

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO**

TEMA:

**“PROPUESTA DE DISEÑO DE SEÑALÉTICA IDENTITARIA
PARA EL JARDÍN BOTÁNICO DE GUAYAQUIL”.**

AUTORES:

**JONATHAN EFRAÍN ABARCA DELGADO
MARÍA BEATRIZ MORALES ALCÍVAR**

DIRECTOR:

MSc. MARÍA DE LOURDES PILAY GARCÍA

**AÑO
2015**

AGRADECIMIENTO

A mis padres Efraín y Jackeline gracias por todo el esfuerzo que han hecho durante toda esta etapa universitaria, son un pilar fundamental en mi vida.

A mis amigos y familiares que de una u otra manera me apoyaron durante la realización de este proyecto de graduación, quedo agradecido con cada uno de ustedes.

A mi compañera de tesis “BIA” que con su apoyo hemos logrado buenos proyectos y una gran amistad, todo nuestro esfuerzo está reflejado en esta investigación.

Jonathan Efraín Abarca Delgado

DEDICATORIA

A mis padres por todo el esfuerzo y dedicación durante mi carrera universitaria, en especial a mi madre por estar siempre pendiente de mí brindándome su apoyo.
Este proyecto de graduación es fruto del empeño y trabajo constante durante esta etapa de mi vida.

Jonathan Efraín Abarca Delgado

AGRADECIMIENTO

A mis padres Beatriz y Jaime y a mi familia por su apoyo incondicional durante esta etapa,
gracias por tener las palabras precisas en el momento indicado.

A mis amigos y compañeros que siempre me apoyaron durante toda mi carrera y de una u otra
forma aportaron en el proceso de elaboración de esta Tesis.

Y a mi compañero y amigo Jonathan Abarca que gracias a nuestro esfuerzo este proyecto se
pudo realizar y terminar con el éxito esperado.

María Beatriz Morales Alcívar

DEDICATORIA

A mis padres y mi familia por el apoyo de ustedes he logrado llegar hasta aquí.

María Beatriz Morales Alcívar

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

**FIRMA DE AUTORES DEL INFORME DE
MATERIA DE GRADUACIÓN**

Jonathan Efraín Abarca Delgado

María Beatriz Morales Alcivar

**FIRMA DEL DIRECTOR Y MIEMBROS
DEL TRIBUNAL**

MSc. María de Lourdes Pilay García
DIRECTOR DE PROYECTO

MSc. Jefferson Romero
DELEGADO

RESUMEN

El ser humano como un ser social siempre ha tenido la necesidad de comunicarse, de guiarse y de marcar su territorio, a partir de estas exigencias colectivas nace la actividad de señalar, instrumento que se considera como parte de la ciencia de la comunicación, y que ha progresado con el pasar de los años.

Hoy en día la señalética forma parte indispensable de la sociedad, es quien orienta y mantiene un orden colectivo. A pesar del desarrollo que ha presentado con el paso de los años se busca dar una nueva visión acerca de la misma, que no solo pueda cumplir con la función de comunicar como es conocida convencionalmente, sino que esta pueda ser capaz de reforzar la identidad de un sector, una cultura.

Este proyecto busca innovar en campos donde el diseño gráfico todavía no ha sido partícipe, abriendo nuevos áreas de trabajo en el cual el diseño puede aportar para el avance cultural. A partir de esta percepción se crea el concepto de desarrollo de una señalética de identidad para un sitio considerado como patrimonio natural del país, como es el caso del Jardín Botánico de la ciudad de Guayaquil.

El jardín botánico como patrimonio natural busca albergar cientos de especies de flora y fauna que se encuentran en peligro de extinción. Así mismo el objetivo del proyecto es renovar mediante nuevas ideas de implementación en las señaléticas, que incentiven el turismo para que el visitante pueda tener mayor percepción del lugar mencionado.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1	15
GENERALIDADES	15
1.1. INTRODUCCIÓN.....	16
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	19
1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	20
1.5. OBJETIVOS.....	20
1.5.1. OBJETIVOS GENERALES.....	20
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
CAPÍTULO 2	21
MARCO REFERENCIAL	21
2.1. ANTECEDENTES	22
2.2. CASOS DE ESTUDIO	24
2.2.1. EL METRO DE LONDRES	24
2.2.2. BIOPARQUE TEMAIKÉN (ARGENTINA)	26
2.2.3. MUSEO DE ARTE MODERNO (MoMA)	28
2.3. IDENTIDAD Y CULTURA.....	30
2.3.1. CULTURA	30
2.3.2. IDENTIDAD CULTURAL.....	31
2.3.3. PATRIMONIO	34
2.3.4. BOSQUES PROTECTORES.....	35
2.3.5. JARDÍN BOTÁNICO DE GUAYAQUIL.....	38
2.3.5.1. ANTECEDENTES.....	38
2.3.5.2. UBICACIÓN	39
2.3.5.3. ORGANIZACIÓN	39
2.3.5.4. IMPORTANCIA	40
2.3.5.5. PERFIL DEL USUARIO.....	41
2.3.5.6. ESPECIES.....	42
2.3.5.7. RUTA Y DISTRIBUCIÓN.....	51
2.4. SEÑALÉTICA	53
2.4.1. ORIGEN	53
2.4.2. FUNCIÓN DEL SIGNO	54
2.4.2.1. SÍMBOLO.....	56
2.4.2.2. SEMIOLOGÍA.....	56
2.4.3. SEÑALIZACIÓN.....	57
2.4.4. CONCEPTO DE SEÑALÉTICA	58
2.4.4.1. FUNCIONALIDAD.....	59
2.4.4.2. CARACTERÍSTICAS Y CLASIFICACIÓN	60
2.4.4.3. SEÑALÉTICA CORPORATIVA	67
2.4.4.4. NORMAS Y USOS DE LA SEÑALÉTICA	68
2.4.4.5. DIFERENCIA ENTRE SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA	69
2.5. SEÑALÉTICA IDENTITARIA	71
2.5.1. CONCEPTO	71
2.5.2. CARACTERÍSTICAS.....	71
2.5.3. FUNCIONALIDAD Y APLICACIÓN	72

<u>CAPÍTULO 3</u>	73
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	73
3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	74
3.1.1. DESIGN THINKING	75
3.2. PAUTA ETNOGRÁFICA PARA EL DESARROLLO DE MOODBOARD.	77
3.3. MOODBOARD	78
3.4. CONCEPTBOARD	79
3.5. INVESTIGACIÓN DE CAMPO: JARDÍN BOTÁNICO DE GUAYAQUIL.....	80
3.5.1. ESTADO ACTUAL DE LA SEÑALÉTICA	80
3.5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	83
3.6. MUESTREO	84
3.7. CÁLCULO DE LA MUESTRA	85
3.8. ANÁLISIS DE LOS DATOS	86
3.8.1. ESTRATEGIA PARA ANÁLISIS DE DATOS	86
3.8.4. ANÁLISIS DE ENTREVISTAS.....	102
<u>CAPÍTULO 4</u>	104
PROPUESTA	104
4.1. FODA.....	105
4.2. STAKEHOLDERS	106
4.3. MÉTODOS DE PROPUESTA DE DISEÑO	107
4.3.1. BRAINSTORMING Y DESIGN THINKING.....	107
4.3.2. SATURAR Y AGRUPAR	107
4.4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	108
4.4.1. PRINCIPIOS DEL PROYECTO	108
4.4.2. OBJETIVOS DEL DISEÑO	109
4.4.3. USUARIO	109
4.4.4. SOPORTES A REALIZAR	110
4.4.5. VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	111
4.5. PROPUESTA DE DISEÑO.....	112
4.5.1. DESARROLLO DE ALTERNATIVAS.....	112
4.5.2. DISEÑO SEÑALÉTICA.....	113
4.5.3. PICTOGRAMAS	114
4.5.4. TIPOGRAFÍA	115
4.5.5. CROMATOLOGÍA.....	117
4.5.6. SELECCIÓN Y NORMAS GRÁFICAS	118
<u>CAPÍTULO 5</u>	123
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	123
5.1. CONCLUSIONES	124
5.2. RECOMENDACIONES.....	125
BIBLIOGRAFÍA	126

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPITULO II

FIGURA 2-1. MAPA DEL METRO DE LONDRES.....	21
FIGURA 2-2. LOGOTIPO DEL SUBTERRÁNEO DE LONDRES.....	22
FIGURA 2-3. SEÑALÉTICA BIOPARQUE TEMAIKÉN.....	24
FIGURA 2-4. SEÑALÉTICA DEL MOMA.....	25
FIGURA 2-5. PUBLICIDAD EXTERNA DEL MOMA.....	26
FIGURA 2-6. DETALLE DE BOSQUES PROTECTORES 2011.....	33
FIGURA 2-7. UBICACIÓN DEL JARDÍN BOTÁNICO DE GUAYAQUIL.....	34
FIGURA 2-8. CATTLEYA MÁXIMA.....	41
FIGURA 2-9. ORQUÍDEA DE GUAYAQUIL.....	42
FIGURA 2-10. BROMELIA.....	42
FIGURA 2-11. GUAYACÁN.....	43
FIGURA 2-12. SAMÁN.....	43
FIGURA 2-13. PALMERA.....	44
FIGURA 2-14. CACTUS SUCULENTAS.....	44
FIGURA 2-15. PAPAGAYO AZULIAMARILLO.....	45
FIGURA 2-16. PIRAÑA ROJA.....	46
FIGURA 2-17. TORTUGA MOTELO.....	46
FIGURA 2-18. CHARAPA.....	47
FIGURA 2-19. CHICHICO.....	47
FIGURA 2-20. MONO ARDILLA.....	48
FIGURA 2-21. SEÑALÉTICA ORIENTADORA.....	60
FIGURA 2-22. SEÑALÉTICA INFORMATIVA.....	61
FIGURA 2-23. SEÑALÉTICA DIRECCIONALES.....	61
FIGURA 2-24. SEÑALÉTICA IDENTIFICATIVA.....	62
FIGURA 2-25. COLORIMETRÍA DE SEÑALÉTICAS REGULADORAS.....	62
FIGURA 2-26. SEÑALÉTICA ADOSADA.....	63
FIGURA 2-27. SEÑALÉTICA AUTOTRANSPORTE.....	63
FIGURA 2-28. SEÑALÉTICA DE BANDA.....	64
FIGURA 2-29. SEÑALÉTICA DE BANDERA.....	64
FIGURA 2-30. SEÑALÉTICA COLGANTE.....	64
FIGURA 2-31. SEÑALÉTICA ESTELA DE IDENTIDAD.....	65
FIGURA 2-32. SEÑALÉTICA DE TIJERAS.....	65

CAPITULO III

FIGURA 2-33. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	75
FIGURA 2-34. MOODBOARD.....	77
FIGURA 2-35. CONCEPTBOARD.....	78
FIGURA 2-36. SEÑALÉTICA IDENTIFICATIVA.....	80
FIGURA 2-37. SEÑALÉTICA INFORMATIVA.....	81
FIGURA 2-38. SEÑALÉTICA DIRECCIONAL.....	81
FIGURA 2-39. GRÁFICO ESTADÍSTICO PREGUNTA #1.....	87
FIGURA 2-40. GRÁFICO ESTADÍSTICO PREGUNTA #2.....	88

FIGURA 2-41. GRÁFICO ESTADÍSTICO PREGUNTA #3.....	89
FIGURA 2-42. GRÁFICO ESTADÍSTICO PREGUNTA #4.....	90
FIGURA 2-43. GRÁFICO ESTADÍSTICO PREGUNTA #5.....	91
FIGURA 2-44. GRÁFICO ESTADÍSTICO PREGUNTA #6.....	92
FIGURA 2-45. GRÁFICO ESTADÍSTICO PREGUNTA #7.....	93
FIGURA 2-46. GRÁFICO ESTADÍSTICO PREGUNTA #8.....	94
FIGURA 2-47. GRÁFICO ESTADÍSTICO ANÁLISIS CRUZADO PREGUNTA #8.....	95
FIGURA 2-48. GRÁFICO ESTADÍSTICO PREGUNTA #9.....	96
FIGURA 2-49. GRÁFICO ESTADÍSTICO ANÁLISIS CRUZADO PREGUNTA #9.....	97
FIGURA 2-50. GRÁFICO ESTADÍSTICO PREGUNTA #10.....	98
FIGURA 2-51. GRÁFICO ESTADÍSTICO ANÁLISIS CRUZADO PREGUNTA #2.....	99
FIGURA 2-52. GRÁFICO ESTADÍSTICO PREGUNTA #11.....	100

CAPITULO IV

FIGURA 2-53. FODA.....	104
FIGURA 2-54. STAKEHOLDERS.....	105
FIGURA 2-55. AGRUPAR Y SATURAR.....	106
FIGURA 2-56. DESARROLLO DE ALTERNATIVAS.....	111
FIGURA 2-57. CONSTRUCCIÓN DE PATRONES.....	113
FIGURA 2-58. CONSTRUCCIÓN DE PICTOGRAMA.....	113
FIGURA 2-59. PICTOGRAMAS.....	114
FIGURA 2-60. FAMILIA TIPOGRÁFICA HABARA MAI.....	115
FIGURA 2-61. CONSTRUCCIÓN HABARA MAI.....	115
FIGURA 2-62. FAMILIA TIPOGRÁFICA HELVETICA.....	115
FIGURA 2-63. TIPOGRAFÍA IDENTITARIA.....	115
FIGURA 2-64. COLORIMETRÍA.....	116
FIGURA 2-65. SEÑALÉTICA DIRECCIONAL.....	117
FIGURA 2-66. SEÑALÉTICA DIRECCIONAL MEDIDAS.....	118
FIGURA 2-67. SEÑALÉTICA IDENTIFICATIVA.....	118
FIGURA 2-68. SEÑALÉTICA IDENTIFICATIVA MEDIDAS.....	119
FIGURA 2-69. SEÑALÉTICA INFORMATIVA.....	120
FIGURA 2-70. SEÑALÉTICA ORIENTADORA.....	120

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 2-1. INVENTARIO DE FAUNA.....	49
TABLA 2-2. SEÑALIZACIÓN VS SEÑALÉTICA.....	69
TABLA 2-3. PAUTA ETNOGRÁFICA PARA EL DESARROLLO DE MOODBOARD.....	76
TABLA 2-4. LIBRO DE CÓDIGOS.....	86
TABLA 2-5. TABLA DE FRECUENCIA PREGUNTA #1.....	87
TABLA 2-6. TABLA DE FRECUENCIA PREGUNTA #2.....	88
TABLA 2-7. TABLA DE FRECUENCIA PREGUNTA #3.....	89
TABLA 2-8. TABLA DE FRECUENCIA PREGUNTA #4.....	90
TABLA 2-9. TABLA DE FRECUENCIA PREGUNTA #5.....	91
TABLA 2-10. TABLA DE FRECUENCIA PREGUNTA #6.....	92
TABLA 2-11. TABLA DE FRECUENCIA PREGUNTA #7.....	93
TABLA 2-12. TABLA DE FRECUENCIA PREGUNTA #8.....	94
TABLA 2-13. ANÁLISIS CRUZADO PREGUNTA #8.....	95
TABLA 2-14. TABLA DE FRECUENCIA PREGUNTA #9.....	96
TABLA 2-15. ANÁLISIS CRUZADO PREGUNTA #9.....	97
TABLA 2-16. TABLA DE FRECUENCIA PREGUNTA #10.....	98
TABLA 2-17. ANÁLISIS CRUZADO PREGUNTA #10.....	99
TABLA 2-18. TABLA DE FRECUENCIA PREGUNTA #11.....	100



CAPÍTULO 1
GENERALIDADES

1.1. INTRODUCCIÓN

En la antigüedad, el ser humano, impulsado por la necesidad de referenciar su entorno, empleó el uso de marcas y señales en su camino. De esta forma la señalética empezó a desarrollarse con el fin de responder ante a esta necesidad de orientación.

A medida que pasó el tiempo se fue perfeccionando este método, creando un lenguaje simbólico que logró ser captado por los espectadores de manera instantánea, convirtiéndose hasta la actualidad en un sistema universal.

La señalética, es una rama de especialización del Diseño Gráfico, relacionada con la comunicación. Esta se encarga del estudio de las señales y símbolos, tomando en cuenta su relación con el usuario. Por ello la señalética juega un papel trascendental en la sociedad, siendo su función guiar, orientar e informar a un individuo o grupo de personas en un determinado espacio físico.

Actualmente, la influencia de la cultura internacional debido al avance tecnológico ha logrado que poco a poco se pierda la identidad de una ciudad. Las personas se enfocan en poder copiar las influencias extranjeras y se olvidan de rescatar la cultura de una comunidad, pueblo, ciudad y país. Es por esto que muchas de las señaléticas aplicadas a un lugar se enfocan solamente en guiar al usuario, mas no en formar parte de la imagen del entorno.

Una correcta investigación previa a la creación y diseño de la señalética permite poder conocer la historia, identidad y cultura del establecimiento, comunidad o ciudad al cual se va aplicar. De esta forma la señalética no solamente se enfoca en cumplir la función de orientar al usuario, logra también fortalecer la identidad del lugar, transmitiendo su cultura mediante los elementos icónicos que serán diseñados para formar parte de la señalética, mejorando la comunicación visual del lugar.

La ciudad de Guayaquil, cuenta con una gran cantidad de espacios recreativos que son constantemente visitados alrededor del año, por ende demandan una adecuada señalización para orientar al público que los visita.

El Ministerio del Ambiente en coordinación con otras entidades estatales, ejecutaron el Proyecto Gubernamental “Guayaquil Ecológico”, que se enfoca en la generación y

restauración de áreas verdes para la recreación, esparcimiento y fomentación del contacto con la naturaleza, en la ciudad de Guayaquil (Ministerio del Ambiente, 2013).¹

El Jardín Botánico de Guayaquil, se encuentra ubicado en la zona Norte de la ciudad de Guayaquil, dentro del área del Bosque Protector Cerro Colorado, considerado un área protegida ubicado dentro de los 10 bosques protectores con los que cuenta la ciudad (Agenda Zonal 8 para el Buen Vivir, 2011).² Es considerado un lugar rico en biodiversidad, cuenta con 5 hectáreas de extensión y posee una gran variedad de especies de flora y fauna en un medio propiamente natural, este alberga alrededor de 800 especies de flora más representativas de la costa Ecuatoriana, siendo ideal para la observación de aves, con alrededor de 75 especies que habitan en el Jardín, todo esto ubicado en un sendero de 700 m. El Jardín Botánico, constantemente trabaja por la conservación de animales y plantas, muchos de ellos son especies en riesgo de extinción. Por esta razón se ha enfocado en fomentar la enseñanza de la educación ambiental en la población, siendo visitado en el transcurso del año por escuelas, colegios y universidades del país.

El término identidad según la RAE, la define como un conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás (RAE, 2014).³

Se puede argumentar que identitaria se refiere al adjetivo que caracteriza a un elemento específico, con el fin de aportar a la construcción de una cultura de un individuo, colectividad o lugar.

Este proyecto está enfocado en una propuesta de diseño de una señalética identitaria, el cual está orientado a fortalecer la imagen del Jardín Botánico de Guayaquil, mejorando la comunicación del lugar, se partirá desde una investigación que va desde los elementos característicos hasta su flora y fauna más representativa, con el fin de elaborar las piezas gráficas que logren transmitir la identidad del mismo.

¹ Ministerio del Ambiente. (2013). *Proyecto Generación y Restauración de Áreas Verdes para la ciudad de Guayaquil*. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/guayaquil-ecologico/>

² Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2011). *Zona de planificación 8, Agenda Zonal para el Buen Vivir*. QUITO, ECUADOR: SENPLADES

³ Real Académica Española, RAE. (2014). *Diccionario de significados*. Referido de <http://lema.rae.es/drae/?val=Definicion>

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El jardín Botánico de Guayaquil es una reserva natural que tiene alrededor de 25 años de existencia. En el transcurso de estos años este espacio, lejos de crecer, ha sufrido un estancamiento no acorde con el desarrollo logrado por otros campos similares.

La Bióloga del Jardín Botánico, Soria (2014) señala que la carencia de recursos y la falta de apoyo económico por parte del gobierno y la municipalidad, son algunas de las razones por las cuales el Jardín Botánico no se encuentra en condiciones estéticas y apropiadas para recibir visitantes.

La falta de una señalética apropiada en el recorrido del jardín botánico, crea conflicto al momento de guiar, educar y dirigir al visitante durante su recorrido. Esto impide a los usuarios conocer adecuadamente la enorme biodiversidad de plantas locales o exóticas que el lugar ofrece.

Mediante la visita realizada se experimentó cierta confusión al iniciar el recorrido, ya que no se indica claramente dónde se inicia y dónde termina. En las diferentes áreas que se recorren, se observan casos de información escasa, mientras en otras, demasiado extensa, tanto que es imposible visualizar.

Por el problema económico señalado, no se cuenta con guías disponibles a lo largo de toda la jornada de atención. Los guías son parte fundamental del Jardín Botánico ya que cumplen con la función de dirigir el recorrido de una manera más didáctica, y apropiada hacia los visitantes. Debido a esta condición éstos sólo se encuentran disponible con previa cita.

Mediante la propuesta del proyecto que se presenta, se pretende mejorar la calidad del servicio, fomentando el crecimiento y desarrollo de esta reserva natural, que impulsará el desarrollo del turismo y ayudará a crear conciencia ecológica en los visitantes. Alineado a los objetivos de la Agenda Zonal 8 para el Buen Vivir, 2011.⁴

⁴ Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, (2011). *Zona de planificación 8, Agenda Zonal para el Buen Vivir*. QUITO, ECUADOR: SENPLADES

1.3. JUSTIFICACIÓN

Desde una visión general, la señalética en la ciudad de Guayaquil en los últimos años, ha venido desarrollándose, evolucionando y dirigiéndose de acuerdo con las tendencias internacionales. Esto ha generado un cambio desde su forma de aplicación hasta su estética.

Hoy en día la mayoría de lugares considerados puntos turísticos cuentan con gran afluencia de visitantes, lo que ha permitido desarrollar un mejor enfoque hacia una cultura turística de calidad. Objetivo planteado por la Dirección de Turismo y Promoción Cívica de la Municipalidad de Guayaquil a través del plan turístico denominado “Guayaquil es mi Destino”.⁵

Uno de los aspectos importantes que debe tener la señalética es que pueda permitir al turista ubicarse y conocer el lugar que está visitando. A pesar de la importancia de su función el Jardín Botánico de Guayaquil carece de una señalética adecuada, la cual afecta la calidad del servicio del mismo.

La creación de un diseño de señalética identitaria, parte de una investigación detallada que busca conocer todos los aspectos, actividades, especies de flora y fauna, entre otros elementos representativos del lugar, para crear los pictogramas adecuados que fortalezcan la identidad alrededor del Jardín Botánico. Su estrategia es la distribución lógica de mensajes fijos, dispuestos a la atención voluntaria y selectiva del usuario en puntos clave del espacio y cómo estos reaccionan a dichos mensajes visuales.

La Presidencia de la República, junto con la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), han desarrollado la Agenda Zonal 8 para el Buen Vivir, que considera :

- “Consolidar el proyecto de Guayaquil Ecológico, integrando a los pobladores locales.”
- “Desarrollar un programa de recuperación y valoración del patrimonio cultural, para rescatar la identidad local y los valores culturales”.⁶

⁵ Dirección de Turismo y Promoción Cívica de la Municipalidad de Guayaquil, (2014). *Guayaquil es mi Destino*. Recuperado de: <http://turismo.guayaquil.gob.ec>

⁶ Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, (2011) . *Resumen Agenda Zonal ZONA 8 Guayaquil, Samborondón y Durán* (p.3). Quito, Ecuador (primera edición).

Este proyecto tiene como fin mejorar la calidad de servicio del Jardín Botánico a través de una propuesta de implementación de una señalética estratégica que cumpla con los objetivos mencionados. Este proyecto trata de dar apertura a otros campos de estudio que impulsen y enriquezcan el turismo.

1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El tema planteado en esta investigación encuentra las siguientes delimitantes:

Geográficamente se puede definir que la investigación será realizada en el Jardín Botánico de Guayaquil, el cual se encuentra dentro del Bosque Protector “Cerro Colorado”, que es un Área Protegida de la ciudad establecida dentro de la Agenda Zonal 8 para el Buen Vivir.

Al indagar sobre el Jardín Botánico, existe una carencia de datos secundarios acerca de la información, fundación y administración del mismo.

Por último, se debe realizar dicha investigación en un tiempo establecido entre octubre de 2014 y enero de 2015.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVOS GENERALES

Elaborar una propuesta de diseño para señalética que represente la identidad del Jardín Botánico de Guayaquil y su recorrido.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir las especies de flora y fauna más representativas del Jardín Botánico.
- Determinar los problemas de señalización mediante el análisis del recorrido de los visitantes
- Proponer el diseño de la señalética que represente la identidad del lugar.



CAPÍTULO 2
MARCO REFERENCIAL

2.1. ANTECEDENTES

La señalética ha sido usada a través de la historia y diferentes civilizaciones han empleado esta herramienta. Joan Costa (2007) sostiene que la señalética aparece desde la época de los griegos que lo utilizaban como instrumento para representar a sus dioses a través de figuras simbólicas. Ya sea como la forma de una montaña de piedra o una columna de piedra de un falo o miembro erecto simbólico llamado “Hermes”, utilizado para indicar direcciones. Siendo guías de muchos viajeros, muchas de estas representaciones evolucionaron como “Hermes”, al cual se le agregó elementos como una cabeza humana, con el pasar de los años este símbolo se llenó de mensajes y connotaciones como ser el protector de mercaderes, del comercio y de los viajeros. Griegos y Romanos adoptaron estos elementos para guiar e indicar como inicios de lo que hoy conocemos como Señalética.⁷

Costa (1989) afirma: “La señalética nace como parte de la ciencia de la comunicación social o de la información y la semiótica. Constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, arquitectura y el acondicionamiento del espacio. (p. 9).⁸

De acuerdo con Costa es "una disciplina proyectual del diseño de comunicación visual que tiene por objeto hacer inteligibles y fácilmente utilizables los espacios de acción de los individuos” (Costa, 2007, p.17), mediante una comunicación mediática no necesariamente inmediata, directa, ni personal.

Las ciudades de acuerdo a lo planteado por esta definición, son espacios delimitados geográficamente y están sujetos a una autoridad. Atribuyendo que las ciudades corresponden al área de acción de un proyecto señalético (Grisolía, 2011).⁹

Hoy en día la señalética cumple con un sin número de funciones como comunicar, y contribuir a la identidad dentro de una sociedad, atribuidos por elementos propios de dicho espacio, esta puede ser capaz de agregar una calidad de vida, como función

⁷ Costa, J. (2007). *Señalética Corporativa*. Barcelona, España: Costa Punto Com Editor.

⁸ Costa, J. (1989). *Señalética. De la señalización al diseño de programas*. Barcelona, España: Ceac

⁹ Grisolía, C. V. (2011, Octubre) Relaciones del diseño gráfico con la identidad de las ciudades, Conexiones con el city branding y el diseño de información. *Revista Internacional de Investigación, Innovación y Desarrollo en Diseño*. Recuperado de http://www.disenio.uma.es/i_disenio/i_disenio_6/carmen_grisolia.htm

principal debe solucionar problemas de la vida urbana, específicamente los que se enfocan en la navegación y circulación (Grisolía, 2011).¹⁰

La señalética encontradas en grandes urbes, en su mayoría con la finalidad de responder a la necesidad de una comunidad, necesitan comunicar, seguir consignas y delimitar espacios de las mismas para mantener orden colectivo.

Estas guías visuales pueden demostrar la presencia o la delimitación de un algo en algunos casos y son mostrados a través de la señalética, herramienta que forma parte de la ciencia de la comunicación que cumple una doble funcionalidad de informar y orientar al usuario.

Su comunicación se da a través del recurso del signo, como elemento representativo para transmitir un mensaje, de una forma muy puntual y efímera, no tiene la necesidad de ser recordada por el usuario, sino transmitir un mensaje claro y conciso dentro de un espacio.

¹⁰ Grisolía, C. V. (2011, Octubre) Relaciones del diseño gráfico con la identidad de las ciudades, Conexiones con el city branding y el diseño de información. *Revista Internacional de Investigación, Innovación y Desarrollo en Diseño*. Recuperado de http://www.disenio.uma.es/i_diseno/i_diseno_6/carmen_grisolia.htm

2.2. CASOS DE ESTUDIO

2.2.1. EL METRO DE LONDRES

El metro de Londres, también llamado “Underground” o “Tube”, fue inaugurado en 1863, actualmente cuenta con 274 estaciones y más de 3 millones de pasajeros diarios. Considerado uno de los casos más importantes a nivel mundial sobre señalética, el logo compuesto de la barra azul y el círculo rojo para el subterráneo de Londres contextualiza perfectamente cómo y por qué es necesario entregar mensajes claros de información y ubicación al público. El círculo y el mapa convirtieron al subterráneo de Londres en un ícono cultural que es parte de la historia de Londres y que a su vez es reconocido a nivel mundial.

Objetivo:

Encontrar una manera simple de destacar los nombres de las estaciones en los andenes, debido al exceso de afiches publicitarios. Y a su vez desarrollar un mapa que sea de fácil entendimiento por parte de los usuarios.



Figura 2-1 Mapa del Metro de Londres. Recuperado de <http://www.yorokobu.es>

Construcción:

El logo del subterráneo de Londres, se usó por primera vez en el siglo XIX compuesto de la “redondela”, se trata de un círculo rojo con una barra horizontal de color azul en el centro y dentro de ella la palabra GENERAL. Posteriormente el círculo rojo con la barra de color azul, fue adoptado con la palabra “UNDERGROUND” dentro de la barra.

A través del tiempo, el logo del subterráneo de Londres ha crecido en relevancia cultural, artística y social.

En 1931, Harry Beck empezó a trabajar en un diseño para el mapa del subterráneo de Londres, inspirado en un circuito eléctrico usando líneas rectas, ángulos sencillos, horizontal y vertical con unas variaciones de 45 grados, usando colores específicos para cada línea, manteniendo la simetría, permitiendo el fácil entendimiento por parte de los usuarios.



Figura 2-2 Logotipo del Subterráneo de Londres.
Recuperado de <http://www.yorokobu.es>

Implementación:

Los nombres de las estaciones son ubicados en vez de la palabra “UNDERGROUND”, para distinguir las paradas, también es utilizado en otros tipos de transportes (taxis, autobuses) en diferentes colores, souvenirs para los turistas por ejemplo: tazas, camisetas, gorras, entre otros. Distintos usos, cambios de tipografías, pero siempre ha mantenido su poder como un símbolo para el sistema de transportación de Londres y para la ciudad.

El mapa del subterráneo de Londres, sirvió de referencia para la creación de mapas de subterráneos alrededor del mundo.

2.2.2. BIOPARQUE TEMAIKÉN (ARGENTINA)

El Bioparque Temaikén se encuentra ubicado en la provincia de Buenos Aires, Argentina. Está distribuido en cuatro zonas: Asia, África, autóctonos y acuario. Cada una de estas zonas busca mostrar la flora y fauna con las características específicas de su entorno natural.

El Bioparque Temaikén desarrolla proyectos enfocados a la protección de especies, educación ambiental e investigación para fomentar la conservación del medio ambiente.

Objetivo:

Diseñar una señalética que logre representar y reforzar la identidad del Bioparque de Temaikén, que a más de resolver los factores de circulación y comunicación del lugar, expresen a través de la señalética todo lo que engloba el Bioparque, con un estilo innovador y de fácil interpretación para los usuarios.

Construcción:

Para la creación del logotipo del Bioparque Temaikén se utilizó una tipografía dúctil y orgánica, con una gama de colores sepias que evocan a la tierra y naturaleza, que son aplicados en todo el sistema señalético.

Para la señalética dentro del parque, se diseñó los pictogramas de forma sencilla, que representen las diferentes especies de fauna que cuenta el bioparque, con el fin de lograr un alto reconocimiento por los usuarios.

Esta tríada de elementos básicos de identidad (logo, iso y color), conforman una unidad de reconocimiento y valoración de la marca Temaikén, logrando reflejar una imagen amigable que apela a un diálogo más íntimo entre el Parque y su audiencia. (Shakespeare, 2002)¹¹

Implementación:

El diseño del sistema señalético para el Bioparque Temaikén, está debidamente elaborado para que sea aplicado de forma correcta, manteniendo una identidad visual que se complementa con el resto del parque.

Se elaboró infografías que contienen información de cada una de las especies que se encuentran dentro del parque, de fácil comprensión para los usuarios sean estos niños o adultos. También se implementó un mapa de ubicación para los visitantes.



**Figura 2-3 Señalética Bioparque Temaikén.
Elaboración propia 2014**

¹¹ Ciudad en Movimiento, (2013). *Haciendo la ciudad legible por Ronald Shakespeare*. Recuperado de <http://ciudadenmovimiento.org/haciendo-la-ciudad-legible/>

2.2.3 MUSEO DE ARTE MODERNO (MoMA)

El Museo de Arte Moderno o MoMA (acrónimo de Museum of Modern Art), se encuentra ubicado en Manhattan, Nueva York. Considerado como uno de los mejores museos de arte moderno y contemporáneo del mundo, posee una de las mejores colecciones de obras maestras de arte, diseño gráfico, diseño industrial, fotografías, cine, entre otros.

Objetivo:

Implementar la marca gráfica del museo en nuevas vías de comunicación, logrando diversificar y comprometerse más con la audiencia, fortaleciendo su identidad.

Construcción:

La renovación de la imagen del MoMA fue diseñada por Paula Scher y Julia Hoffman, se utilizó la fuente MoMA Gothic como la tipografía principal para el diseño en general, permitiendo ser usado en todo tipo de yuxtaposiciones y utilizando una paleta de colores brillantes, el uso de contrastes entre el blanco, el uso del negro (logo) y acompañadas de una imagen.

El diseño de los pictogramas para la señalética, se caracteriza por reflejar la cualidad del movimiento del cuerpo humano, manteniendo el concepto gráfico del contraste negro sobre blanco.



Figura 2-4 Señalética del MoMA. Elaboración propia 2014

Implementación:

El rediseño de la marca del MoMA ha sido utilizado en varios soportes gráficos, publicidad externa, folletos, página Web y aplicaciones.

Para mejorar la experiencia de los visitantes se creó una aplicación para celulares smartphones, en el cual se puede acceder a tomar un tour multimedia, planear la visita al museo, entre otros. Como resultado se logró innovar y mejorar la comunicación con la audiencia.



**Figura 2-5 Publicidad Externa del MoMA.
Recuperado de <http://www.Moma.org>**

2.3. IDENTIDAD Y CULTURA

2.3.1. CULTURA

La cultura es un término que conlleva un sin número de conceptos, significaciones que han variado dependiendo del autor, punto de vista y el transcurso de los años. Se origina en Europa en el siglo XVII, mediante la palabra civilización, denota varios significados a través de la misma. Considerada como concepto de evolución de una civilización y se asocia con un progreso material (Kuper, 2001).¹²

La cultura con el pasar de los años tuvo enfoque más humanista, de acuerdo con la UNESCO contempla rasgos que diferencian a comunidades en aspectos espirituales, materiales y afectivos, relacionándose con disciplinas como arte, religión y las costumbres que caracterizan los intereses de un grupo social o pueblo, da como resultado una visión mucho más amplia. De acuerdo con Cicerón, determina la cultura como “Cultura del alma”; que implica un progreso personal hacia la perfección Espiritual (Kuper, 2001).

La cultura sujeto social que corresponde desde un carácter individual, está presente en cada ser humano con fin de identificar aspectos tanto propios como colectivos.

Esta tiene una estrecha relación con la identidad ya que no hay una persona sin cultura, o una cultura sin persona, mediante el proceso de inculturación y sociabilización la identidad forma parte de la cultura que asumen los individuos dentro de un contexto social. A través de dicha cultura asumida por un sujeto, esta puede definir, modificar el actuar de sujeto. (Di Cristofaro Longo, 1993).¹³

A través de dicho proceso de aceptación un pueblo puede caracterizar, identificar y diferenciar, de otros a través de la cultura y gracias a los diferentes grupos sociales existentes se crea una diversidad cultural.

A lo largo del mundo existen diferentes comunidades, sociedades, con una biodiversidad cultural por cada una, en el caso de Ecuador a pesar de ser una nación, es pluricultural por sus diferentes razas que se identifican a través de distintos hábitos,

¹² Kuper, A. (2001). *Cultura, la visión de los antropólogos*. Barcelona, España: Paidós.

¹³ Di Cristofaro Longo, G. (1993). *Identidad y Cultura. Por una antropología de la reciprocidad*. Roma: Studium.

lenguas, mitos, leyendas y costumbres que se transmiten a través de la cultura; conformando la identidad de las comunidades del Ecuador.

2.3.2. IDENTIDAD CULTURAL

“La Identidad cultural, desde su génesis y desarrollo surgió multicondicionada, todo el sistema de hechos, acontecimientos y factores económicos, políticos, sociales y antropológicos de la cultura como totalidad compleja han llevado a repensar y redefinir en diferentes épocas y momentos de la historia la identidad cultural” (Rojas, 2011, p.56).¹⁴

Según la Filosofía Griega, Parménides fue el impulsor de lo que se conoce hoy en día como pensamiento racional tratando de explicar el ente, estableciendo el carácter idéntico del ser a finales del siglo VI a.c. A partir de ahí se empieza a utilizar la palabra identidad, refiriéndose como el rasgo característico del ser.

El diccionario de la Real Academia Española define como identidad, al “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”¹⁵, logrando distinguirse del resto influenciados por factores como la historia y el contexto en el que se vive.

La identidad personal es el conjunto de todos los atributos, características, comportamientos y tradiciones que forman un territorio, una nación y a una persona, logrando distinguirla de los demás. Esta identidad es fluida, cambiante y se desarrolla en el tiempo, se concibe en el pasado donde se hallan sus raíces, en el presente y se proyecta hacia el futuro.

Pérez (2010) afirma: “La identidad es un producto del devenir histórico y atraviesa distintas etapas; continuamente se está reproduciendo, situación que le permite desarrollarse y enriquecerse o debilitarse e incluso desaparecer” (p. 65).¹⁶

Según Jorge Larraín considera que la identidad tiene un doble sentido, primero las personas son definidas de acuerdo a categorías sociales compartidas como la religión, el

¹⁴ Rojas, M. (2011). *Identidad Cultural e Integración*. Bogotá, Colombia: Bonaventurina

¹⁵ RAE, (2014). *Real Academia Española*. Madrid, Barcelona. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=identidad>

¹⁶ Pérez, N. (2010). *Centro de investigaciones de la cultura*. Universidad Ciego de Ávila, Cuba.

género, la etnia, entre otros. Segundo, también se aplica la identidad como una referencia hacia “los demás”, entendido a aquellos con el cual el sujeto quiere diferenciarse. (Larraín, 1997).¹⁷

La identidad de un lugar es un proceso de construcción, que se toma en cuenta desde su fundación, independencia, la apropiación de un territorio, idioma, los acontecimientos políticos y sociales, logrando el reconocimiento de cada nación. Todo esto conlleva a que los habitantes de dicho lugar defiendan con orgullo su territorio.

La construcción de la identidad no es un proceso sencillo ni inmediato, más bien requiere del tiempo para que los habitantes de una nación puedan sentirse identificados y logren reconocerse como parte fundamental de la misma.

Durante la primera mitad del siglo XX, en pleno auge del desarrollo de los medios de comunicación como el cine, la televisión y radio, logran difundir de manera global las costumbres de cada región de donde provienen dichos medios. De esta forma se logra diferenciar a los pueblos a través de los hábitos, el habla, vestimenta, y el desenvolvimiento corporal.

El desarrollo de los medios de comunicación es considerado como uno de los pilares fundamentales de la construcción de la identidad de un país, pero a su vez tuvo sus ventajas y desventajas.

Entre sus ventajas se encuentra que gracias a la radio y a la televisión se logró que lugares que estaban muy alejados y desconectados de las zonas urbanas o ciudades principales, logren ser reconocidos y tomados en cuenta, transmitiendo la cultura e identidad de una nación, debido a que dichos medios de comunicación eran propios de cada país. Impulsando de esta forma la identidad nacional, logrando difundir la cultura, costumbres y otros aspectos influyentes, incentivando el consumo de los productos propios del país.

Durante este tiempo se logró notar como cada región o individuo de un mismo país, mantenía sus costumbres, el orgullo por ser parte de dicho territorio, alejándose de la influencia internacional.

¹⁷ Larraín, J. (1997) *La trayectoria latinoamericana a la modernidad*. Revista Estudios Públicos. (No. 66), p. 20.

Entre sus desventajas, se conoce que a partir de los años ochenta, gracias al desarrollo de las economías en los países, la introducción hacia mercados globales y el desarrollo de nuevas tecnologías que mejoren las necesidades de un lugar o individuo, sean los causantes de que poco a poco se vaya perdiendo la cultura e identidad de una nación y permitiendo la introducción de costumbres extranjeras a un territorio.

La identidad cultural de un pueblo, es definida por su historia y resulta de la unión de un sinnúmero de elementos, como las costumbres, juicios, creencias religiosas, lengua, comportamientos en los que se plasma su cultura, logrando crear un proceso de autoidentificación del pueblo o de sus habitantes, manteniendo los rasgos propios y distintivos de las demás naciones. González (2000) afirma: “un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad” (p.43)¹⁸

La identidad cultural nace a partir de las personas, habitantes de una nación que demuestran su sentido de pertinencia hacia sus grupos sociales y étnicos. Cuando las personas sienten ser parte de esta identidad cultural propia de su territorio, se logra mantener durante el tiempo sirviendo como referente de identidad de los ciudadanos fortaleciendo su cultura cada vez más.

Por lo contrario si las personas no logran sentirse identificadas y la desprecian, poco a poco se perderá la cultura y la reemplazarán por elementos culturales extranjeros, llegando al punto de perder su identidad nacional.

“El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos” (Bákula, 2000, p.169).¹⁹

¹⁸ González, I. (2000). *Conservación de bienes culturales*. Madrid, España: Catedra.

¹⁹ Bákula, C. (2000). *Reflexiones en torno al patrimonio cultural*. Lima, Perú

2.3.3. PATRIMONIO

El término Patrimonio se origina de dos palabras del lenguaje del latín que significa: “lo que heredamos de nuestros antepasados”; Hernández y Teserras (2001) afirman que patrimonio se refiere a un conjunto de bienes que pueden ser materiales e inmateriales, de una persona o pueblo; que pueden expresar una identidad a través de una historia o tradición.²⁰

Su significación puede establecerse en tres diferentes categorías: valor, forma, símbolo y significado. El patrimonio encierra una vida, una historia, una tradición, este puede enorgullecer su pasado y expresa una identidad. Este concepto manifiesta toda actividad humana (Prats, 1997).

Existen diferentes tipos de patrimonios clasificados en dos ramas: natural y cultural. Este último se divide en material e inmaterial, que a su vez se subdividen en bienes arqueológicos, documentales, muebles e inmuebles.

El patrimonio cultural dado por una nación, puede ser un elemento estético como representativo de una comunidad; mientras que el patrimonio natural se encuentra constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio determinado, denominados según la UNESCO como monumentos naturales.

En su generalidad dichos paisajes cuentan con un valor relevante, una vista estética, científica y medioambiental. Estos pueden ser desde parques nacionales, reservas ecológicas, entre otras áreas verdes.

Es importante conocer la importancia de la implementación de dicho término que tiene objetivo comunicar y transmitir una identidad cultural hacia futuras generaciones y la importancia de su significado (Llull, 2005).

²⁰ Tesserras, J. J., y Ballart, J. (2001). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona, España: Ariel.

2.3.4. BOSQUES PROTECTORES

Las Áreas verdes son espacios urbanos, donde en su mayoría son ocupados por árboles, arbustos, plantas, distintas especies similares a estos. Estas áreas cumplen funciones de esparcimiento, recreación, ecológica, ornamentación, protección, recuperación, entre otros.

Aunque la importancia de estas ha sido poco estudiada, estas juegan un papel importante en la calidad de vida, y sustentabilidad urbana. Un área verde ayuda a contribuir y garantizar el derecho de vivir dentro de un espacio con un medio ambiente adecuado, considerando aspectos de índole social, económico y ambiental.

Dichos espacios aportan de diferentes modos, ya sea fomentando al esparcimiento, el deporte y la estética de una ciudad, este contribuye en aspectos ambientales, como mejorar la calidad de aire y aumentando la biodiversidad de un ecosistema.

A partir del concepto de calidad de vida, originada en mitad del siglo XX, se realizaron diferentes estudios que aportaron con datos diversos acerca de la economía, salud, educación entre otros.

Uno de los estudios realizados por los autores Kaplan & Kaplan en 1989 acerca de “la atención del hombre y el entorno circundante; es decir, el hombre y la vida urbana, la modernidad; lo que conlleva a temas relacionados con la contaminación y emisión de gases vehiculares, ruidos y el ruido visual dio como resultado que se generara un estrés constante.”²¹

El estudio detalla que los distintos beneficios que la vegetación y la naturaleza ayuda a nivel psicológico y sensorial poder relajarnos.

Dado los resultados del experimento realizado demuestra el papel que juega un espacio verde dentro de un área verde, porque no solo ayuda a nuestra salud mental y física, sino que fomenta la importancia de ella mediante una educación ambiental de preservación y cuidado de las mismas.

²¹ Athineos (2011), Plan de Desarrollo de Trujillo. Recuperado de: <http://plandet.wordpress.com/2011/02/09/la-importancia-de-areas-verdes-destinadas-para-parques/>

La UNESCO durante la Convención de 1972, considera como patrimonio natural a: “Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animal y vegetal amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico” (UNESCO, 1972).²²

El Bosque protector, palabra de origen germánico, un lugar poblado de árboles y arbustos, que tiene como función absorber dióxido de carbono, proteger de la erosión una zona, regularizando su régimen hidrológico.

Existen bosques en casi todas las regiones del planeta, siendo Ecuador el segundo país de mayor biodiversidad en Latinoamérica, Guayaquil cuenta con 10 Bosques Protectores (SENPLADES, 2011, p.34)²³

NO	BOSQUES PROTECTORES	AÑO DE CREACIÓN	SUPERFICIE (HAS.)	LOCALIZACIÓN
1	Salado Norte	1986	1.650	Guayaquil
2	Manglares Pto. Hondo	1987	2.000	Guayaquil
3	El Paraíso	1989	420	Guayaquil
4	Cerro Blanco	1989	2.000	Guayaquil
5	Chongón	1992	7.820	Guayaquil
6	Prosperina	1994	570	Guayaquil
7	Sendero de Palo Santo	1996	4,63	Guayaquil
8	Cerro Colorado	2005	325,43	Guayaquil
9	San Eduardo	2007	320	Guayaquil
10	Bosqueira	2009	130,5	Guayaquil

Figura 2-6 Detalle de bosques protectores 2011. Recuperado de SENPLADES, 2011.

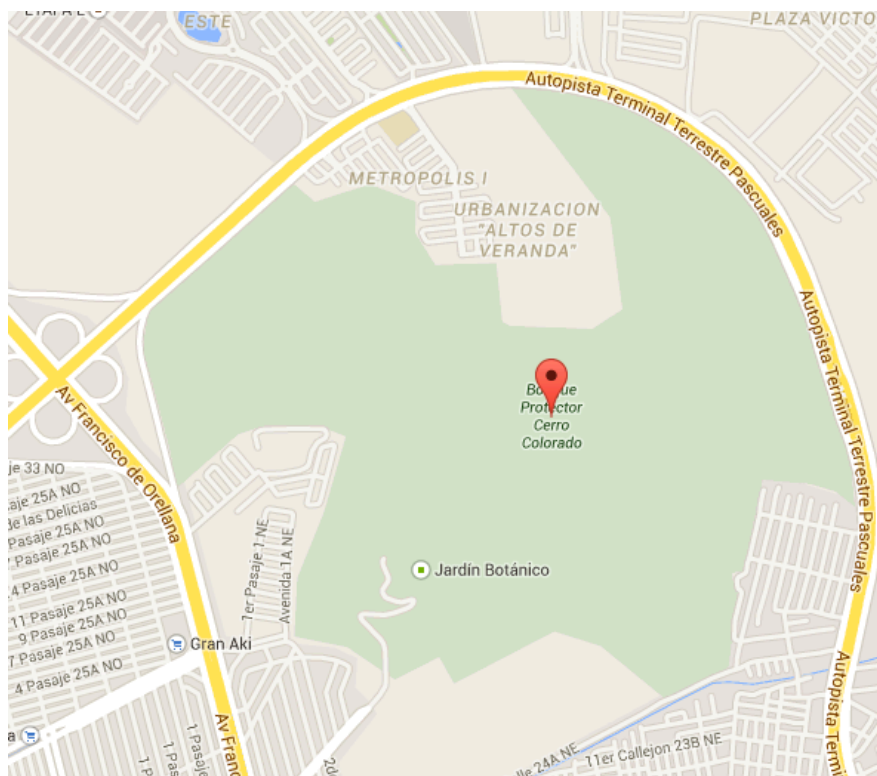
La actividad humana es la que pone en riesgo la conservación de los bosques protectores. El Ministerio del Ambiente plantea como solución fomentar la generación y

²² Molano, O. (2008, 7 de mayo). Identidad Cultural un concepto que evoluciona. *Opera*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>

²³ Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, (2011). *Zona de planificación 8, Agenda Zonal para el Buen Vivir*. QUITO, ECUADOR: SENPLADES

restauración de áreas verdes para la recreación, el esparcimiento e inculcar el contacto con la naturaleza, en la ciudad de Guayaquil (Ministerio del Ambiente, 2013).²⁴

En la ciudad de Guayaquil se encuentra el Jardín Botánico, ubicado en el bosque protector Cerro Colorado, como parte de las áreas verdes que cuenta la ciudad.



**Figura 2-7 Ubicación del Jardín botánico de Guayaquil.
Recuperado de <https://maps.google.com>**

²⁴ Ministerio del Ambiente. (2013). *Proyecto Generación y Restauración de Áreas Verdes para la ciudad de Guayaquil*. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/guayaquil-ecologico/>

2.3.5. JARDÍN BOTÁNICO DE GUAYAQUIL

2.3.5.1. ANTECEDENTES

La costa ecuatoriana alberga una gran variedad de especies botánicas, animales y diversos tipos de bosques, esto se debe a la influencia de las corrientes marinas y las características geológicas del territorio.

Esta riqueza de flora y fauna es parte de la biodiversidad con la que cuenta el Ecuador, es por este motivo que alrededor de mucho tiempo se ha fomentando la importancia de la conservación y propagación de las especies en el país, razón fundamental por la que el 28 de Mayo de 1938 el M. I. Concejo Cantonal de Guayaquil expide una ordenanza para la creación del Jardín Zoológico y Bosque Municipal, dicho proyecto no se logró llevar a cabo por distintas causas.²⁵

Cada uno de los periodos de los gobiernos posteriores, tenían como proyecto la creación de un Parque Zoológico y Jardín Botánico para la ciudad de Guayaquil, lastimosamente no se logró culminar las gestiones para la construcción del lugar.

El 17 de Septiembre de 1974, se funda la Asociación Ecuatoriana de Orquideología, incluyendo en su estatuto la obligación de mantener un campo de cultivo de orquídeas, motivo por el cual el M. I. Municipalidad de Guayaquil autoriza gestionar la consecución del terreno para la construcción del Orquideario-Jardín Botánico.

El 20 de Febrero de 1979, el Alcalde Antonio Hanna Musse acepta la construcción del proyecto Jardín Botánico en un área de 5 hectáreas dentro del terreno del señor Lutfallah Kozhaya Abi-Hanna, situado en el norte de la ciudad de Guayaquil, en las colinas del sitio denominado Cerro Colorado.

El 16 de Septiembre de 1989, se inauguró el Jardín Botánico de Guayaquil, cuenta con un sendero principal de 700 m. de longitud y está dividido en 3 secciones, en las cuales se pueden observar la diversidad de especies botánicas, no sólo nativas de la región litoral, sino también especies introducidas en diversas épocas que lograron adaptarse con éxito. En el año 1995 se crea la Fundación Jardín Botánico de Guayaquil, institución encargada de la administración y mantenimiento del lugar.

²⁵ Asociación Ecuatoriana de Orquideología. (2013). *Proyecto El Jardín Botánico de Guayaquil*. Recuperado de <http://www.orquideasecuador.org/articulos/jbg.html>

El Jardín Botánico ha logrado conservar su medio natural a través de los años, alberga aproximadamente 324 especies botánicas, alrededor de 73 especies de aves, más de 60 especies de mariposas y otros animales silvestres, motivo por el cual es considerado como un pulmón verde para la ciudad de Guayaquil.

2.3.5.2. UBICACIÓN

El Jardín Botánico está ubicado dentro del área del bosque protector Cerro Colorado al norte de la ciudad de Guayaquil, a la altura de la urbanización “Las Orquídeas”, cuenta con un terreno de aproximadamente 5 hectáreas, a 60 m. sobre el nivel del mar. Esto corresponde a los 79° 59’ ,W. de longitud, 2° 04’ S de latitud.

El bosque seco protector Cerro Colorado es considerado por tener un clima tropical con una estación lluviosa que comprende los meses de diciembre hasta finales de abril y otra estación seca durante el resto del año.

2.3.5.3. ORGANIZACIÓN

La Fundación Jardín Botánico de Guayaquil, es una organización no gubernamental sin fines de lucro. Se encuentra organizado por un Directorio y una administración profesional encabezada por un Director Ejecutivo, personal administrativo, guías especializados y jardineros encargados del mantenimiento del lugar.²⁶

Cuenta con autorización de Funcionamiento desde el 11 de Marzo de 1990, otorgado por la Subsecretaría Forestal y de Recursos Naturales Renovables del Ministerio de Agricultura y Ganadería, también posee Patente de Manejo de Vida Silvestre que le fue otorgada por el Ministerio del Ambiente.²⁷

La construcción del Jardín Botánico se realizó con el aporte de la Asociación Ecuatoriana de Orquideología con el cual trabajan en conjunto para su desarrollo.

²⁶ Asociación Ecuatoriana de Orquideología. (2013). *Proyecto El Jardín Botánico de Guayaquil*. Recuperado de <http://www.orquideasecuador.org/articulos/jbg.html>

²⁷ El Universo. (17 de noviembre de 2011). Jardín Botánico cuida de varias especies de animales. *El Universo*. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2011/11/17/1/1550/jardin-botanico-cuida-varias-especies-animales.html>

2.3.5.4. IMPORTANCIA

El Jardín Botánico es de suma importancia para la ciudad de Guayaquil, ya que fomenta y fortalece el cuidado ambiental a través del contacto con la naturaleza, brinda un entretenimiento ecoturístico y educativo, como parte fundamental de su entorno. Por medio de la educación se transmite la protección de la biodiversidad y la transmisión del patrimonio natural. Es considerado, un centro de conservación donde se cultiva y propaga diversas especies botánicas y de la fauna, muchas de ellas en peligro de extinción.

Con respecto al tema de educación, el Jardín Botánico de Guayaquil es uno de los referentes principales para el estudio de la flora y fauna del medio, donde estudiantes desde el nivel primario aprenden en forma directa a distinguir las diversas plantas y árboles, siendo este centro el motor fundamental para el traspaso de este conocimiento hacia los habitantes.

La investigación es otro de los aspectos importantes que desarrolla el Jardín Botánico de Guayaquil, en él se logra determinar la obtención de híbridos que congregan las características más destacadas de diversas especies, sobre todo las endémicas del Ecuador. Los trabajos de investigación incluyen la taxonomía, es decir el estudio de la botánica, los datos obtenidos y los estudios acerca de las nuevas especies, logran determinar qué tipo de flora pueden ser utilizadas para distintos fines como la agricultura o la investigación medicinal, contribuyendo a la población.

A partir de un viaje realizado a Nueva Zelanda por miembros de la Asociación Ecuatoriana de Orquideología de Guayaquil, surge el proyecto Lepidoptario (criadero de mariposas) del Jardín Botánico de Guayaquil, conformado por un laboratorio y un micro hábitat donde se realiza investigaciones, estudios y producción de mariposas lepidópteros, fomentando en los visitantes, la educación con respecto al ciclo reproductivo de estas especies, la importancia que desempeñan en la naturaleza y sus relaciones biológicas con el entorno.

2.3.5.5. PERFIL DEL USUARIO

Guayaquil es una de las ciudades más grandes y de mayor población del país, apreciada como punto turístico por nacionales y extranjeros, cuenta con 10 Bosques Protectores (SENPLADES, 2011, p.34). Siendo una ciudad con muchos atractivos para los ecoturistas.

El ecoturista presenta ciertos aspectos que lo caracterizan y diferencian con el resto, le interesa estar en contacto con la naturaleza, por lo general es educado respeta y cuida de ella, en su mayoría realiza actividades al aire libre. A pesar de esto el ecoturista va dispuesto a aprender, le gusta estar bien informado del lugar donde visita, es decir que este requiere de la información necesaria de un punto turístico para conocer y disfrutar del lugar.

La información y la instrucción son unos de los puntos principales a destacar, ya que el jardín botánico participa de la mano con la educación ambiental.

El Ministerio de Ambiente de Chile sostiene que la educación ambiental es un proceso educativo permanente de carácter interdisciplinario destinado a la sociedad para conservar y proteger el medio ambiente. Ésta información está orientada en comprender y tomar conciencia de los problemas ambientales, dónde se tiene como objetivo incorporar e integrar valores, hábitos y conductas para prevenir y resolverlos.²⁸

Esta formación es una de los principales motivos por el cual instituciones educativas ocupan el segundo grupo considerable de visitantes del jardín botánico, en el cual se pretende educar a sus usuarios acerca de las diferentes especies de flora y fauna originarias del sector para el cuidado y conservación de las mismas.

Dado a los motivos mencionados el jardín botánico atrae a todo tipo de público, desde niños, jóvenes hasta adultos por ser un espacio tanto de recreación natural como educativo.

²⁸ Ministerio de Ambiente de Chile (2014). *Portal de Educación Ambiental*. Recuperado de <http://www.mma.gob.cl/educacionambiental/1319/w3-propertyvalue-16421.html>

2.3.5.6. ESPECIES

2.3.5.6.1. FLORA²⁹

Dentro del jardín botánico se pueden encontrar alrededor de 800 especies de plantas y 164 de árboles, de las cuales 324 especies están debidamente identificadas. La mayoría de estas especies son propias de la zona tropical de la costa.

ORQUÍDEAS

El jardín botánico cuenta con un orquideario donde se cultivan y coleccionan distintas especies pertenecientes a la familia Orchidaceae del Ecuador.

La familia Orchidaceae es probablemente la familia más grande de plantas con flor del reino vegetal, con cerca de 30.000 especies a nivel mundial. En las zonas tropicales se encuentran la mayor cantidad de especies y variedad de formas y colores, esto se debe principalmente a su clima y hábitos característicos en su medio natural. Las especies de orquídeas más representativa del jardín botánico son:

- **Cattleya.-** El género de orquídeas más conocido y común entre los aficionados y los cultivadores comerciales. Este género lo componen unas 50 especies originarias de América tropical. Entre las más representativas se encuentran: la *Cattleya Máxima* y la *Cattleya skinneri*.



Figura 2-8 Cattleya Máxima. Elaboración propia 2014

²⁹ Fundación Jardín Botánico de Guayaquil (2012). *Taller de Guías del Jardín Botánico de Guayaquil*

- **Orquídea de Guayaquil.-** Su nombre científico es *Encyclia Angustiloba* Schltr, se encuentra en el bosque seco tropical. Es endémica de las provincias del Guayas y Manabí, se encuentra en peligro de crítico, por tal motivo la Asociación Ecuatoriana de Orquideología la nombró como la flor emblemática de la ciudad. Compuesta de pequeñas flores con sépalos y pétalos color café rojizo, tiene un pétalo color blanco.

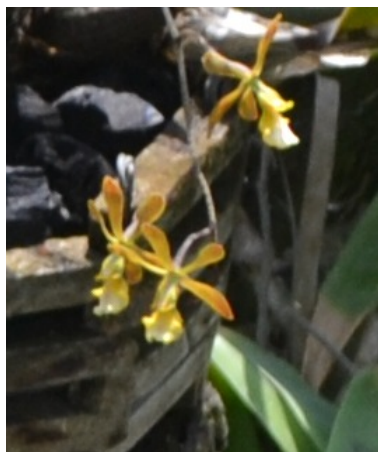


Figura 2-9 Orquídea de Guayaquil. Elaboración propia 2014.

BROMELIAS

La familia Bromeliaceae, incluye aproximadamente 56 géneros de hierbas terrestres epífitas de temperaturas templadas. El Jardín Botánico posee más de 30 especies nativas de la Costa. Poseen hojas basales y como roseta, alternadas espiralmente.



Figura 2-10: Bromelia. Elaboración propia 2014

GUAYACÁN

Nombre científico es *Tabebuia Chrysantha*, es un árbol originario de la zona intertropical. El Guayacán es un árbol de tronco fuerte, recto, cilíndrico, considerado una de las maderas más duras y resistentes. Sus hojas son grandes con flores amarillas. Sirve de nido para el Guacamayo, una especie en peligro de extinción propia de la zona.



Figura 2-11 Guayacán. Recuperado de https://c1.staticflickr.com/3/2404/2471046283_0b685b2162.jpg

SAMÁN

Nombre científico *Samanea saman*, es un árbol muy frondoso que alcanza hasta 20 m de altura. Se ramifica a lo alto y es propicio para brindar sombra y frescura.



Figura 2-12 Samán. Recuperado de El Universo

PALMAS

Las palmeras o palmas son plantas arbóreas o arbustivas de la familia palmaceae. En Ecuador hay registradas 129 especies nativas en 34 géneros.



Figura 2-13 Palmera. Elaboración propia 2014

CACTUS

Las plantas suculentas son aquellas que por vivir en zonas muy áridas poseen tejidos carnosos y muy ricos en agua. Todos los cactus son suculentos pero pertenecen a una sola familia: La Cactáceae.



Figura 2-14 Cactus Suculentas. Elaboración propia 2014

2.3.5.6.2. FAUNA³⁰

AVES

Dentro del Jardín Botánico de Guayaquil se encuentran alrededor de 76 especies de aves, algunas de ellas endémicas. Por esta razón la conservación del Jardín Botánico es imperante dado a que es uno de los pocos hábitats para las aves que permanecen en esta ciudad.

Entre las especies de aves comunes en el Jardín Botánico de Guayaquil:

- **PAPAGAYO AZULIAMARILLO Y ESCARLATA.-** Son huéspedes obligados de los zoológicos y son perseguidos en alto grado por los indígenas debido a su pelaje de colores exóticos, por esta razón se encuentran en peligro de extinción.



Figura 2-15 Papagayo Azuliamarillo y Escarlata. Elaboración propia 2014

PECES

El Ecosistema Amazónico en el Jardín Botánico, cuenta con una variedad de peces señalados a continuación:

³⁰ Fundación Jardín Botánico de Guayaquil (2012). *Taller de Guías del Jardín Botánico de Guayaquil*

- **PIRAÑA ROJA.-** Es considerado uno de los importantes depredadores en los ríos de América del Sur. Alcanzan más de 30 cm de longitud y se alimenta principalmente de pequeños peces.



Figura 2-16 Piraña Roja. Elaboración propia 2014

- **ANGUILA ELÉCTRICA.-** Es un animal casi ciego guiándose por sensores eléctricos que le permiten percibir el medio en el que se encuentra.

TORTUGAS

- **TORTUGA MOTELO.-** Son conocidas como las terceras tortugas continentales más grandes, y se las encuentra en Sudamérica.



Figura 2-17 Tortuga Motelo. Elaboración propia 2014

- **CHARAPA.-** Se las encuentra en grandes ríos y lagos de la Amazonia, se las reconocen por su caparazón ovalado marrón o negruzco y los puntos amarillos al lado de su cabeza.



Figura 2-18 Charapa. Elaboración propia 2014

MAMÍFEROS

- **CHICHICO o TAMARINO DE CABEZA AMARILLA.-** Es natural de América del Sur. Mide entre 16 a 31 cm, hay varias subespecies y el color varía entre ellas.



Figura 2-19 Chichico. Elaboración propia 2014

- **MONO ARDILLA.-** Comprende la región del norte y occidente de la cuenca Amazónica, en selvas de vegetación primaria y secundaria.



Figura 2-20 Mono Ardilla. Elaboración propia 2014

INVENTARIO DE FAUNA DENTRO DEL JARDÍN BOTÁNICO DE GUAYAQUIL

MAMÍFEROS		
Familia	Nombre Científico	Nombre común y/o vulgar
<i>Didelphidae</i>	<i>Didelphis marsupiales</i>	Zariguella de orejas negras o zorro común.
<i>Cervidae</i>	<i>Ssp.</i>	
<i>Felidae</i>	<i>Ssp.</i>	
<i>Bradyrodidae</i>	<i>Bradypus variegatus</i>	Perico
<i>Sciuridae</i>	<i>Sciurus stramineus</i>	Ardilla sabanera de Guayaquil.
<i>Muridae</i>	<i>Mus musculus</i>	Ratón Común
<i>Phyllostomidae</i>	<i>Artibeus fraterculus</i>	Murciélago frutero
	<i>Artibeus lituratus</i>	Murciélago frutero grande
<i>Molossidae</i>	<i>Molossus Molossus</i>	Murciélago mastín común
REPTILES		
Familia	Nombre Científico	Nombre común y/o vulgar
<i>Iguanidae</i>	<i>Iguana Iguana</i>	Iguana verde
<i>Boidae</i>	<i>Ssp.</i>	
<i>Tropiduridae</i>	<i>Tropidurus spp.</i>	Lagartija de lava
<i>Telidae</i>	<i>Ameiva spp.</i>	Ameiva
ANFIBIOS		
Familia	Nombre Científico	Nombre común y/o vulgar
<i>Bufo</i>	<i>Bufo marinus</i>	Sapo común

Tabla 2-1 Inventario de Fauna. Extraído de “Taller de Guías del Jardín Botánico 2012”

2.3.5.7. RUTA Y DISTRIBUCIÓN³¹

El jardín botánico de Guayaquil se encuentra dividido en 3 secciones:

Primera Sección:

La primera sección, corresponde desde la puerta de ingreso hasta el auditorio, el recorrido por el sendero peatonal de aproximadamente unos 150 m. se encuentra adornado con dibujos aborígenes, especialmente aves encontrados en la isla Puná.

En esta sección existen más de 60 especies diferentes de árboles maderables y frutales, donde habitan en estado natural cientos de plantas de la familia de orquídeas, bromelias y tillandsias.

Los árboles están identificados con rótulos que indican su nombre vulgar y la familia, el generó botánica a la que pertenecen.

Casi al inicio de ésta sección hay un orquideario donde se pueden encontrar plantas de la familia de las orquídeas propias de la costa del Ecuador, así como de otras partes del país, también se puede encontrar orquídeas provenientes de países como Colombia, Panamá, Costa Rica y países asiáticos. El orquideario se encuentra protegido por una cubierta de Saram y dotado con un sistema de riego por aspersion que permite un adecuado cultivo de especies endémicas de la zona o de aquellas que provienen de una altura máxima de 1200 metros.

La sección Zona Amazónica donde se puede apreciar muchos animales de la Amazonía Ecuatoriana entre ellos los monos ardilla, papagayos, pirañas y tortugas. Muchos de ellos en peligro de extinción

El auditorio es utilizado para realizar reuniones de la fundación o de otras instituciones amigas, también se realizan programas especiales, audiovisuales, orientados a inducir la conservación de las especies y del medio ambiente.

Segunda Sección:

La segunda sección, comprende entre el auditorio y el mirador, 150 m. de senderos peatonales adornados con dibujos aborígenes de la cultura Manteña, se puede admirar más de 40 especies diferentes de árboles maderables y frutales. Esta sección está creada

³¹ Fundación Jardín Botánico de Guayaquil (2012). *Taller de Guías del Jardín Botánico de Guayaquil*

especialmente a las plantas económicas del Ecuador, tales como: maíz, banano, café, cacao, caña de azúcar, etc.

El mirador se encuentra ubicado en la cumbre de una colina, en este lugar se encuentra una cabaña, donde los usuarios pueden descansar, un bar para refrigerios y servicios sanitarios. Desde este lugar se puede observar al río Daule y Babahoyo encontrarse frente a Guayaquil y juntos forman el río Guayas.

Tercera Sección:

La tercera sección, se extiende desde el mirador hasta la salida, alrededor de cuarenta diferentes árboles frutales y maderables, circundan sus vías peatonales adornadas con dibujos aborígenes que simbolizan la tierra, las plantas y el agua, muchos de ellos tomados de estampadores cilíndricos pertenecientes a la cultura Manteña.

Esta sección se encuentra dividido en sectores, el sector dedicado a las cactáceas y suculentas, otro de palmáceas, un estanque de nenúfares y lirios acuáticos y un sector de cítricos.

En esta sección se encuentra el Lepidoptario, en el cual se dispone de un laboratorio y un micro hábitat dotado de una cascada artificial que crea un microclima adecuado para las mariposas, así como un jardín con plantas especialmente escogidas de las que se alimentan las orugas o donde ponen los huevos las mariposas adultas.

Por último se encuentra el área de los Cabos Comandos, conformado por una cabaña de descanso donde el público en general puede destinarlo como área de reunión o descanso y disfrutar de los juegos de cuerdas para ascenso-descenso y equilibrio.

2.4. SEÑALÉTICA

2.4.1. ORIGEN

Desde sus inicios la señalética aparece por la necesidad del hombre de orientarse, de acuerdo con Costa (1989) su significado epistemológico es: “señalar a las cosas de elementos ya existentes, tomándolos como una señal”.³²

Señalizar proviene de un impulso intuitivo, que posteriormente se convierte en una práctica empírica de comunicación social que se desarrolla y se perfecciona con el pasar del tiempo.

La señalización en la antigüedad funcionaba para orientar, definir marcaje del paso de cosas, caminos, entornos, en tiempos donde no existían caminos, esta herramienta guío a las primeras sociedades agrícolas.

Los griegos utilizaron la señalización a través del uso de un elemento denominado Hermes; representado de forma de una montaña de piedra o una columna con aspecto de falo, miembro erecto que simbolizaba una dirección. Estos vestigios originalmente tenían la función de ayudar a viajeros a indicar caminos. Luego este elemento logra convertirse en protector de los mercaderes del comercio y viajeros, como también contribuyó en estrategias de conquista.

En la Edad Media los Hermes fueron destruidos por pueblos Cristianos que reemplazaron estos vestigios con cruces, con la finalidad de señalar rutas para dar paso a los fieles (Costa, 2007).

En Francia en el siglo XIV bajo un decreto se clasifica y se enumera las rutas imperiales que posteriormente se convierten en rutas nacionales, con uso de una medida estipulada de kilómetros de cada localidad a lo largo del país. La identificación de calles y casas crean la base de un sistema de señalización urbano, que fue desarrollándose e implementándose a medida que creció la población, y aumentó la necesidad de precaución y seguridad pública, creando un sistema de códigos de circulación peatonal y automovilístico.

³² Costa, J. (1989) *Señalética*. Barcelona, España: Ceac

2.4.2. FUNCIÓN DEL SIGNO

En la era de la prehistoria, donde el hombre primitivo no podía hacer uso de la abstracción para referirse a algo, estuvo perturbado por la necesidad de distinguir o identificar lo que le rodea en su entorno.

Fue entonces a partir de los orígenes de la filosofía griega que el ser humano empieza a emplear el uso de la palabra, de la imagen, del signo como la posibilidad de apropiarse de las cosas ausentes y lograr abstraerlas, tratando de encontrar la relación entre las cosas existentes en la realidad, los signos que representaban esas cosas y la razón que generaba los unos y los unía a las otras (López, 1993).³³ Logrando así con el pasar del tiempo la creación de signos para poder comunicarse.

Eco (1973) afirma: “El signo se utiliza para transmitir una información, para decir, o para indicar a alguien algo que otro conoce y quiere que lo conozcan los demás también”(p.21).³⁴ Por lo tanto el mensaje que se transmite viene a ser el signo.

La identidad o cultura de una sociedad está compuesta por un conjunto de signos, y es por esta razón que es de fácil transmisión hacia otras personas. Es a través del signo que se puede entender y analizar una cultura, logrando ser una herramienta con la que se puede ejercer dominio y lucha. “La cultura se constituye como un sistema de signos. (...) Conocer las reglas de estos signos, es conocer la sociedad” (Eco, 1973, p.166). La convención cultural creada por una sociedad, es la encargada de designar a alguna cosa como signo.

Peirce (1931) sostiene: “el signo propiamente dicho o *representamen* es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter”.³⁵ Esto indica que el signo no representa en su totalidad al objeto, sino que representa para cada persona algo distinto según sus diferentes formas de abstracción.

Un signo por sí solo carece de valor, es por esto que es necesario relacionarlo dentro de un sistema o estructura como lo es la lengua, donde logrará relacionarse con más signos.

Para Saussure (1906) el signo es una unidad lingüística que tiene dos caras: “una sensible llamada *Significante*. Puede ser acústica o visual, pero siempre es algo

³³ López, J. M. (1993). *Semiótica de la comunicación Gráfica*. México: EDINBA

³⁴ Eco, U. (1988). *Signo*. Barcelona, España: Labor

³⁵ Peirce, Ch. S. (1962) *Collected Papers*. Harvard University Press

material; Otra llamada *Significado* que es inmaterial, la idea o concepto evocado en nuestra mente”.³⁶

Un signo es la representación de algo, el cual porta un significado para quien lo interpreta, y es gracias al intérprete que se realiza el paso del signo a lo significado, siendo una acción bidireccional para ambos.

En base a las distintas definiciones planteadas por reconocidos semiólogos alrededor del tiempo se ha llegado a la conclusión que el: “Signo es todo lo que está en lugar de otra cosa y la significa; es la marca sensible de una intención de comunicar un sentido. Se origina de la situación presencia – ausencia, es decir, presencia del signo y ausencia del objeto que denota” (Zecchetto, 2002, p.73)³⁷.

Según Jakobson, las funciones del signo son³⁸:

- *Conativa*: sirve para establecer el contacto entre el emisor y el destinatario. Son todos aquellos que logran que el sujeto realice una acción.
- *Fática*: es la función centrada en el canal con el fin de asegurar el contacto y la relación con los demás. Lo que interesa es la comunicación con el receptor, creando un lazo entre ambos.
- *Referencial*: su función es designar objetos, personas, hechos, etc.
- *Estética*: se encuentra centrada en la forma del lenguaje, suele tener un alto contenido simbólico y es apta para diversas interpretaciones.
- *Emotiva*: como su nombre indica, la función es provocar la reacción emotiva de los destinatarios, mediante mensajes subjetivos que logren tocar los sentimientos de las personas.
- *Metalingüística*: la función es explicar otros códigos y signos, con el fin de aclararlos o explicarlos, es decir tiene como referente el lenguaje mismo.

Como conclusión, las funciones del signo se relacionan con otras, de modo que coexisten con las demás, simplemente unas se destacan más que otras.

³⁶ Saussure, F. (1906) *Curso de Lingüística General*.

³⁷ Zecchetto, V. (2002) *La danza de los signos*. Quito, Ecuador: ABYA-YALA

³⁸ Zecchetto, V. (2002) *La danza de los signos*. Quito, Ecuador: ABYA-YALA

2.4.2.1. SÍMBOLO

El símbolo es un signo, el cual contiene una relación arbitraria con respecto al significado, ya que puede ser comprendido de distintas formas por varios intérpretes. Todo depende del contexto en el cual se lo analice y de las convenciones sociales de un lugar.

Saussure indica: “El símbolo se caracteriza por el hecho de que no es totalmente arbitrario; no está totalmente vacío; existe en él una cierta relación natural entre el designante y lo designado” (López, 1993, p.270).³⁹

Los símbolos nacen de otros signos y a medida que los símbolos crecen y se difunden, su significado va creciendo dependiendo de los marcos culturales del receptor.

El símbolo está cargado de funciones abstractas incluso de sentimientos, por esta razón en el arte o la religión se encuentran muchos signos simbólicos que contribuyen a reforzar el pensamiento, opinión incluso la creencia del receptor, siendo reconocidos a nivel mundial.

2.4.2.2. SEMIOLOGÍA

Ferdinand de Saussure, desde la vertiente lingüística, reivindicó el derecho a una ciencia “que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social(...) la denominaríamos *semiología* (del griego semeion, ‘signo’). Ella nos enseñaría en que consisten los signos, qué leyes los regulan” (Zecchetto, 2002, p.7).⁴⁰

La semiología se encarga de la descripción teórica y general del funcionamiento de los sistemas simbólicos, asociada con los procesos que derivan de la psicología social. Es decir que se centra en el estudio del proceso por el cual el ser humano intercambia información a partir de signos, sin el uso de palabras.

Después de Saussure, muchos investigadores utilizaron la semiología para realizar sus aportaciones sobre el estudio de los signos.

³⁹ López, J. M. (1993). *Semiótica de la comunicación Gráfica*. México: EDINBA

⁴⁰ Zecchetto, V. (2002). *La danza de los signos*. Quito, Ecuador: Abya-Yala

Conocer la definición de semiología y la función del signo dentro de esta investigación nos proporcionará las bases teóricas que servirán al momento sustentar la elaboración de los elementos gráficos que formarán parte de la señalética identitaria para el Jardín Botánico de Guayaquil.

2.4.3. SEÑALIZACIÓN

Desde el tiempo de la prehistoria, el hombre vio la necesidad de poner señales a las cosas, los objetos, los lugares por los que transitaban, con el fin de poder identificar, clasificar e incluso para lograr una mejor orientación en el entorno.

La acción de marcar y señalar, pueden ser confundidos como sinónimos ya que mantienen un mismo objetivo, la necesidad de comunicar y orientar, pero la diferencia radica en que lo que se marca son objetos físicos, soportes, superficies, y lo que se señala son espacios, recorridos, lugares de un territorio. (Costa, 1989).⁴¹

En aquellos tiempos sin caminos, el hombre utilizaba las piedras para marcar e identificar el camino por el cual transitaban. Estas piedras señaladoras fueron implementadas con el fin de guiar y orientar con seguridad a los demás, a través del tiempo fueron cambiando su forma, hasta llegar a la creación de placas para señalar los nombres de las cosas, ciudades, entre otros.

“Señalizar es incorporar señales para referenciar las cosas, ya se trate de objetos naturales o artificiales, el espacio vital que uno ocupa y transita, un camino o una ruta intrincada” (Costa, 2007, p.31).⁴²

La acción de señalar es una práctica empírica guiada por la experiencia, ya que al principio se observa los problemas que existen en un espacio determinado, para luego crear las señales que serán utilizadas en el sistema de señalización.

La señalización está en un constante desarrollo y perfeccionismo, en relación a las necesidades, el número de personas en una población, los medios de transportes, entre otros factores que influyen en el entorno. A través del tiempo se ha logrado normalizar

⁴¹ Costa, J. (1989). *Señalética*. Barcelona, España: Ceac

⁴² Costa, J. (2007). *Señalética Corporativa*. Barcelona, España: Costa Punto Com Editor

las señales, creando un sistema de señales universal de fácil y rápida comprensión, los cuales forman parte de la cultura visual de las personas.

Colodrero (2006) resumiendo a varios autores afirma que: “La señalética nace de la ciencia de la comunicación social que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Es de carácter “autodidáctico”, entendiéndose éste como modo de relación entre los individuos y su entorno”.⁴³

La señalización es de suma importancia en un entorno debido a que transmite la información de manera instantánea y universal, no altera la configuración ya que es parte del mismo no requiere una adaptación especial dependiendo del entorno en el que se haya, sea este una ciudad, un pueblo o incluso una urbanización, ya que emplean los mismos signos de la señalización y no influye en la identidad o personalidad del entorno. Siendo la circulación vial el principal punto de interés de la señalización.

El Ministerio de Turismo de la República del Ecuador junto con los lineamientos del PLANDETUR 2020 elaboró el Manual de Señalización Turística, con el fin de: “dotar de un sistema de señalización turística, coherente y uniforme para todo el territorio”⁴⁴, permitiendo que los turistas puedan acceder con facilidad a cada uno de los destinos turísticos del país.

2.4.4. CONCEPTO DE SEÑALÉTICA

Costa (1989) afirma: “La señalética nace como parte de la ciencia de la comunicación que de la información y la semiótica. Constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, arquitectura y el acondicionamiento del espacio”(p. 9).

A partir de la definición planteada, Costa refiere que la señalética es una herramienta de comunicación que utiliza el recurso del signo y su significado, para informar, señalar, guiar y orientar a individuos; esta puede ayudar a la organización dentro de una sociedad en un espacio determinado, ya sea en un centro comercial como un aeropuerto, etc.

⁴³ Colodrero Díaz, G. (2006). *Señalética*. Moda, Design, Art & Decoración.

⁴⁴ Ministerio de Turismo. (2014). *Se emite Reglamento Técnico de Señalización Turística*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/se-emite-reglamento-tecnico-de-senalizacion-turistica/>

La Señalética es una de las formas más específicas y evidentes de una comunicación didáctica dentro de un campo, como se mencionó es una práctica de comunicación visual que se caracteriza por hacer objetos inteligibles en espacios de acción a individuos, mediante un mensaje no necesariamente inmediato, ni personal. Su comunicación se da a través del uso de señales visuales o mensajes espaciales, que responde conocimientos superficiales de uso cotidiano, como puede ser cruzar la calle, localizar un servicio.

Los elementos en una señalética deben ser capaces de ser descifrados por diferentes grupos sociales, diferentes lingüísticas, culturas, nacionalidad y grado de alfabetización que serán expuestos en dicha señalética.

A diferencia de la publicidad, la señalética no pretende persuadir ni dejar una huella; esta cumple un papel efímero pero eficaz de orientar en función de interés o de necesidades particulares de un individuo. Se la define como un sistema instantáneo e inequívoco, ya que su mensaje debe ser muy puntual y con un alto grado de inteligibilidad; dado que si este no se encuentra comprendido de una forma correcta puede crear dilemas de actuación e incluso riesgo.

2.4.4.1. FUNCIONALIDAD

Costa (1989) sostiene que: “la señalética responde a la función de dar información y de orientación de un individuo dentro de un contexto social, este fenómeno contemporáneo se da por la movilidad social, la proliferación de servicios, generando un medio cívico como cultural” (p.9).⁴⁵

La Señalética no solo es una herramienta de comunicación, si no que esta tiene la función de informar, guiar, orientar y señalar a un individuo o un grupo social, dentro de un espacio determinado por las mismas. En su mayoría las señaléticas están colocadas en espacios grandes, ciudades calles, servicios y responden a la necesidad de movilidad social, dando como resultado un orden dentro del mismo espacio que aporta tanto en lo cívico como cultural.

⁴⁵ Costa, J. (1989). *Señalética*. Barcelona, España: Ceac

En su generalidad la señalética responde a la necesidad de movilización social de un grupo de personas de diferentes procedencias geográficas, distintos caracteres socioculturales que deben desplazarse de un punto a otro.

Se puede decir que la señalética realiza un papel indispensable dentro de la sociedad, debido que su función debe ser autodidacta, ya que si este no cumple su objetivo de modo correcto puede ocasionar problemas de error a dar su mensaje, creando un error, caos y desorden dentro de un grupo cuantioso de individuos.

2.4.4.2. CARACTERÍSTICAS Y CLASIFICACIÓN

La señalética identifica, regula y facilita los servicios requeridos pero para llevar a cabo su función deben cumplir con tres aspectos establecidos, instantaneidad, informativa y universal. De acuerdo con Costa define a la misma como una herramienta de comunicación que caracteriza la puntualidad de su mensaje y a pesar de la misma es capaz de crear campos de acción para los individuos (Costa, 1989)⁴⁶.

Es decir que tiene una función organizativa como también de orientación a través del uso de códigos o signos simbólicos, creando un lenguaje icónico; en muchos casos esta refuerza a la imagen pública de una marca, de una ciudad.

Esta posee elementos o señales que son unificados y producidos especialmente para que cumpla con su objetivo, utilizan un sistema orgánico o conjunto de partes coordinadas entre sí, que están ya establecidas o explícitas por medio de un programa, usando el recurso de la señal que inciden en una sensación inmediata.

Estos sistemas son visuales por lo general, tienen la capacidad de registrar instantáneamente configuraciones globales, la comunicación visual tiene como característica ser discreta y silenciosa, o conocida como señales muda, así las indica Antonio Toni (Costa, 1989).

Su mensaje pueden ser tanto de función organizativa como de orientación informativa, estas tienen un resultado inmediato, creando a través de estos elementos visuales campos de acción, estableciendo una relación directa entre receptor-usuario.

⁴⁶ Costa, J. (1989). *Señalética*. Barcelona, España: Ceac

Los sistemas señaléticos son específicos y unificados para dar su mensaje, en muchos casos estos son creados y adaptados a la necesidad de un espacio determinado, es decir que estos sistemas no sólo implican una superficie material como el libro, sino que también comprende al entorno para cumplir su papel de una forma adecuada, estos son colocados en puntos estratégicos para que sean capaces de resolver las necesidades del usuario, caso contrario éstas podrían inducir al error.

Como forman parte de un entorno o un establecimiento, éstas pueden reforzar la imagen pública o de una marca, mediante los símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos.

A diferencia de las demás herramientas comunicacionales, éstas tienen las características de ser comportamentales porque pueden orientar como también propiciar, proponer y determinar comportamientos de los individuos: acciones, actos, actuaciones, es decir que ésta conlleva a procesos dinámicos de componentes motriz.

La señalética se la clasifica de acuerdo a dos criterios, el primero de acuerdo a su objetivo y el segundo de acuerdo a su sistema de colocación (Quintana, 2010).

De acuerdo su objetivo existen diferentes clases de señalética como⁴⁷:

- Las orientadoras cumplen con la función de situar a los individuos dentro de un entorno como por ejemplo los mapas o planos de ubicación.



Figura 2-21 Señalética Orientadora.
Recuperado de <http://mpvillarrica.wordpress.com/2006/12/>

⁴⁷ Universidad de Londres. *Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética*

- Las informativas están en cualquier lugar y nos informan acerca de ese mismo servicio o entorno.



Figura 2-22 Señalética Informativa. Recuperado de <http://consejovial.blogspot.com/2011/05/senales-informativas.html>

- Las señaléticas direccionales son instrumentos específicos de circulación que mediante el uso de flechas ayudan e indican al usuario la dirección de los elementos, servicios, lugares especificados, incluso determinan prohibición de paso en algunos casos.



Figura 2-23 Señalética Direccionales. Recuperado de http://wiki.ead.pucv.cl/index.php/Dise%C3%B1o_del_Servicio_de_Salud

- Las senaleticas identificativas son instrumentos de designacion que confirman la ubicación, su aplicación se recomienda para espacios abiertos.



Figura 2-24 Señalética identificativa. Recuperado de Universidad de Londres, Rafael Quintana

- Las reguladoras sirven para salvaguardar y proteger a los usuarios contra el peligro. Por medio de colores definidos comunican su significación y nivel de peligro o prohibición en algunos casos. Dentro de esta clase de señalética se subclasifican en:

- Preventivas, tiene la función de precaver de un mal o peligro.
- Restrictivas, son capaces de reducir riesgos o restringir límites.
- Prohibitivas, son muy explicitas e impiden una acción dentro de ese espacio.



Figura 2-25 Colorimetría de señaléticas reguladoras. Recuperado de <http://www.tarltoninspections.com/compliance>

Las señaléticas también se pueden clasificar dependiendo de su colocación:

- La señalética adosada, significa que la mayor parte se encuentra apoyada sobre un muro.



Figura 2-26 Señalética adosada.
Recuperado de <http://definicionyejemplos.blogspot.com/>

- Se denomina señalética autotransporte, cuando está anclada en el piso o detenida por uno o dos postes.



Figura 2-27 Señalética autotransporte.
Recuperado de <http://www.freefoto.com/41-15-11/Stop-Sign>

- La señalética de Banda, es la que se encuentra sujeta a dos muros, columnas o postes de una manera perpendicular.



Figura 2-28 Señalética de Banda. Recuperado de <http://www.uugeo.com.ar/monserrat/10939.estacion-bolivar-del-subte-e>

- La señalética de Bandera, se encuentra anclada perpendicularmente al muro o columna de uno de sus lados.



Figura 2-29 Señalética de Bandera. Recuperado de <http://msdi.cl/clinica-davila/senal-recinto-l4>

- La señalética Colgante, se encuentra colgada de arriba hacia abajo, generalmente del techo.



Figura 2-30 Señalética Colgante. Recuperado de <http://greace.menphis.cl/portafolio/categorias.html>

- La señalética de Estela de identidad, es una señal con volumen.



Figura 2-31 Señalética Estela de Identidad.
Recuperado de <http://saffron-consultants.com/work/indra/>

- La señalética tijera es una doble señal, y se la coloca provisionalmente en espacios pequeños para prevenir a los usuarios.



Figura 2-32 Señalética de Tijeras.
Recuperado de <http://senaletica.weebly.com/sistemas.html>

2.4.4.3. SEÑALÉTICA CORPORATIVA

La sociedad se ha visto envuelta en un desarrollo considerable donde ciudades y numerosos establecimientos aumentan continuamente, afectando la dinámica tanto de entornos interiores como exteriores, en la cual se exige una respuesta inmediata para accionar, gestionar y relacionarse entre los individuos.

Dichos espacios en su generalidad se caracterizan por tener un incremento de competencia a nivel comercial, saturación de información y un consumidor con preferencias cambiantes, generando la necesidad de las identidades que deben hacerse oír y diferenciarse ante la competencia.

Este fenómeno da como consecuencia la manifestación de nuevos modelos de comunicación, en el cual emergen tres polos de acción: relaciones institucionales, comunicaciones internas y comunicaciones externas. Nace la necesidad de una estrategia de identidad que posteriormente forme parte de una cultura, organización, que tenga la finalidad de transmitir una imagen corporativa coherente, donde la comunicación deja de ser una herramienta meramente de opinión o de imagen sino que esta resulte un bien capital estratégico para las empresas.

La identidad corporativa es un mecanismo puramente de la conciencia, de la percepción que tiene el emisor de la organización, y se gestiona a través del diálogo permanente con los interlocutores dentro de un entorno determinado por la empresa.

La señalética funciona como canal de comunicación dentro de este espacio delimitado y funciona a través de cuatro principios: la teoría psicología de la percepción, la ciencia de la comunicación visual, la psicología del espacio y la teoría de los actos.

Actúa como un sistema de lenguaje contenedor de mensajes, que responde al principio de reconocimiento a través de un signo, dentro de un espacio que puede afectar el comportamiento grupal como individual dado que ningún ambiente es neutral o excepto de valores que se encuentran culturalmente marcados por significaciones que generalmente son adaptados a estructuras e identidad de cada lugar.

Costa (1989) manifiesta: “la señalética surge por la necesidad de orientar (cliente), alguien que debe ser orientado (usuario) y finalmente alguien que utilice un medio específico para comunicar (diseñador)” (p.20).⁴⁸

La señalética Corporativa es la unión de dos disciplinas, la arquitectónica exterior que se encuentra influida bajo un signo esencial que sirve para diferenciarse ante un entorno urbano lleno de competidores. Mientras la interior cumple con la función de servicio, debe guiar, informar, reforzar la calidad ayudando a la identificación y accesibilidad de los servicios que el establecimiento pueda ofrecer.

2.4.4.4. NORMAS Y USOS DE LA SEÑALÉTICA

Una de las principales características de la señalética es la legibilidad, la cual es de suma importancia para la comprensión correcta e inmediata por parte de las personas, influyendo en el comportamiento del usuario con respecto al entorno señalado.

El ser humano se encuentra en constante movimiento al momento de leer una señalética, por esta razón hay que saber elegir las palabras adecuadas, estas deben ser claras y precisas, procurando la lectura instantánea y rápida de mensajes cortos. De esta forma se garantiza la comprensión con el texto que se quiere transmitir evitando la desorientación del usuario.

En el caso de que se necesiten usar diferentes lenguajes se recomienda máximo dos idiomas y el mismo debe ser aplicado a todo el sistema señalético para evitar confundir a los usuarios.

La selección de las tipografías influirá en la legibilidad de la señalética y en la percepción del mensaje que se quiere comunicar. El uso de distintos colores, tamaños o familias tipográficas sirven para diferenciar o destacar una señal o aviso, facilitando la lectura a usuarios de todas las edades e incluso a personas con limitaciones visuales.

La señalética está regida por normas internacionales, las cuales sirven de referencia al momento de crear un sistema señalético que logre ser comprensible a nivel mundial sin importar la diferencia de idiomas. Los colores, las tipografías, la altura, el tamaño

⁴⁸ Costa, J. (1989). *Señalética*. Barcelona, España: Ceac

deberán cumplir estas normas para lograr garantizar la función de orientar a las personas.

Las normas internacionales son un lenguaje multilingüe para el entendimiento por parte de los usuarios a nivel mundial el cual a través del uso de los colores comunica lo que la señalética quiere representar, de esta forma el usuario debe percatar de acuerdo a los colores si son situaciones de prohibición, advertencia, peligro, seguridad, entre otras.

Como parte de las normas internacionales se creó el sistema DOT en 1974 en Estados Unidos, el cual es un programa de símbolos desarrollado por la AIGA (Instituto Americano de las Artes Gráficas) el cual sirve de referencia para la creación de símbolos señaléticos, los cuales son aplicados en aeropuertos, terminales de autobuses alrededor del mundo. Las normas establecidas del AIGA están encaminadas a⁴⁹:

- Asegurar la legibilidad simbólica.
- Ayudar al proceso de lectura de los símbolos.
- Aportar una flexibilidad adecuada que permita una respuesta apropiada para ciertos problemas específicos de diseño.

2.4.4.5. DIFERENCIA ENTRE SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA

La señalización y señalética son formas de comunicación que a menudo son confundidas ya que poseen diferencias bien evidentes pero también conservan condiciones comunes, razón por la cual nunca se oponen sino que se complementan en distintos aspectos.

Para lograr diferenciar entre señalización y señalética se debe establecer los rasgos que corresponden a la señalización, estos son: el empirismo, los códigos preexistentes, la normalización de los casos y la uniformización del entorno (Costa, 1989)⁵⁰. En cambio, la señalética se enfoca en la implementación de programas que se crean específicamente para resolver un problema en particular, por ende es diseñada exclusivamente para el espacio en el que será implementada.

⁴⁹ Quintana, R. *Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética*. Universidad de Londres

⁵⁰ Costa, J. (1989). *Señalética*. Barcelona, España: Ceac

La señalización no refuerza la identidad de un lugar o ciudad, puesto que su objetivo es resolver el problema de orientación únicamente. La señalética, sí logra vincularse con la identidad del lugar al que se aplique, se adapta logrando reforzar la imagen sin descuidar la función de orientar y mejorar la circulación de las personas en el entorno.

La señalización de señales, está dirigida exclusivamente para las personas que circulan en medios de transportes y a altas velocidades, por lo que su mensaje debe ser rápido y directo enfocado en dar direcciones al individuo. Mientras que la señalética se enfoca a los peatones facilitando su circulación externa e interna, dependiendo el lugar en el que se encuentre.

Joan Costa en su libro “Señalética”, presenta un cuadro donde se indican las características diferenciadoras entre señalización y señalética:

SEÑALIZACIÓN	SEÑALÉTICA
La señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior.	La señalética tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado (interior y exterior).
Es un sistema determinante de conductas.	Es un sistema más optativo de acciones. Las necesidades son las que determinan el sistema.
El sistema es universal y está ya creado como tal íntegramente.	El sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular.
Las señales preexisten a los problemas itinerarios.	Las señales y las informaciones escritas, son consecuencia de los problemas precisos.
Las señales son materialmente normalizadas y homologadas, y se encuentran disponibles en la industria.	Las señales deben ser normalizadas, homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente.
Es indiferente a las características del entorno.	Se supedita a las características del entorno.
Aporta al entorno factores de uniformidad.	Aporta factores de identidad y diferenciación.
No influye en la imagen del entorno.	Refuerza la imagen pública o la imagen de la marca de las organizaciones.
La señalización concluye en sí misma.	Se prolonga en los programas de identidad corporativa, o deriva de ellos.

Tabla 2-2 Señalización vs Señalética. Libro Señalética, Joan Costa

2.5. SEÑALÉTICA IDENTITARIA

2.5.1. CONCEPTO

Actualmente no se encuentra establecido un concepto de señalética identitaria, pese a eso se estima que este término sea una herramienta que pueda ayudar y reforzar al desarrollo de diferentes áreas: como el diseño gráfico, la comunicación, la arquitectura, entre otros. Este instrumento además tiene la finalidad de enriquecer la cultura y la identidad de un sector, dando como consecuencia resultados beneficiosos en diferentes áreas relacionadas como se plantea en el sector turístico.

Para definir un concepto de Señalética Identitaria se debe conocer que ésta expresión nace a partir de dos elementos fundamentales que lo forman tales como la señalética mencionada anteriormente y la Identidad.

La señalética parte de una ciencia de la comunicación que cumple con las funciones de guiar, señalar, organizar a un grupo de individuos dentro de un área establecida (Costa, 1989).

La identidad, se refiere al conjunto de atributos, rasgos propios, características, comportamientos y tradiciones que caracterizan a un individuo o colectividad de los mismos dentro de un territorio, logrando distinguirla de los demás. (Larraín, 1997).

A partir de estas definiciones se puede establecer que la señalética identitaria, es una herramienta de carácter visual que tiene como objetivo comunicar, guiar, direccionar a los usuarios dentro de un sitio establecido, sin embargo éste no sólo cumple con la función de comunicar un espacio de acción, sino que puede contener características propias que identifiquen al lugar.

2.5.2. CARACTERÍSTICAS

La señalética identitaria se establece de igual manera, forma parte de la comunicación visual que no solamente comunica y estudia el comportamiento de un individuo dentro de un espacio, sino que contempla las características identificativas de dicho espacio para cumplir su objetivo dentro de un contexto social relacionado.

Es decir que la señalética identitaria a diferencia de los demás tipos de señalética, cuenta con una doble funcionalidad que es de comunicar un espacio de acción a través del uso de elementos que identifiquen y caractericen al sitio.

Por lo tanto la señalética identitaria es capaz de direccionar, comunicar un recorrido, un servicio sin dejar descuidar la identidad cultural que éste sitio pueda tener, enriqueciendo la calidad del servicio para a los usuarios.

2.5.3. FUNCIONALIDAD Y APLICACIÓN

La funcionalidad de la Señalética Identitaria como se mencionó anteriormente cuenta con un doble objetivo, el de comunicar, guiar, señalar al usuario mediante el uso de elementos visuales, signos, colaborando con un orden cívico social, además a través de símbolos establecidos se logre reforzar la identidad cultural de un lugar, con el fin de mejorar la calidad de su función, desarrollando y mejorando áreas de tipo comercial como el turismo. Ésta herramienta se propone implementar en programas turísticos, con el propósito de la mejora del mismo.



CAPÍTULO 3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realiza a partir de diferentes métodos de investigación que serán establecidos por fases, la primera etapa cuenta con una investigación exploratoria utilizando fuentes secundarias como libros, leyes, artículos relacionados, libros científicos, entre otros, con el fin de identificar los principales aspectos de la investigación, tales como conceptos de señalética, bosques protectores, jardines botánicos, identidad, cultura y patrimonio, para conocer los elementos relacionados con el proyecto y comprender la importancia de la implementación de una señalética identitaria dentro de un sector, con la intención de desarrollar áreas aledañas como el turismo.

En las siguientes etapas del proyecto se efectuará mediante la metodología descriptiva, a través de distintos procesos, como el análisis de casos de estudios de diferentes lugares donde se ha empleado una señalética acorde a las características y necesidades del sector con la finalidad de conocer, guiar y desarrollar los aspectos que se deben tomar en cuenta para proponer la implementación de una señalética.

Dado que este proyecto está considerado para el Jardín Botánico de Guayaquil se realizará un estudio de campo donde se empleará un método cualitativo al usar entrevistas a personas que conozcan las características, historia y situación actual del sitio. Tomando en cuenta las particularidades del espacio, se debe analizar la percepción de los usuarios hacia el mismo, se empleará el uso de encuestas para un estudio cuantitativo que profundice la apreciación de los clientes hacia el Jardín Botánico de Guayaquil.

Finalmente para una correcta implementación de señalética se debe conocer a los posibles usuarios del jardín, comprendiendo costumbres, tradiciones, rituales de vida para conocer las necesidades que estos puedan tener mediante el uso de un estudio etnográfico.

El trabajo de investigación cuenta con un marco conceptual que ayudará a dar los lineamientos que guiarán al desarrollo de la investigación.

3.1.1. DESIGN THINKING

Es un método de investigación que converge tres variables fundamentales que estructuran este procedimiento:

- Las personas, sus necesidades, deseos son una de sus principales factores tomados en cuenta.
- La tecnología, refiriéndose a la infraestructura, arquitectura, procesos, rendimiento y el soporte.
- El negocio, los beneficios, la estrategia de marketing y la organización que el mismo puede contener, involucrando a la empresa, su público objetivo y la metodología para llegar a su target de una forma innovadora.⁵¹

A partir de este método que se define por 7 fases, por motivo de ser una propuesta se realizarán solamente las 4 primeras etapas:

- La fase inicial se establece que existe una problemática en el Jardín Botánico por la falta de una señalética adecuada para que el usuario realice su recorrido.
- La segunda etapa consta de la investigación o de los antecedentes del sitio donde se quiere implementar la señalética, se investiga o se encuesta al usuario para conocer la percepción del lugar, como también se entrevista a trabajadores del Jardín Botánico para conocer la situación actual del lugar.
- La tercera etapa se quiere llegar a una ideación o solución a la problemática mencionada y se la plantea a través de la propuesta de implementación de una señalética identitaria que cumple con una doble función: guiar, indicar y evocar la identidad del establecimiento al usuario, para una recordación de marca.
- La cuarta etapa, a partir de la investigación previa de los usuarios y trabajadores, dando su punto de vista acerca de la señalética actual y de los colores más reconocidos desde su percepción, se desarrolla y se selecciona un prototipo que cumpla con los parámetros acordes a la necesidad y deseos del usuario, contando con tecnología o infraestructura adecuada que logre reforzar la identidad del Jardín Botánico.

⁵¹ Modelos de Negocio Smart, (En línea): Madrid, España, 2013 (Fecha de consulta 8 de Febrero 2015). Referido de : <http://modelosdenegociosmart.com/que-es-design-thinking/>

A continuación un diagrama que muestra el Diseño de Investigación aplicado al proyecto:

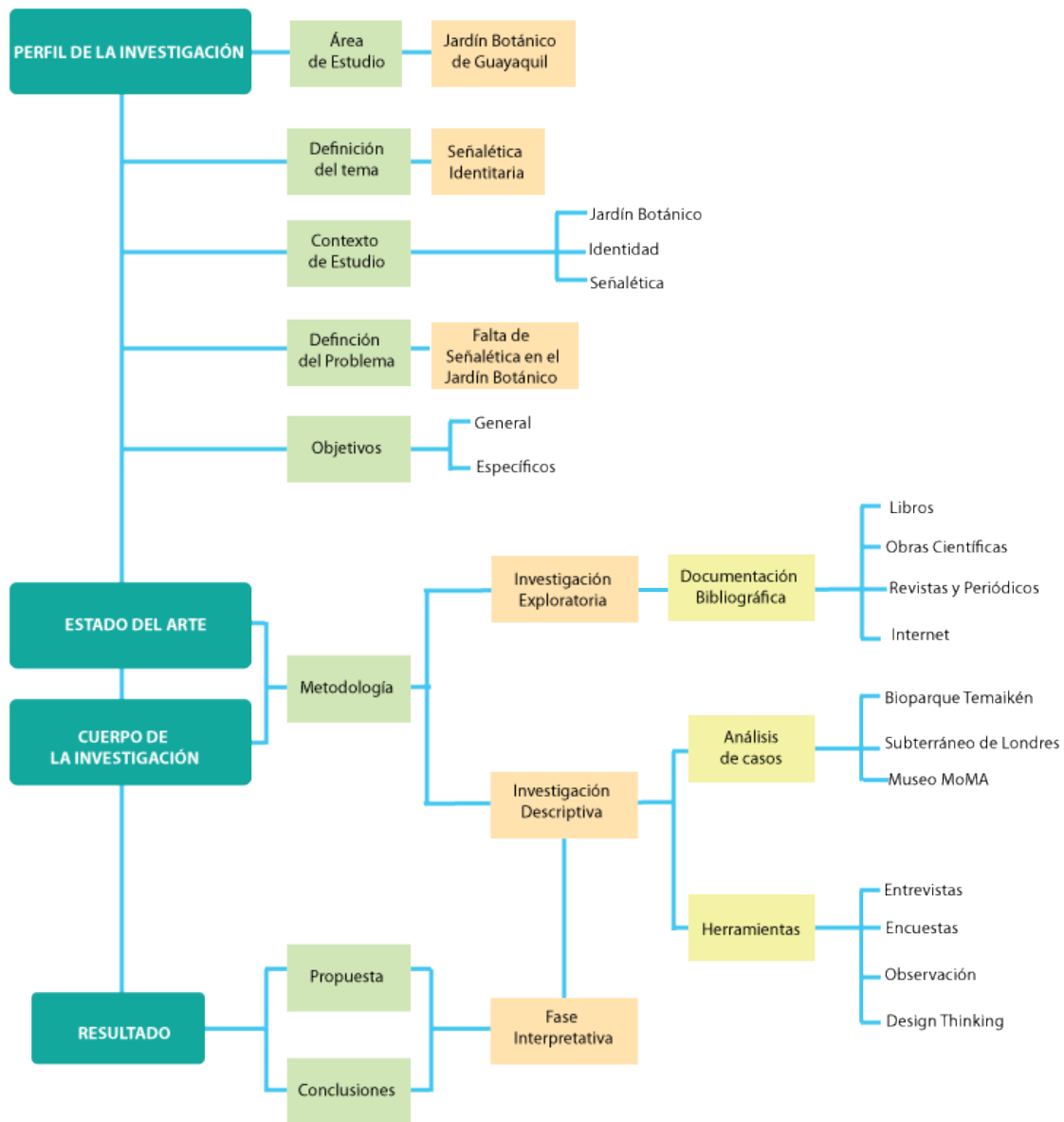


Figura 2-33 Diseño de la Investigación. Elaboración propia 2015

3.2. PAUTA ETNOGRÁFICA PARA EL DESARROLLO DE MOODBOARD.

VARIABLES	DIMENSIÓN	OBSERVACIONES
Escenario		
	Turista nacional	Procedentes de muchos lugares del país especialmente de la sierra.
	Centros Educativos: -Escuelas -Colegios -Universidad	-La mayoría de centros educativos de la ciudad de Guayaquil así como las universidades realizan visitas al jardín botánico para inculcar el cuidado ambiental o realizar prácticas universitarias.
	Turistas Extranjero	-Turistas Extranjeros que buscan conocer las especies de flora y fauna propias de la ciudad.
	Turistas Ecológicos	-Turistas Ecológicos que aprecian el cuidado ambiental, avistamiento de aves, o fotografía de especies de flora y fauna.
Discurso		
	Posturas	-Los niños son inquietos y les gusta explorar el lugar. -Los adultos mantienen la vista en alto para admirar una especie de flora. Son personas tranquilas y realizan el recorrido en orden.
	Temas de conversación	-Los temas de conversación son sobre medioambiente, animales, flores. -Los expertos en el tema emplean un lenguaje científico y académico.
Conducta		
	Actividades	-Los expertos realizan investigaciones científicas sobre plantas o animales. -Los turistas lo ven como un lugar de recreación. -Toman muchas fotos.
	Edades	A partir de los 9 años hasta los 60.
Estética		
	Vestimenta	-Ropa cómoda y deportiva.

Tabla 2-3 Pauta etnográfica para el desarrollo de moodboard.

3.3. MOODBOARD

Para la realización del Moodboard se tomó en cuenta las variables que fueron determinadas por el estudio etnográfico, mostrando mediante imágenes el comportamiento de los usuarios que asisten al Jardín Botánico de Guayaquil.

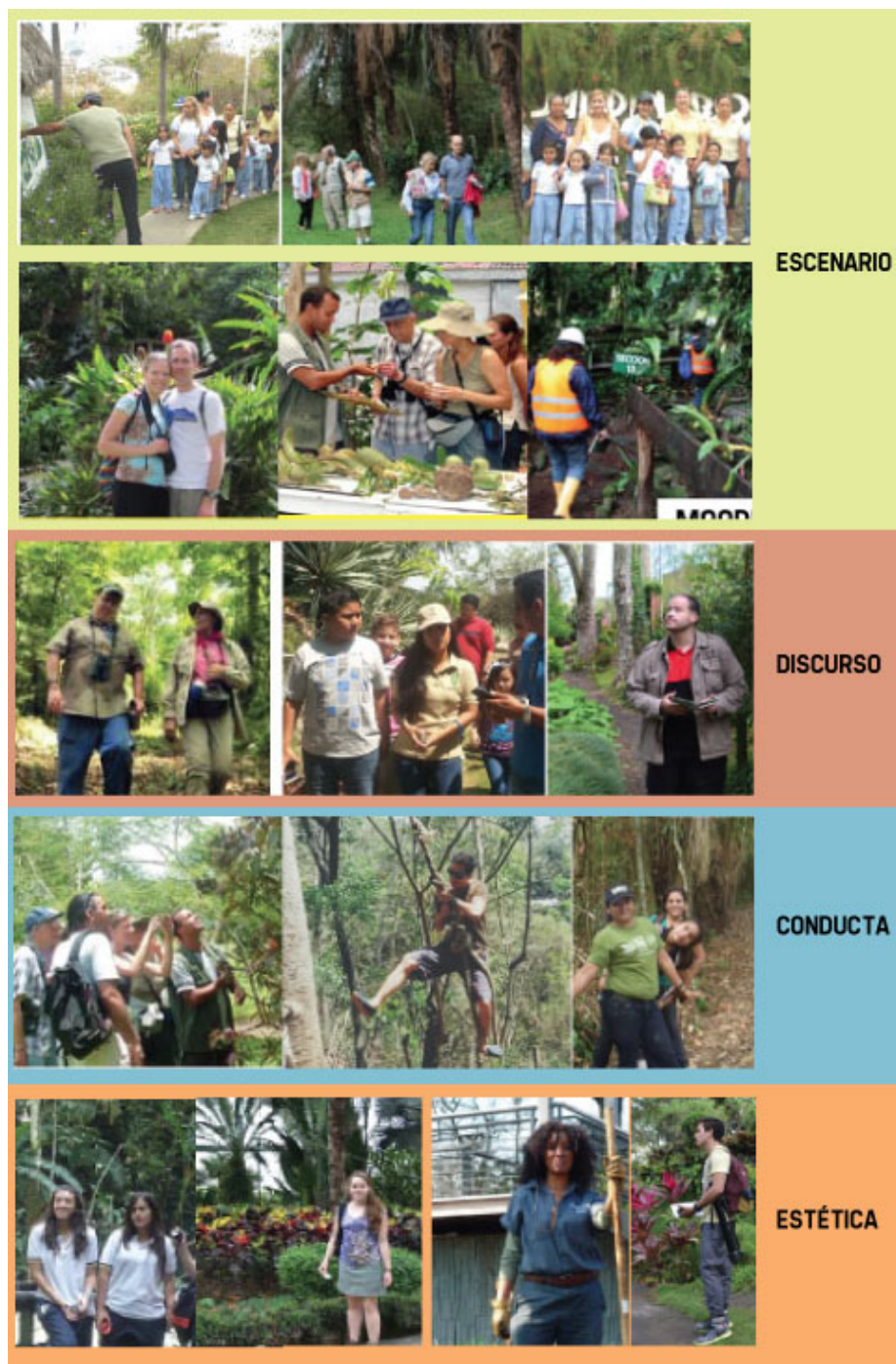


Figura 2-34 Moodboard. Elaboración propia 2015

3.4. CONCEPTBOARD

La señalética identitaria es un concepto nuevo que se enfoca en mostrar mediante su señalética la identidad del lugar, es decir los rasgos propios del entorno al cual se aplicará, mejorando la comunicación visual del lugar.

En el jardín botánico las especies de flora que se pueden identificar son las orquídeas, las palmeras, los árboles frutales como parte de la identidad del lugar. En especies de fauna: las aves, las mariposas son los animales más representativos del entorno.

Para la realización del conceptboard se utilizó distintas imágenes que logren representar la identidad, el concepto de patrimonio, la señalética y el público al cual se enfoca este concepto.



Figura 2-35 Conceptboard. Elaboración propia 2015

3.5. INVESTIGACIÓN DE CAMPO: JARDÍN BOTÁNICO DE GUAYAQUIL.

3.5.1. ESTADO ACTUAL DE LA SEÑALÉTICA

Para realizar una propuesta de diseño de señalética identitaria para el Jardín Botánico de Guayaquil se debe analizar el estado actual de su señalética, la clasificación de los tipos de señalética que actualmente se encuentran instaladas en el jardín botánico para evaluar que tan eficaz puede ser o no su actual función.

Este análisis se lo efectuará bajo siete variables:

- Integración con el espacio
- Materialidad
- Cromatología
- Uso de apoyos gráficos
- Tipografía
- Semántica.

Integración con el espacio.

La integración con el espacio es otra variable muy importante a tomar en cuenta ya que ésta busca observar, si las señaléticas logran integrarse, pasan por desapercibidas u ocasionan un ruido visual con el espacio que las rodea. Como también estudiar la forma que éstas lo hacen a partir de 3 fundamentos: la cromatología que refiere si se usa colores fuertes u opacos, así mismo su materialidad si se usa metal, madera, papeles y otros soportes, para analizar la integración de la misma.

Materialidad

La materialidad mide el tipo de material o soporte con el cual la señalética está implementada.

Cromatología

La Cromatología establece que colores fueron empleados para identificarse y diferenciarse en su función.

Uso de apoyos gráficos

Los gráficos o pictogramas actualmente son utilizado en todo tipo de rótulos, éstas sirven como ayuda para comunicar con mayor facilidad, ya que éstas pueden ser entendidas una manera mas ágil y por personas de diferentes edades, lenguas.

Tipografía

La tipografía se establece por clases de fuentes empleadas, las cuales se analizarán sus terminaciones, trazos, si se realizó de manera industrial o artesanal.

Semántica

Para finalizar se analizará la semántica para evaluar el entendimiento que las señaléticas pueden tener contemplando figura, fondo, su apoyo gráfico y su integración con el espacio.

Los tipos de señaléticas encontrados en el sitio son:

Señalética identificativa:

- Algunas se diferencian, otras se pierden con el ambiente y utilizan distintas familias tipográficas perdiendo la uniformidad y el estilo.
- Los soportes son placas de aluminio, también usan papel impreso para señalar el sector.
- Algunas cuentan con tonos verdes que sirven para llamar la atención del espectador, pero otras no cuentan con colores vivos y pasan por desapercibidas.
- No cuentan con un gráfico que ayude a comunicar de una manera más eficaz.



Figura 2-36 Señalética Identificativa. Elaboración propia 2015

Señalética informativa:

- Existen tres tipos de señaléticas informativas dentro del jardín botánico, éstas por lo general tienen un tamaño carnet que resulta ser muy pequeño y poco legible para los usuarios, también existen gigantografías o letreros grandes con un exceso de información y sólo algunas cuentan con un apoyo gráfico como fotografías.
- Por lo general son papel con plástico en forma de carnet, otras son gigantografías de material de lona.
- Utilizan colores blancos y negros.



Figura 2-37 Señalética Informativa. Elaboración propia 2015

Señalética Direccional:

- Dentro de esta clasificación sólo existe un tipo de señalética instalada, que usa el recurso de dos colores (verdes y amarillos) para llamar la atención, se encuentran colocadas en puntos estratégicos a lo largo del recorrido.
- Su estructura son a base de metal y el soporte de su señalética es metal que se encuentran pegadas con vinil. No cuentan con un apoyo gráfico.



Figura 2-38 Señalética Direccional. Elaboración propia 2015

3.5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

A partir del análisis efectuado se aportan observaciones a modo de un marco referencial en el cual se conoce de una mejor manera la situación actual de la señalética del Jardín Botánico de Guayaquil.

Se puede inferir que no cuenta con una uniformidad en cuanto su señalética por sus diferentes soportes, colorimetrías, y tamaño. Con respecto a la materialidad, la mayoría utilizan soportes metálicos para las señaléticas. En cuanto a la cromatología se observa una gran inclinación por los colores verdes, que hacen referencia a la naturaleza. Y por último son muy pocas las señaléticas que utilizan apoyo gráfico para mejorar la comunicación.

A partir de estos fundamentos se puede concluir que la señalética no cumple con sus diferentes funciones de una manera apropiada ya que en el caso de las identificativos, no están colocadas en puntos estratégicos perdiéndose en el entorno y el usuario no logra diferenciar ni la zona o ruta donde este se encuentra.

En el caso de las informativas el tamaño muy pequeño es una problemática que afecta de mucho en cuanto a pasar por desapercibida, no tener la información correcta, tener una tipografía muy pequeña que resulta ilegible para el usuario, asimismo una carencia de un soporte que no cumpla como apoyo comunicativo y pedagógico para el público joven, así como también existen otras que a pesar de tener un tamaño más apropiado esta tiene una excesiva información que causa fatiga y cansancio al usuario momento de leer.

Finalmente la señalética direccional a pesar de que sí llama la atención del visitante, causan un ruido visual al ser colocadas más de 4 ítems dentro de una misma señal, que da como resultado una desorientación hacia el usuario.

3.6. MUESTREO

Tipo de muestreo Encuestas

El método a seleccionar será el muestreo por juicio, los encuestados deberán cumplir dos parámetros importantes, como son: ser habitantes de Guayaquil y que hayan visitado el Jardín Botánico de Guayaquil. Se ha definido estos requisitos puesto que para lograr una propuesta de diseño de señalética se debe conocer los problemas de señalización con los que cuenta el lugar en la actualidad.

Población Objetivo

Hombres y mujeres entre 16 a 60 años, clase social media, media alta, alta, estudiantes de colegios, universidad o profesionales en general.

Elemento Muestral

Personas que hayan visitado el Jardín Botánico de Guayaquil entre 16 a 60 años.

Unidad Muestral

Calles, colegios y universidades de la ciudad de Guayaquil.

Tiempo Muestral

El tiempo comprenderá 1 semana.

3.7. CÁLCULO DE LA MUESTRA

El grupo objetivo al cual se realizará la encuesta comprende a hombres y mujeres a partir de 16 a 60 años, habitantes de la ciudad de Guayaquil que hayan visitado el Jardín Botánico de Guayaquil, sean estos estudiantes o profesionales en general, por lo tanto nuestra población es INFINITA, debido a que las personas que la integran es mayor o igual a 100,000, se utilizará la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

- El margen de error ha utilizar es de 4%, este valor equivale a 0.04.
- La variable P de la probabilidad de éxito de la hipótesis, es igual a 1-q por ende será asignada con el valor 0,9.
- La variable Q de la probabilidad de fracaso de la hipótesis será asignado con el valor 0,1.
- El nivel de confianza estimado será del 95%, por lo que la variable Z equivale a 1.96 según la tabla distribución normal para el valor Z.

$$\begin{aligned} Z &= 95\% \\ 95\% / 2 &= 47,5\% \\ 47,5\% &= 0,475 \\ Z &= 1,96 \end{aligned}$$

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,9 * 0,1}{(0,04)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,9 * 0,1}{0,0016}$$

$$n = \frac{0,3457744}{0,0016}$$

$$n = 216,09 = 217 //$$

3.8. ANÁLISIS DE LOS DATOS

3.8.1. ESTRATEGIA PARA ANÁLISIS DE DATOS

Para analizar los datos se procederá a realizar las tablas de frecuencia respectivas para cada una de las preguntas donde se obtendrán los porcentajes para analizar las proporciones que conforman las respuestas dadas por la muestra, de esta manera se podrá obtener las conclusiones para la investigación. Por último se utilizará gráficos estadísticos, para mostrar los resultados facilitando el análisis de los valores.

3.8.2. LIBRO DE CÓDIGOS

Número de Pregunta	Nombre de Variable	Respuesta	Respuesta Codificada	Regla
---	Género	Femenino Masculino	1 2	Sólo se permite 1 o 2.
---	Edad	16-20 años 20-30 años 30-50 años 50-60 años 60 años en adelante	1 2 3 4 5	Sólo se permite 1, 2, 3, 4 o 5
1	Motivo de visita	Visitas Turismo Educación Fotografía	1 2 3 4	Sólo se permite 1, 2, 3 o 4
2	Su visita la realizó	Sólo Con la familia Con la escuela Con el colegio Con la universidad Amigos	1 2 3 4 5 6	Sólo se permite 1, 2, 3, 4, 5 o 6.
3	¿Necesitó ayuda para llegar al lugar?	Si No	1 2	Sólo se permite 1 o 2.
4	¿Necesitó la ayuda de un guía al momento del recorrido?	Si No	1 2	Sólo se permite 1 o 2.
5	¿La señalética dentro del lugar es la adecuada?	Si No	1 2	Sólo se permite 1 o 2.
6	¿Cómo calificaría la señalética dentro del lugar?	Muy Buena Buena Mala	1 2 3	Sólo se permite 1, 2 o 3.









7	¿Cree que el jardín botánico debe mejorar la señalética?	Si No	1 2	Sólo se permite 1 o 2.
8	¿Cuál especie de flora llamó más su atención?	Árboles Orquídeas Palmeras Cactus	1 2 3 4	Sólo se permite 1, 2, 3 o 4
9	De los siguientes grupos de colores ¿El que más se asocie con flora?	   	1 2 3 4	Sólo se permite 1, 2, 3 o 4
10	De los siguientes grupos de colores ¿El que más se asocie con fauna?	   	1 2 3 4	Sólo se permite 1, 2, 3 o 4
11	¿Disfrutó el recorrido dentro del jardín botánico de Guayaquil?	Si No	1 2	Sólo se permite 1 o 2.

Tabla 2-4 Libro de códigos. Elaboración propia 2015

3.8.3. ANÁLISIS DE PREGUNTAS

1.- ¿Cuál fue el motivo de su visita al jardín botánico de Guayaquil?

Tabla de distribución de frecuencia			
P#1: ¿Cuál fue el motivo de su visita al jardín botánico de Guayaquil?			
Medios	código	frecuencia	porcentaje
visitas	1	71	33%
turismo	2	74	34%
educación	3	49	23%
fotografía	4	23	11%
	total	217	100%

Tabla 2-5 Tabla de Frecuencia pregunta #1. Elaboración propia 2015

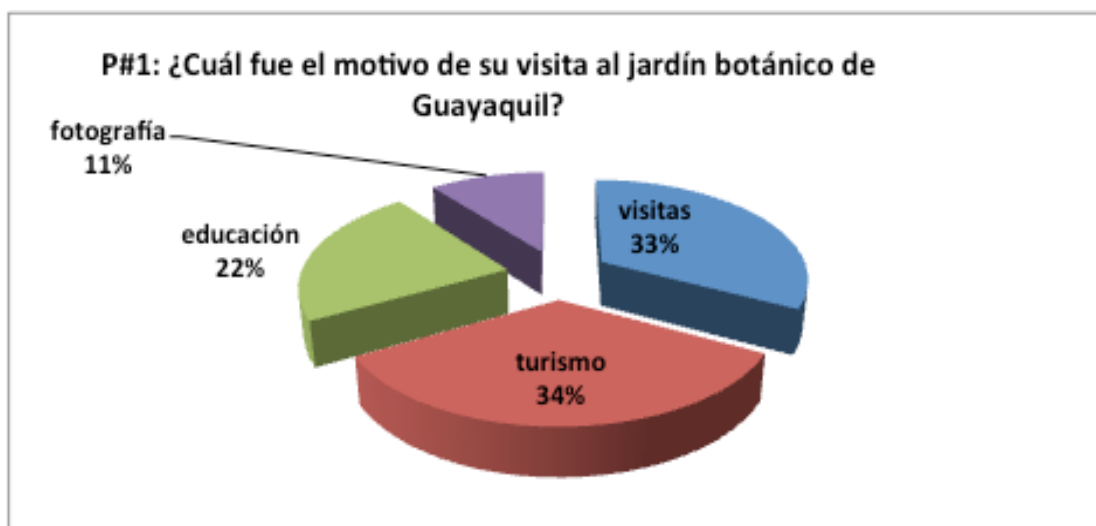


Figura 2-39 Gráfico Estadístico pregunta #1. Elaboración propia 2015

Análisis:

Al analizar el resultado de los encuestados se puede inferir que los mayores motivos por el cual se visita al Jardín Botánico son: turismo (34%) y visitas (33%), mientras Educación (23%) y fotografía (11%) alcanzan valores menores.

Esto se debe a que el Jardín Botánico se encuentra dentro de los 10 lugares turísticos de la ciudad de Guayaquil y los centros educativos durante su año electivo realizan visitas a distintos lugares turísticos de la ciudad, para fomentar la educación ambiental.

2.- Su visita la realizó:

Tabla de distribución de frecuencia			
P#2: Su visita la realizó			
Motivo	Código	frecuencia	porcentaje
sólo	1	38	18%
familia	2	92	42%
escuela	3	12	6%
colegio	4	25	12%
universidad	5	8	4%
amigos	6	42	19%
	total	217	100%

Tabla 2-6 Tabla de Frecuencia pregunta #2. Elaboración propia 2015

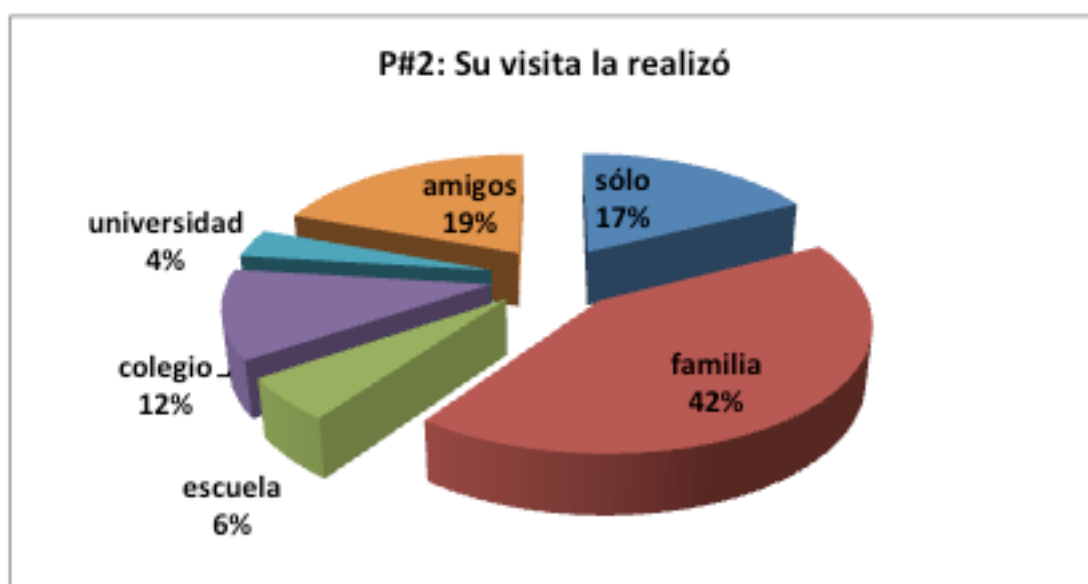


Figura 2-40 Gráfico Estadístico pregunta #2. Elaboración propia 2015

Análisis:

A partir de la pregunta realizada se puede determinar que este sitio turístico se caracteriza por ser visitado en su mayoría junto a familiares (43%), amigos (19%) y sólo (17%) alcanzaron valores similares, los motivos educativos son los consiguientes. El comportamiento del Guayaquileño se caracteriza por aprovechar los espacios recreativos, turísticos junto a sus familiares o amigos, en sus tiempos libres.

3.- ¿Necesitó ayuda para llegar al lugar?

Tabla de distribución de frecuencia			
P#3: ¿Necesitó ayuda para llegar al lugar?			
Descripción	código	frecuencia	porcentaje
si	1	154	71%
no	2	63	29%
	total	217	100%

Tabla 2-7 Tabla de Frecuencia pregunta #3. Elaboración propia 2015

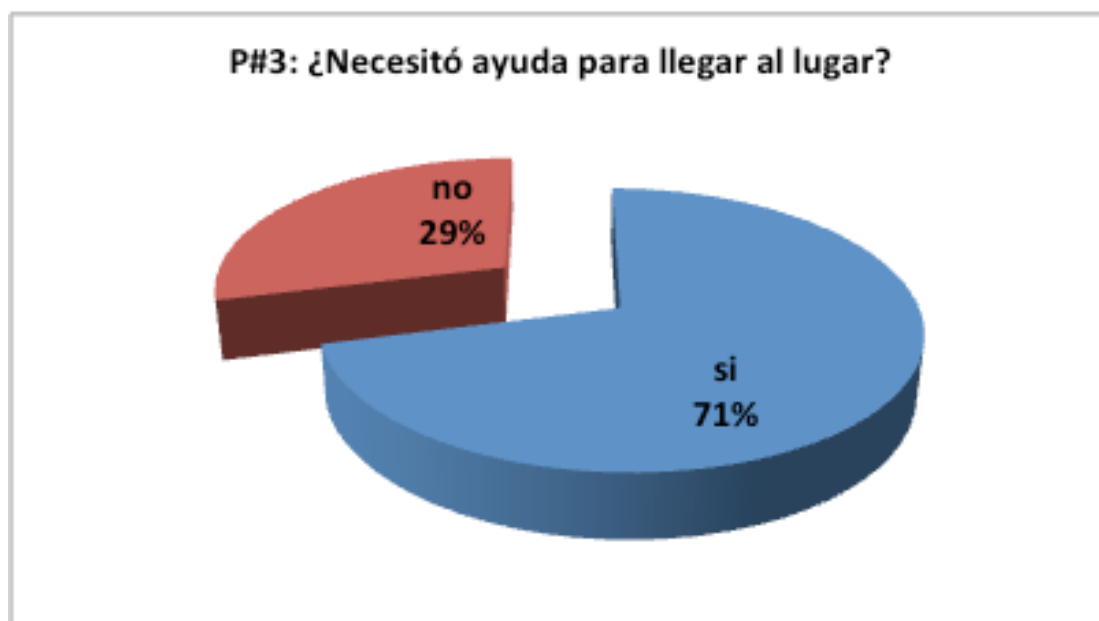


Figura 2-41 Gráfico Estadístico pregunta #3. Elaboración propia 2015

Análisis:

Al preguntar a los encuestados si necesitaron de ayuda para llegar al lugar, la mayoría respondió ante esta inquietud un sí (71%), sin embargo el valor restante estableció lo contrario. Se puede analizar que la falta de señalética en general es uno de los inconvenientes encontrados por el usuario.

4.- Dentro del jardín botánico ¿Necesitó el servicio de un guía para realizar el recorrido?

Tabla de distribución de frecuencia			
P#4: ¿Necesitó el servicio de un guía para realizar el recorrido?			
Descripción	código	frecuencia	porcentaje
Sí	1	136	63%
no	2	81	37%
	total	217	100%

Tabla 2-8 Tabla de Frecuencia pregunta #4. Elaboración propia 2015



Figura 2-42 Gráfico Estadístico pregunta #4. Elaboración propia 2015

Análisis:

En esta pregunta se puede analizar que el 63% de las personas al momento de dirigirse al Jardín Botánico necesitaron el servicio de un guía para poder realizar el recorrido, mientras el 37% de las personas no lo vieron necesario.

Ante la situación encontrada se pudo conocer que el servicio de guías brindado por el Jardín Botánico sólo se da con previa cita, siendo esta situación desconocida por parte de los usuarios.

5.- ¿Considera que la señalética del lugar es la adecuada?

Tabla de distribución de frecuencia			
P#5: ¿Considera que la señalética dentro del lugar es la adecuada?			
Descripción	código	frecuencia	porcentaje
Sí	1	74	34%
no	2	143	66%
	total	217	100%

Tabla 2-9 Tabla de Frecuencia pregunta #5. Elaboración propia 2015



Figura 2-43 Gráfico Estadístico pregunta #5. Elaboración propia 2015

Análisis:

El 66% de los encuestados manifestaron que la señalética dentro del Jardín Botánico de Guayaquil no se considera adecuada, mientras el 34% sí está de acuerdo con la señalética actual.

Por problemas estéticos, visuales o de mantenimiento la señalética dentro del Jardín Botánico no es la adecuada, sin embargo muchas personas no consideran estos aspectos como parte de una problemática.

6.- ¿Cómo calificaría la señalética dentro del lugar?

Tabla de distribución de frecuencia			
P#6: ¿Cómo calificaría la señalética dentro del lugar?			
descripción	código	frecuencia	porcentaje
muy buena	1	6	3%
buena	2	103	47%
mala	3	108	50%
	total	217	100%

Tabla 2-10 Tabla de Frecuencia pregunta #6. Elaboración propia 2015

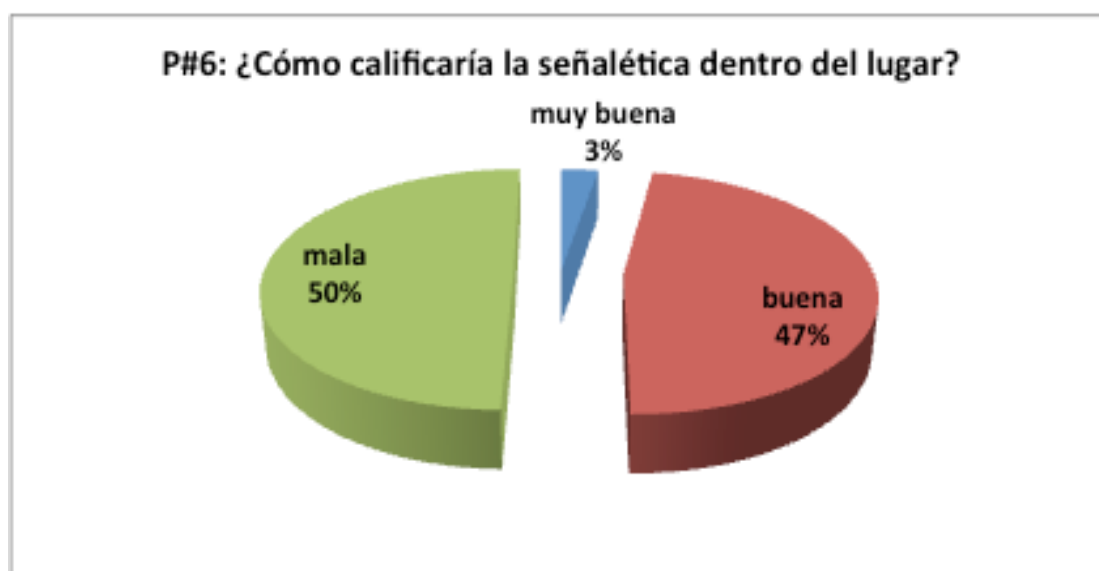


Figura 2-44 Gráfico Estadístico pregunta #6. Elaboración propia 2015

Análisis:

Al momento de preguntar a los encuestados acerca de cómo calificaría la señalética del sitio, las variables que alcanzaron puntaje más alto fueron mala (50%) y buena (47%), mientras muy buena solamente fue indicado por el 3% de los participantes.

A pesar de que en la pregunta anterior la mayor parte de encuestados indicó que la señalética no es la adecuada, sin embargo no les parece mal empleada o incorrecta debido a que no hay un conocimiento correcto sobre el uso y funcionalidad de la señaléticas.

7.- ¿Cree que el Jardín Botánico debería mejorar la señalética?

Tabla de distribución de frecuencia			
P#7: ¿Cree que el Jardín Botánico debería mejorar la señalética?			
Descripción	código	frecuencia	porcentaje
Sí	1	203	94%
no	2	14	6%
	total	217	100%

Tabla 2-11 Tabla de Frecuencia pregunta #7. Elaboración propia 2015



Figura 2-45 Gráfico Estadístico pregunta #7. Elaboración propia 2015

Análisis:

Como se puede ver en la gráfica el 94% de los encuestados creen que se debe mejorar la señalética del Jardín Botánico, mientras el 6% de las personas creen que debe permanecer la misma.

Se puede concluir que pese que la mitad de los encuestados respondió que la señalética es buena, puede llegar a mejorarse para un funcionamiento más eficaz.

8.- De las siguientes especies de flora ¿Cuál fue la que más le llamó la atención?

Tabla de distribución de frecuencia			
P#8: De las siguientes especies de flora¿Cuál fue la que más llamó la atención?			
Descripción	código	frecuencia	porcentaje
árbol	1	46	21%
orquídea	2	134	62%
palmeras	3	21	10%
cactus	4	16	7%
	total	217	100%

Tabla 2-12 Tabla de Frecuencia pregunta #8. Elaboración propia 2015

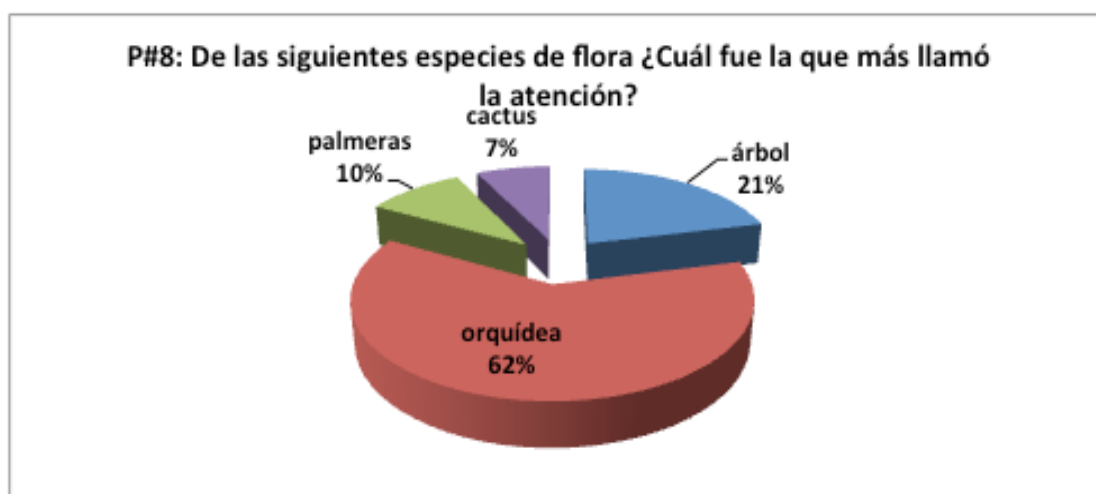


Figura 2-46 Gráfico Estadístico pregunta #8. Elaboración propia 2015

Análisis:

Según la muestra de encuestados, la especie de flora que más llamo la atención al público visitante fue la orquídea (62%), mientras la variable de árbol (21%) alcanzó el segundo elemento mayor recordado por los usuarios seguido por palmeras (10%) y Cactus (7%).

El Jardín Botánico cuenta con distintas especies de orquídeas entre ellas la orquídea de Guayaquil, debido a sus formas y colores resulta llamativa para los visitantes. Así mismo alrededor del recorrido dentro del lugar se puede apreciar distintos árboles maderables y frutales.

Análisis Cruzado pregunta #8.

		1	2			
Código		Femenino	Masculino	Total	Mujer	Hombre
1	árbol	17	29	46	37%	63%
2	orquídea	79	55	134	59%	41%
3	palmeras	13	8	21	62%	38%
4	cactus	10	6	16	63%	38%
	total	119	98	217	55%	45%

Tabla 2-13 Análisis cruzado pregunta #8. Elaboración propia 2015

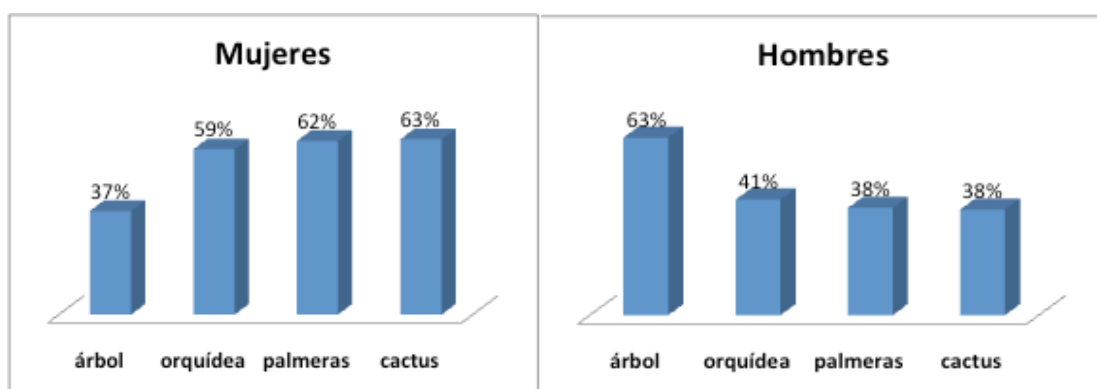


Figura 2-47 Gráfico Estadístico análisis cruzado pregunta #8. Elaboración propia 2015

Análisis:

A partir del análisis cruzado de la pregunta número 8 se pudo conocer que las mujeres prefieren las orquídeas con un 59% a diferencia de los hombres (41%). En cambio los hombres prefieren en gran mayoría los árboles (63%) a diferencia de las mujeres (37%). Estudios realizados indican que las mujeres prefieren las flores por sus colores llamativos y aromas agradables. Muchos de los árboles que se encuentran dentro del jardín botánico son maderables o frutales por ende los hombres se ven atraídos a estos ya sea por recuerdos o por las características de estas especies.

9.- De los siguientes grupos de colores. Elija el que más asocie con flora y vegetación

Tabla de distribución de frecuencia			
P#9: De los siguientes colores Elija el que más asocie con flora			
Descripción	código	frecuencia	porcentaje
color 1	1	120	55%
color 2	2	43	20%
color 3	3	15	7%
color 4	4	39	18%
	total	217	100%

Tabla 2-14 Tabla de Frecuencia pregunta #9. Elaboración propia 2015



Figura 2-48 Gráfico Estadístico pregunta #9. Elaboración propia 2015

Análisis:

Para conocer mayor la percepción de los usuarios que visitaron el Jardín Botánico, se preguntó acerca de los colores que más asociaron con la flora y vegetación del sitio, el color más representativo para la muestra fue, el color 1 con un 55% (tonos verdes), el siguiente mayor seleccionado fue el color 2 (tonos morados) con un 20%, el color 4 (tonos amarillos y verdes) alcanzó un tercer puesto con un 20% y finalmente se encuentra el color 3 (tonos naranjas) con sólo un 7% de aceptación.

Análisis Cruzado pregunta #9.

Código		1	2	Total	Mujer	Hombre
		Femenino	Masculino			
1	color 1	62	58	120	52%	48%
2	color 2	25	18	43	58%	42%
3	color 3	10	5	15	67%	33%
4	color 4	22	17	39	56%	44%
	total	119	98	217	55%	45%

Tabla 2-15 Análisis cruzado pregunta #9. Elaboración propia 2015

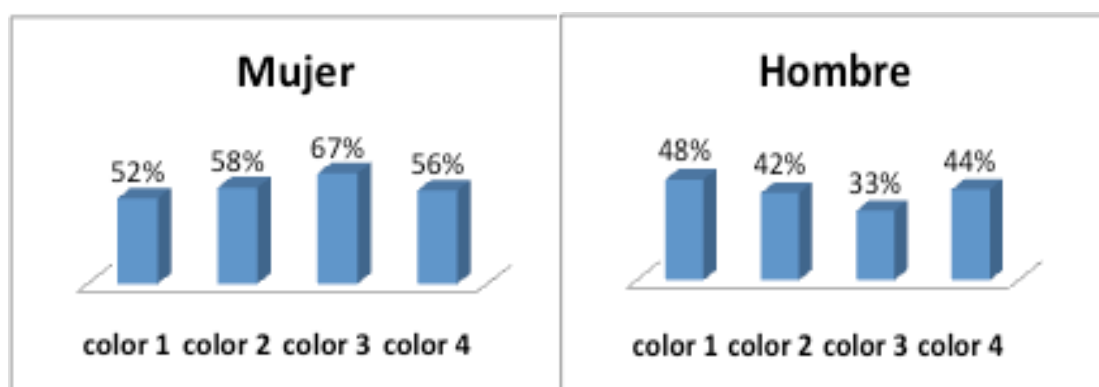


Figura 2-49 Gráfico Estadístico análisis cruzado pregunta #9. Elaboración propia 2015

Análisis:

Según nuestra muestra de encuestados, el color 1 (tonos verdes), fue el color más asociado con la flora y vegetación del lugar por las mujeres (52%) y por hombres (48%), se puede observar que la diferencia es muy mínima en cuanto a porcentajes por lo que se considera que los tonos verdes están posicionados en la mente de los visitantes como un color que representa la naturaleza a nivel mundial.

El color 2 (tonos morados) fue elegido por las mujeres con un 58%, a diferencia de los hombres con un 42%, esto se debe a que el color de las flores del lugar son en tonos morados, rosados, rojos, y las mujeres son atraídas por las flores del lugar.

10.- De los siguientes grupos de colores. Elija el que más asocie con fauna.

Tabla de distribución de frecuencia			
P#10: De los siguientes colores Elija el que más asocie con fauna			
Descripción	código	frecuencia	porcentaje
color 1	1	39	18%
color 2	2	60	28%
color 3	3	93	43%
color 4	4	25	12%
	total	217	100%

Tabla 2-16 Tabla de Frecuencia pregunta #10. Elaboración propia 2015

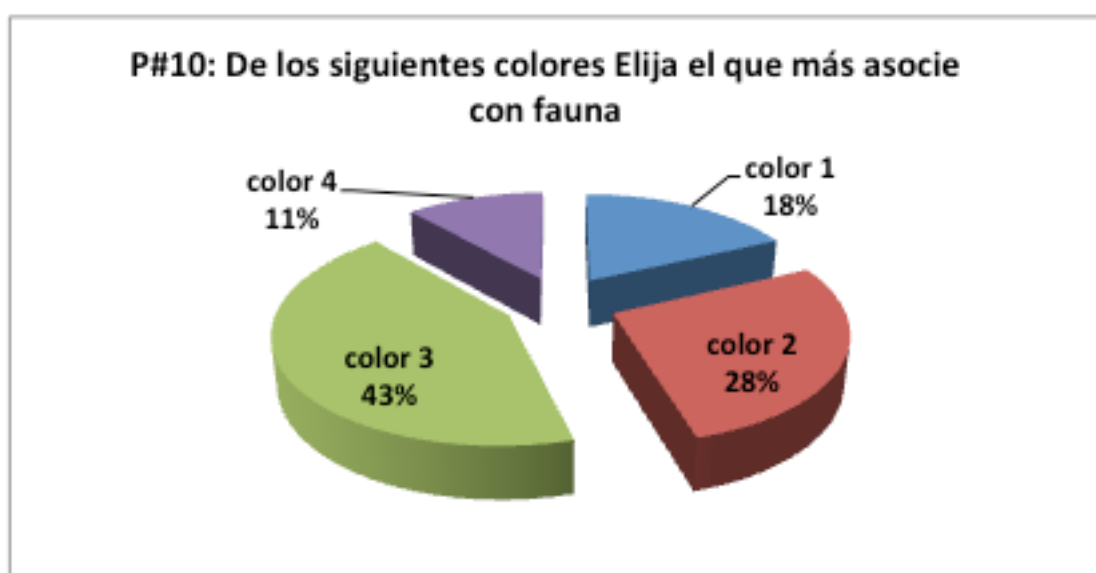


Figura 2-50 Gráfico Estadístico pregunta #10. Elaboración propia 2015

Análisis:

Cuando se pregunto a los encuestados acerca de los colores que asocian con la fauna del sitio, establecieron que el color 3 (tonos tierra) con un 43%, es el color más representativo, seguido por los valores del color 2 (tonos naranjas) con un 28%, el color 1 (tonos azules) con un 18% aprobación, y por último color 4 (tonos verdes) con 11%. Los tonos tierra son de rápida asociación con los pelajes de los animales del sitio, seguido por los tonos naranjas que poseen distintas aves dentro del sitio.

Análisis Cruzado pregunta #10.

		1	2			
Código		Femenino	Masculino	Total	Mujer	Hombre
1	color 1	25	14	39	64%	36%
2	color 2	32	28	60	53%	47%
3	color 3	48	45	93	52%	48%
4	color 4	14	11	25	56%	44%
	total	119	98	217	55%	45%

Tabla 2-17 Análisis cruzado pregunta #10. Elaboración propia 2015

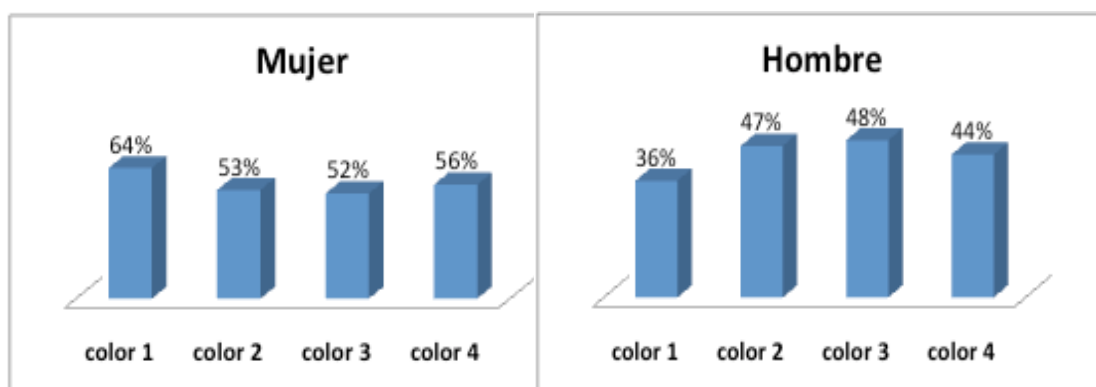


Figura 2-51 Gráfico Estadístico análisis cruzado pregunta #10. Elaboración propia 2015

Análisis:

Según el análisis cruzado de la pregunta #10, se obtuvo que las mujeres con un 52% asocian el color 3 (tonos tierra) a los animales del lugar, seguido por los hombres con un 48%. Esto se debe a que los colores tierra, son reconocidos mundialmente por ser parte del pelaje de la mayoría de los animales.

11.- ¿Disfrutó el recorrido dentro del jardín botánico de Guayaquil?

Tabla de distribución de frecuencia			
P#11: ¿Disfrutó el recorrido dentro del Jardín Botánico de Guayaquil?			
Descripción	código	frecuencia	porcentaje
Sí	1	196	90%
no	2	21	10%
total		217	100%

Tabla 2-18 Tabla de Frecuencia pregunta #11. Elaboración propia 2015



Figura 2-52 Gráfico Estadístico pregunta #11. Elaboración propia 2015

Análisis:

Según los datos obtenidos por medio de las encuestas, se preguntó a la muestra escogida si disfrutaron del recorrido dentro del Jardín Botánico de Guayaquil dando como resultado 90% Sí. A pesar de la problemática ya identificada con respecto a la señalética, el lugar no pierde su atractivo natural hacia los visitantes.

3.8.4. ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

Entrevistadores, Jonathan Abarca y Beatriz Morales

La entrevista realizada a la bióloga Mónica Soria, da a conocer elementos representativos, las particularidades del lugar y a quienes está orientada la organización Jardín Botánico de Guayaquil.

Mónica Soria respondió que existen varias plantas representativas del Jardín Botánico de Guayaquil, las más reconocidas por el público son los árboles frutales, debido a su fruto, mientras los árboles maderables se los conocen por albergar especies no muy comunes o en peligro de extinción, siendo un área de conservación del bosque seco tropical.

Por otra parte las Orquídeas cumplen un papel principal dentro del sitio, tienen su propio sector ya que requieren de un cuidado diferente, siendo una de las especies que más llama la atención por sus diferentes colores y forma.

Al preguntar acerca de los animales más reconocidos del jardín botánico, la bióloga Soria argumentó que existen varias etapas del recorrido donde se presenta todo tipo de especies, tales como el área de granja en el cual se puede observar aves de corral como el pollo, la gallina, palomas, gansos, entre otros. Estos animales han sido criados dentro del jardín botánico pudiendo ser considerados como animales representativos.

También cuentan con un área de exhibición de más de 800 mariposas de Latinoamérica. Sin embargo los animales que más llaman la atención se encuentran dentro del área del sistema amazónico que alberga distintas especies de animales como: monos, papagayos, pericos, pirañas, tortugas entre otros.

Uno de los factores que diferencia el jardín botánico de otros lugares de recreación turística mencionados por Soria, es que el sitio se encuentra dentro del área urbana, por ende es accesible para los visitantes. La infraestructura del lugar es muy apreciada por los visitantes por mantener la naturaleza, incluso hoy en día muchos grupos vienen directamente al jardín botánico a realizar distintas actividades como yoga y tai chi.

El jardín botánico cuenta con una vista espectacular, desde el mirador se puede observar el cerro del Carmen, el cerro Santana, el río Daule, Babahoyo y del otro lado el parque industrial, y al mismo tiempo se encuentra en una elevación de 302 hectáreas de Bosque Protector Cerro Colorado.

Los usuarios más recurrentes del jardín botánico, son grupos de escuelas y colegios en la época escolar, personas adultas que asisten exclusivamente a la feria del mango para adquirir dichos productos y extranjeros españoles, colombianos, alemanes, entre otros.

Además dentro de las redes sociales el jardín botánico se encuentra dentro de los 10 lugares turísticos para visitar Guayaquil, lo que ha logrado el incremento de visitas por parte de turistas nacionales y extranjeros.

En Conclusión el Jardín Botánico de Guayaquil es un espacio de extensión boscosa donde se alberga una gran variedad de flora y fauna originarias de la ciudad. El jardín botánico atrae diferentes tipos de público desde instituciones escolares, hasta personas interesadas en estar en contacto con la paz y naturaleza, convirtiéndose en un lugar variado en actividades para la educación y recreación.



CAPÍTULO 4 **PROPUESTA**

4.1. FODA

El análisis FODA es una herramienta que sirve para comprender y analizar la situación de una empresa, organización, producto, entre otros. Es una importante herramienta para el desarrollo de estrategias y toma de decisiones que sirvan para mejorar el futuro de la empresa o producto.

La herramienta FODA ayuda a identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de ahí deriva su nombre. Se clasifica en dos partes:

- El análisis externo: oportunidades y amenazas, es decir el mercado al cual se enfrentará para la toma de decisiones.
- El análisis interno: fortalezas y debilidades, con respecto a la empresa, organización o producto.

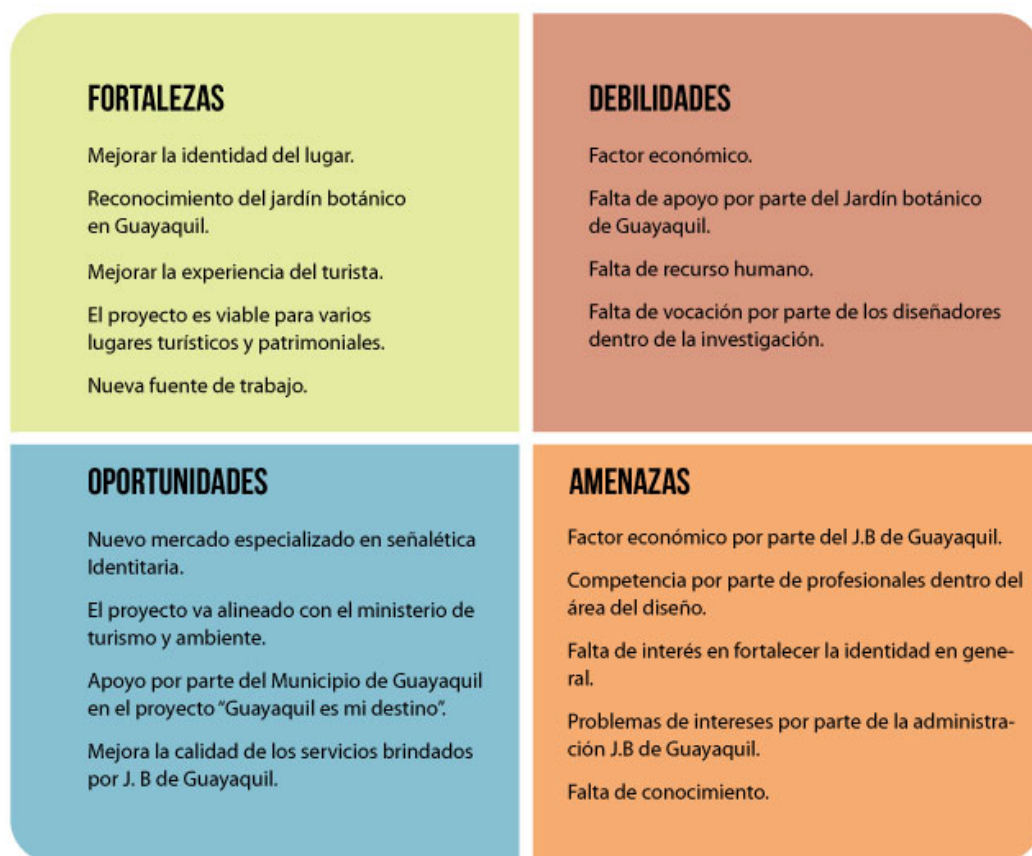


Figura 2-53 FODA. Elaboración propia 2015

4.2. STAKEHOLDERS

La palabra Stakeholders se refiere a los grupos de interés que pueden afectar o son afectados según las decisiones de la empresa. Estos pueden ser: los accionistas, trabajadores, inversores, proveedores, entre otros.

Existen dos tipos de grupos de interés:

- *Primarios*: Son los que tienen relación económica y más directa con la empresa. Son fundamentales dentro de la organización de la entidad.
- *Secundarios*: No participan directamente, pero se pueden ver afectados por las decisiones de la empresa.

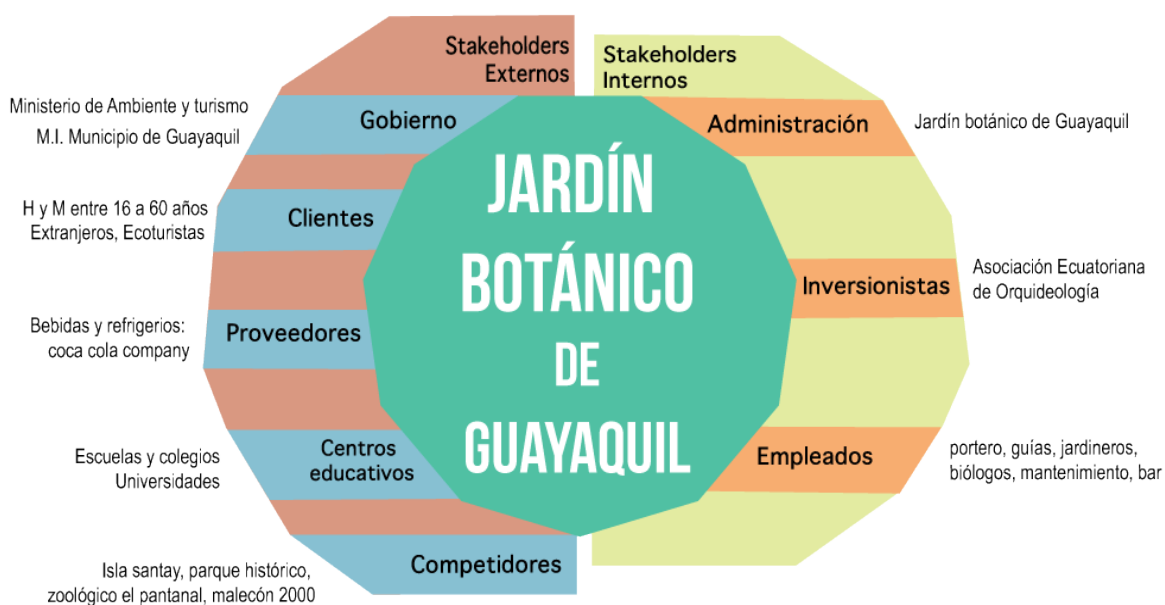


Figura 2-54 Stakeholders, elaboración propia 2015

4.3. MÉTODOS DE PROPUESTA DE DISEÑO

4.3.1. BRAINSTORMING Y DESIGN THINKING⁵²

Brainstorming es una técnica de creatividad aplicada en muchas áreas donde se tiene como objetivo idear posibles soluciones ante una problemática.

Esta herramienta se efectúa a través de un grupo de personas que aportan con una gran cantidad de ideas posibles acerca de un tema con la finalidad de producir todo tipo de soluciones más creativas y efectivas.

También se empleó la herramienta de Design Thinking, que trata de resolver una problemática que fomenta la innovación a base de las necesidades del usuario, se desarrolla ideas, se proponer y por último se diseña los elementos del proyecto.

4.3.2. SATURAR Y AGRUPAR



Figura 2-55 Agrupar y saturar. Elaboración propia 2015

Dentro de la metodología de Design Thinking existen métodos que ayudan a desarrollar una solución al tema a tratar. Saturar y agrupar es un método que pretende traducir pensamientos y experiencias a piezas visuales tangibles que ayudan a informar e inspirar al grupo de trabajo, trata de agrupar conceptos para explorar los temas y

⁵² Confederación Granadina de Empresarios. (2015). *Técnicas de Gestión*. Recuperado de <http://www.cge.es/portalcge/tecnologia/innovacion/4112brainstorming.aspx>

patrones que surjan para avanzar identificando necesidades significativas (Universidad Stanford, 2014, p.14).⁵³

Esta herramienta que se desarrolla a través de colocar las ideas, conceptos claves ya sean en post-its como también en fotografías u otros materiales donde demuestren la conducta del público objetivo a considerar.

A través de los elementos mencionados se debe crear grupos que se relacionen entre sí, o los demás grupos y se identifiquen a través de conductas comunes o insights que compartan los usuarios. A partir de este mecanismo se conoce las conductas, el pensamiento, los deseos y necesidades de los usuarios, obteniendo como resultado un diseño acorde a las variables mencionadas.

4.4 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

4.4.1. PRINCIPIOS DEL PROYECTO

El proyecto se realiza con el fin de contribuir al diseño gráfico, así mismo al desarrollo del turismo y la construcción de elementos en territorios patrimoniales de la ciudad de Guayaquil, mediante la representación de las especies más características del sitio.

La propuesta está planteada para realizarse en la Fundación Jardín Botánico de Guayaquil, como se menciona en esta investigación, éste espacio se lo conoce por albergar una gran variedad de especies autóctonas del sector, producto a su ubicación singular, el Jardín Botánico posee diferentes atractivos únicos que atrae todo tipo de público.

El nombre del proyecto se denomina “Señalética Identitaria”, busca reunir dos aspectos principales originados por dos términos; señalética que se conoce como una herramienta que guía, orienta e informa al usuario dentro de un espacio determinado; e identidad concepto que se define para identificar los aspectos propios de un espacio o cultura.

A partir de estos aspectos se busca emplear una señalética que reúna las propiedades mencionadas para mejorar la comunicación y reforzar la identidad del jardín.

⁵³ Universidad Stanford (2014, 20 de Enero). *Guía de proceso creativo- Design Thinking*. Recuperado de <https://dschool.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/31fbd/attachments>

Los pictogramas o íconos serán utilizados para representar las especies tanto de flora como de fauna propios del jardín botánico, para categorizar sus atractivos por especie y color dependiendo de la zona que éste se encuentre en su recorrido con el fin de llevar una mejor organización del mismo. Los pictogramas a parte de representar la identidad del lugar, deben ser entendibles por los usuarios, visibles, legibles y ubicados en posiciones estratégicas.

La ubicación estratégica de las señaléticas dentro del jardín botánico y el diseño de las mismas, permite constituir un sistema señalético que se integra con el espacio que lo rodea a través de los pictogramas y la cromatología que transmiten la identidad del lugar, mejorando la experiencia del usuario con el Jardín Botánico de Guayaquil.

4.4.2. OBJETIVOS DEL DISEÑO

- Crear pictogramas con los elementos más representativos del Jardín Botánico.
- Clasificar la señalética en base a sus características y funciones.
- Comprender la señalética en sus aspectos específicos dependiendo de su aplicación.

4.4.3. USUARIO

El usuario promedio que visita el Jardín Botánico de Guayaquil se encuentra distribuido por rangos de edad:

- Niños a partir de 7 años a 11 años de las distintas escuelas de la país, que asisten al jardín botánico junto con sus profesores, con motivo de inculcar el cuidado ambiental.
- Estudiantes entre 12 años y 17 años que asisten a colegios, visitan el jardín botánico en giras de estudio o por actividades escolares guiadas por un maestro.
- Jóvenes a partir de 18 años y 25 años, estudiantes de universidad que buscan un lugar de recreación y turismo dentro de la ciudad.
- Profesionales, ecologistas, turistas nacionales y extranjeros entre 25 y 65 años que disfrutan de lugares al aire libre con familia o amigos. Otros enfocados al Ecoturismo, fotografía u otras actividades.

La señalética a proponer debe poder ser decodificada por todo el grupo objetivo mencionado, por tal motivo la propuesta de diseño y los pictogramas a realizar deben ser legibles y entendibles tanto para un niño, cómo para el adulto.

4.4.4. SOPORTES A REALIZAR

La investigación del entorno realizada en el Jardín Botánico de Guayaquil, y el estudio de las rutas de distribución dentro del lugar, sirve para determinar los puntos importantes a señalar y los tipos de señaléticas que deben ser diseñados para la propuesta, los cuales en conjunto formarán un sistema completo enfocado al servicio del usuario.

Señalética Direccional

Este tipo de señalética estará presente dentro del jardín botánico, indicando los lugares atractivos e importantes de cada uno de los recorridos, mejorando la circulación del usuario.

Señalética Orientadora

La señalética orientadora estará ubicada al inicio del recorrido del jardín botánico. Se muestra un mapa general de la zona, que indique el lugar donde se encuentra el usuario y las distintas rutas, puntos importantes y servicios básicos que ofrece.

Señalética Informativa

Este tipo de señalética se ubicará en lugares estratégicos, su función es informar y educar al usuario mediante datos sobre la especie o el elemento señalado.

Señalética Identificativa

La función de la señalética identificativa es identificar, por lo cual estarán ubicadas en las entradas de lugares importantes que necesiten ser identificados por el usuario.

4.4.5. VIABILIDAD DEL PROYECTO

Un proyecto que relaciona la identidad de un lugar y que conlleva a una revalorización del patrimonio cultural mediante elementos de comunicación, es de suma importancia para un país con muchos lugares turísticos y patrimoniales, como el Ecuador.

El diseño gráfico es el encargado de lograr comunicar esa identidad, mediante el análisis cromático e identitario de los elementos que se encuentran dentro del Jardín Botánico de Guayaquil

La propuesta de una señalética identitaria se encuentra junto con los objetivos de la Agenda zonal 8, que indica:

- “Consolidar el proyecto de Guayaquil Ecológico, integrando a los pobladores locales.”
- “Desarrollar un programa de recuperación y valoración del patrimonio cultural para rescatar la identidad del lugar.

De la misma forma, esta propuesta se puede alinear con proyectos del Municipio de Guayaquil, con la campaña “Guayaquil es mi destino” la cual busca promover distintos lugares turísticos de la ciudad e impulsar el desarrollo cultural.

4.5. PROPUESTA DE DISEÑO

4.5.1. DESARROLLO DE ALTERNATIVAS

La propuesta de diseño de señalética identitaria para el Jardín Botánico de Guayaquil, se basa en una investigación que ayudó a determinar los elementos más representativos del lugar y un estudio etnográfico que determinó las costumbres, necesidades y comportamientos de los visitantes. Como resultado se obtuvo una serie de variables que reflejan la identidad del lugar, acorde con los gustos y preferencias del público objetivo.

Es por ello que en un comienzo las alternativas de diseño no cumplían los parámetros del lugar, creando un ruido visual y una falta de comunicación; de esta manera se tuvo que simplificar el diseño, teniendo como resultado una señalética que armoniza con el entorno al que será aplicada.



Figura 2-56 Desarrollo de alternativas.
Elaboración propia 2015

4.5.2. DISEÑO SEÑALÉTICA

El principio básico por el que se rige el diseño de la señalética es la naturaleza propia del Jardín Botánico de Guayaquil. A través de la investigación se logró determinar que la orquídea es una de las especies con mayor reconocimiento, debido a que constituye parte de la historia del sitio; Asimismo alberga diferentes clases de orquídeas entre esas la orquídea de Guayaquil, especie emblemática de la ciudad.

El árbol de Guayacán es reconocido por su madera dura, utilizado en la industria mueblera del país, éste formará parte del soporte de la señalética.

Mediante un estudio y un análisis del lugar se logró identificar varios elementos presentes en especies y piezas que mantienen un patrón que guiaron a la construcción de los pictogramas. Mientras la forma de la placa de la señalética será construida a partir de figuras geométricas adaptadas a los diferentes tipos según su uso.

El primer elemento donde se logró localizar esta muestra fue en las representaciones precolombinas colocadas a lo largo del trayecto. Como también se encontró dichos patrones en las diferentes especies de flora y fauna del jardín.

El diseño gráfico juega un papel fundamental porque logra comunicar mediante un estudio pictográfico cromático y de identidad del espacio propuesto. La unión de la colorimetría, elementos figurativos y los materiales tomados en cuenta compone la identidad del Jardín Botánico de Guayaquil.

4.5.3. PICTOGRAMAS

La construcción de los pictogramas se realizó a partir de tres elementos hallados a lo largo del Jardín Botánico de Guayaquil. Las orquídeas, las hojas de árboles y los dibujos precolombinos del recorrido. A partir de las piezas mencionadas se formaron los contornos que dieron paso a la construcción de la estructura y del estilo del sistema pictográfico. Para tener como resultado un pictograma abstraído y funcional, que responde a la identidad del sitio, como también comunicar a través de una correcta semántica que permita al usuario reconocer y relacionarse de una manera eficaz con la señalética.

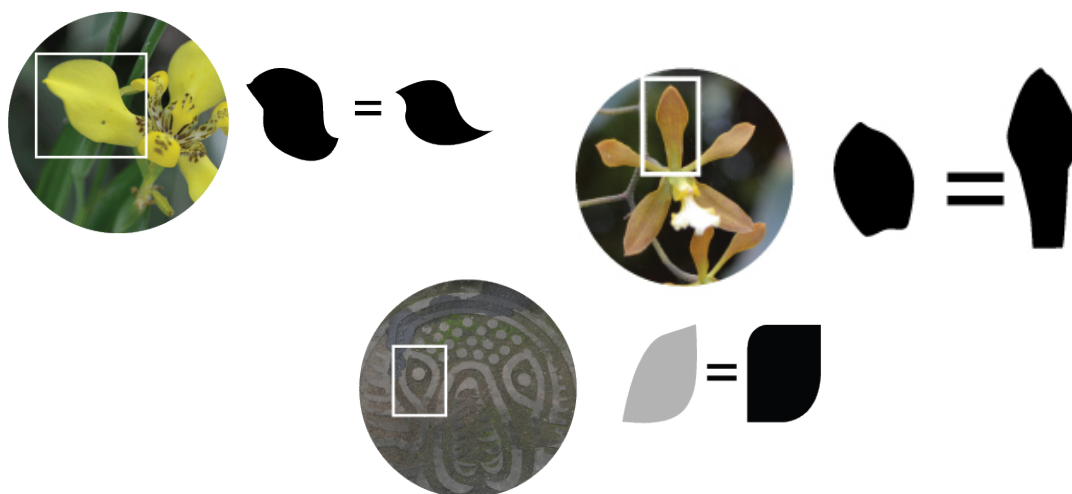


Figura 2-57
Construcción de patrones. Elaboración propia 2015

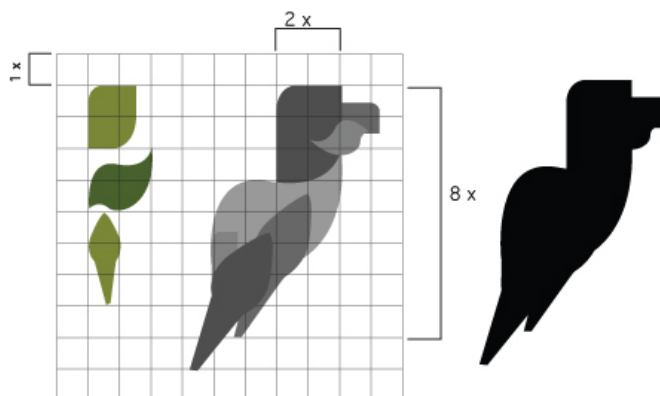


Figura 2-58 Construcción de pictograma. Elaboración propia 2015

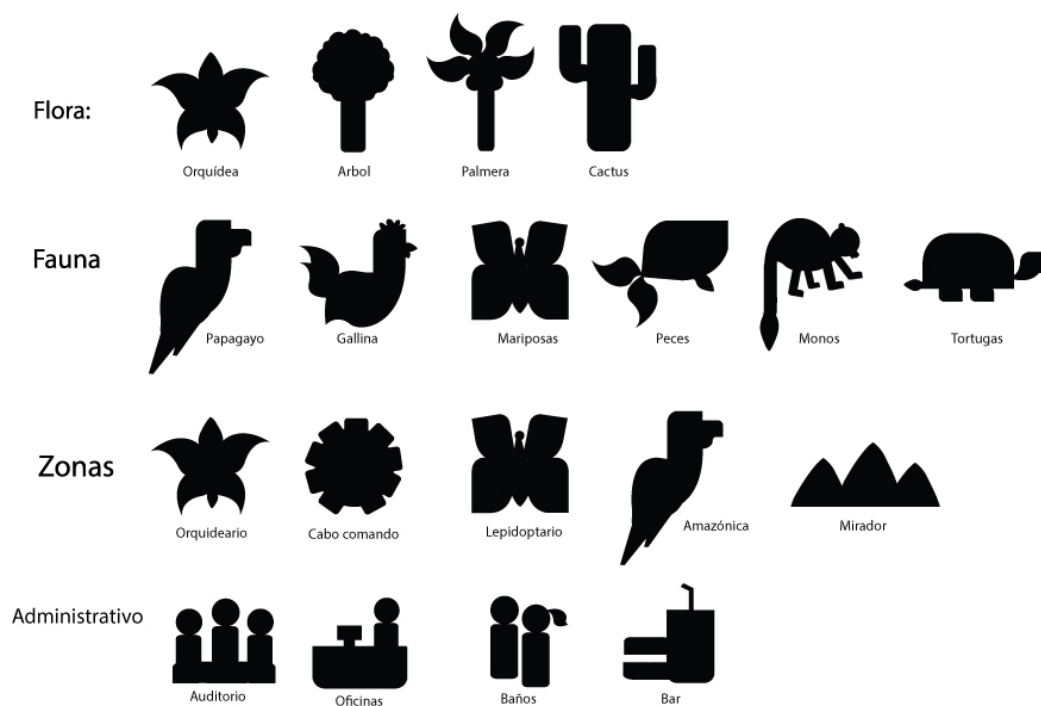


Figura 2-59 Pictogramas.
Elaboración propia 2015

4.5.4. TIPOGRAFÍA

Las tipografías utilizadas para la señalética identitaria dentro del Jardín Botánico de Guayaquil son Harabara Mals y Helvética.

La primera tipografía será utilizada en caja baja (minúscula) para nombrar las especies, rutas o títulos en la señalética. Fue escogida por ser una tipografía palo seco con terminaciones curvas, que va acorde con el estilo natural que caracteriza al jardín botánico, logrando ser legible para los visitantes.

Para complementar la tipografía se agregó uno de los íconos identitarios que reemplazan el punto de la i con el fin de transmitir una igualdad en la propuesta del diseño.

Harabara Mais

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Figura 2-60 Familia tipográfica Habara Mais. Elaboración propia 2015

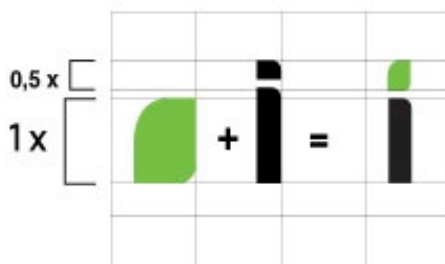


Figura 2-61 Construcción Habara Mais. Elaboración propia 2015

La segunda familia tipográfica es Helvética, la cual será utilizada para textos complementarios que describan información y recomendaciones del jardín botánico. Se la escogió por ser una tipografía palo seco, de estilo sencillo, limpia, y neutral que será utilizada tanto para textos cortos como largos.

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

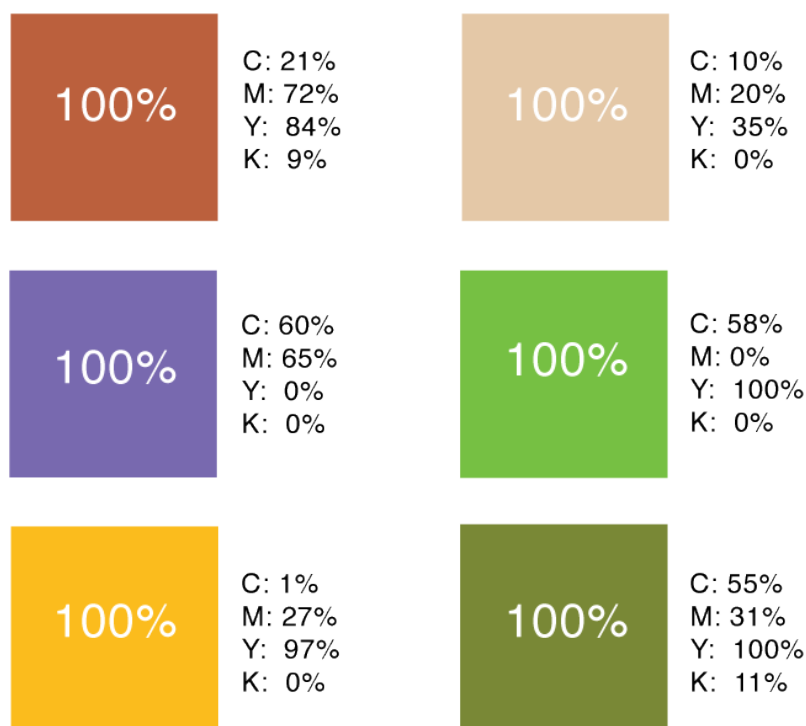
Figura 2-62 Familia tipográfica Helvética. Elaboración propia 2015



Figura 2-63 Tipografía Identitaria.
Elaboración propia 2015

4.5.5. CROMATOLOGÍA

La cromatología escogida representa las tonalidades propias del lugar, se utilizaron tonos de la naturaleza. Entre esos se empleó el color café claro que simboliza la madera, verdes claros y oscuros para mantener la igualdad con el entorno, otros de los colores usados para seguir con la armonía de tonalidades naturales fueron el morado y amarillo que fueron extraído de los pétalos de flores del jardín botánico y serán utilizados para identificar los recorridos dentro del lugar.



**Figura 2-64 Colorimetría.
Elaboración propia 2015**

4.5.6. SELECCIÓN Y NORMAS GRÁFICAS

En este proceso se especificará la construcción, las reglas de las señaléticas acorde a su tipo, clasificación y uso. En cuanto la morfología de la señalética se la realizará a partir del empleo de formas geométricas que servirán como soporte para la misma.

SEÑALÉTICA DIRECCIONAL.

Su estructura parte de una figura geométrica circular, que contendrá el pictograma troquelado, un elemento geométrico que simbolice la dirección y el nombre del lugar a señalar. Los soportes gráficos como la flecha y el nombre del lugar fueron realizados en base a la misma morfología con la que se construyó los pictogramas.

La señalética será de tipo autotransporte e indicará máximo 2 destinos, ya sea que se encuentren en la misma dirección o de diferentes posiciones. Para su mejor legibilidad estos elementos serán colocados de forma intercalada para respetar su espacio de restricción.

Su cromatología estará presentada acorde de la ruta donde esté instalada. Los materiales a utilizar serán el metal de acero y el metal de aluminio, que conformarán la base donde la señalética se apoyará, representada a través de la simulación de raíces de una flor. Otro material que será parte de la construcción de la señalética será la madera que formará parte del cuerpo principal de la señalética como elemento representativo de la naturaleza.



**Figura 2-65 Señalética direccional.
Elaboración propia 2015**

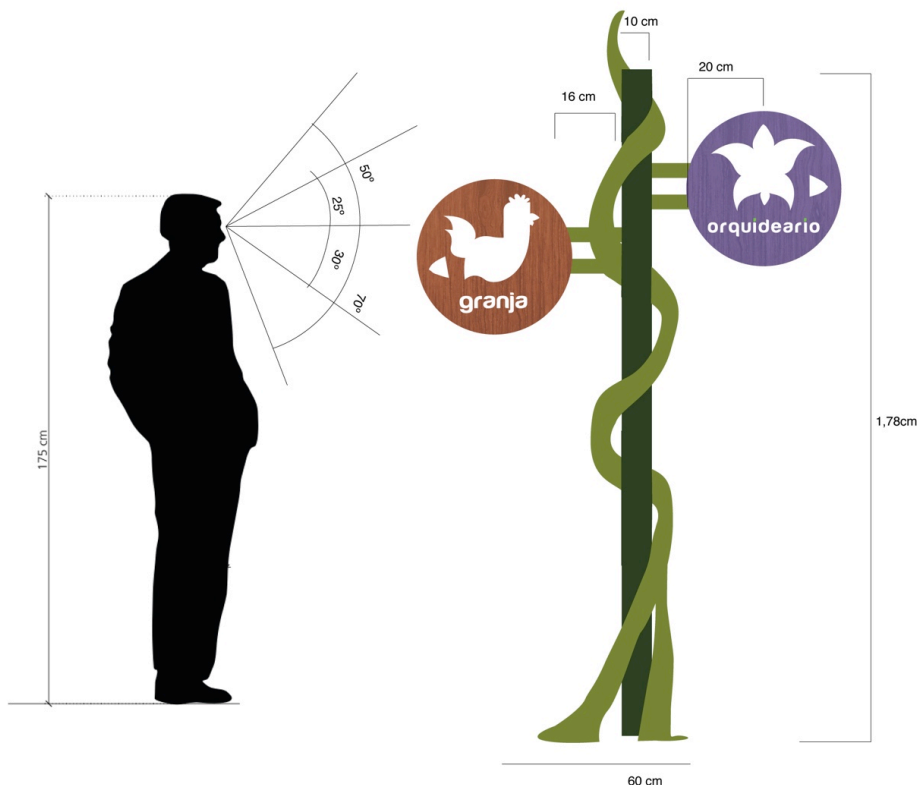


Figura 2-66 Señalética direccional medidas. Elaboración propia 2015

SEÑALÉTICA IDENTIFICATIVA.

Su estructura será a partir de dos elementos geométricos, el rectángulo que se empleará para el soporte del nombre del elemento a indicar y el círculo para destacar la presencia del pictograma, de modo que tenga más importancia visual.

Manteniendo la misma línea manejada en las señalética direccionales, se mantiene el color en el círculo que indicará la ruta en la que se encuentra el usuario. El tipo de señalética a usar será del tipo banda, manteniendo el concepto mencionado los materiales a utilizar serán los indicados con anterioridad.



Figura 2-67 Señalética Identificativa.
Elaboración propia 2015

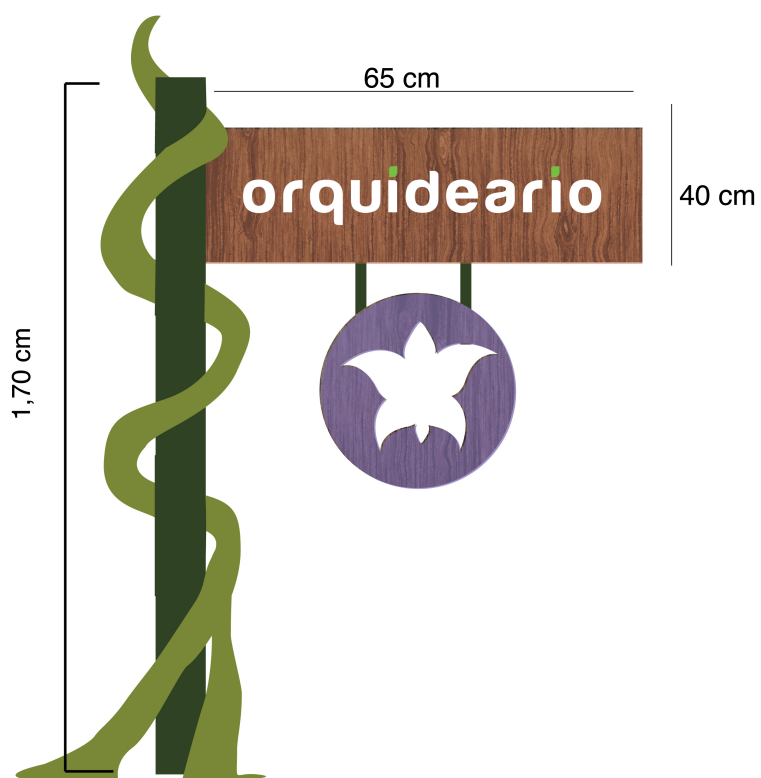


Figura 2-68 Señalética Identificativa medidas.
Elaboración propia 2015

SEÑALÉTICA INFORMATIVA

Este tipo de señalética se compone a partir de la unión de dos elementos geométricos, el rectángulo que será el soporte donde se mostrará la información de la especie señalada, y el círculo con el pictograma troquelado, con el fin de destacar dicha especie, manteniendo una unidad a nivel de sistema y una homogeneidad de estilo con los diferentes tipos de señalética mencionados.

Su colocación será a base de un soporte que tiene la función de agilizar la lectura a los usuarios sin interferir con el entorno de la especie en exhibición.



Figura 2-68 Señalética Informativa. Elaboración propia 2015

SEÑALÉTICA ORIENTADORA

Este tipo de señalética se basa en mostrar el mapa del lugar, las distintas rutas que hay y los puntos de interés. Manteniendo el mismo estilo gráfico, mediante el uso de la tipografía y de los pictogramas.

Se mantiene el uso del rectángulo para la base del mapa y el uso de la madera para mantener una homogeneidad con las demás señaléticas.



Figura 2-70 Señalética Orientadora.
Elaboración propia 2015



CAPÍTULO 5
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

En el Ecuador el diseño gráfico no cuenta con el reconocimiento apropiado debido al desconocimiento de la capacidad de ésta área por los ecuatorianos, que en su mayoría lo consideran una actividad dedicada a la creación de gráficos.

Este proyecto busca revalorizar el diseño, proponer una visión diferente que sea capaz de solucionar problemáticas de diferentes índoles. Fomentando el desarrollo de distintas áreas de turismo, cultural, ambiental, entre otras.

A través de la revalorización de elementos presentes en nuestra cultura, se demuestra que el diseño gráfico también puede ser un diseño responsable al contribuir en diferentes aspectos.

El Jardín Botánico de Guayaquil, a pesar de ser un lugar poco reconocido, algo olvidado con el pasar de los años, se demostró que se puede llegar a un resultado favorable, a partir de un análisis que comenzó desde las especies originarias del lugar hasta representaciones precolombinas halladas en el recorrido, mediante el uso de un sistema señalético propuesto que busca agrupar y expresar las características del sitio, comunicando a través de los diferentes aspectos como los pictogramas, cromatología y el material a utilizar una identidad.

Este proyecto cuenta con gran viabilidad ya que no solo se desarrolla en el área de diseño gráfico sino que forma parte y punto de interés de múltiples disciplinas. Asimismo puede ser aplicable a diferentes patrimonios culturales, naturales entre otros a lo largo del país.

5.2. RECOMENDACIONES

Para llevar a cabo una propuesta de esta índole, se debe primero realizar un estudio etnográfico que logre identificar a los usuarios, sus necesidades y el sitio propuesto para llevar a cabo de mejor manera una construcción que logre construir una identidad.

Se debe emplear elementos figurativos que sean de fácil abstracción y entendimiento ya que el Jardín Botánico de Guayaquil cuenta con todo tipo de público al ser considerado un lugar de recreación familiar.

A pesar de que parezca un sitio que carece de identidad, cuenta con múltiples elementos que pueden aportar para la construcción de la misma, siendo un lugar característico de la biodiversidad ambiental.

El diseñador gráfico es un solucionador de problemas, esto no limita a que se deba enfocar sólo en áreas comunes a su carrera, sino que puede indagar en otros campos y junto con una buena investigación, poder obtener soluciones a problemas con un valor agregado, cómo lo demostrado en este proyecto de graduación al combinar señalética más identidad.



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFIA

A

Asociación Ecuatoriana de Orquideología. (2013). *Proyecto El Jardín Botánico de Guayaquil*. Recuperado de <http://www.orquideasecuador.org/articulos/jbg.html>

B.

Bákula, C. (2000). Reflexiones en torno al patrimonio cultural. Lima, Perú

C.

Costa, J. (2007). *Señalética Corporativa*. Barcelona, España: Costa Punto Com Editor.

Costa, J. (1989). *Señalética. De la señalización al diseño de programas*. Barcelona, España: Ceac

Ciudad en Movimiento, (2013). *Haciendo la ciudad legible por Ronald Shakespear*. Recuperado de <http://ciudadenmovimiento.org/haciendo-la-ciudad-legible>

D.

Dirección de Turismo y Promoción Cívica de la Municipalidad de Guayaquil, (2014). *Guayaquil es mi Destino*. Recuperado de: <http://turismo.guayaquil.gob.ec>

Di Cristofaro Longo, G. (1993). *Identidad y Cultura. Por una antropología de la reciprocidad*. Roma: Studium.

E.

El Universo. (17 de noviembre de 2011). Jardín Botánico cuida de varias especies de animales. *El Universo*. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2011/11/17/1/1550/jardin-botanico-cuida-varias-especies-animales.html>

F.

Fundación Jardín Botánico de Guayaquil (2012). *Taller de Guías del Jardín Botánico de Guayaquil*

G.

Grisolía, C. V. (2011, Octubre) Relaciones del diseño gráfico con la identidad de las ciudades, Conexiones con el city branding y el diseño de información. *Revista Internacional de Investigación, Innovación y Desarrollo en Diseño*.

González, I. (2000). *Conservación de bienes culturales*. Madrid, España: Catedra.

K.

Kuper, A. (2001). *Cultura, la visión de los antropólogos*. Barcelona, España: Paidós.

L.

Larraín, J. (1997) *La trayectoria latinoamericana a la modernidad*. Revista Estudios Públicos. (No. 66), p. 20.

López, J. M. (1993). *Semiótica de la comunicación Gráfica*. México: EDINBA

M.

Molano, O. L. (2006). *La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial*. Territorios con identidad cultural

Ministerio del Ambiente. (2013). *Proyecto Generación y Restauración de Áreas Verdes para la ciudad de Guayaquil*. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/guayaquil-ecologico/>

P.

Pérez, N. (2010). *Centro de investigaciones de la cultura*. Universidad Ciego de Ávila, Cuba.

R.

Rojas, M. (2011). *Identidad Cultural e Integración*. Bogotá, Colombia: Bonaventurina

RAE, (2014). *Real Academia Española*. Madrid, Barcelona. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=identidad>

S.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2011). *Zona de planificación 8,*

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, (2011) . *Resumen Agenda Zonal ZONA 8 Guayaquil, Samborondón y Durán* (p.3). Quito, Ecuador (primera edición).

