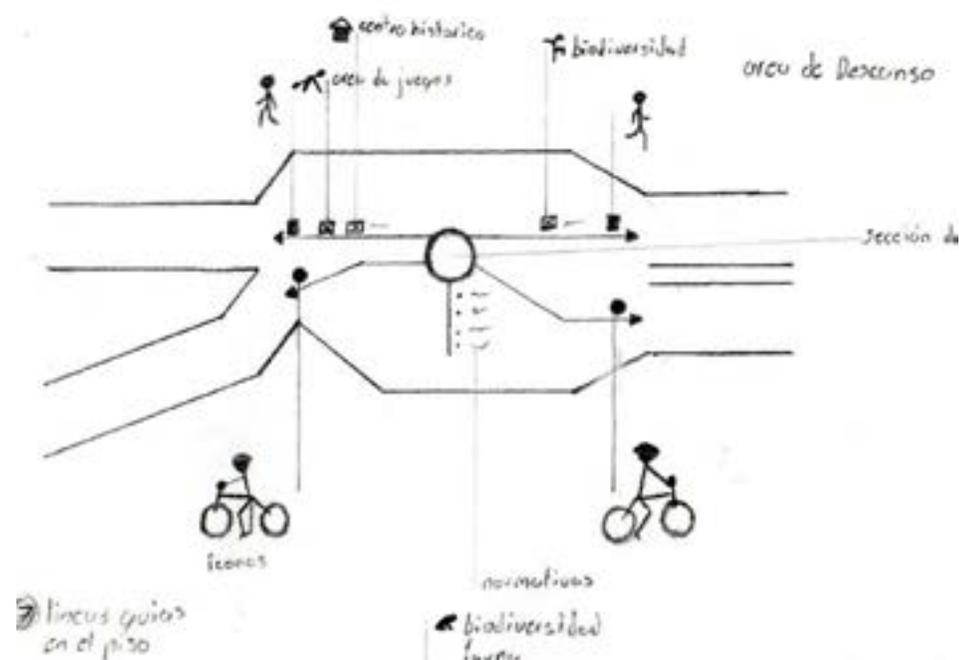
6.- Paneles informativos seccionados

Solo muestran información relevante de cada sección del recorrido.



7.- Líneas guías en el piso

Líneas que orienten y ubiquen al usuario en las áreas de descanso.





8.- Recorrido acompañado

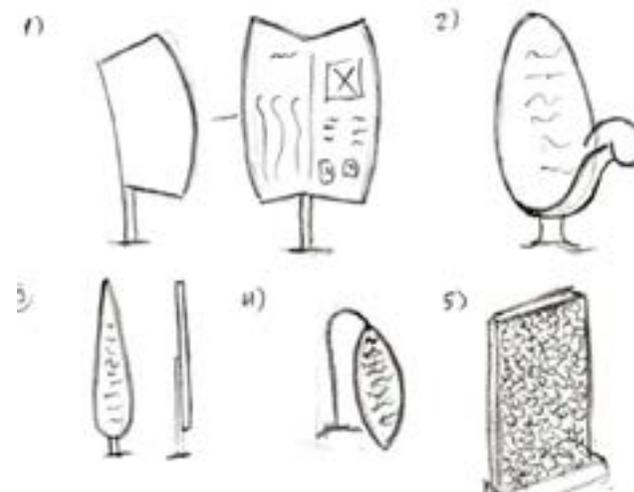
Ilustraciones aplicadas en resguardos que asemejen un efecto de animación

Ⓢ recorrido acompañado



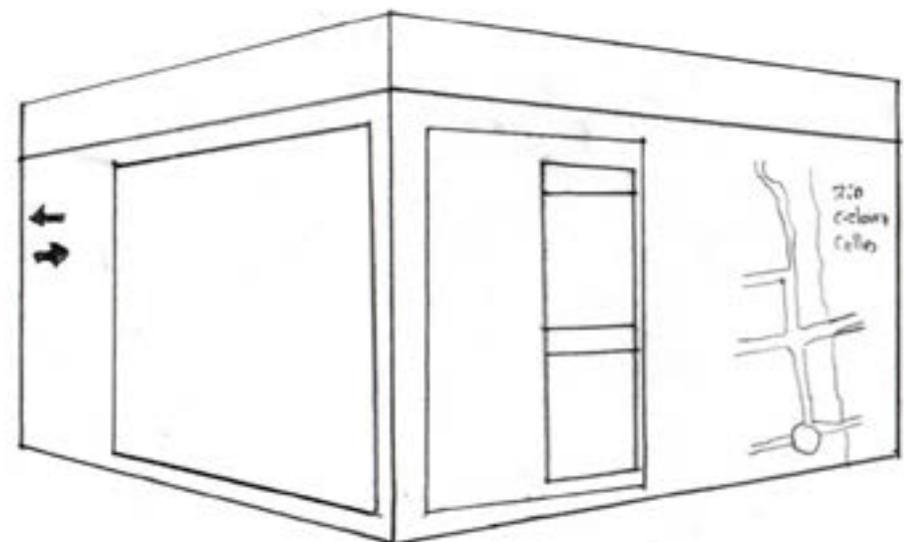
9.- Paneles en forma de elementos representativos

Paneles físicos en forma de elementos representativos que se encuentran a lo largo del recorrido.



10.- Casetas informativas móviles

Casetas que tengan información en sus 4 lados acerca de todos los elementos que se pueden encontrar a lo largo del recorrido.





3.2. DESARROLLO DE IDEAS

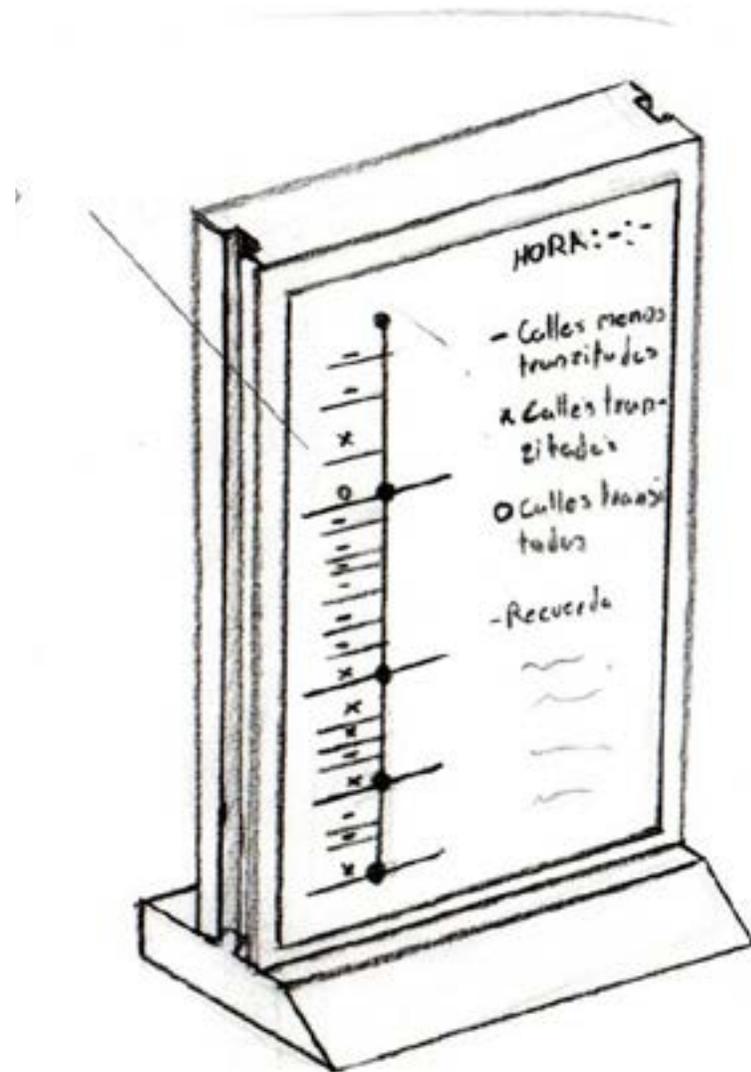
► IDEA 1

Paneles digitales

Paneles con información detallada del recorrido del biocorredor, pensando tanto en los usuarios que se movilizan para ir a su ámbito laboral como también en los usuarios que se movilizan por motivos recreativos o de deporte.

Dentro de esta información estará un mapa general del recorrido que enseñara en primera instancia las zonas que son frecuentes en el congestionamiento previniendo al usuario ir por esos carriles, a su vez que también tendrá información sobre lugares de primera necesidad que el usuario puede frecuentar.

Cabe resaltar que esta información estará establecida en días laborales como son de lunes a viernes. A su vez para los usuarios que se dedican a ocio y deporte el panel digital le servirá como medio para conocer todo lo que hay dentro del lugar como zonas de descanso, áreas de juegos, centros históricos entre otros.



Ventaja

Dar a conocer información del recorrido desde dos ámbitos; el informativo que permitirá dar a conocer a los usuarios que se movilizan las distintas rutas que puede utilizar para llegar a su destino, y el comunicativo que permitirá a los usuarios dar a conocer sobre los elementos representativos que hay en el lugar.

Desventaja

Transmite información limitada a los usuarios sobre los diversos aspectos que hay dentro del biocorredor.

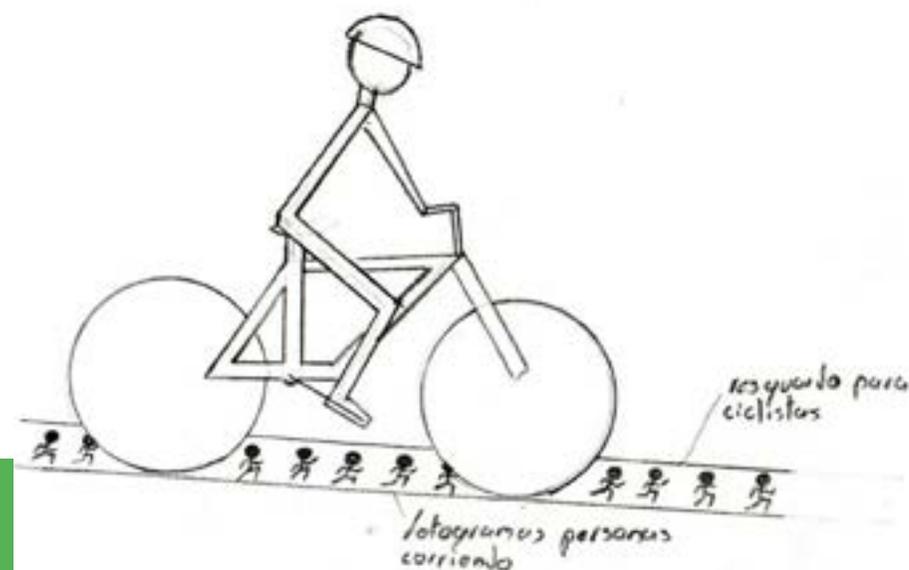


► IDEA 2

Recorrido acompañado

Para esta idea se implementarán imágenes o iconos a manera de frames por todo el resguardo del recorrido ya sea en la ciclo vía o en el camino del peatón, con la finalidad de que los usuarios que se movilizan dentro tengan una interacción con el personaje acompañándolos a lo largo del biocorredor, a su vez que les permitirá enfocarse en su respectivo carril.

recorrido acompañado



Ventaja

Los usuarios que frecuentan el recorrido pueden llevarse una experiencia al circular con un personaje que lo guíe durante el transcurso.

Desventaja

Se puede generar un desgaste en el material y el usuario empiece a perder interés por seguir el recorrido.

Personajes

- usuario trotando
- anfibios
- ciclistas
- usuario fluyendo



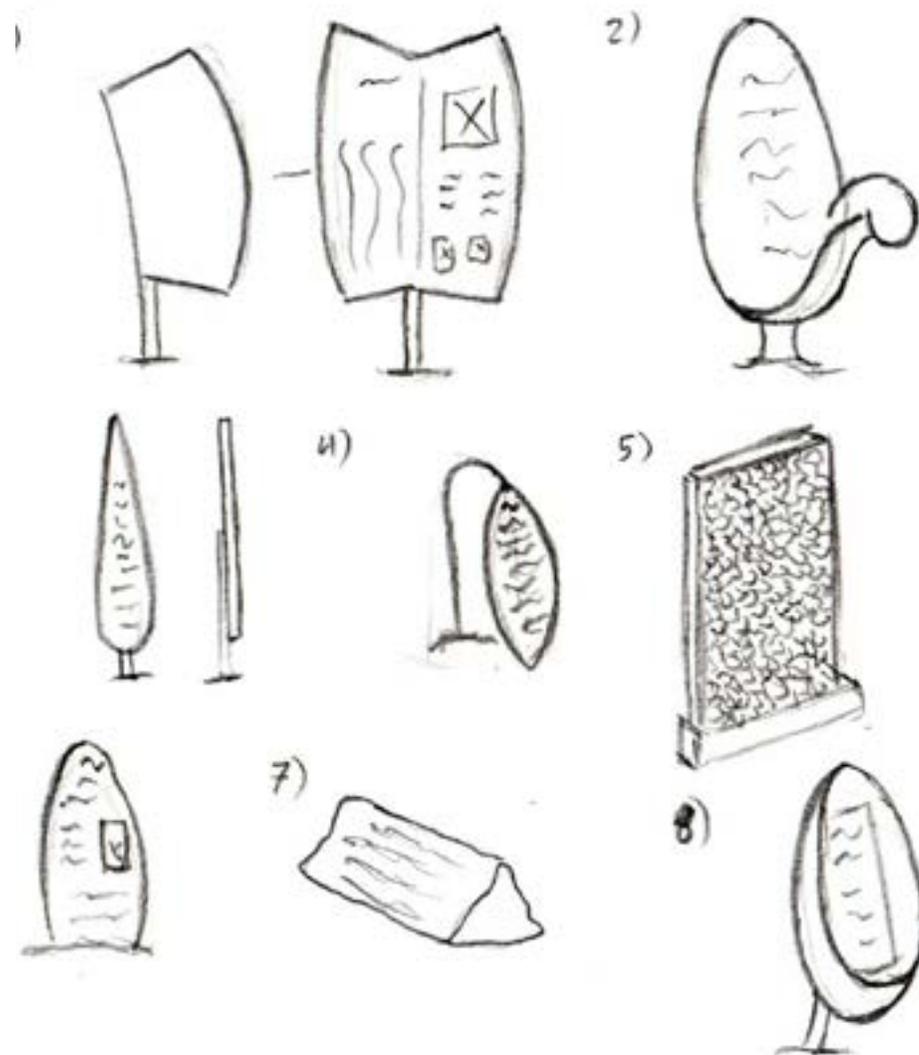
biocorredor anfibios



► IDEA 3

Paneles con forma de elementos representativos

spots



Para esta idea los paneles se asemejan a los elementos que pueden ser representativos del lugar como la biodiversidad de la flora, elementos de los lugares históricos, entre otros, a su vez que estos pueden ser representados desde la forma, cromática o la textura, con la finalidad de que estos puedan llegar a generar una identidad dentro del lugar.

Ventaja

Aportaría en la culturalización de la gente de manera visual, ofreciendo información sobre lo que se puede encontrar dentro del recorrido.

Desventaja

Se puede generar un desgaste en el soporte, además que el vandalismo puede llegar a distorsionar el mensaje.

Los usuarios pueden generar un desinterés por la información establecida dentro de los soportes.

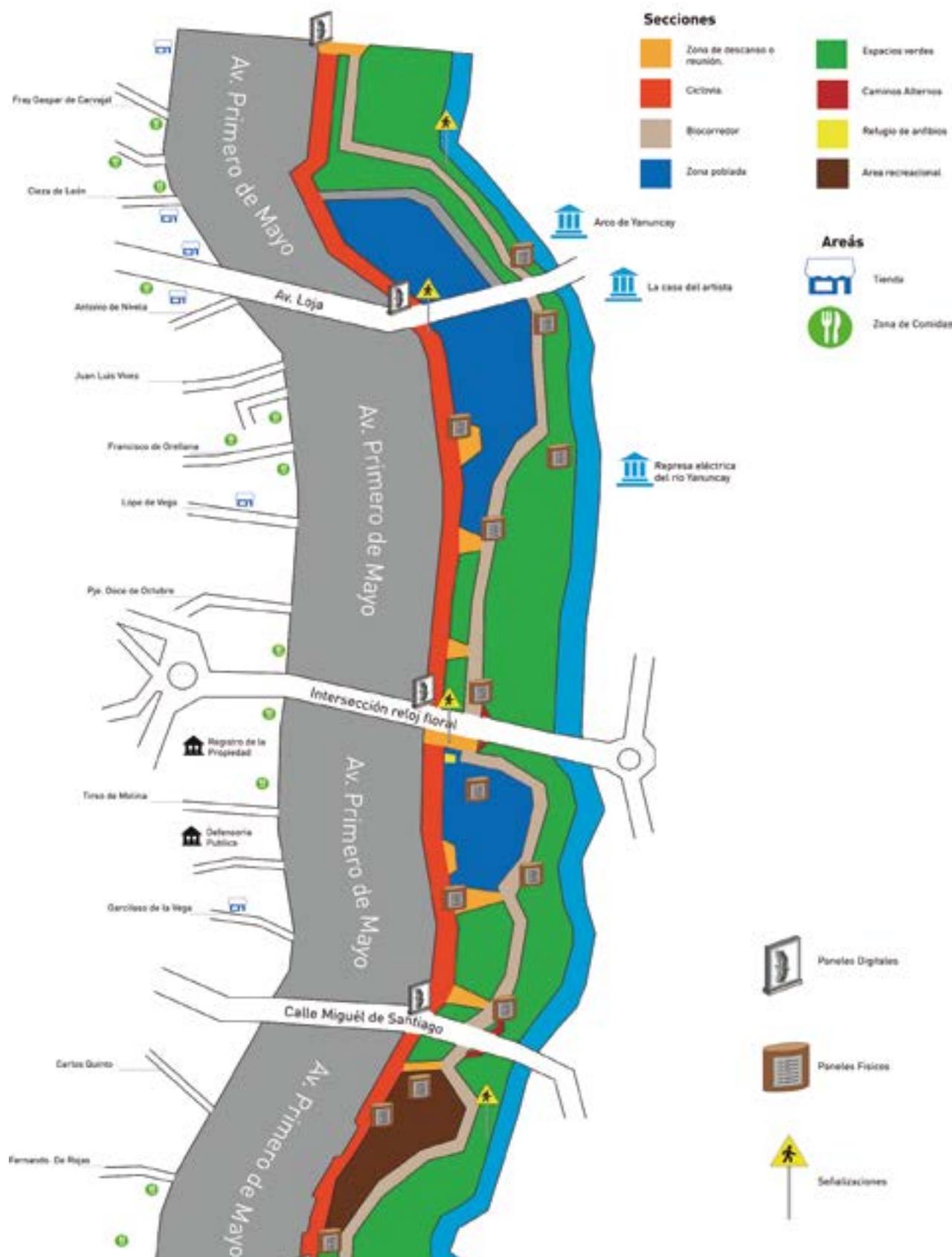


3.3. IDEA FINAL

Tras analizar estas 3 ideas se planificó unificarlas con el objetivo de generar un mejor desarrollo de la idea final.

Al combinar esto se pudieron cubrir las diferentes falencias que enfrentan los diversos usuarios dentro del biocorredor, ya que al implementar los soportes digitales que contienen información sobre el recorrido para el usuario que se moviliza al trabajo, así como el usuario que frecuenta el lugar para usos recreativos, puede ayudarlos a movilizarlos dentro del lugar con mayor eficacia, a su vez que ayuda a complementar información sobre los diferentes puntos de información que hay en el lugar.

Por otra parte, con la ayuda de los paneles físicos, estos pueden complementar con la información dentro de las diversas áreas que ayudarán al usuario que se moviliza con fines recreativos a interesarse por los aspectos culturales y biodiversos del lugar, así como también contará con la ayuda de un personaje que lo dirige en el transcurso a fin de generar una identidad en el lugar.



Capítulo

4

DI SE ÑO





4.1. PLANIFICACIÓN

Para esta etapa correspondiente al diseño, se aplicaron los conocimientos adquiridos durante los capítulos anteriores, definiendo la mejor manera para implementarlos y que funcionen entre sí.

Para ello se planteó que el sistema gráfico conste de: un isologo, una serie de pictogramas, la estructura de información como mapas o infografías, paneles informativos y señaléticos, una secuencia de iconos para implementar un placemaking, además de una campaña que vaya acorde al proyecto.





4.2. IMAGEN / MARCA DEL LUGAR

4.2.1 Bocetación de isologo

Para la generación del isologo que irá dentro de los paneles, se utilizó un elemento frecuente del lugar el cual fue la piedra del río, con ello a través del manejo de operaciones de movimiento se le pudo brindar una representación de orientación, direccionalidad y seccionado, acompañado del respectivo nombre del lugar.

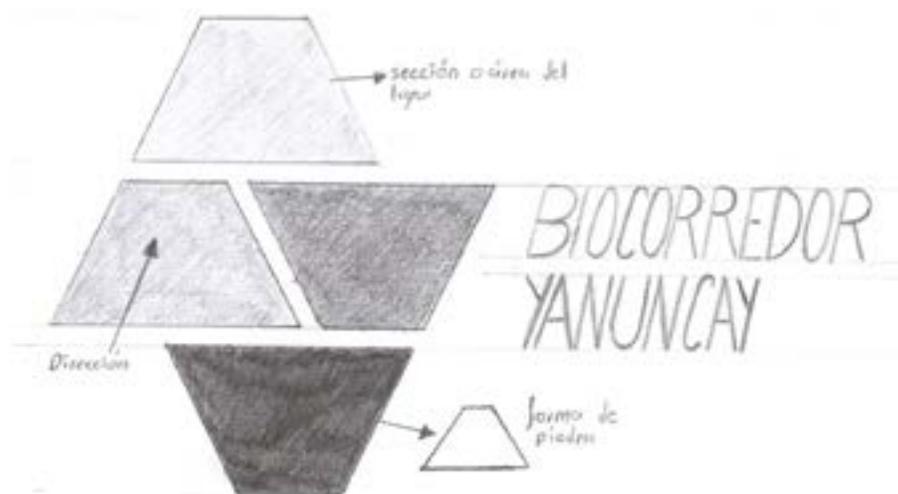
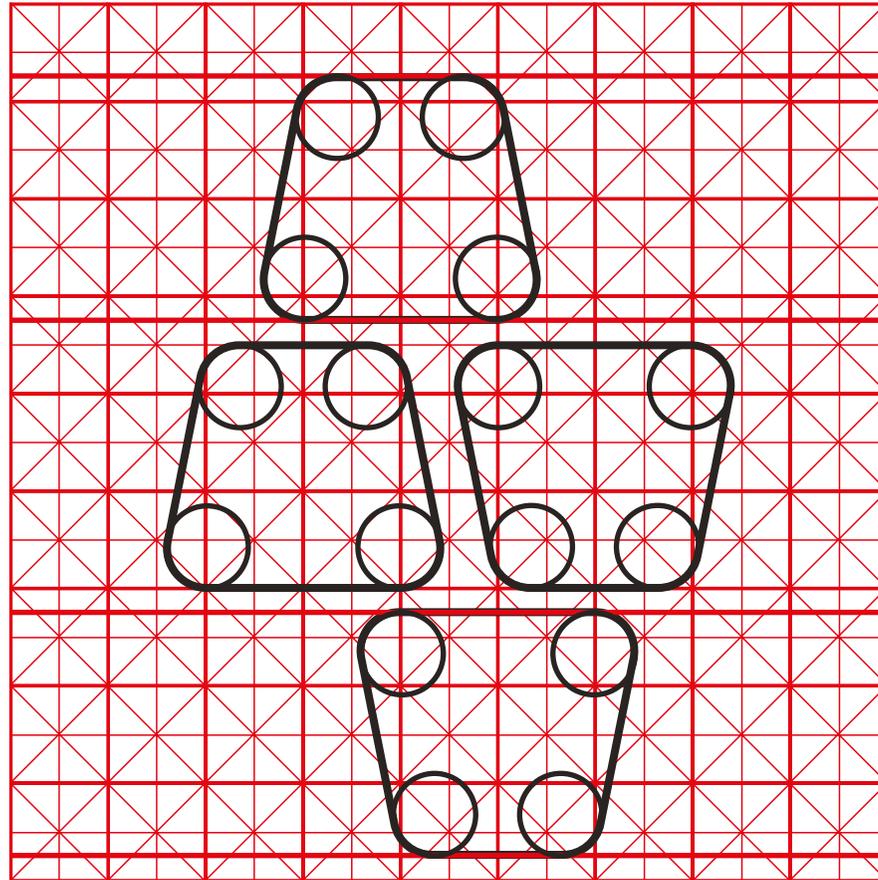


imagen 43. Formas de las piedras que se encuentran a lo largo de todo el biocorredor.

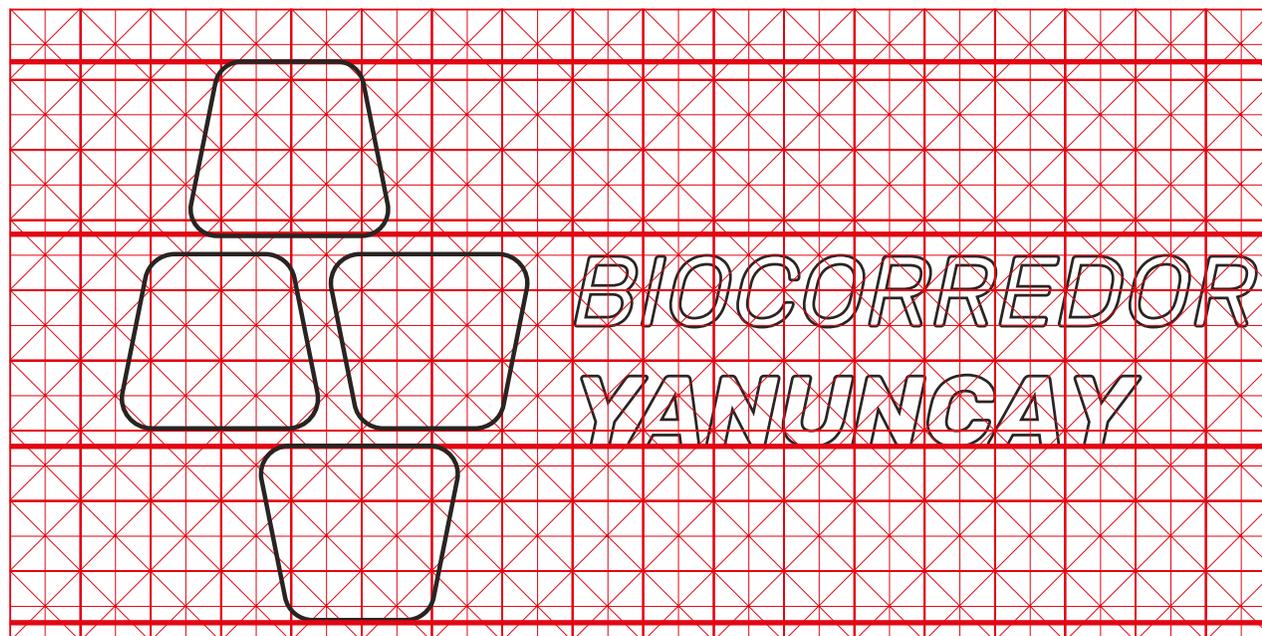


4.2.2 Digitalización de isologo

Para la construcción final del isologo se baso en una malla cuadriculada, en donde se combinan línea horizontales, verticales e inclinadas.



Grilla constructiva logotipo.

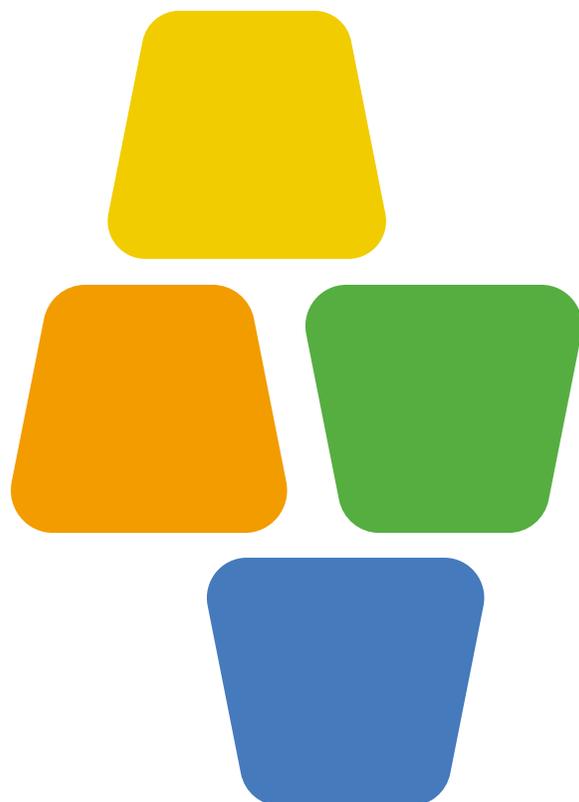


Grilla constructiva isologo.

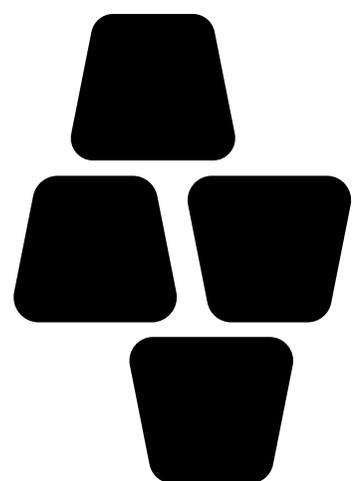


4.2.3 Resultado Final

El resultado final que se puede apreciar es una marca en forma de Iso-
logo, en donde la tipografía y la cromática se complementan con los
demás elementos.



***BIOCORREDOR
YANUNCAY***



***BIOCORREDOR
YANUNCAY***

Negativo



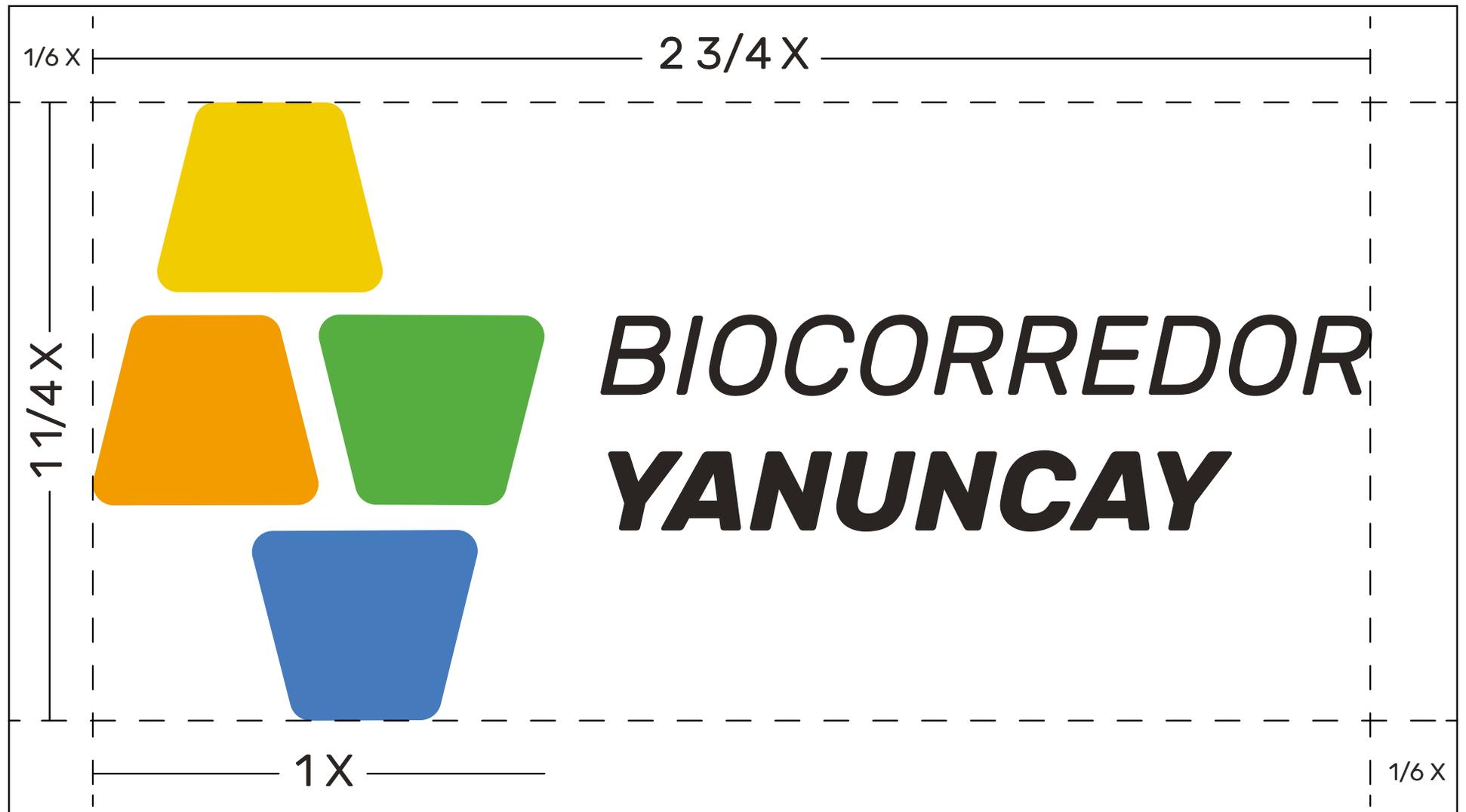
***BIOCORREDOR
YANUNCAY***

Positivo



4.2.4 Estructuras y áreas de protección

Se establece un área de protección mínima en torno al isologo, que pueda estar libre de cualquier elemento gráfico para facilitar su lectura. Estas áreas se encuentran planteadas en valores de X.





4.2.5 Usos no permitidos

No se podrán realizar alteraciones en el Isologo, debido a que podría llegar a generar una confusión en los usuarios.



Aplicación incorrecta de tipografía



Tamaño de tipografía incorrecta



Alteración del logotipo



Porcentaje de color



Aplicación incorrecta de color



Espaciado incorrecto



4.2.6 Tipografía

La tipografía utilizada tanto para la campaña como el manejo de información es de la familia sans serif de tipo Rubik en sus variaciones regular, Italic, médium y bold, las cuales poseen cierto rasgo geométrico con terminaciones ligeramente redondeadas y a la vez es legible para el usuario al momento de observar la información.

RUBIK REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,,:;

RUBIK BOLD

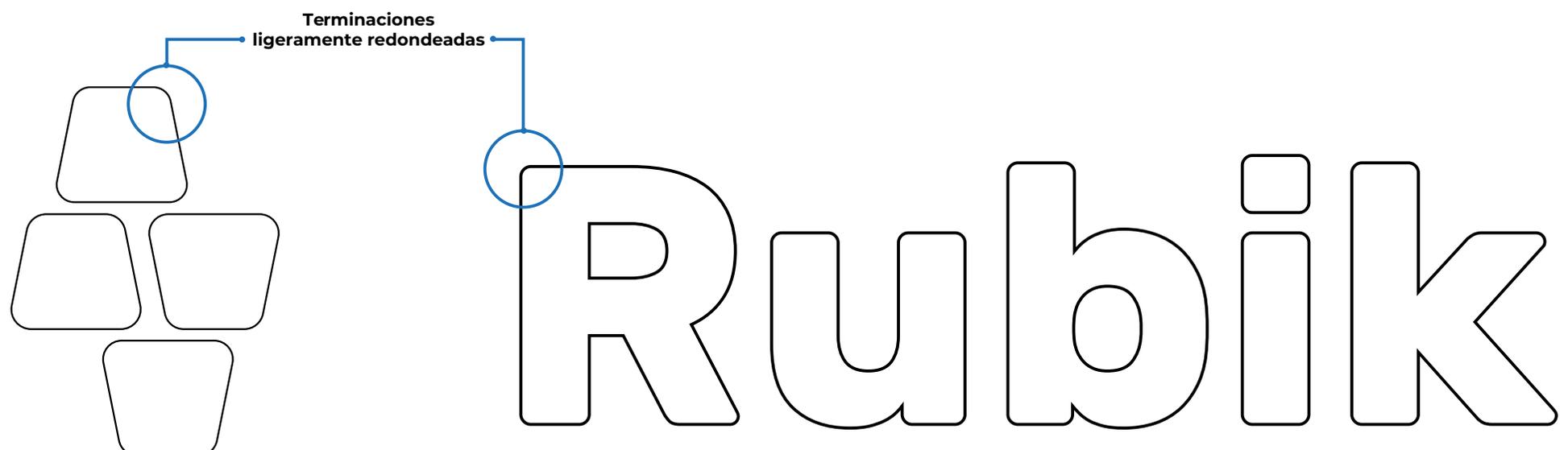
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,,:;

RUBIK MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,,:;

RUBIK ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,,:;





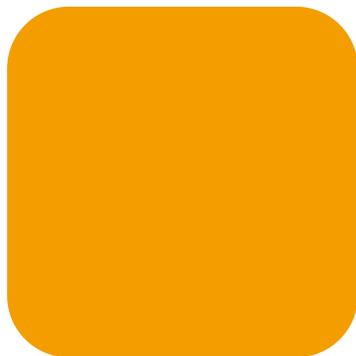
4.2.7 Cromática



CMYK		RGB	
C	8%	R	238
M	17%	G	202
Y	99%	B	27
K	0%		

Color relacionado con la alegría, originalidad y conocimiento, es utilizado para llamar la atención en lugares o productos relacionados con el ocio, asimismo, este color también se relaciona con el narcisismo gracias al personaje de la mitología griega Narciso, que relatan se enamoró de si mismo.

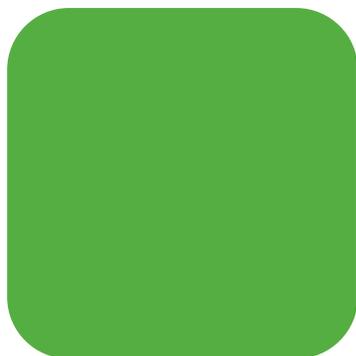
Color dirigido a la zona de biodiversidad



CMYK		RGB	
C	2%	R	244
M	45%	G	156
Y	98%	B	35
K	0%		

Color que representa principalmente la alegría, el entusiasmo y lo divertido, mantiene relación con la sociabilidad, la originalidad, la extraversión, la actividad y la cercanía. Es un color que evoca diversas emociones a su vez que determina en gran medida el éxito del mensaje que se transmite.

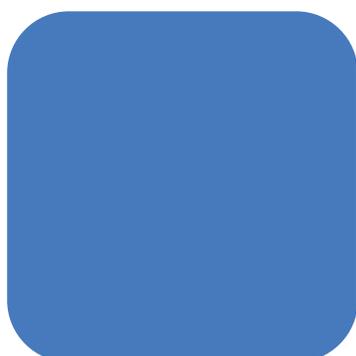
Color dirigido a la zona deportiva



CMYK		RGB	
C	69%	R	84
M	2%	G	181
Y	93%	B	82
K	0%		

Color asociado con la salud, por el propio poder de las plantas, representa la calma interior y el equilibrio emocional, lo que permite conocer mejor nuestro interior, asimismo este color representa la vida eterna que es representada en varias culturas.

Color dirigido a la zona histórica



CMYK		RGB	
C	76%	R	68
M	47%	G	124
Y	0%	B	190
K	0%		

Color asociado con la energía física y el deporte, en muchas partes del mundo este color representa la libertad, tranquilidad, paz, protección, entendimiento y control vinculándose a su vez con la confianza, la credibilidad y el cuidado de los demás.

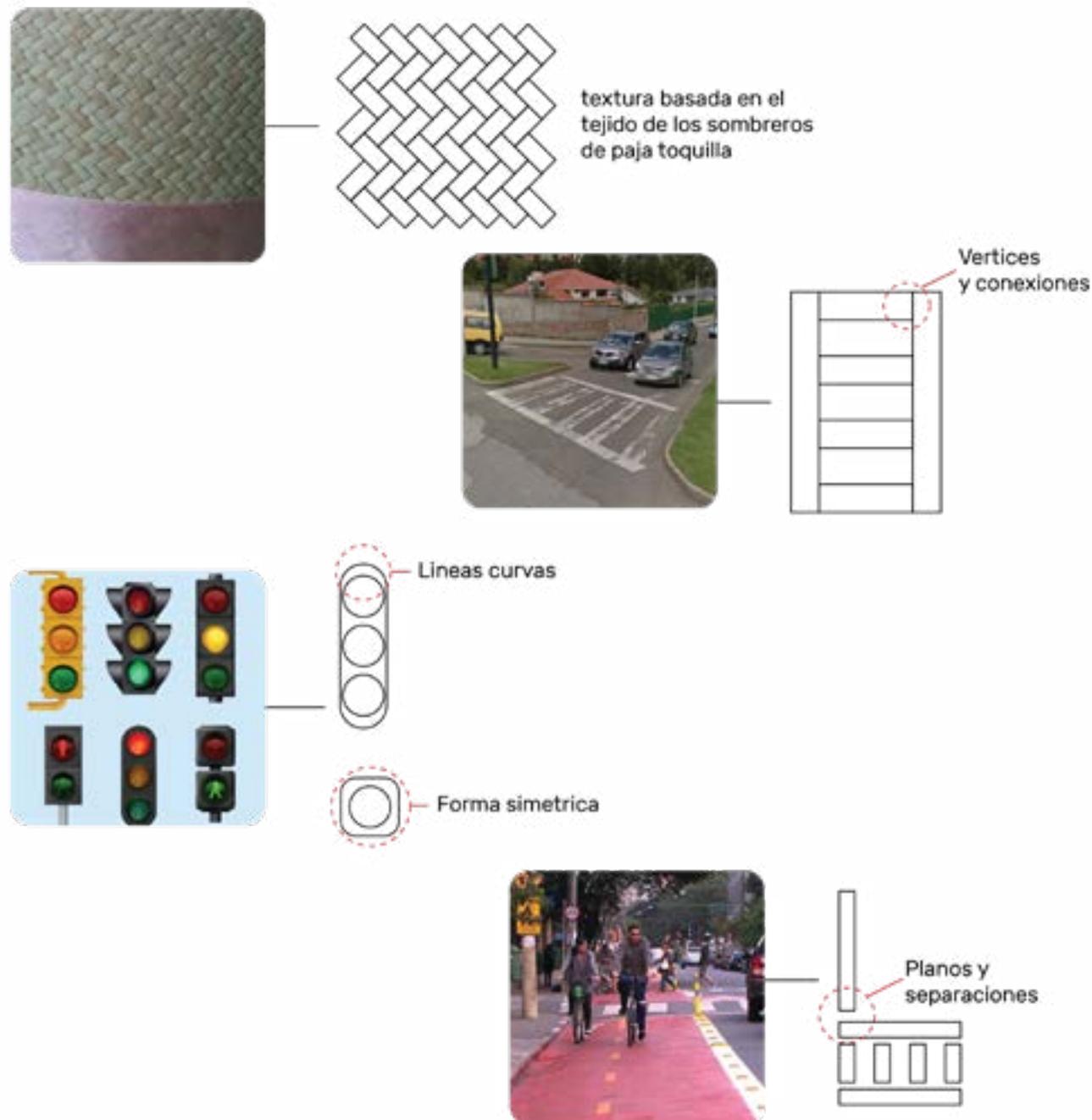
Color dirigido a la zona social



4.3. PROCESO DE DISEÑO

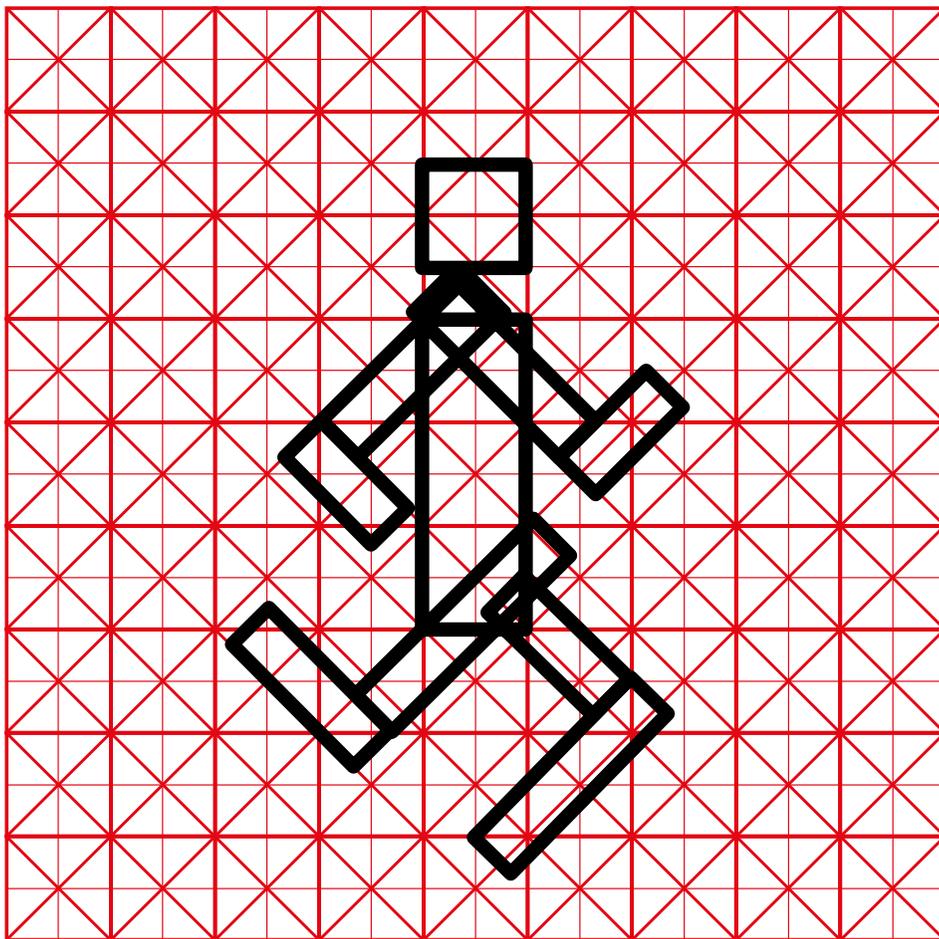
4.3.1 Pictogramas

Para la construcción de los pictogramas se enfocó en seleccionar como referencia diversos aspectos como son los culturales tomando en cuenta el famoso tejido del sombrero de paja toquilla, y los aspectos que se encuentran a lo largo del recorrido como son los semáforos, los pasos cebra y los resguardos de las ciclovías.

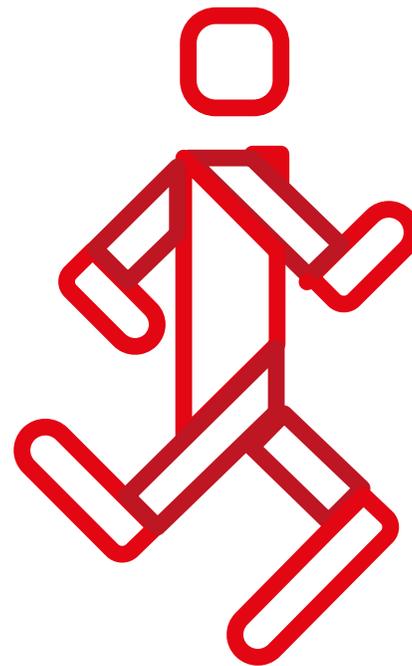




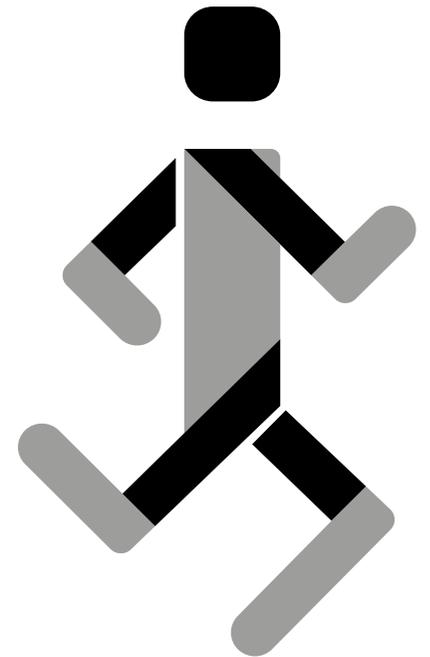
Con estos aspectos se fueron tomando diversos elementos para dar forma a los pictogramas como son las líneas curvas, formas simétricas, vértices, conexiones, formas planas y separaciones, que existen dentro de los aspectos anteriormente mencionados, a su vez que estos iconos manejan una cromática entre tonos oscuros y claros que puedan generar un contraste, dentro del sistema.



Grilla constructiva pictograma



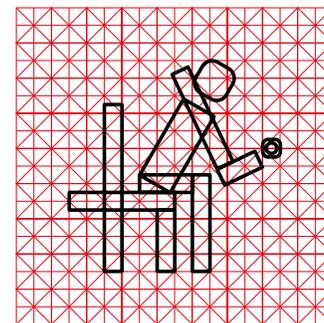
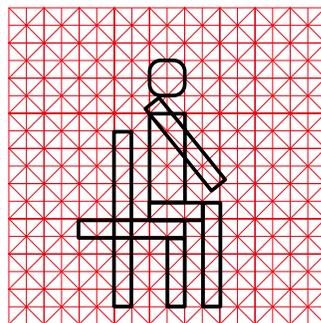
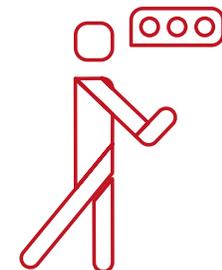
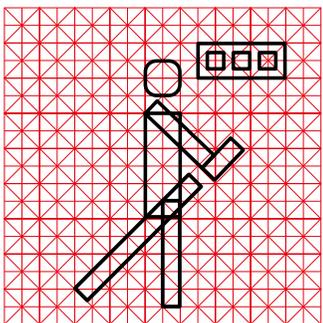
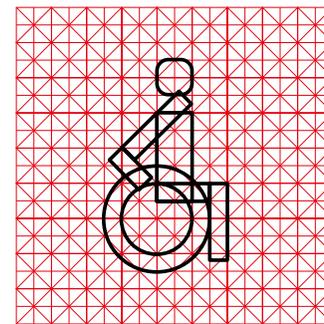
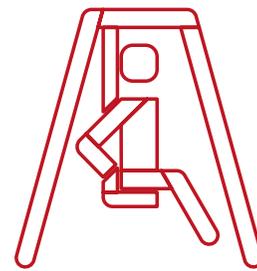
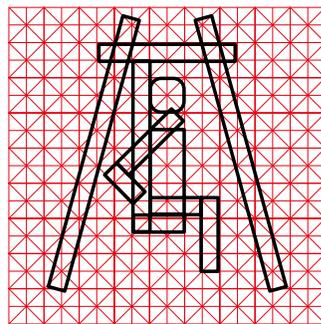
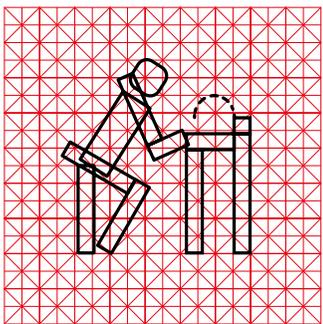
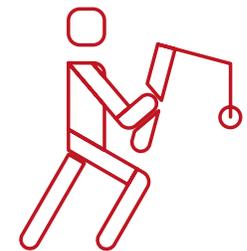
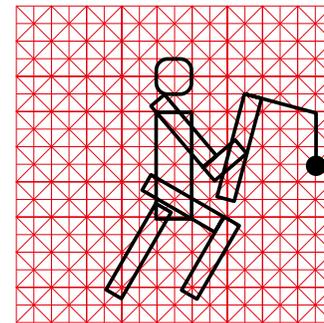
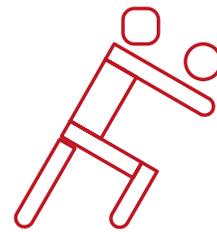
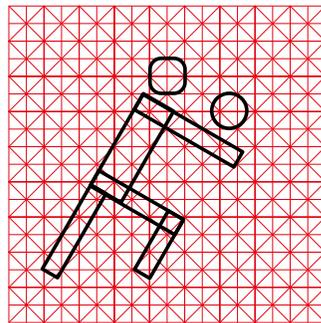
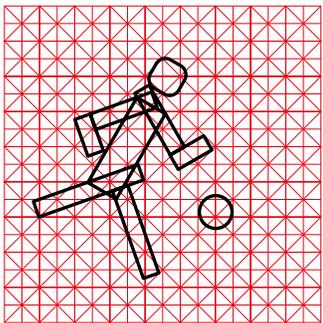
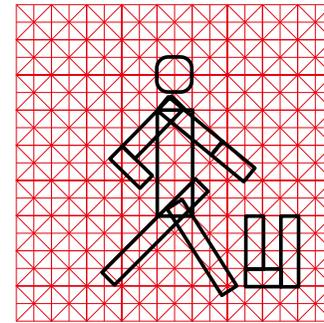
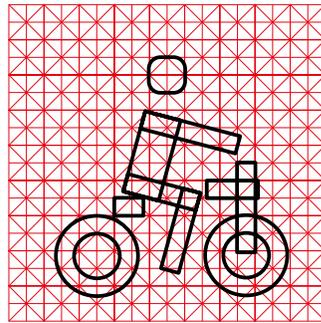
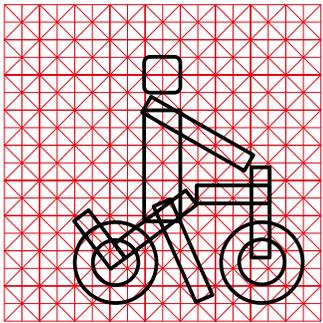
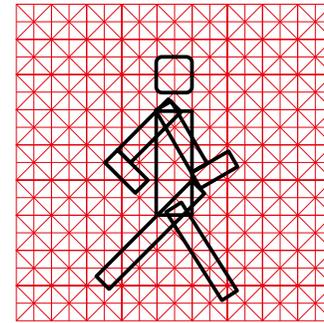
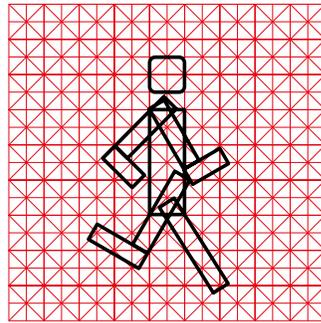
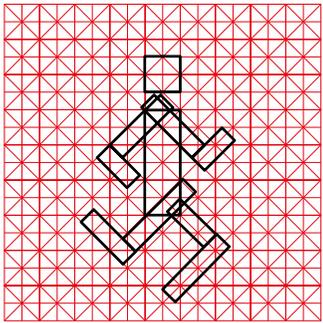
Versión lineal

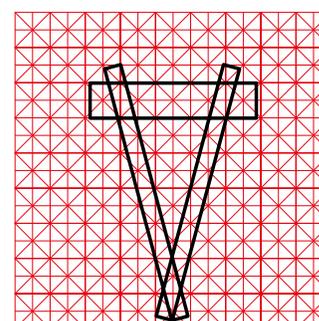
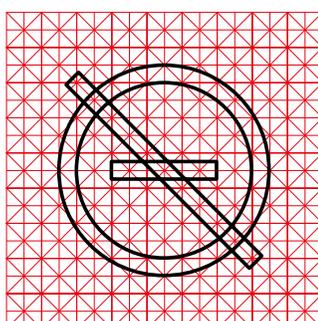
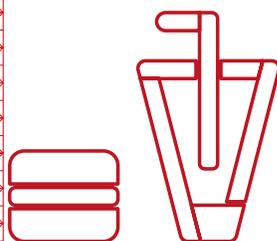
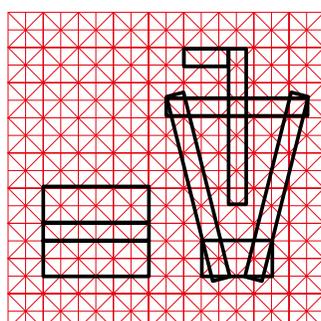
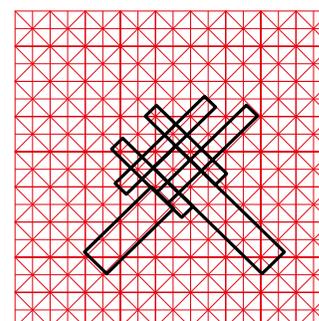
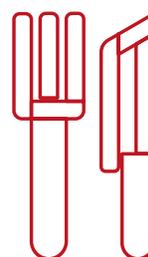
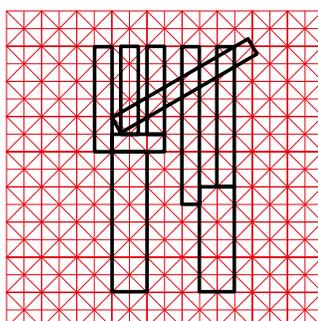
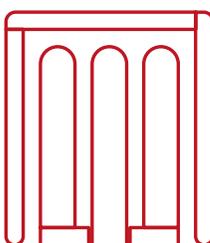
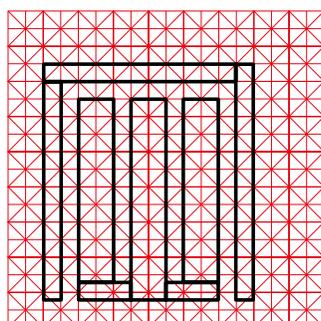
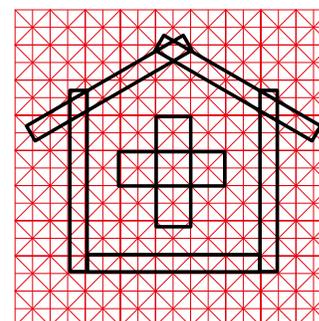
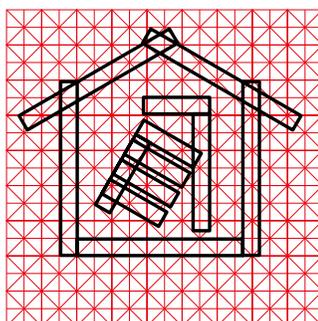
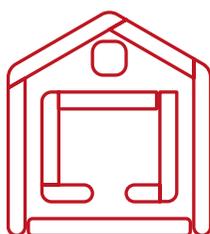
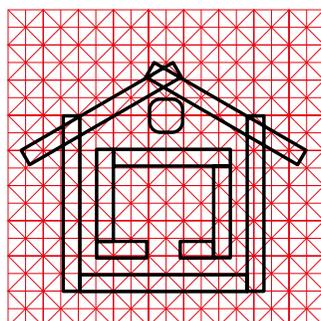
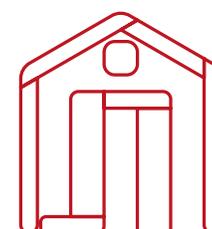
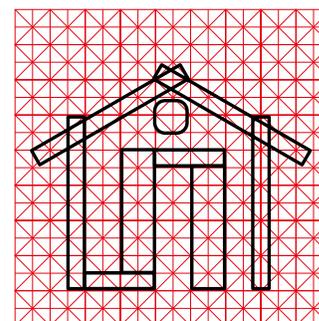
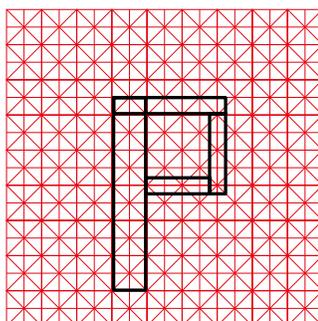
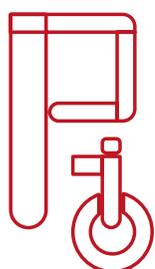
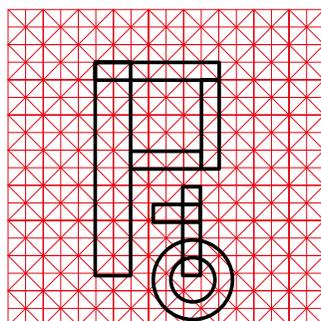
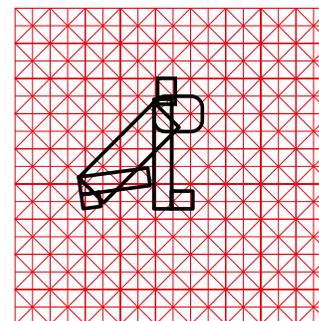
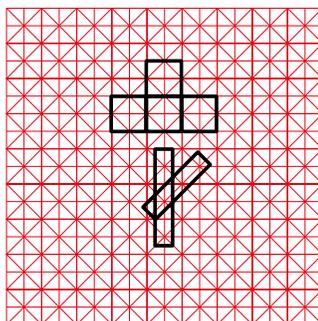
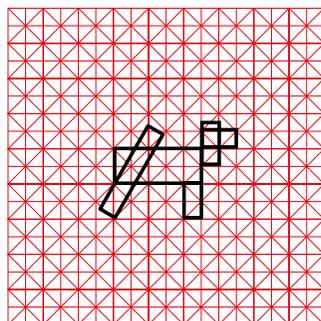


Versión principal



Grilla constructiva sistema de iconos







► Versión principal del sistema de iconos



Usuario corriendo



Usuario trotando



Usuario caminando



movilización al trabajo



Ciclista



BasureroC



ancha de fútbol



Cancha de volley



Zona de pesca



BebederoZ



ona de juegos



discapacitados



Área social



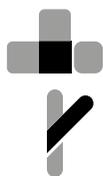
Zona de descanso



Zona de ejercicios



mascotas



Biodiversidad flora



Anfibios



Parqueadero de bicicletas



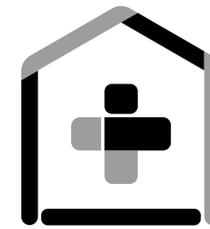
Parqueadero



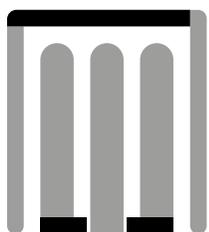
Lugar historico



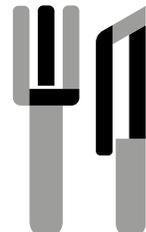
Tiendas

Empresas
Institucionales

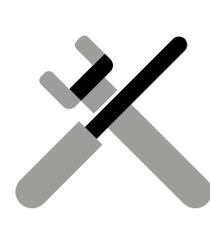
Farmacias



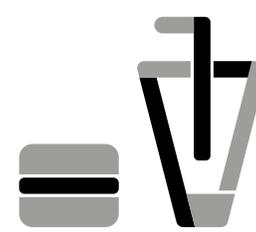
HotelesR



restaurantesF



erreterias



Soda Bar



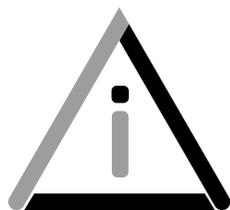
Prohibido fumarU



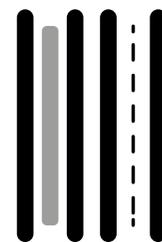
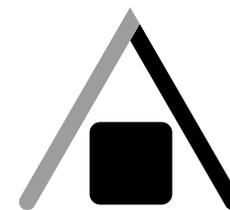
bicaciónP



rohibido fogatas

Prohibido bebidas
alcoholicasCasco de
seguridad

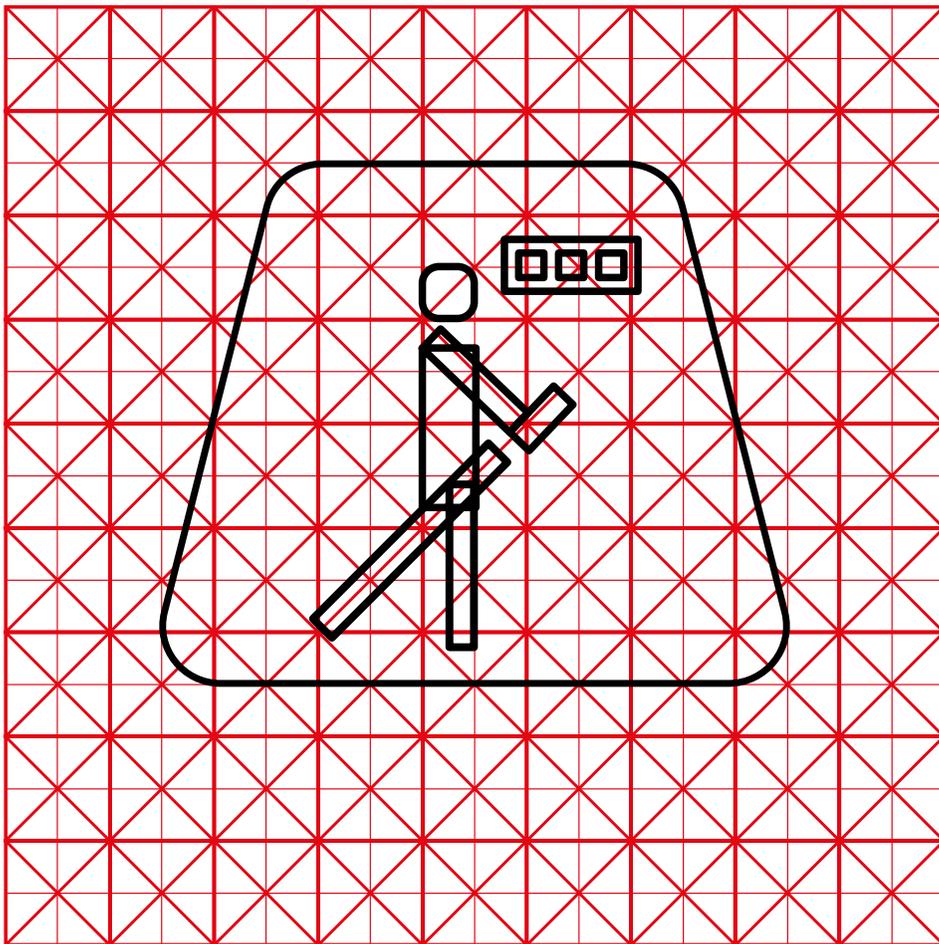
Zona de riesgo

Carriles
peatón - ciclista

Zona de camping



► Construcción de pictograma diferenciador



Grilla constructiva pictograma diferenciador



Positivo



Pictograma final



4.3.2 Pictogramas seleccionados

Tras definir el sistema de iconos, los mismos que se utilizarán para dividir las respectivas áreas del biocorredor, a través del manejo cromático de cada tramo, permitiendo a los usuarios poder distinguir a qué sección del lugar pertenece cada icono.

Zona de biodiversidad



Anfibios



Ciclista



Usuario corriendo



Biodiversidad flora



Zona de camping



Lugar historico

Zona de ejercicios



Zona de ejercicios



Ciclista



Usuario corriendo



Cancha de volley



Cancha de fútbol



Bebedero

Zona histórica



Biodiversidad flora



Ciclista



Usuario corriendo



Zona de descanso

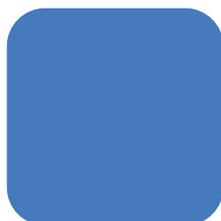


Zona de pesca



Lugar historico

Zona Social



Área social



Ciclista



Usuario corriendo



Zona de descanso



Zona de pescaL



ugar historico



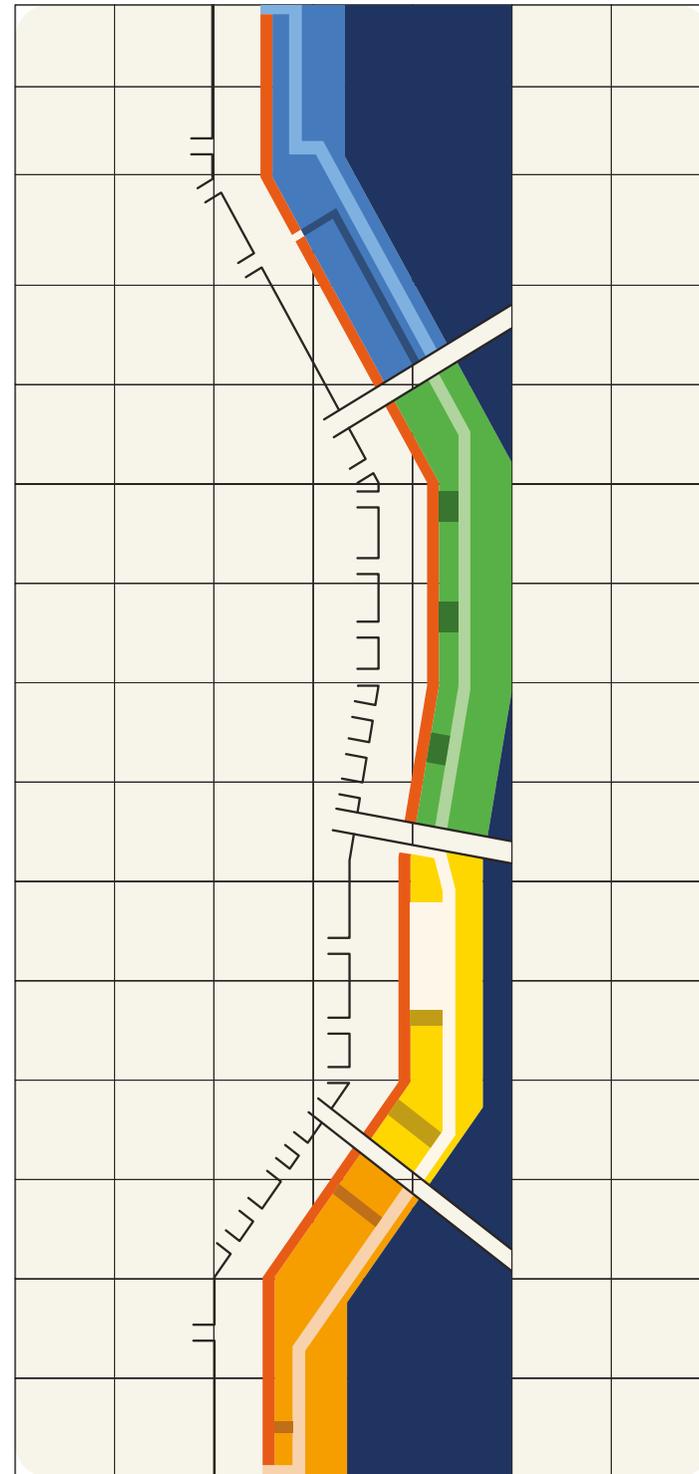
4.3.3 Estructura de información en paneles digitales

Para la estructura informativa establecida dentro de paneles digitales se procedió a realizar un mapa general del trayecto basándonos en el modelo de Gerardus Mercator (1594) el cual menciona como al establecer un mapa dentro de un plano, si se presenta una línea recta

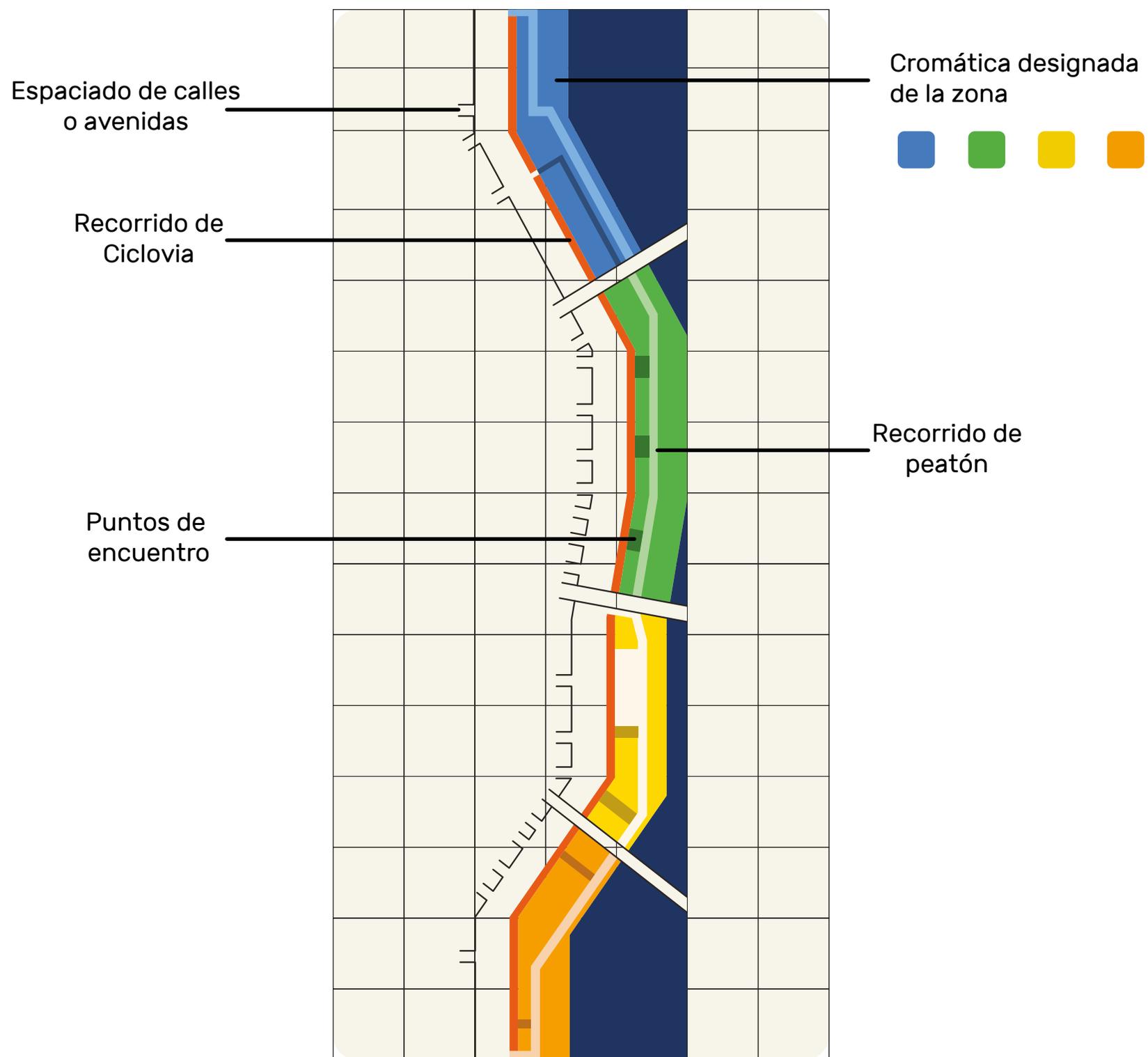
sobre el mapa equivalía a una línea de rumbo constante, pero, si se presenta una línea lateral o diagonal está equivalía a un punto de detención a cambio de dirección (Meirelles, 2014).



Estructura del recorrido del Biocorridor según el mapa político



Estructura del recorrido del Biocorridor según la proyección de Mercator

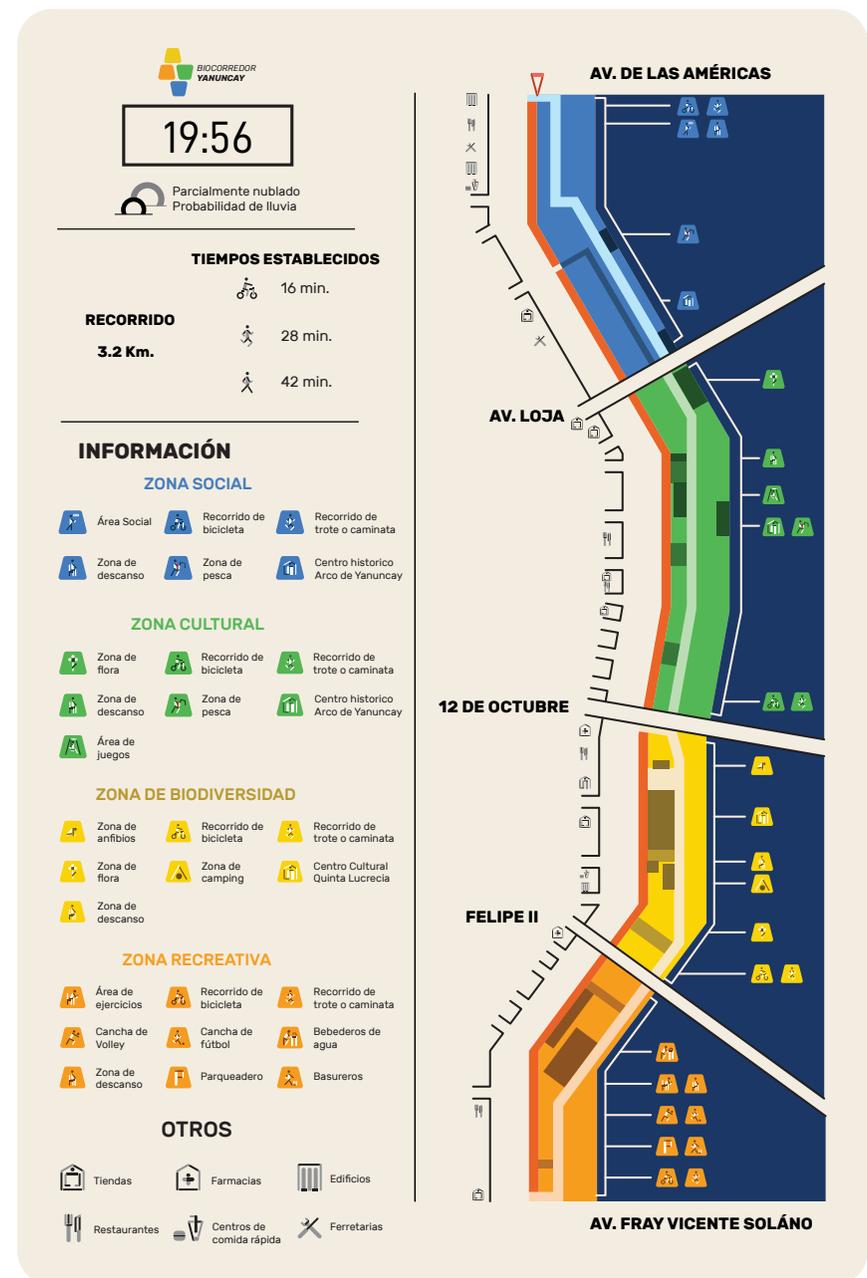
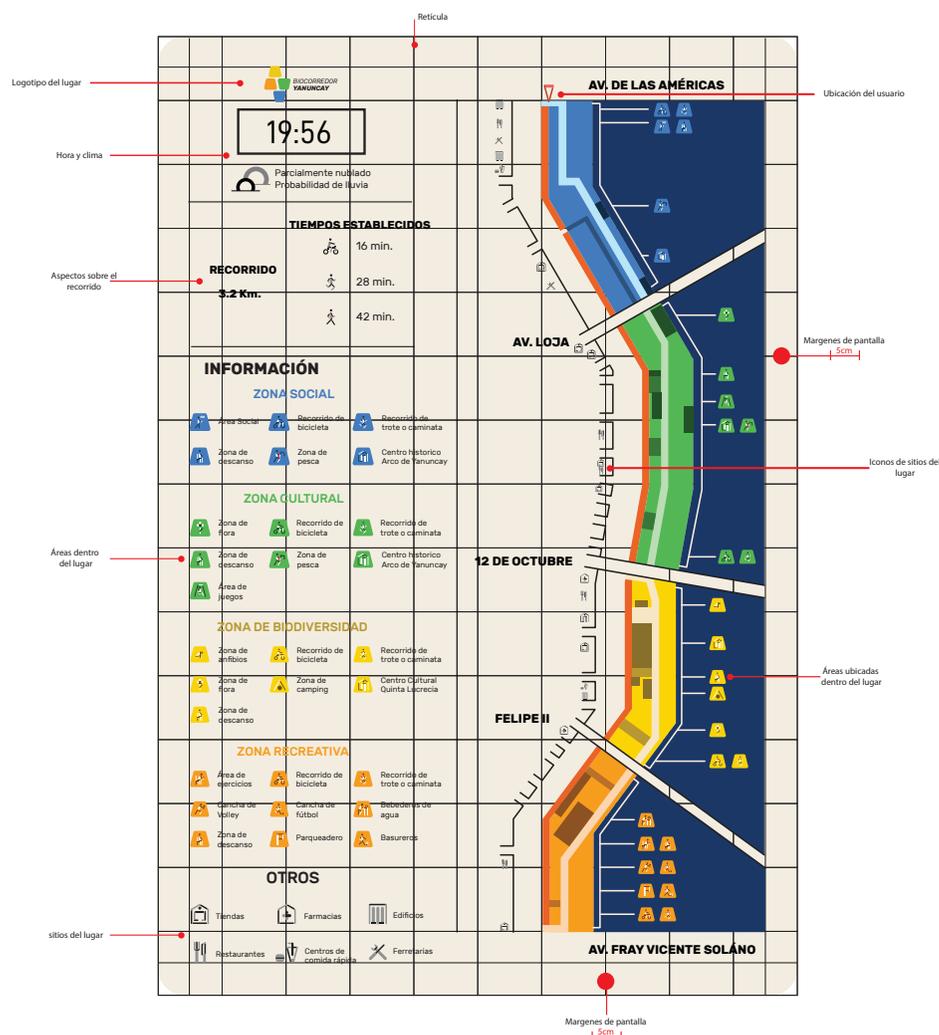


Aspectos del recorrido



Mapa enfocado en deportistas y personas que van por motivos recreativos

Una vez definido el mapa este se muestra dividido en diferentes secciones que son representadas por un color acorde a los iconos e información que permitan segmentar las diversas áreas que se encuentren establecidas en el lugar acompañado también de ciertos elementos como son las respectivas normas, el tiempo de recorrido establecido, el clima y la hora.



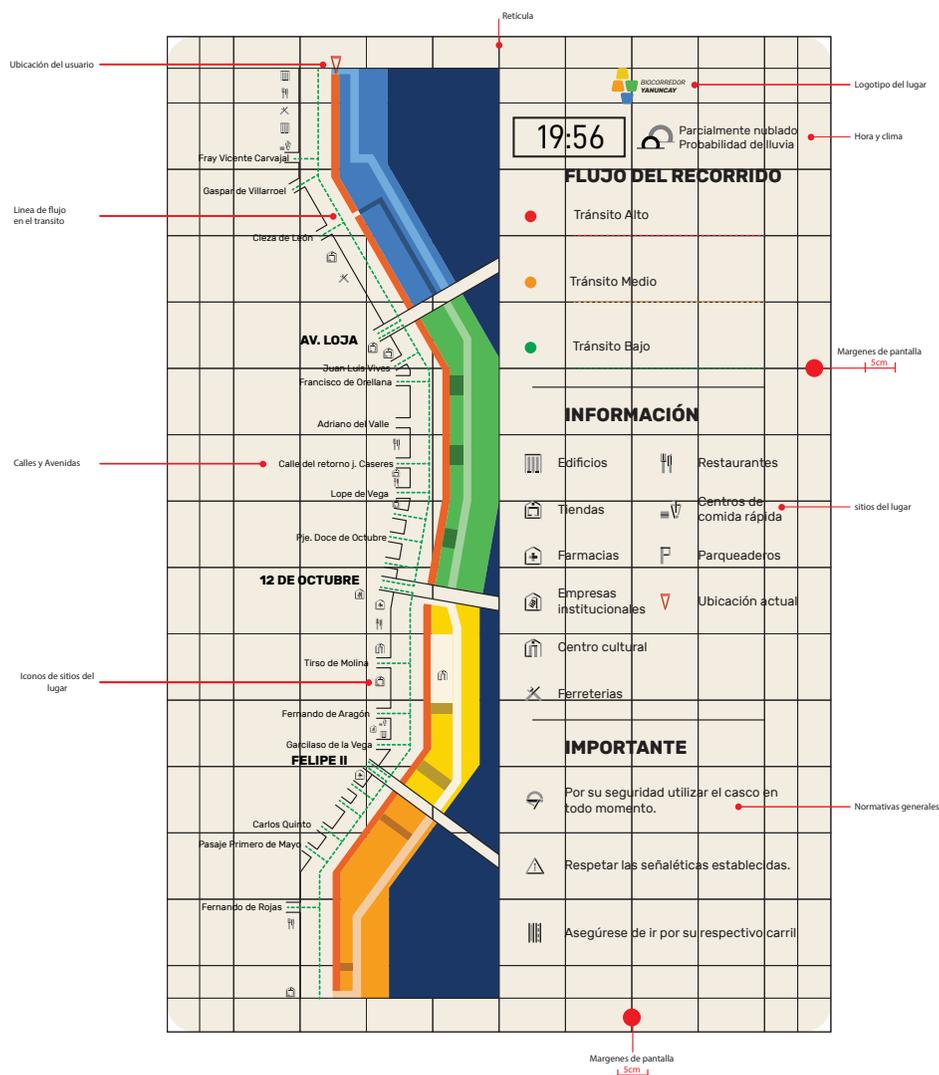
Grilla constructiva



► Estructura de panel digital para usuarios que transitan para ir al trabajo

Para el manejo de información dirigido a usuarios que se movilizan al trabajo se enfocó en mostrar los aspectos más relevantes que son: el flujo de recorrido el cual proporciona información sobre los caminos más factibles de transitar si existe algún congestionamiento, pictogramas e información que muestre diversos puntos como tiendas, farmacias, etc.

Que puedan servir al Usuario, el manejo de normas que debe tomar mientras conduce y algunos aspectos continuos que puedan ser de utilidad como la hora y el clima que les pueda ayudar a predecir si es conveniente circular o no a través de la bicicleta.



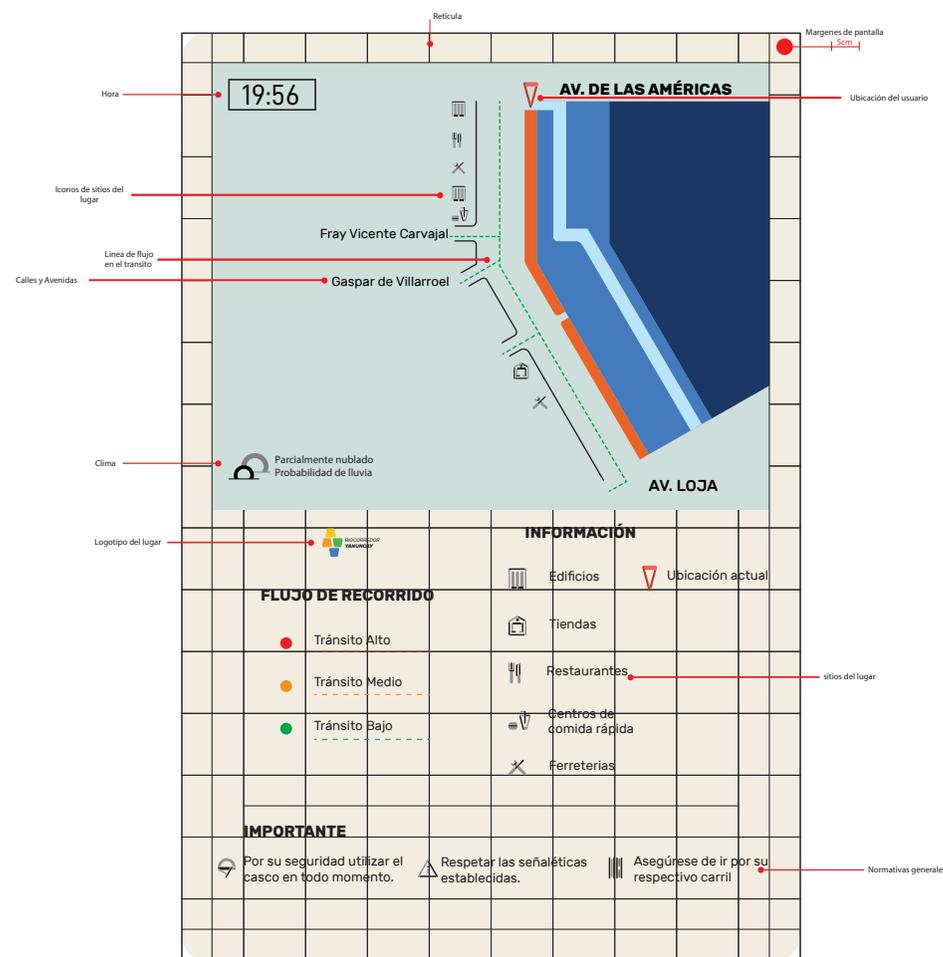
Grilla constructiva



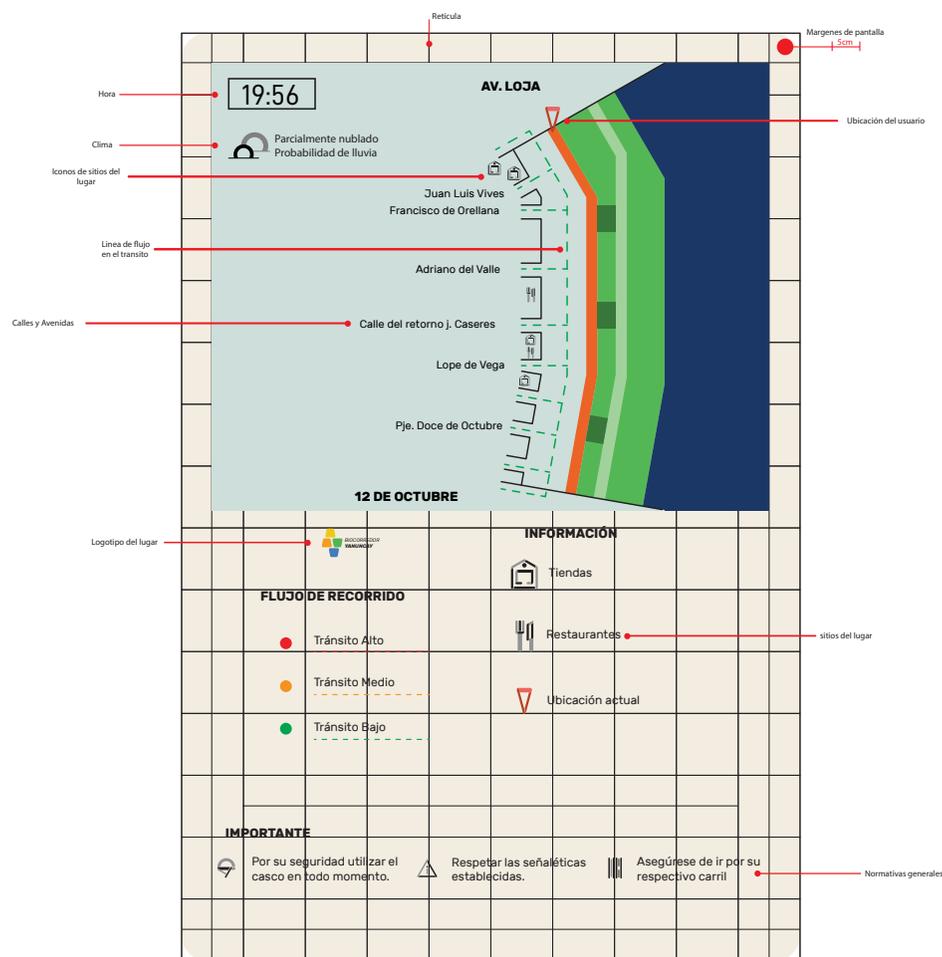
Estructura de mapas seccionados

Para facilitar mejor el enfoque de los usuarios se optó por dividir los tramos de tal manera que los usuarios no tengan que recurrir a observar el mapa completo. De la misma manera estos mapas se trabajaron tomando en cuenta los tres tipos de usuarios, para que puedan observar la información acorde a sus necesidades.

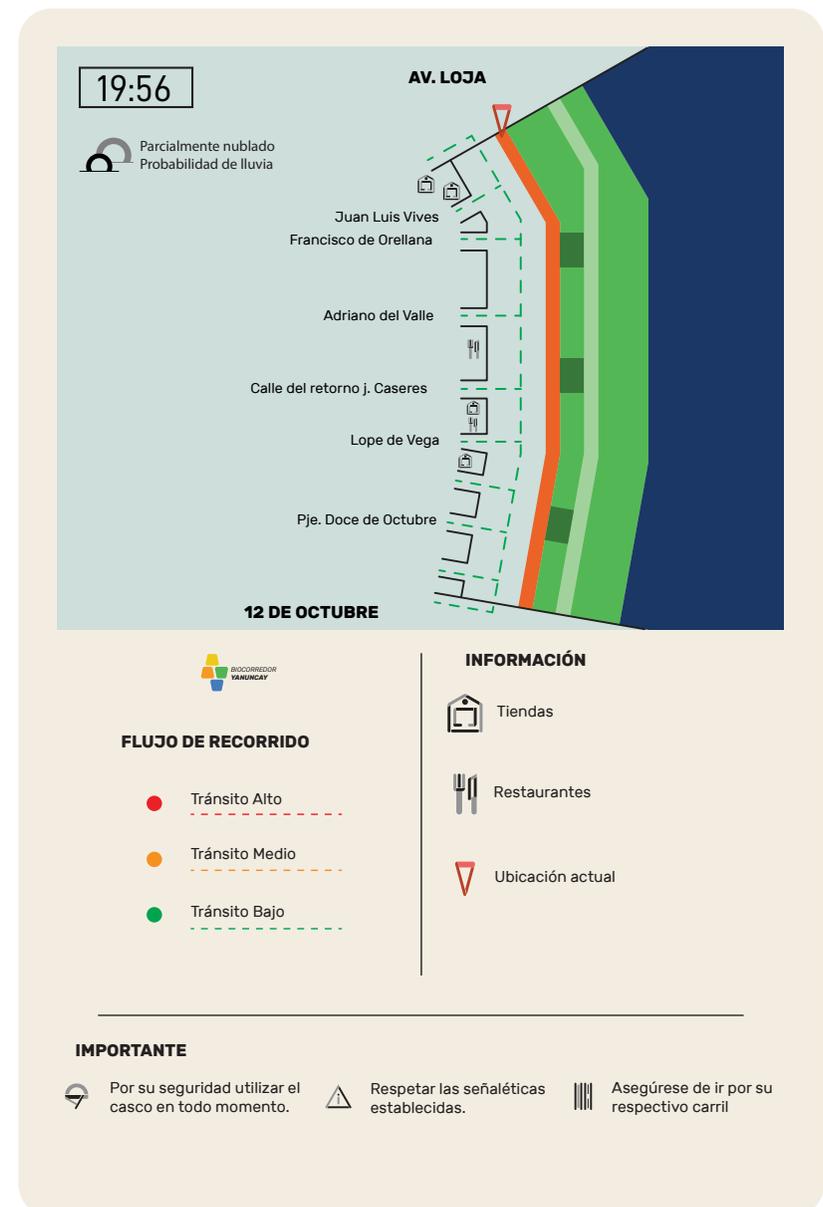
Mapas enfocados en usuarios que se movilizan de manera activa al trabajo

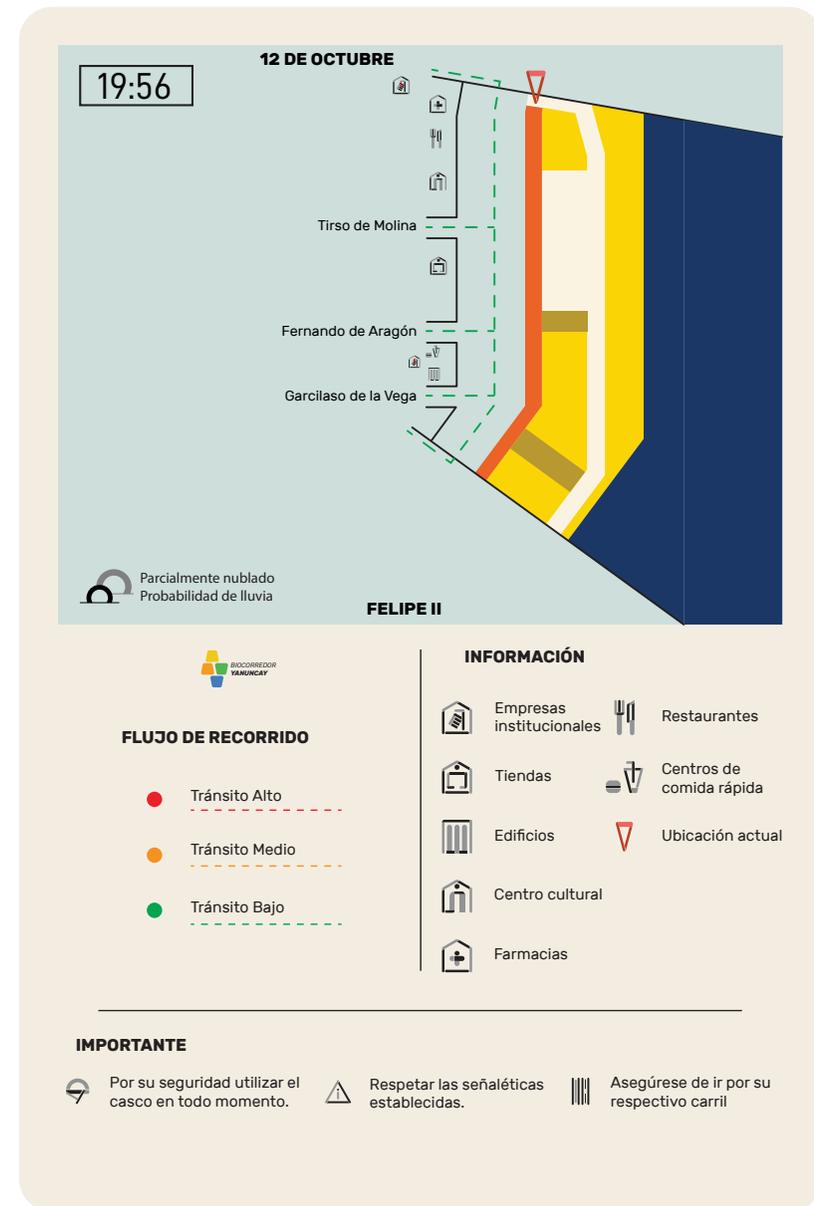
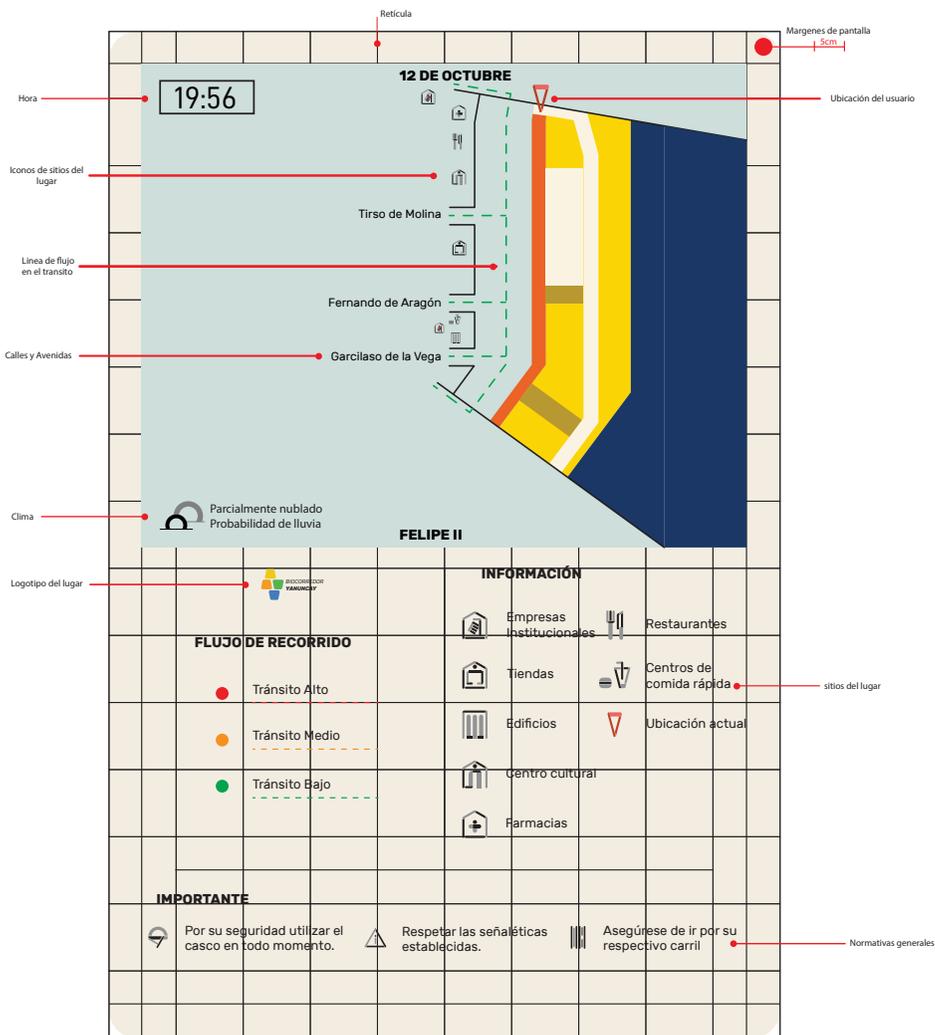


Grilla constructiva

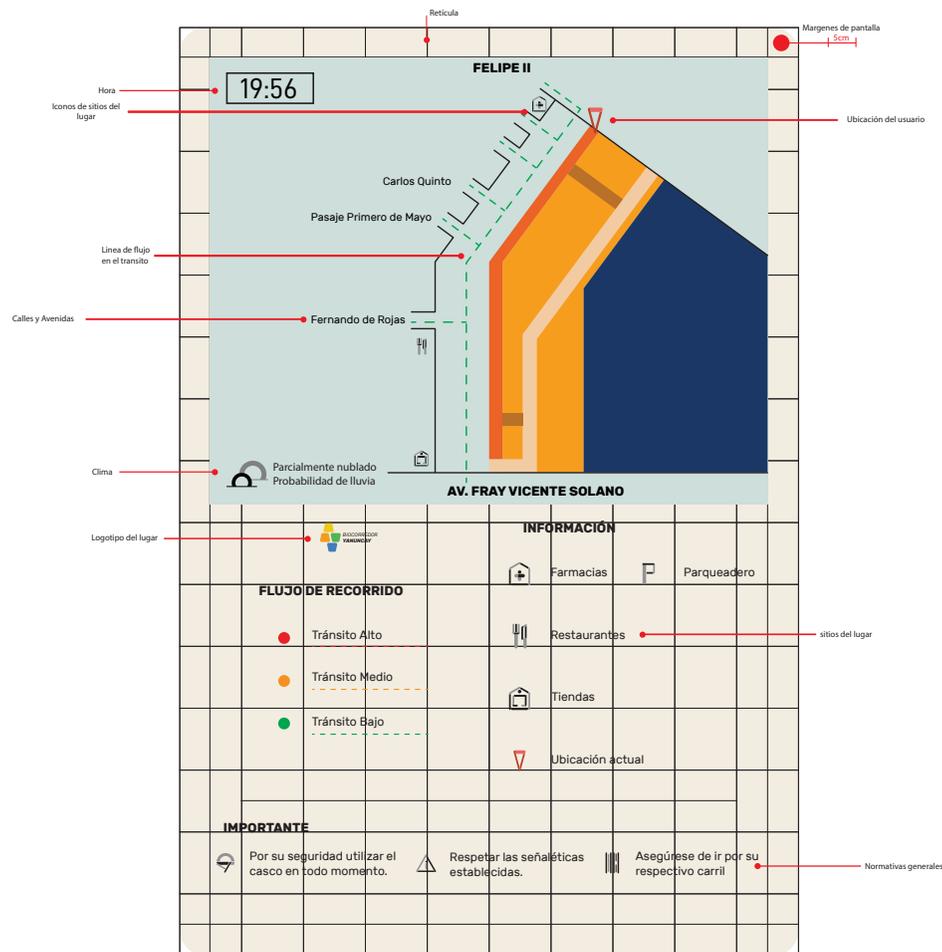


Grilla constructiva

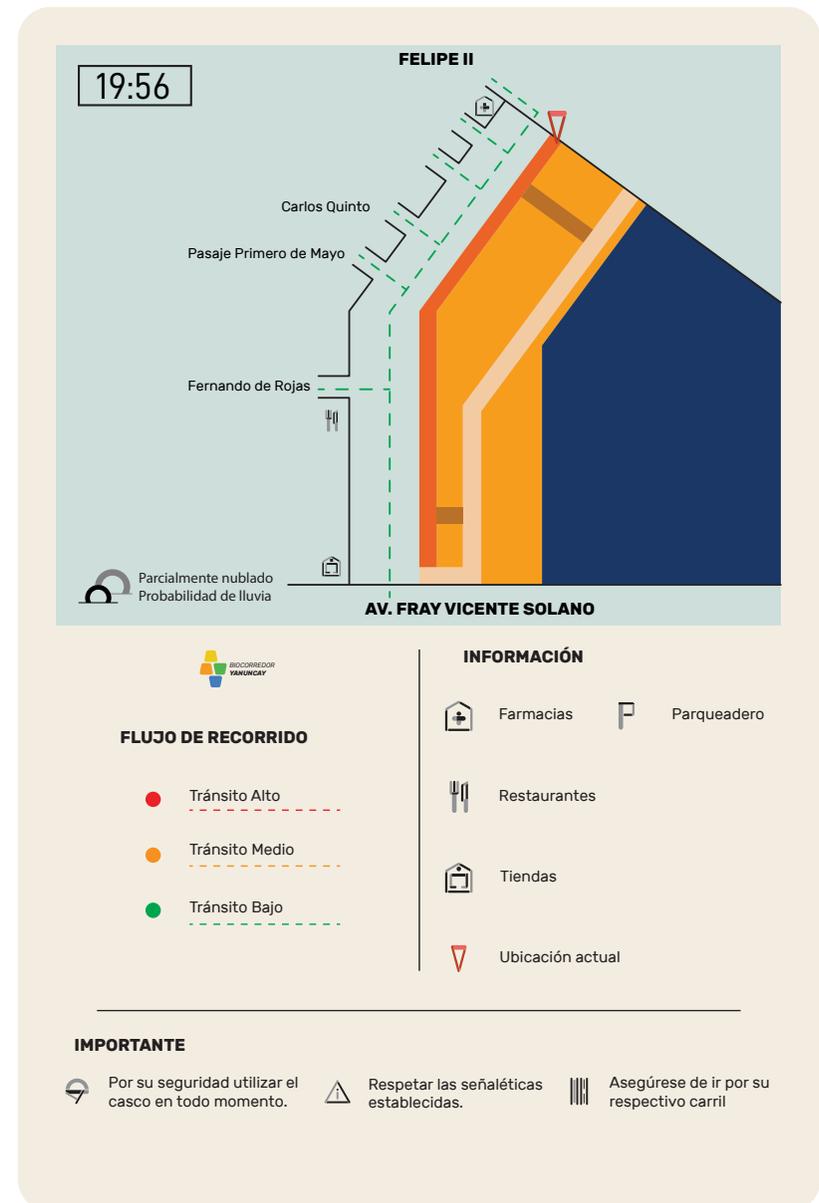




Grilla constructiva

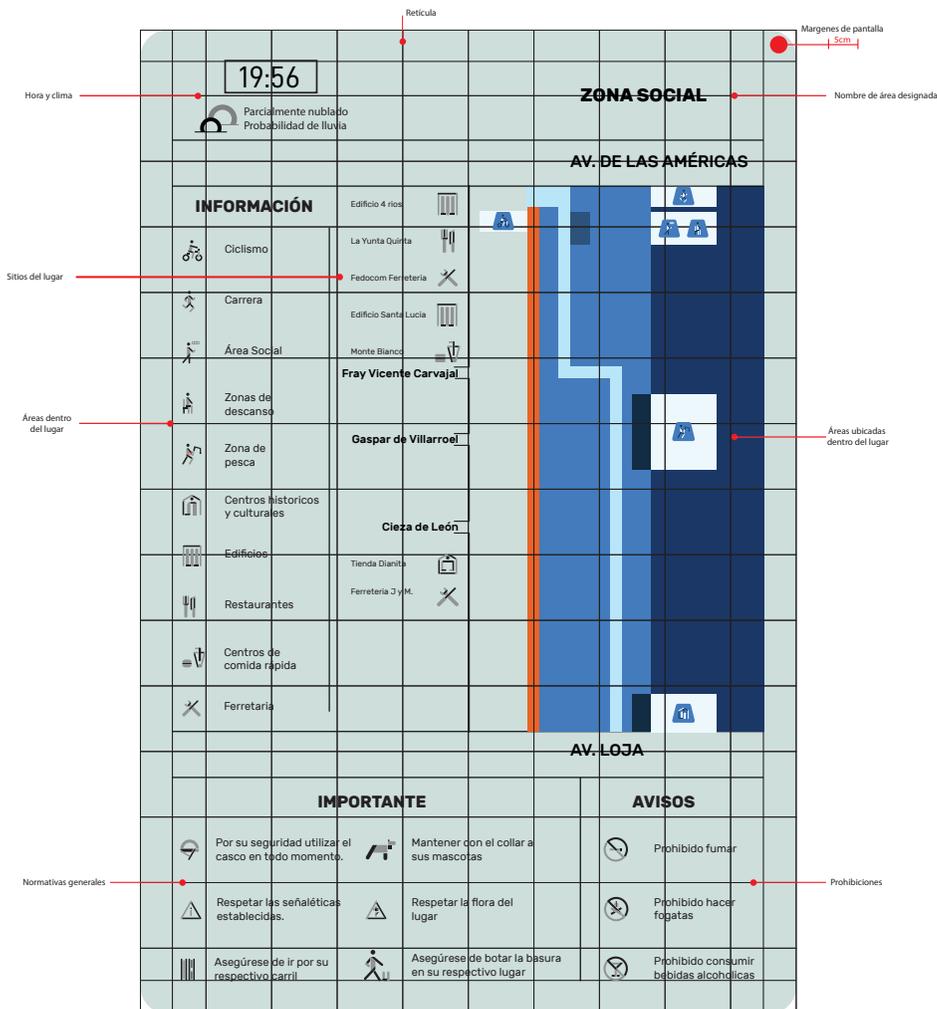


Grilla constructiva

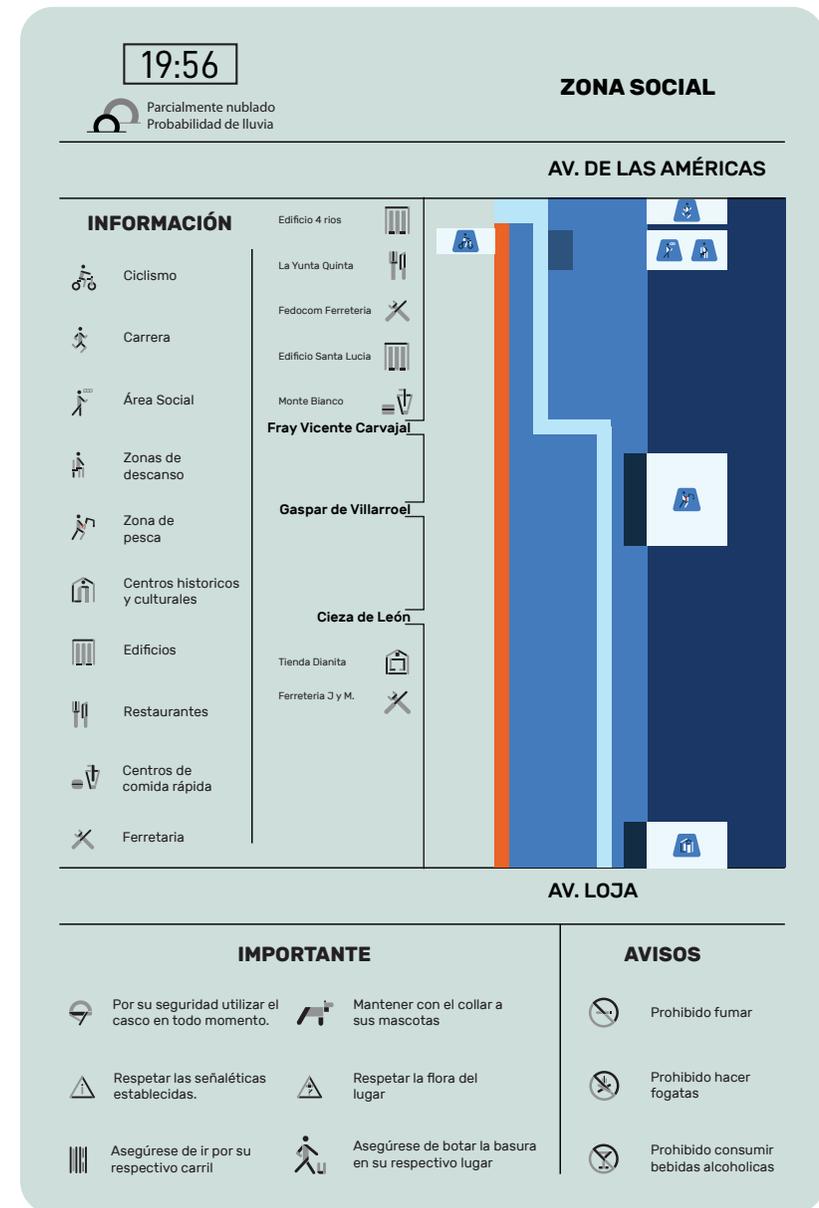


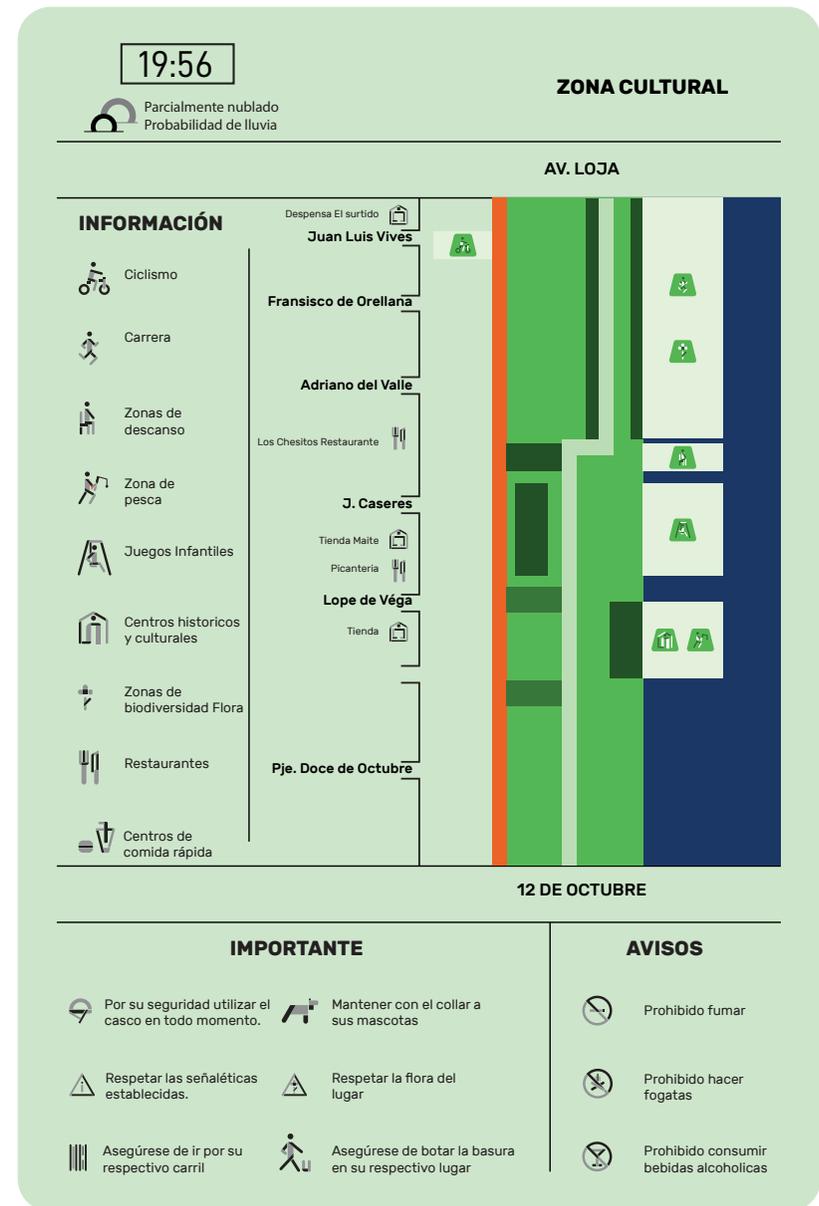
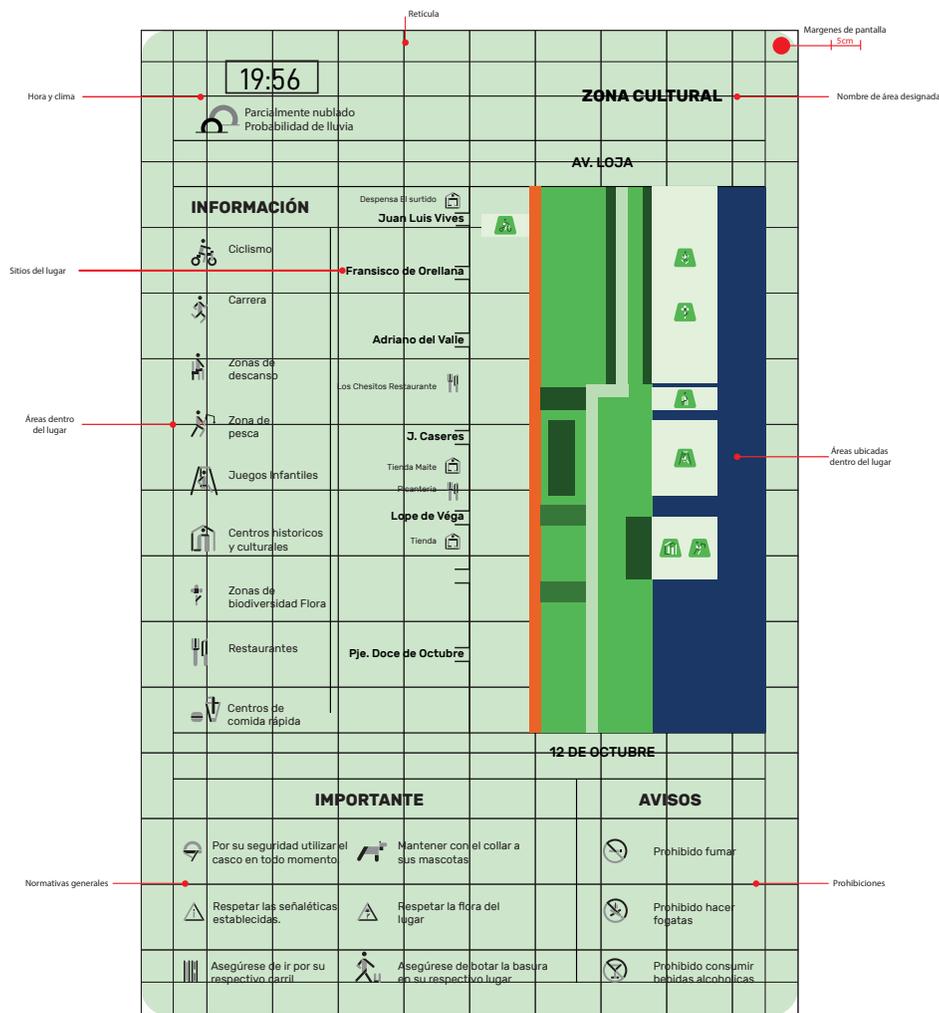


Mapas enfocados en deportistas y personas que van por motivos recreativos.

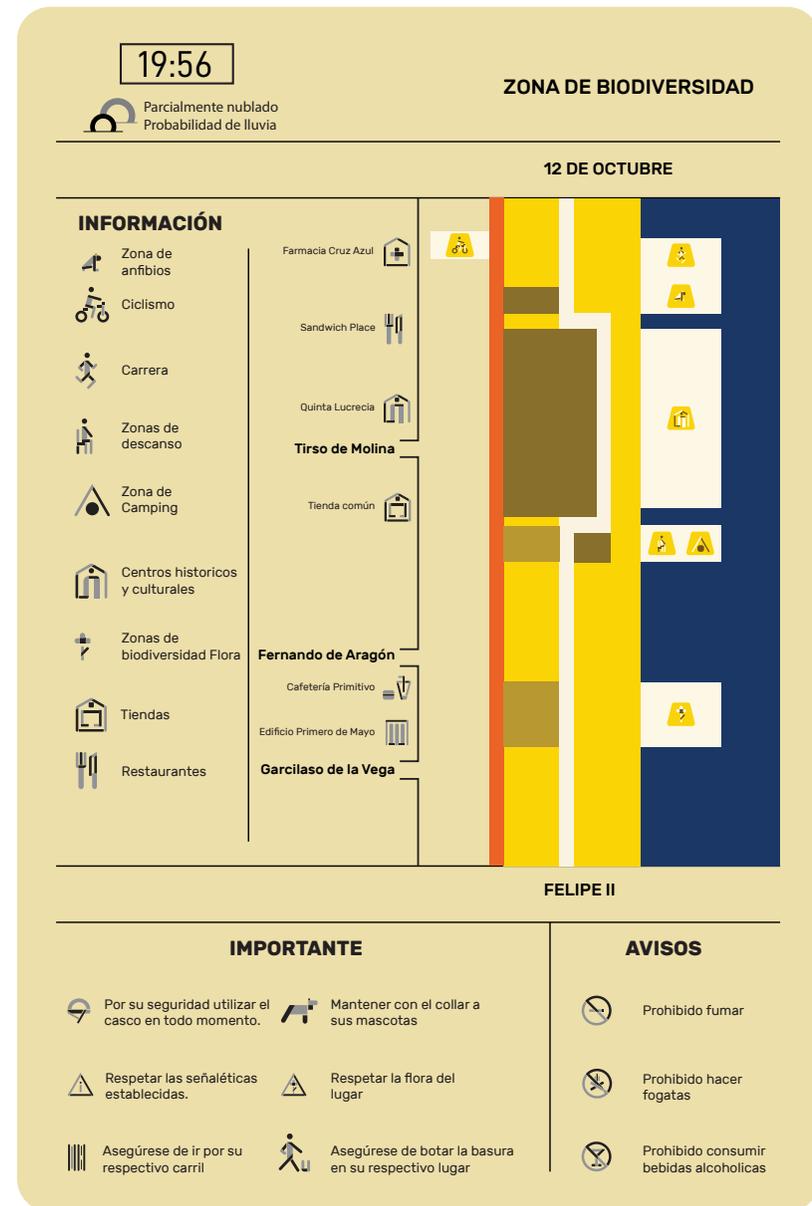
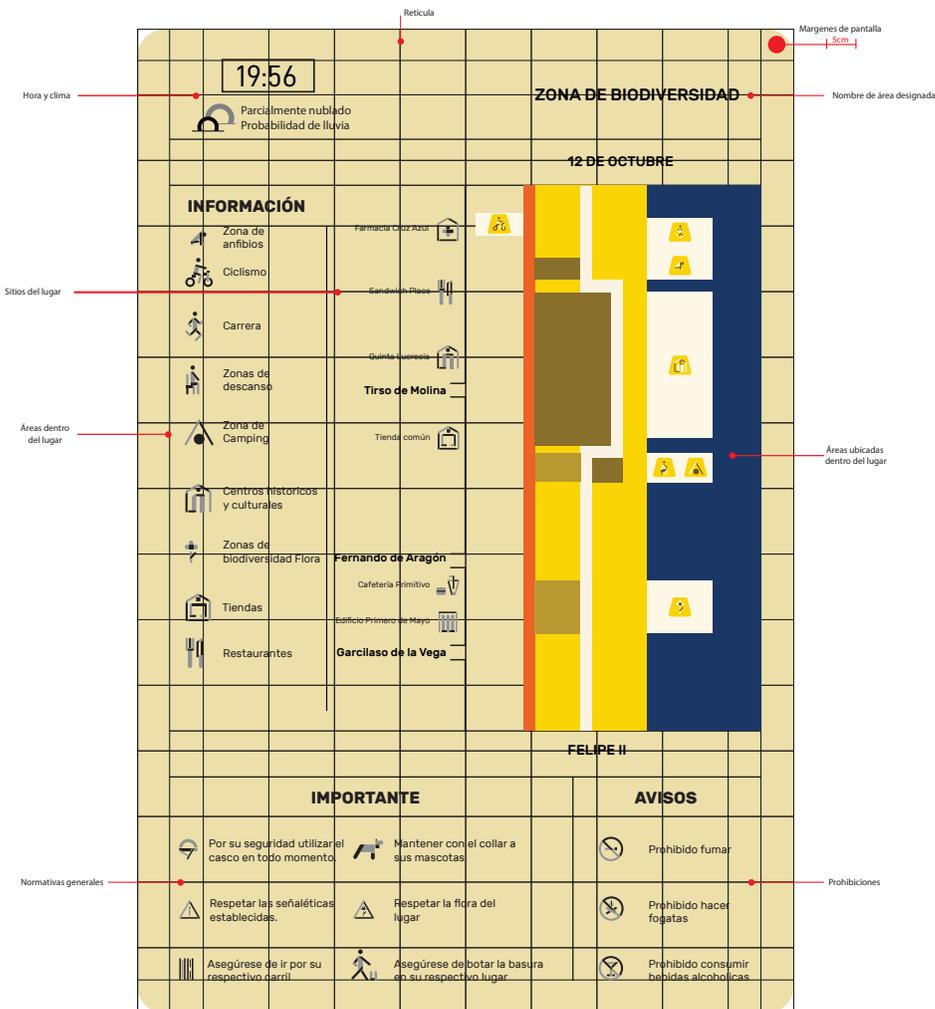


Grilla constructiva

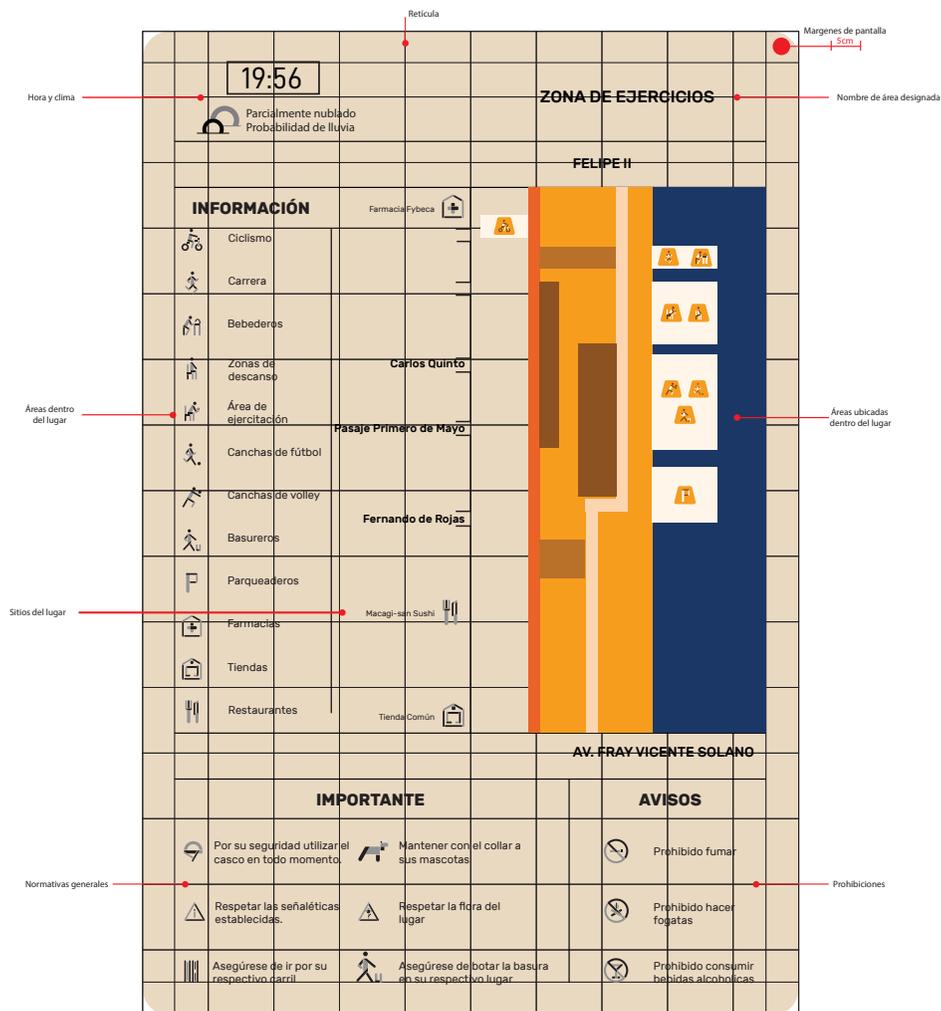




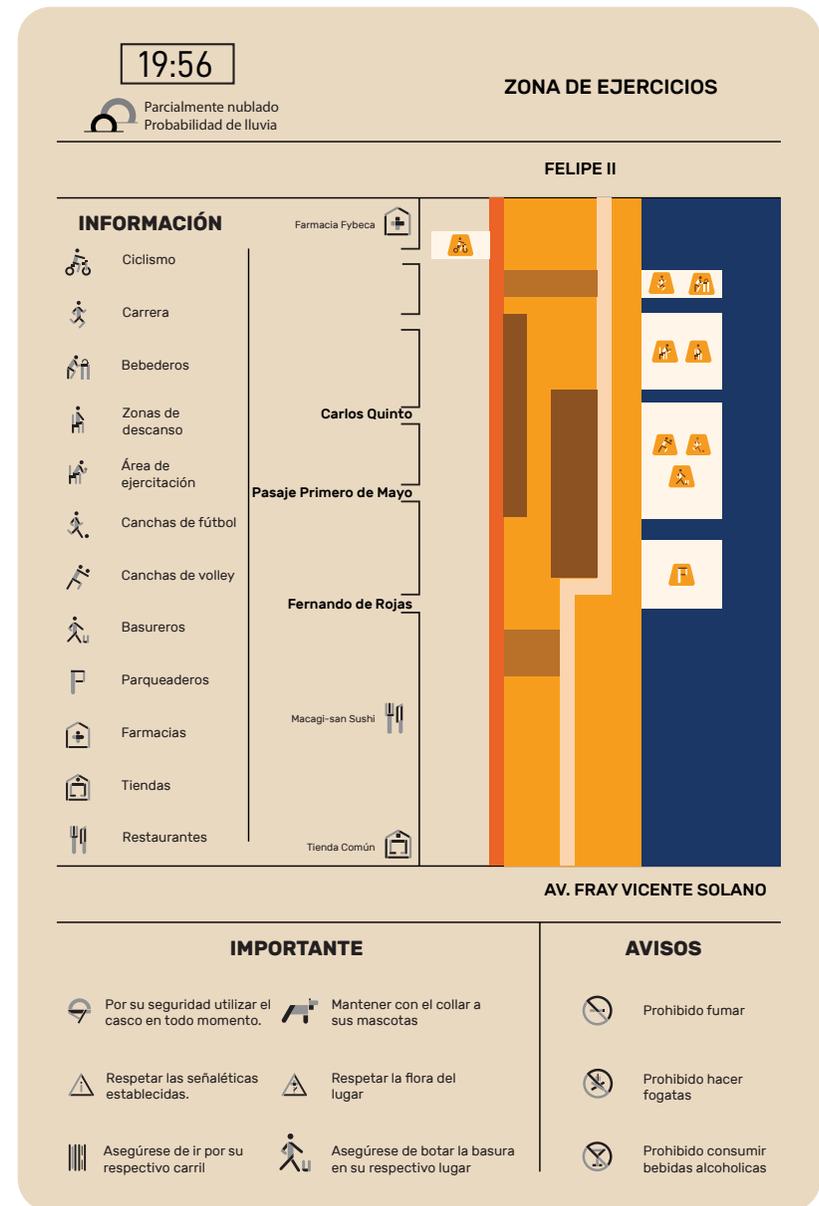
Grilla constructiva



Grilla constructiva



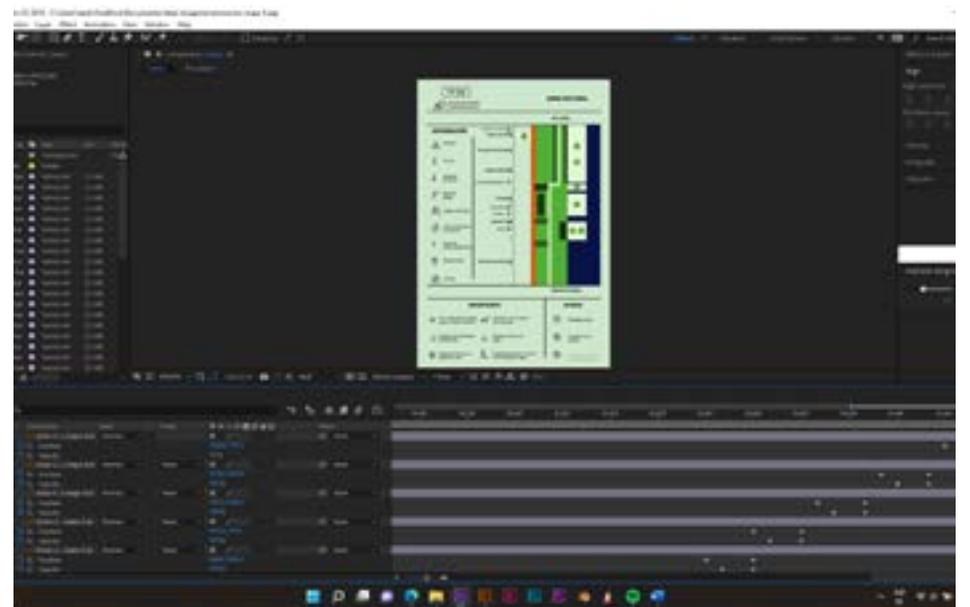
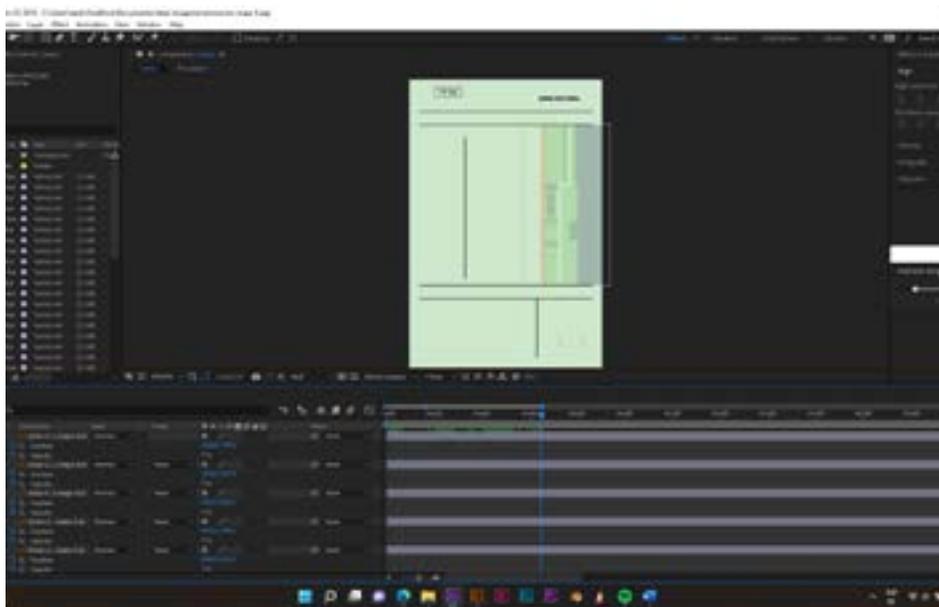
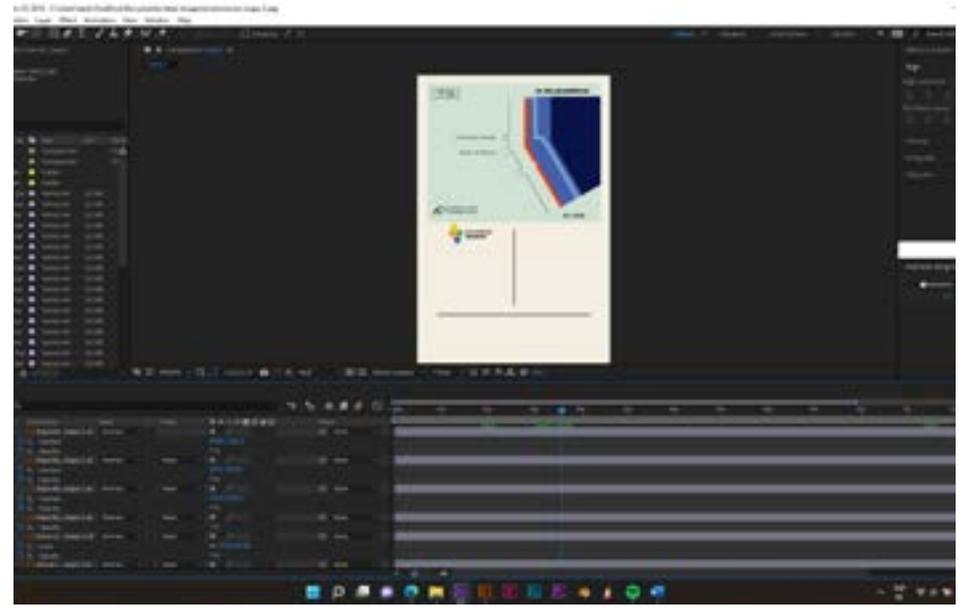
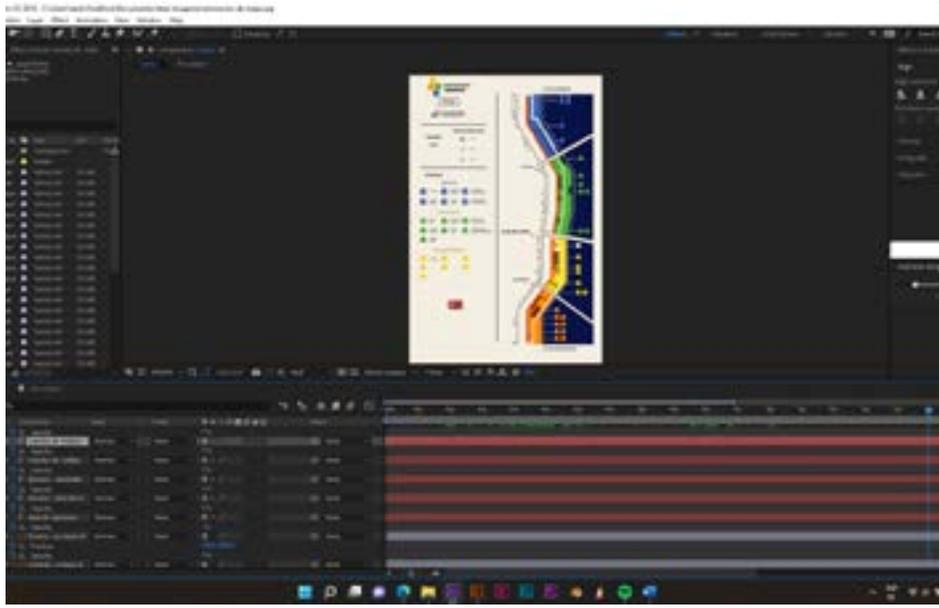
Grilla constructiva





4.3.4 Animación de paneles digitales

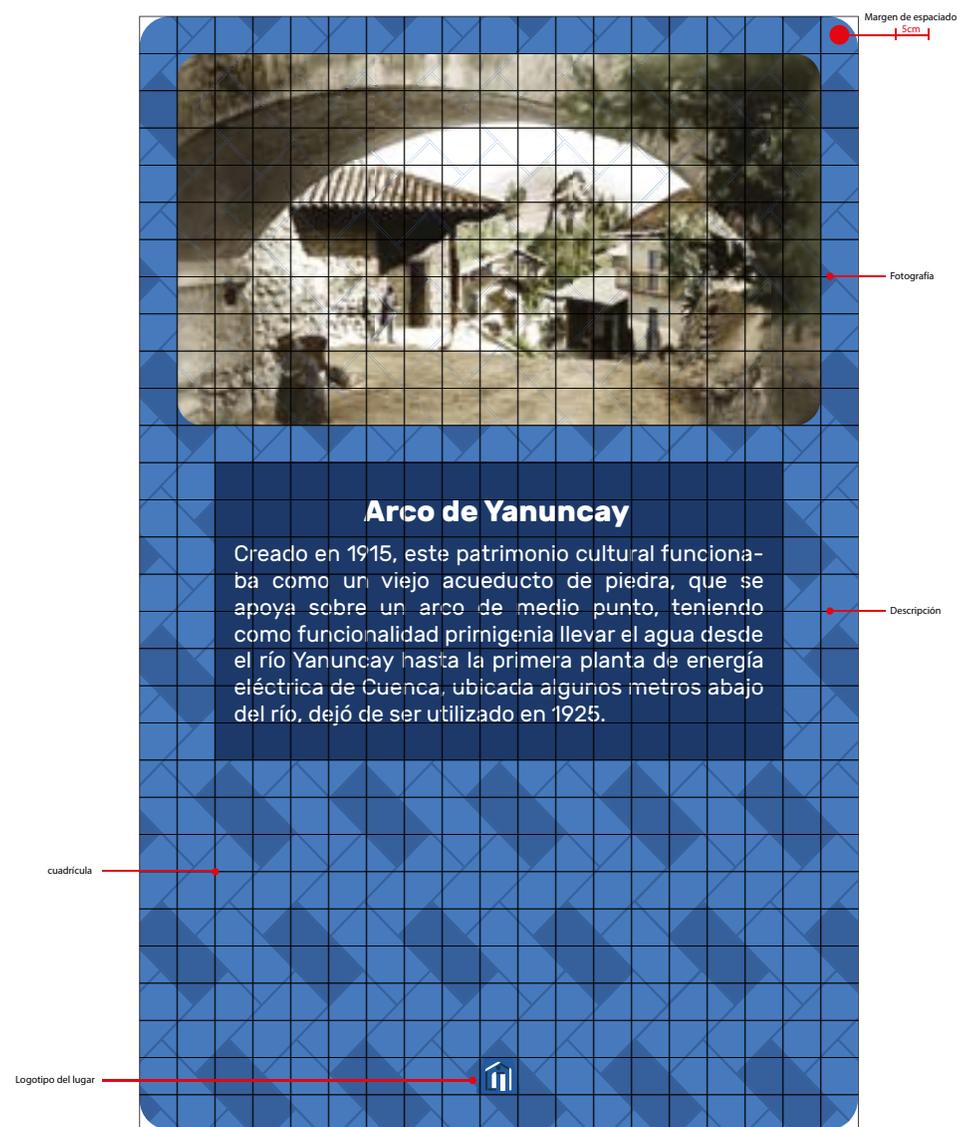
Al momento de realizar las animaciones se utilizó el programa After Effects con la intención de poder generar una conexión entre el usuario y la pantalla, mismo que mostrara los aspectos anteriormente mencionados en las estructuras de información





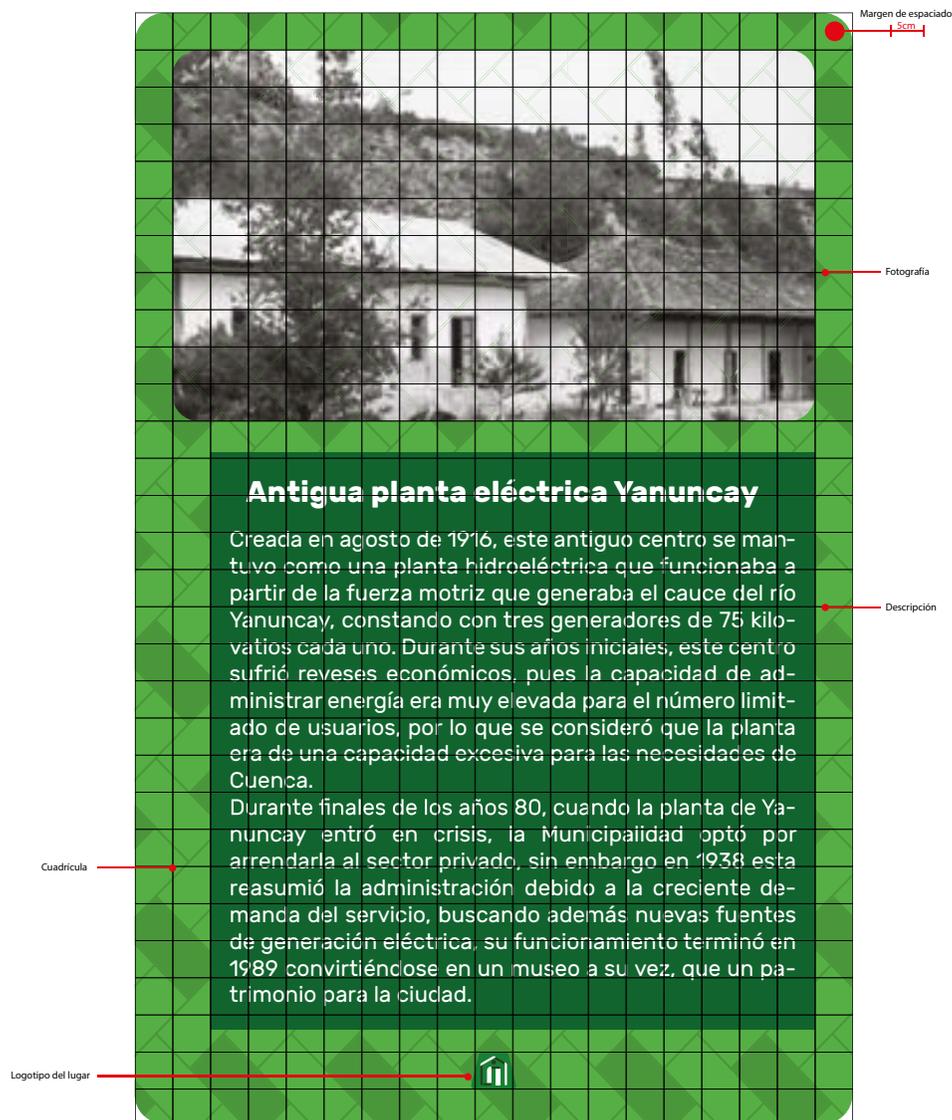
4.3.5 Estructura de información en paneles físicos

Dentro de los diversos paneles físicos el manejo de información se concentrará en dos secciones del biocorredor los cuales son: los centros históricos y las áreas de biodiversidad mostrando los aspectos esenciales como son las imágenes, la descripción y el icono correspondiente a la sección del lugar, asimismo el manejo cromático será acorde a su respectiva área manteniendo la línea gráfica.

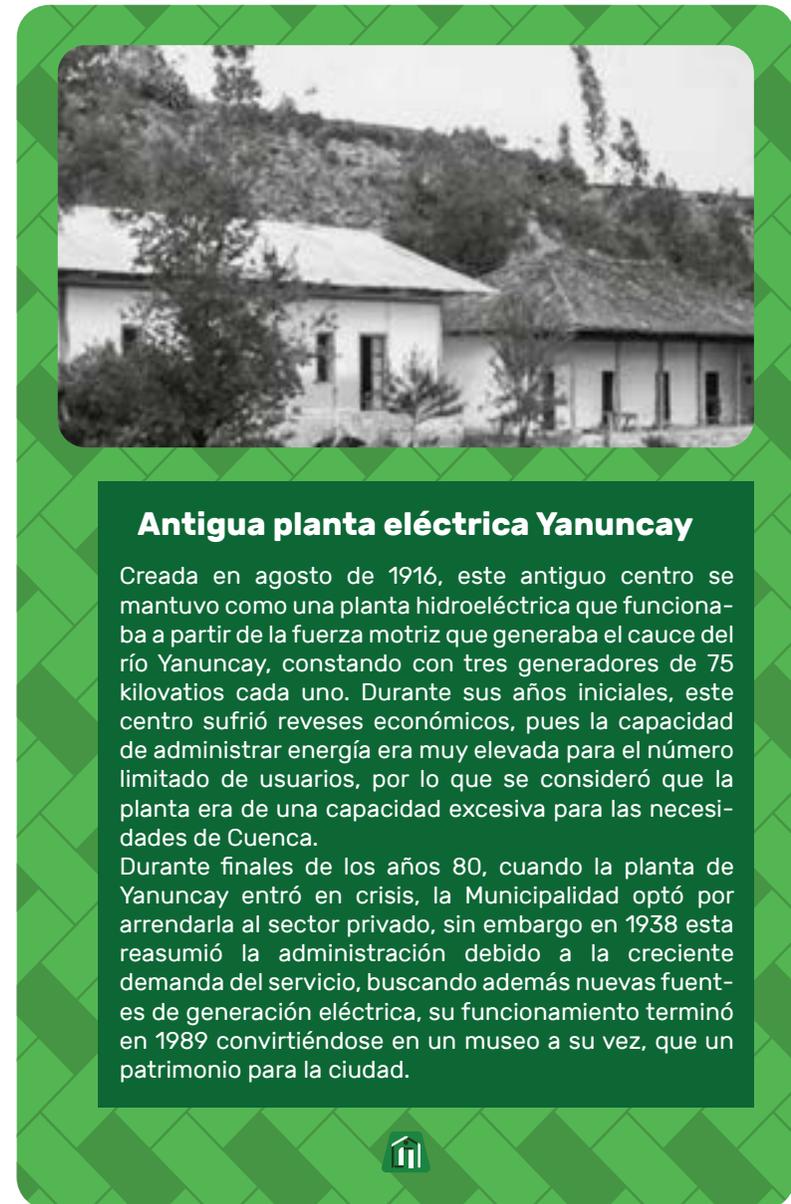


Grilla constructiva





Grilla constructiva





Margen de espaciado 1.5cm

Fotografía

Descripción

Cuadrícula

Logotipo del lugar

Grilla constructiva

Rana punta de flecha

Especie diurna que habita en hojas de bosques densos, riachuelos, cultivos de cacao y banano, incluso zonas alteradas. A menudo están activos a primeras horas de la mañana y al final de la tarde, posee toxinas cutáneas, la coloración roja o amarilla que posee se considera advertencia para posibles depredadores, su toxicidad es menor en consideración a otras especies, su dieta es insectívora, principalmente de invertebrados como hormigas y arañas de dónde saca su veneno, además se alimenta de avispas, chinches y pseudoescorpiones.

Otros ejemplares

Rana cohete Jambato de tres cruces Rana marsupial

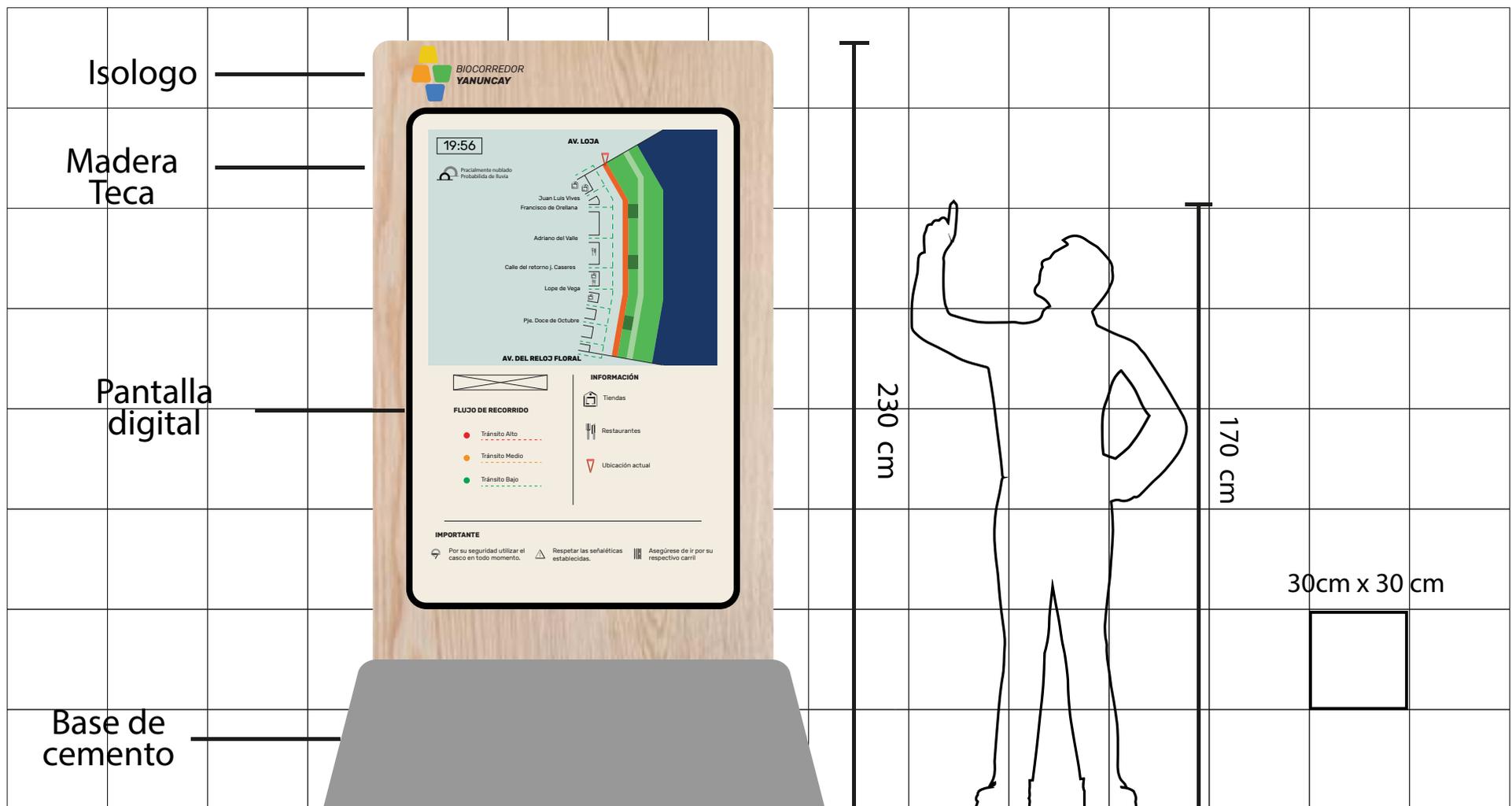


4.4. SOPORTES

Para la implementación de nuestros soportes se tomo en cuenta diferentes aspectos que van desde la forma hasta los materiales, con la finalidad de no romper el sistema.

4.4.1. Paneles digitales

La estructura del panel digital estará conformada por los siguientes elementos: una base de cemento con la forma representativa de las piedras, un marco de madera Teca la cual es indicada para trabajos en exteriores y una pantalla digital de doble cara con una longitud de 1.50 m de alto x 1 m de ancho.





4.4.2. Paneles físicos informativos

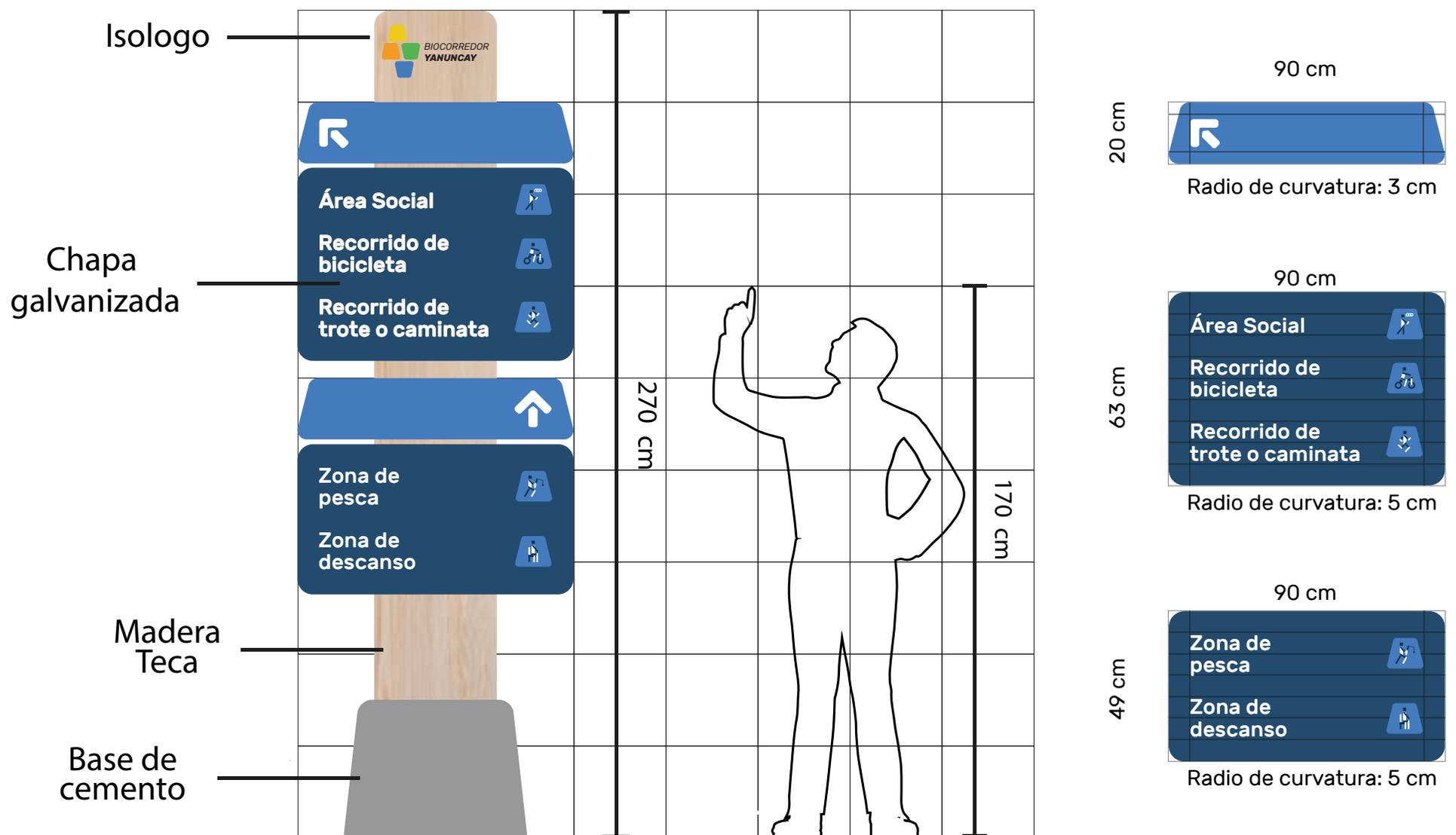
El panel físico informativo esta conformada por los siguientes elementos: Una base de cemento con la forma representativa de las piedras, el cuerpo del soporte de madera Teca la cual es indicada para trabajos en exteriores y una lamina de chapa galvanizada la misma que estará pegada al soporte de madera con silicón de construcción para darle una mayor resistencia.

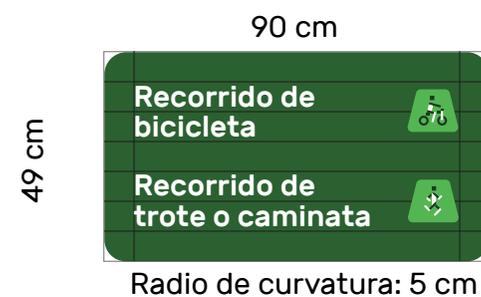
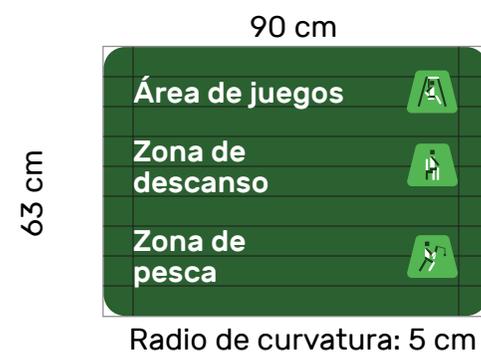
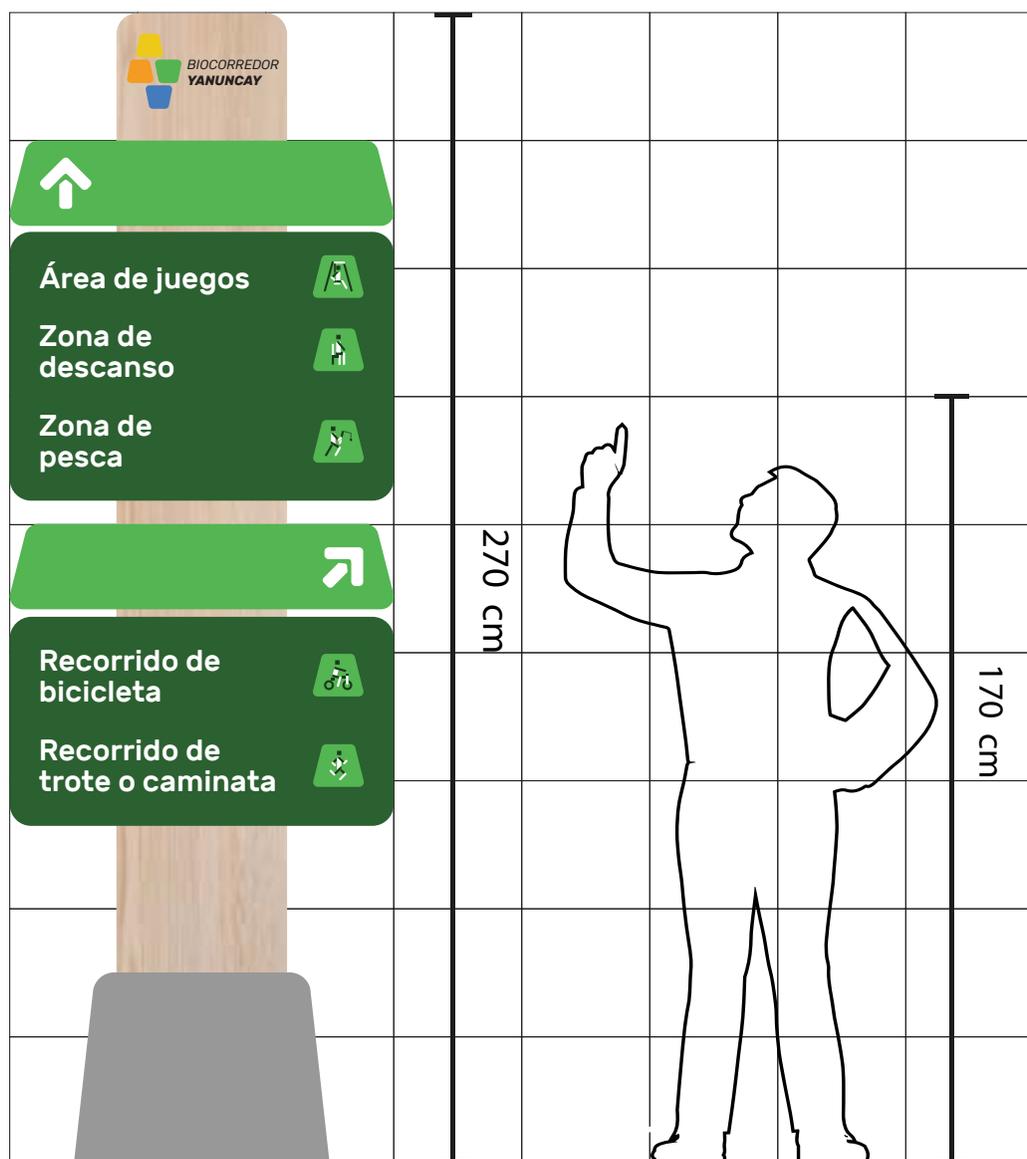


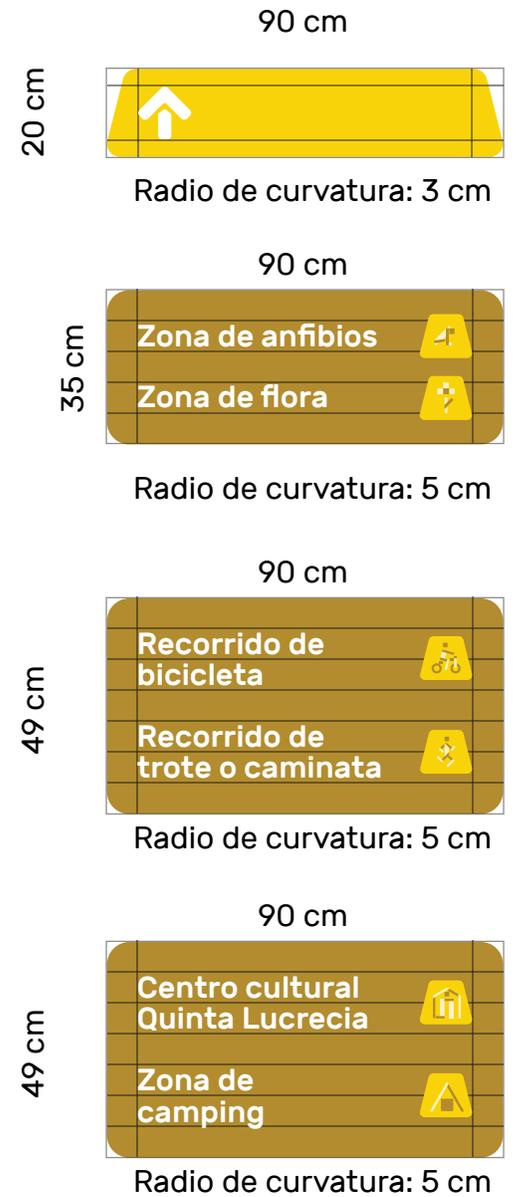
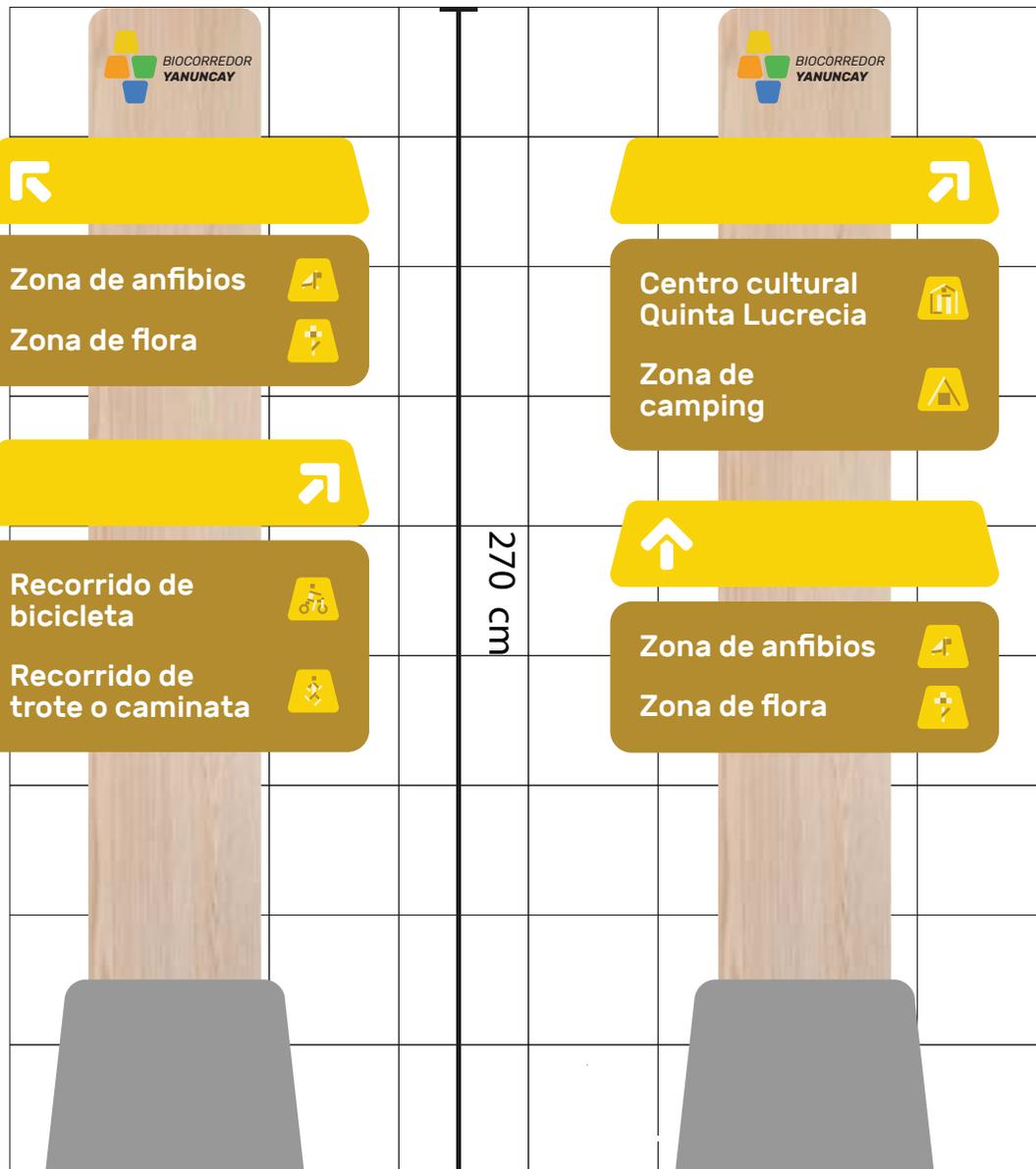


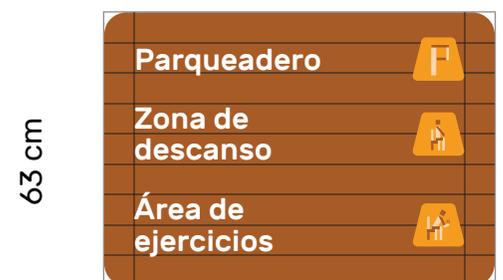
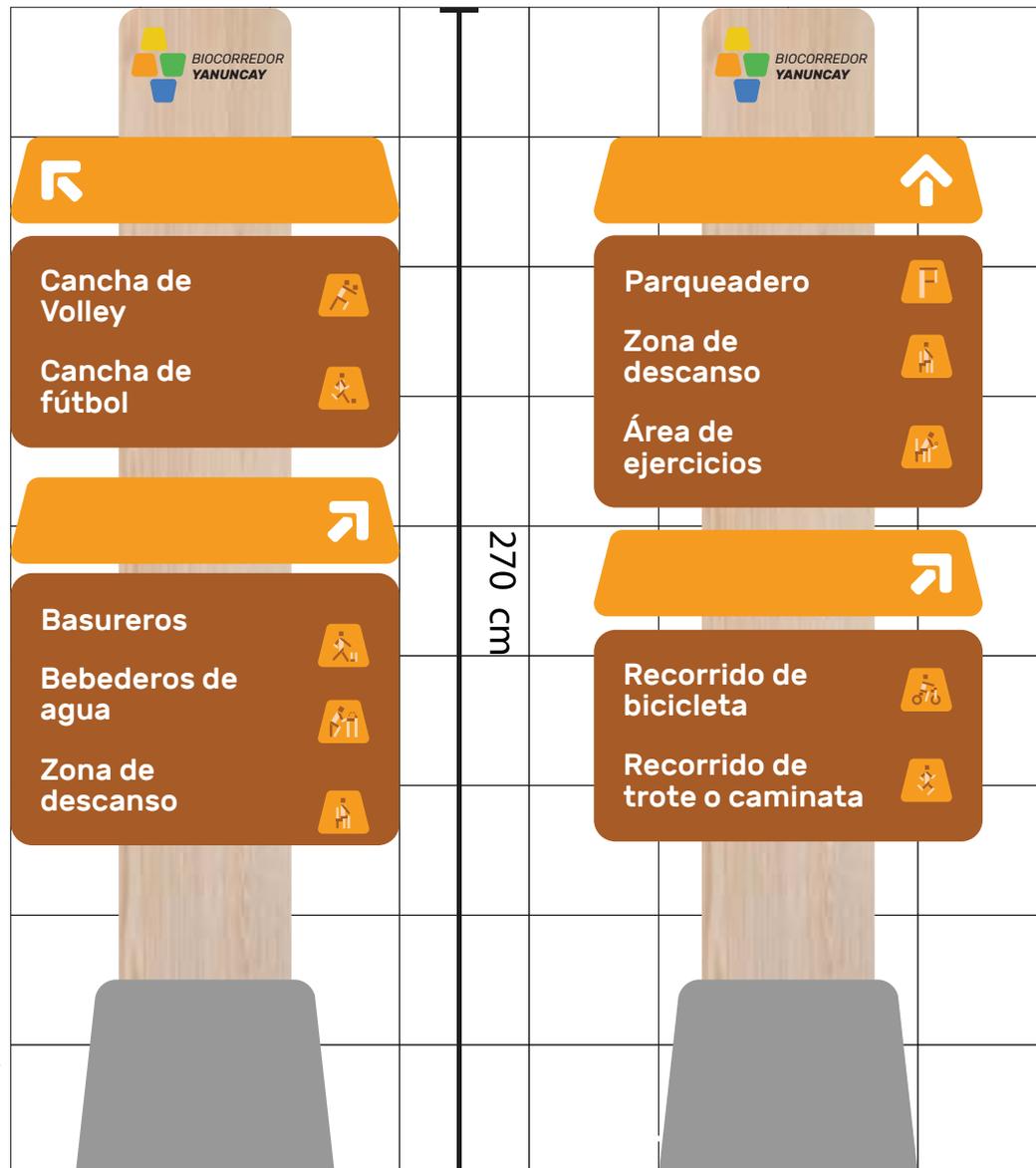
4.4.3. Paneles físicos de orientación

Los paneles físicos de orientación están conformados por los siguientes elementos: Una base de cemento con la forma representativa de las piedras, el cuerpo del soporte de madera Teca la cual es indicada para trabajos en exteriores y una lámina de chapa galvanizada la misma que estará pegada al soporte de madera con silicón de construcción para darle una mayor resistencia. Estos soportes varían en su cromática dependiendo el área en donde van a estar establecidos.





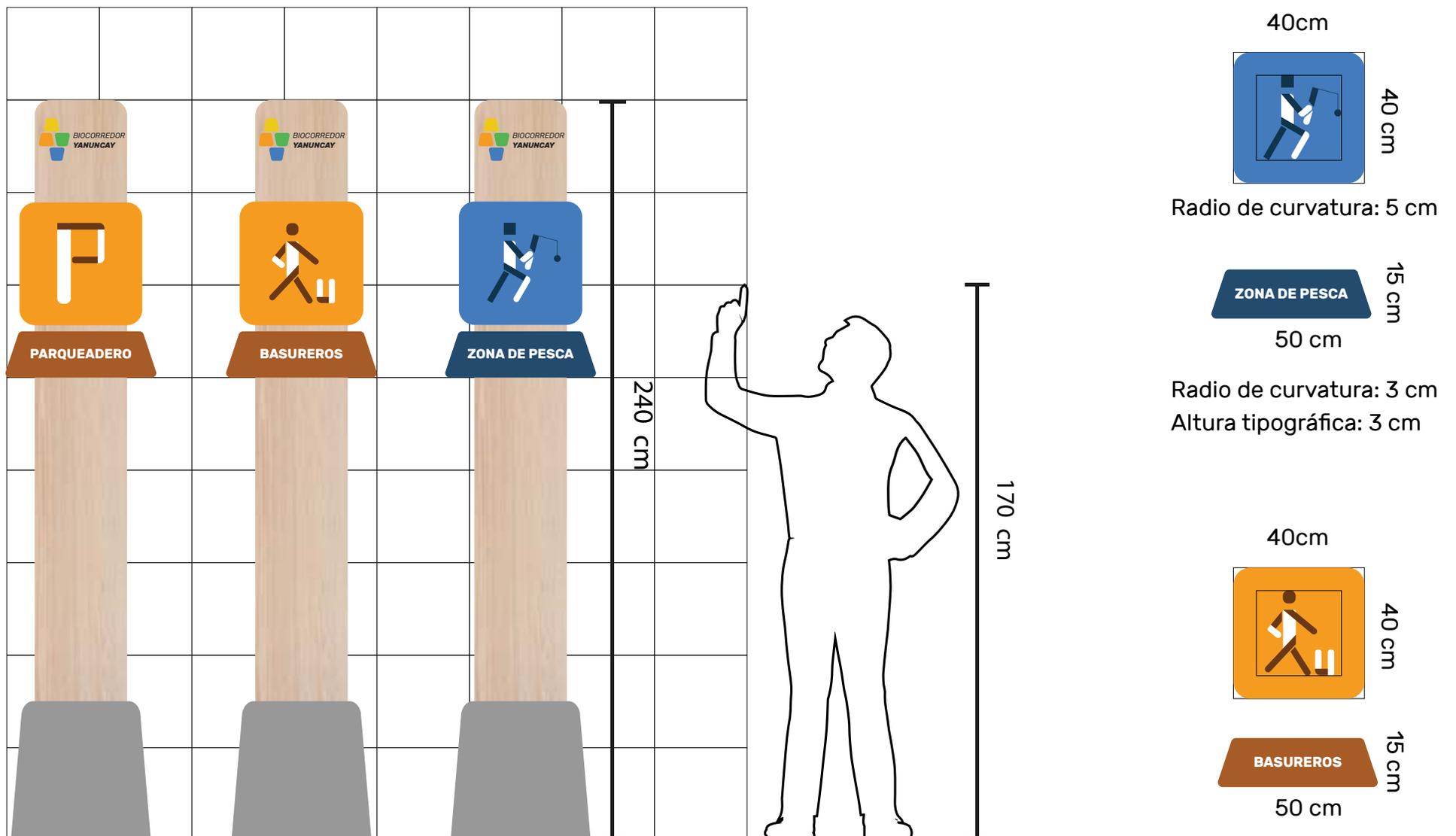






4.4.4. Paneles físicos verticales

Los paneles físicos verticales están conformados por los siguientes elementos: Una base de cemento con la forma representativa de las piedras, el cuerpo del soporte de madera Teca la cual es indicada para trabajos en exteriores y una lámina de chapa galvanizada la misma que estará pegada al soporte de madera con silicón de construcción para darle una mayor resistencia. Estos soportes varían en su cromática dependiendo el área en donde van a estar establecidos.





4.5. APLICACIÓN DE LOS SOPORTES

Los diferentes soportes estarán ubicados en lugares específicos del recorrido como por ejemplo los paneles digitales están al inicio y final de cada intersección, los paneles físicos de orientación estarán ubicados en las uniones del camino peatonal con la ciclovía, los paneles físicos de información estarán justo en los lugares históricos del recorrido y los paneles verticales estarán en los lugares específicos que indica su información.



Imagen 44. Panel digital al ingreso por la Avenida Fray Vicente Solano



Imagen 46. Panel vertical en las zonas de hidratación.



Imagen 45. Panel vertical en el área de la biodiversidad.



Imagen 47. Panel de orientación en el área deportiva



Imagen 48. Panel informativo en el área de los anfibios.



Imagen 50. Panel digital en el área de descanso.



Imagen 49. Panel digital seccionado para el área deportiva.



Imagen 51. Panel vertical en el área del parqueadero.



4.6. CAMPAÑA SOCIAL

Para la generación de la campaña se realizaron composiciones entre recortes de fotografías y el manejo de siluetas, acompañado de un slogan y un lema que diversifique los aspectos positivos que tiene la movilidad activa dentro de la sociedad, generando un impacto dentro del público potencial.

Composición gráfica



Aplicación



Imagen 52. Parqueadero donde se aplicara la campaña.



Variaciones para diferentes lugares

Haz de tu travesía cotidiana, un momento de gozo y relajación



POR UNA MOVILIDAD MÁS ACTIVA



Demuéstrate que puedes seguir creciendo y mejorando



POR UNA MOVILIDAD MÁS ACTIVA

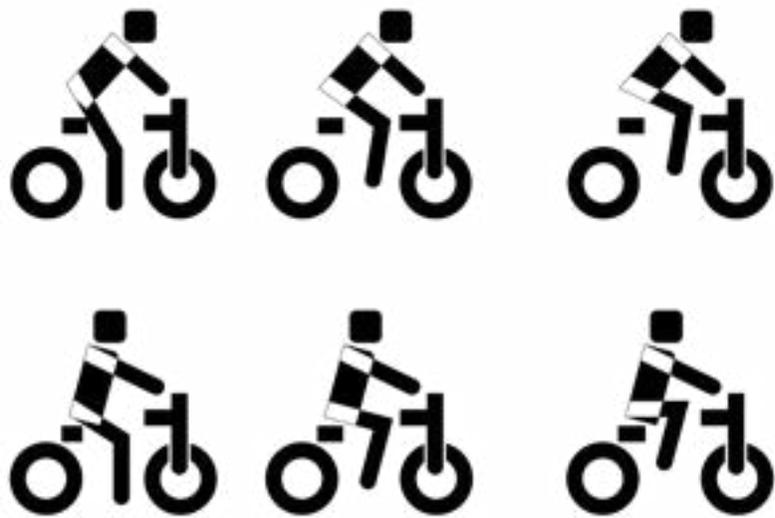




4.7. RECORRIDO ACOMPAÑADO

La creación de estos pictogramas tienen la intención de generar un recorrido más amigable para el usuario, así como también permite prevenir el conflicto de que los usuarios logren acogerse a su respectivo carril para no generar un camino alternativo

CICLOVÍA



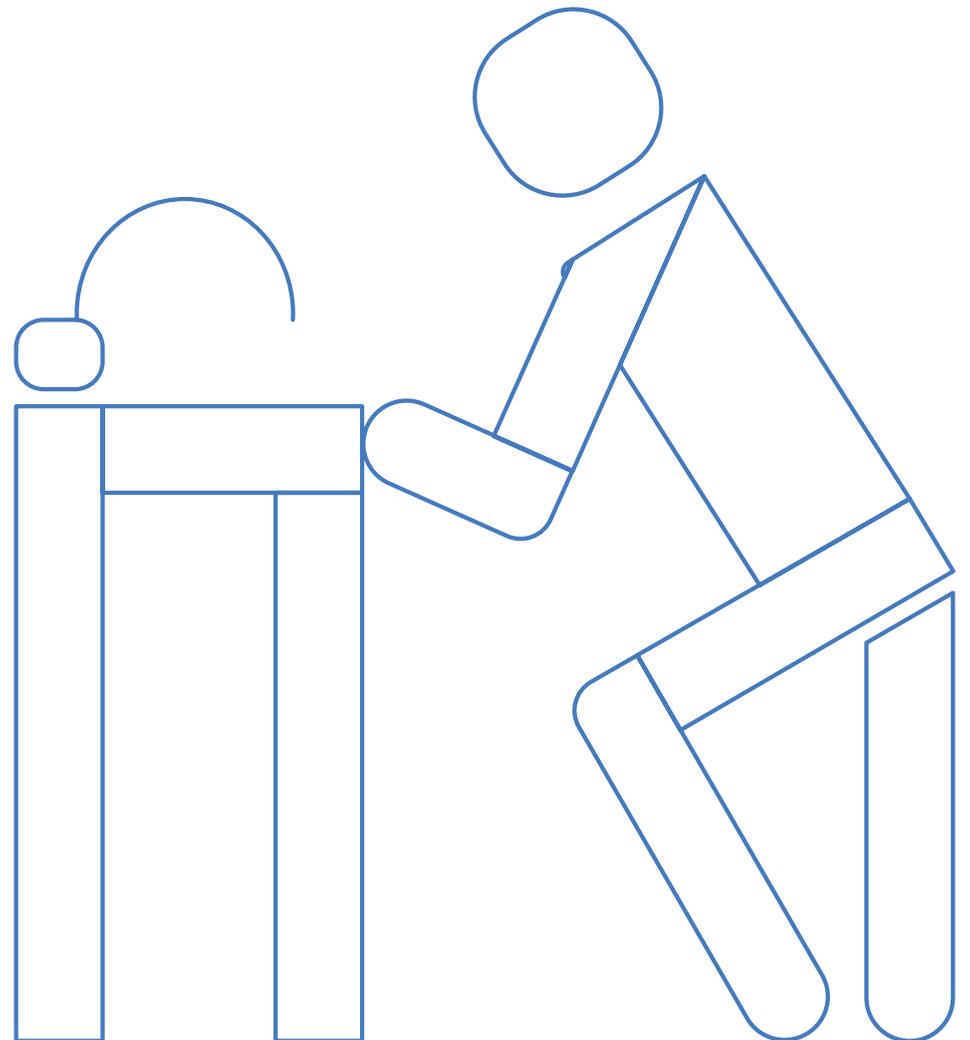
CAMINO PEATONAL





4.8. CONCLUSIÓN

En este capítulo se trabajó en la construcción de la marca representativa del biocorredor, primeramente, dándole un concepto hasta su posterior construcción técnica, en donde se definió algunos parámetros y normas de uso con la finalidad de que se pueda utilizar de forma adecuada, además se estableció un sistema gráfico que posteriormente sería aplicado en la estructuración de la información para los diferentes soportes ya sean físicos como digitales. Además se desarrolló una campaña con el objetivo de potenciar el uso de la ciclovía.



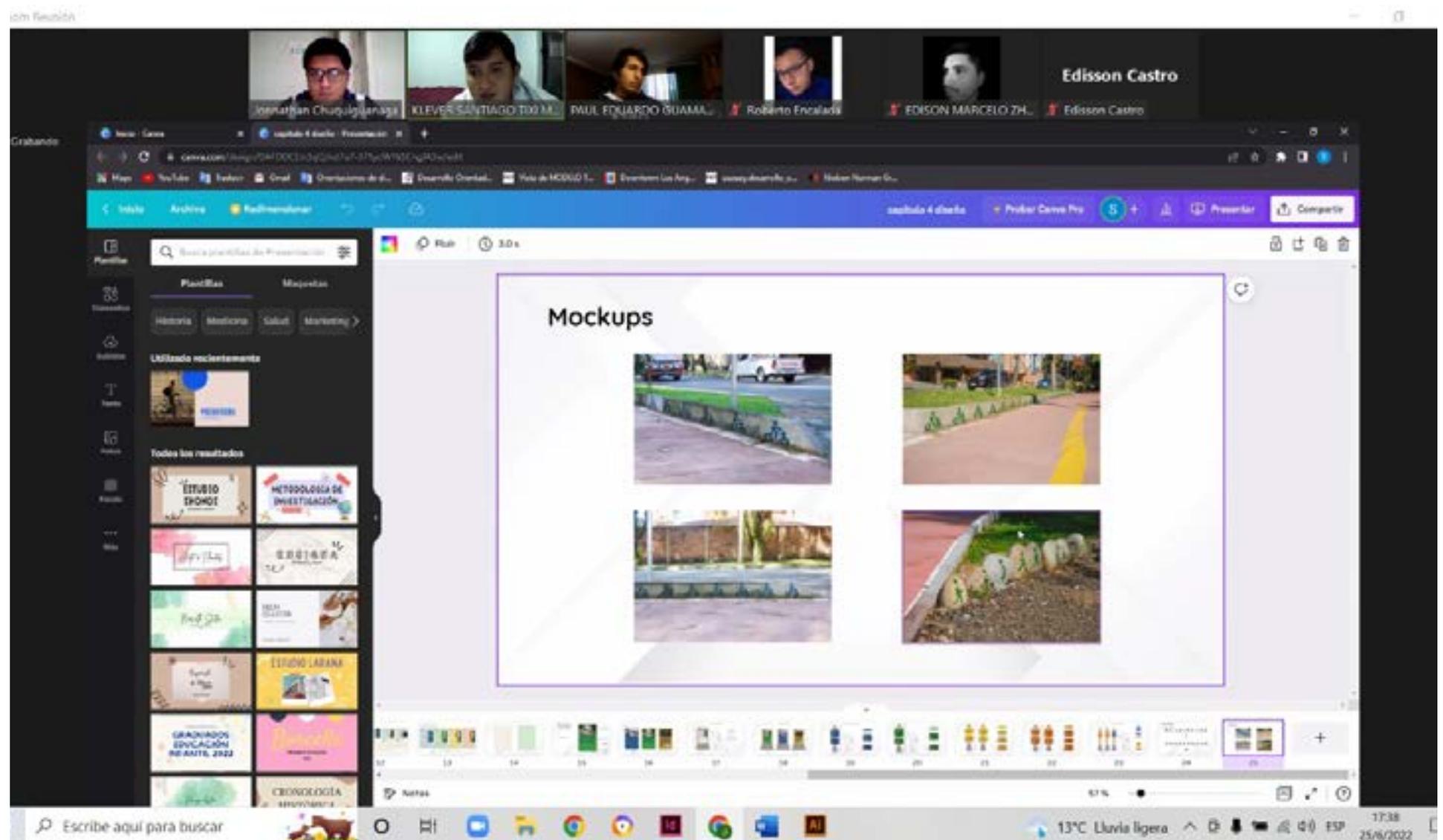


4.9. VALIDACIÓN

Dentro de la validación del proyecto se realizó un focus groups, enfocado en personas que forman parte del target de 18 a 45 años, por medio de videollamadas a través de la plataforma Zoom, debido a diversas situaciones que incapacitaron reunirse de manera presencial.

Dentro de este focus group se expuso de manera resumida desde donde parte el proyecto para posteriormente pasar a mostrar el sistema gráfico generado, seguido de eso también se mostraron algunos mockups que hagan referencia a cómo este producto se implementaría dentro del lugar.

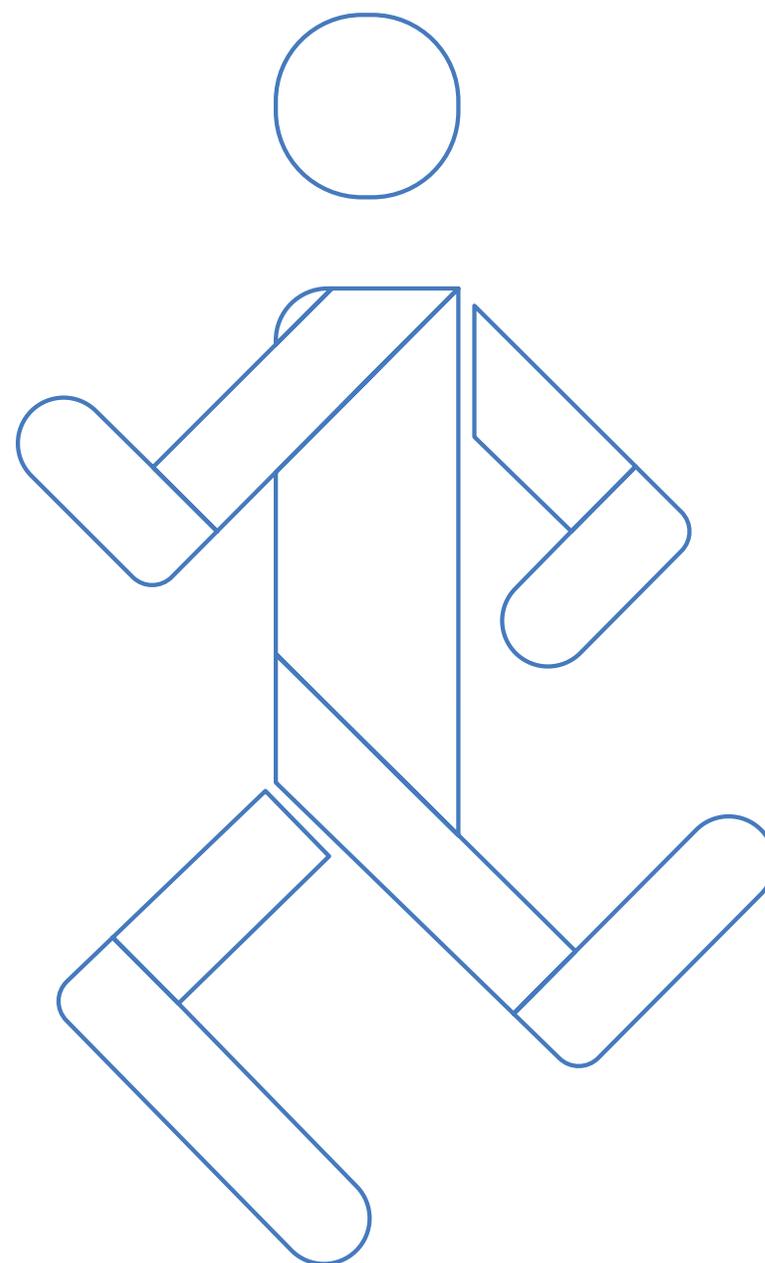
Los resultados fueron bastante positivos, ya que a los usuarios les agrado como el manejo de la información se encuentra bien establecida dentro de los mapas del recorrido, de la misma manera también les agrado mucho los aspectos de generar paneles físicos que contengan información sobre los lugares históricos dentro del lugar ya que muchas veces estos no son tomados en cuenta y esto ocasiona a que se queden en el olvido, asimismo también hicieron buenas críticas al manejo del sistema gráfico que juega tanto con el sentido de pertenencia, como también con el sentido cultural, mientras que para el manejo de la campaña algunos usuarios realizaron algunas críticas constructivas sobre pensar en cómo la campaña gráfica puede ser manejada otros medios, para lograr un mayor alcance dentro de la sociedad.



RECOMENDACIONES

Nuestras recomendaciones es que para diseñar algo primero debemos tener un fundamento teórico bien estructurado, analizando todos los puntos posibles para luego poder obtener un resultado que nos permita transmitir el mensaje de la forma más adecuada.

Es importante recibir una retroalimentación por parte de expertos desde diferentes ámbitos, esto nos permitirá fortalecer mas nuestra idea, además debemos tomar en cuenta las críticas por parte de nuestros compañeros nos ayudará a tener diferentes perspectivas sobre el resultado que deseamos obtener. A su vez la importancia de ponerse en el lugar del usuario nos permitirá detectar futuras fallencias en nuestro producto.



5. BIBLIOGRAFÍA

- Aguas, S. (2016). ¿Qué es el co-design? Algunas ideas sobre esta beneficiosa práctica. Barcelona: Centro Universitario Internacional de Barcelona. Retrieved from <https://www.unibarcelona.com/int/actualidad/artes-graficas/co-design>
- Alvarado, J. (2009). El ciclismo vuelve a las calles.
- Baines, P. y. (2002). Tipografía; Función, forma y diseño. España: Gustavo Gili.
- BOGOTÁ, A. M. (2015). Criterios para la intervención urbana: desde un enfoque Desarrollo Orientado al Transporte Sostenible DOTS. Secretaría Distrital de Planeación, 3.
- Boriiana, B. (2015, marzo 12). Funciones principales de la comunicación visual. Retrieved from boriis: <https://boriis240988.wordpress.com/2015/03/12/funciones-principales-de-la-comunicacion-visual/>
- Boullón, R. (2011). Espacio Turístico y Desarrollo Sustentable. Argentina.
- Brian, R. (2000). British Antidiscrimination Legislation and Wayfinding in buildings in Scotland. *Journal of Visual Impairment and Blindness*. 69-70.
- Brito, R. (1998). Hacia una sociología de la juventud. Algunos elementos para la deconstrucción de un nuevo. Última década, 9, 0.
- Brower, J. (2007). Expresiones publicitarias alternativas: Cultura e Identidad. Santiago de Chile.
- Calderón, Y., & Tuesta, J. (2019). Condensador Cultural y espacio público flexible basado en el uso de las líneas del deseo. Lima: Universidad Peruana Unión.
- Ciccolella, F. (2018). Señalética en el Espacio Urbano. Argentina: Universidad de Palermo.
- Colville, M., & Andersen, M. (2018). Copenhagenize: La Guía Definitiva para el Urbanismo Mundial en Bicicleta. Island Press.
- Conrad Levinson, J. (1987). Guerrilla Marketing: Easy and Inexpensive Strategies for Making Big profits from your Small Business.
- Costa, J. (2003). Diseñar para los ojos. Medellín: Universidad de Medellín.
- Dondis, D. (1985). La sintaxis de la imagen. Barcelona: Gustavo Gili.
- Donoso, M. (2016). Análisis crítico de la planificación urbana de la Ciudad de Cuenca. *Maskana*, 107-122. Retrieved from <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25183/1/MASKANA%207111.pdf>
- EMOV. (2021). EMOV EP Cuenca activa en la Semana de la Movilidad. Retrieved from <https://www.emov.gob.ec/la-emov-ep-activa-a-cuenca-con-la-semana-de-la-movilidad/>
- EUROPEAS, C. D. (2000). Integrated policy aspects of sustainable mobility. Europa. Retrieved from http://europa.eu.int/comm/transport/extra/thematic_papers.html
- Flusser, V. (1990). Hacia una filosofía de la fotografía. México: Trillas.
- Frascara, J. (1998). Diseño Gráfico y comunicación. Buenos Aires: Infinito.
- Frascara, J. (2006). El diseño de comunicación. Buenos Aires: Ediciones Infinito. Retrieved from https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Or_G-nFbqeoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=dise%C3%B1o+de+comunicaci%C3%B3n+visual&ots=aFEaklTt-4&sig=I4NP-SALnwyESUqejxr0lIHxEH9Q#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20de%20comunicaci%C3%B3n%20visual&f=false
- Guerrero, A. (2017). Estudio Preliminar de demanda para ciclovías como un sistema de transporte no motorizado: Cayambe: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- INEN. (2011). Instituto Ecuatoriano de Normalización. Retrieved from <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/reglamentos/RTE-004-6.pdf>
- Lavin, T. (2018). Active travel: healthy lives. Irlanda: Institute of public Health in Ireland.
- Lynch, K. (1984). La imagen de la ciudad (3a ed.). Ciudad de México: Gustavo Gil.
- Malone, L. (2018). In Desire Lines: A Guide to Community Participation in Design Places (p. 184).
- Manfredi, J. (2021). Comunicación y movilidad activa. Ediciones de la Universidad de Castilla, 99-108.
- Mazzeo, C. (2017). Diseño y sistema: Bajo la punta del iceberg . Argentina: Infinito.
- Medina, S., & Veloz, J. (2013). Desarrollo orientado al transporte: regenerar las ciudades para mejorar la movilidad. México: Instituto de Políticas para el transporte y el Desarrollo México.
- Mendieta, L. (2017). Uso de la bicicleta como medio de movilidad sostenible en la ciudad de Cuenca. Universidad de Cuenca, 223.
- Montes, r. (n.d.). La invasión de los medios alternativos. Retrieved from http://es.qeocities.com/lanzaproductos/ll_valero.htm
- Morency, C. (2013). Sustainable Mobility: definitions, concepts and indicators. Canada.
- Moreno, D. G. (2012). Diseño de sistemas de orientación espacial: Wayfinding. Madrid: Laboratorio wayfinding. Retrieved from <http://riberdis.cedd.net/bitstream/handle/11181/4640/dise%C3%B1o%20de%20sistemas%20de%20orientaci%C3%B3n%20espacial.pdf?sequence=1&rd=0031209614391684>
- OPS. (2020). COVID-19 Y EL USO DE MEDIOS PARA MANTENERNOS SANOS".
- Petterson, R. (2015). Message Design. Public Library.
- profesorado, I. n. (2007). Alternativas a la publicidad. Retrieved from <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web/publicidad/bloque10/in>
- Publicidad, M. (2007). Alternativas a la publicidad.
- Ruiz, B. (2021). A pie o en bici. Perspectivas y experiencias en torno a la movilidad activa. Ediciones de la Universidad de Castilla, 237.
- Tena, P. (2005). Diseño Gráfico y Comunicación. España: Pearson Education.SA. Retrieved from http://biblioteca.itson.mx/dac_new/tesis/306_ruiz_jesus.pdf
- Walter, G. (2009). ¿Cuál es el panorama actual y las tendencias de la publicidad alternativa surgida en la Argentina durante los últimos años y cuales son las causas de dicho surgimiento? Argentina.
- Zuluaga, J. D. (2010). BTL, una herramienta para recordar y fidelizar. Medellín.

6. ANEXOS

6.1. ENTREVISTAS

Pablo Ochoa

Pregunta 1

Dentro de los elementos que se deben tomar en cuenta estarían principalmente los elementos verticales informativos como tótems los cuales tendrían información con respecto a los diversos puntos históricos como son el arco de Yanuncay y la antigua planta eléctrica de Yanuncay, las pozas de anfibios que se encuentran ubicadas en la Av. Primero de Mayo y 12 de octubre, o la respectiva flora del lugar. Por otra parte, el uso de mapas turísticos antiguos de la ciudad, podría generar una identidad sobre la historia que tiene este sector.

Pregunta 2 y 4

No se encuentran mal manejados las señaléticas dentro del lugar, estas solo se rigen a las normativas dictaminadas por INEN, donde nos explican cuáles son parámetros que se deben establecer, desde la altura, el tamaño, el color, así como los respectivos espacios que debe tener. Si hablamos de las intersecciones de las calles que existen en la Av. 1ro de mayo, partiendo desde la Av. 12 de octubre hasta la Av. Solano, podemos notar que cada tramo de calle no tiene más de 20 metros de largo, y en cada intersección hay un paso cebra que vincula una calle con la ciclovía, por ello en cada paso cebra debe haber una señalética que indique que se le debe permitir el paso a los usuarios, esto es lo que influye a que se genere una contaminación visual, así también, si nos ponemos a ver desde la implementación de una señalética vertical está también no tendrá ningún cambio debido a las normas que le rigen. Por otra parte, estas normativas sólo se aplican a lo que son los carriles para ciclistas y vehículos motorizados, esto no influye en la señalización del biocorredor, por lo que aplicar una señalética en este espacio no repercute en nada.

Pregunta 3

Si hablamos de desventajas que tiene la ciclovía en la ciudad solo sería el daño en la construcción, ya que la ciclovía no produce un daño en la ciudad, más bien esta ayuda a que la ciudad sea más sostenible, reduciendo tanto los niveles de ruido como de contaminación generada por los vehículos, si nos po-

nemos a analizar según un estudio realizado en el 2014 nos dicen que en la ciudad el uso de vehículos privados representa el 33% de la población mientras que otro 33% representa lo que son los transportes compartidos, del resto faltante un 25% se ocupa para los transportes de bienes y servicios y lo que sobra es utilizado por ciclistas y peatones. Por eso cuando utilizamos la ciclovía ayudamos a que se dé una mejoría en la calidad de vida, a su vez produce una liberación en la disminución de vehículos compartidos y también nos ayuda a mantenernos más seguros si nos ponemos a pensar en la ciclovía del biocorredor, ya que en otros espacios como la Av. 10 de agosto no existe una garantía de que el ciclista se mantenga seguro a través de una línea blanca que divida la calle en secciones para el ciclista y el conductor.

Pregunta 5

Dentro de los elementos que podrían estar dentro del biocorredor podrían ser los parqueaderos de bicicletas, así como también los paneles informativos que se mencionó anteriormente.

Manuela Cordero

Pregunta 1

Para todos los usuarios dependiendo de su capacidad el entorno es muy importante, principalmente por la infraestructura la cual permite a las personas moverse, ya que una mala infraestructura puede llegar a convertirse en una barrera. Es importante ponerse en el lugar del usuario, saber cómo la persona podrá llegar de un punto a otro omitiendo todos los obstáculos que se le puedan llegar aparecer en su recorrido. Para un ciclista se puede llegar a considerar un obstáculo la vereda, una mascota, un vehículo estacionado, una persona cruzando, el tráfico, el estado de una vía, la falta de información. Es por eso que la implementación de una señalética es fundamental, ya que ayuda a prevenir accidentes y contribuye en la orientación ya sea de un ciclista, peatón o conductor.

Pregunta 2

Una mala aplicación de diseño de comunicación en el wayfinding genera confusión en las personas, ya que son infraestructuras de uso masivo, ocasionando que la información no

sea intuitiva, serio un contraorden, debido a que los colores, la gráfica y las palabras mal aplicadas en un espacio generan una sensación de desorientación producido también por el uso excesivo de elementos que a la final solo distorsionan el mensaje, además al no ser inclusivo producen que el mensaje llegue solo a un grupo determinado.

Pregunta 3

Deberían ser unos soportes que puedan jugar bien con la naturaleza y sean duraderos, pero el wayfinding va más allá del soporte ya que la estrategia es como las imágenes a la altura de la vista pueden interactuar con las personas dependiendo del mensaje que se desea comunicar. También es importante tomar como referencia la forma de algunos elementos referentes del lugar, siempre y cuando el concepto sea justificado.

Pregunta 4

Hay que priorizar la efectividad de la comunicación ante la búsqueda de la identidad del espacio, porque fortalece la usabilidad del mismo, además si existe un contexto cultural que sea evidente a lo largo del recorrido puede ser una pieza clave para darle una identidad al espacio resaltando los hitos históricos turísticos, sin generar rasgos de identidad a la señalética que cumple normativas sino más bien basarse en la información turística a través de fotografía.

Pregunta 5

Se debería tomar en cuenta principalmente a los usuarios, establecer cuál es la interacción de comunicación y hacer un énfasis en las zonas de conflicto que llegaron a generar confusión.

