



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de Licenciatura en
Diseño gráfico

**“Sistema señalético turístico para museos y centros culturales de la
ciudad de Ambato”.**

Autora: Bayas Ortiz, Dayanis Eliana

Tutor: Mg. Suárez Naranjo, Carlos Sebastián

Febrero, 2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Integración Curricular sobre el tema: “**Sistema señalético turístico para museos y centros culturales de la ciudad de Ambato**” del/la alumno/a Bayas Ortiz Dayanis Eliana, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, considero que dicho Proyecto de Integración Curricular bajo la Modalidad de Titulación Proyecto Integrador ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software de similitud de contenidos, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo, ante el organismo pertinente para ser sometido a la evaluación de los profesores calificadores designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, febrero 2024

TUTOR

.....

Mg. Suárez Naranjo, Carlos Sebastián

C.C.: 1804025581

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Dayanis Eliana Bayas Ortiz con cédula de ciudadanía No 1805429246, declaro que los criterios emitidos en el trabajo de integración curricular, Modalidad de Titulación Proyecto Integrador bajo el tema: Sistema señalético turístico para museos y centros culturales de la ciudad de Ambato, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos y conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de integración curricular.

Ambato, febrero 2024

AUTORA

.....

Bayas Ortiz Dayanis Eliana

C.C.: 1805429246

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Bayas Ortiz Dayanis Eliana con C.C.: 1805429246 en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **SISTEMA SEÑALÉTICO TURÍSTICO PARA MUSEOS Y CENTROS CULTURALES DE LA CIUDAD DE AMBATO**, autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de integración curricular o parte de él, un documento disponible con fines netamente académicos para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo una licencia gratuita e intransferible, así como los derechos patrimoniales de mi proyecto de Integración Curricular a favor de la Universidad Técnica de Ambato con fines de difusión pública; y se realice su publicación en el repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, siempre y cuando no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor/a, sirviendo como instrumento legal este documento como fe de mi completo consentimiento.

Ambato, febrero 2024

AUTORA

.....

Bayas Ortiz Dayanis Eliana

C.C.: 1805429246

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueben el Trabajo de Integración Curricular, Modalidad de Titulación Proyecto Integrador sobre el tema **SISTEMA SEÑALÉTICO TURÍSTICO PARA MUSEOS Y CENTROS CULTURALES DE LA CIUDAD DE AMBATO** de Dayanis Eliana Bayas Ortiz, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, de la Facultad de Diseño y Arquitectura de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, febrero 2024

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

C.C.

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-------------|
| PORTADA | i |
| APROBACIÓN DEL TUTOR | ii |
| AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR | iii |
| DERECHOS DE AUTOR..... | iv |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO | v |
| ÍNDICE DE FIGURAS | x |
| ÍNDICE DE TABLAS | xi |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | xiii |
| RESUMEN EJECUTIVO | xiv |
| ABSTRACT | xv |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| CAPÍTULO I. ANTECEDENTES..... | 2 |
| 1.1. Tema..... | 2 |
| 1.2. Planteamiento de problema..... | 2 |
| 1.3. Árbol de problema | 8 |
| 1.4. Justificación del proyecto | 9 |
| 1.5. Objetivo general..... | 10 |
| 1.6. Objetivos específicos..... | 10 |
| CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL | 11 |
| 2.1. Estado de la cuestión..... | 11 |
| 2.2. Enfoque social del diseño | 14 |
| 2.3. Categorías fundamentales | 14 |

| | | |
|---------|---------------------------------|----|
| 2.4. | Redes conceptuales..... | 15 |
| 2.5. | Marco conceptual..... | 16 |
| 2.5.1. | Turismo..... | 16 |
| 2.5.2. | Tipos de turismo..... | 18 |
| 2.5.3. | Turismo cultural..... | 19 |
| 2.5.4. | Museo..... | 23 |
| 2.5.5. | Centros culturales..... | 24 |
| 2.5.6. | Comunicación..... | 25 |
| 2.5.7. | Semiótica..... | 28 |
| 2.5.8. | Semiótica cultural..... | 30 |
| 2.5.9. | Sintaxis..... | 31 |
| 2.5.10. | Semántica..... | 31 |
| 2.5.11. | Pragmática..... | 32 |
| 2.5.12. | Signo..... | 32 |
| 2.5.13. | Significado y significante..... | 33 |
| 2.5.14. | Símbolo..... | 35 |
| 2.5.15. | Ícono..... | 35 |
| 2.5.16. | Pictograma..... | 36 |
| 2.5.17. | Diseño gráfico..... | 36 |
| 2.5.18. | Señalética..... | 39 |
| 2.5.19. | Tipos de señalética..... | 41 |
| 2.5.20. | Visualización y percepción..... | 44 |
| 2.5.21. | Leyes de La Gestalt..... | 46 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.5. | Marco legal | 49 |
| CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE MERCADO | | 53 |
| 3.1. | Análisis externo | 53 |
| 3.1.1. | Análisis PEST | 53 |
| 3.1.2. | Tendencias..... | 59 |
| 3.1.3. | Segmentación del mercado potencial..... | 60 |
| 3.1.4. | Análisis del sector y del mercado de referencia..... | 61 |
| 3.1.5. | Índice de saturación del mercado potencial | 62 |
| 3.1.6. | Análisis estratégico de la competencia - benchmarking..... | 64 |
| 3.2. | Análisis interno..... | 66 |
| 3.2.1. | Análisis FODA..... | 66 |
| 3.3. | Rentabilidad..... | 72 |
| CAPÍTULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO..... | | 73 |
| 4.1. | Método..... | 73 |
| 4.2. | Enfoque del proyecto..... | 73 |
| 4.3. | Modalidad básica de la investigación..... | 74 |
| 4.4. | Nivel de investigación | 74 |
| 4.5. | Población y muestra..... | 75 |
| 4.6. | Análisis e interpretación de resultados | 77 |
| 4.6.1. | Fichas de observación..... | 77 |
| 4.6.2. | Entrevistas..... | 107 |
| 4.6.2.1. | Cuadro de análisis entrevistas..... | 108 |
| 4.6.3. | Guía de observación..... | 113 |

| | |
|--|------------|
| 4.6.4. Triangulación concurrente..... | 130 |
| CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA..... | 133 |
| 5.1. Descripción general del proyecto..... | 133 |
| 5.2. Objetivos de la propuesta..... | 134 |
| 5.2.1. Objetivo general..... | 134 |
| 5.2.2. Objetivos específicos. | 134 |
| 5.3. Concepto | 135 |
| 5.3.1. Descripción técnica del producto..... | 138 |
| 5.3.2. Expresión creativa – puntos clave..... | 148 |
| 5.3.3. Propuesta de valor. | 149 |
| 5.3.4. Materiales e insumos y/o productos y servicios..... | 152 |
| 5.3.5. Presupuesto. | 153 |
| 5.4. Construcción del prototipo..... | 154 |
| CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 158 |
| 6.1. Conclusiones | 158 |
| 6.2. Recomendaciones..... | 159 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 160 |
| ANEXOS | 172 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. <i>Árbol de problemas</i> | 8 |
| Figura 2. <i>Categorías fundamentales (variables independiente y dependiente)</i> | 14 |
| Figura 3. <i>Redes conceptuales variable dependiente</i> | 15 |
| Figura 4. <i>Redes conceptuales variable independiente</i> | 15 |
| Figura 5. <i>Evolución del porcentaje de personas que utilizan internet definido a nivel nacional, población urbana y rural</i> | 57 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1. <i>Listado de 80 ciudades y su número de edificaciones culturales.....</i> | 5 |
| Tabla 2. <i>Porcentaje de personas que tienen un celular activado y un teléfono inteligente (smartphone) a nivel nacional.</i> | 58 |
| Tabla 3. <i>Segmentación del mercado (geográfico, demográfico y psicográfico).....</i> | 60 |
| Tabla 4. <i>Actividades turísticas realizadas por tungurahueses en el año 2021</i> | 63 |
| Tabla 5. <i>Cuadro de estrategias según el análisis FODA</i> | 68 |
| Tabla 6. <i>Listado de museos y centros culturales</i> | 77 |
| Tabla 7. <i>Ficha de observación, Museo Pictórico Ed. Martínez Mera</i> | 78 |
| Tabla 8. <i>Ficha de observación, Centro Cultural Pachano Lalama</i> | 81 |
| Tabla 9. <i>Ficha de observación, Quinta de Juan Montalvo</i> | 86 |
| Tabla 10. <i>Ficha de observación, Casa museo Martínez Holguín</i> | 94 |
| Tabla 11. <i>Ficha de observación, Casa museo Juan León Mera.....</i> | 99 |
| Tabla 12. <i>Ficha de observación, Centro cultural etnográfico museo de Pasa</i> | 101 |
| Tabla 13. <i>Listado de encargados según espacio cultural.....</i> | 107 |
| Tabla 14. <i>Análisis y conclusión de entrevistas</i> | 108 |
| Tabla 15. <i>Pregunta 1.</i> | 113 |
| Tabla 16. <i>Pregunta 2.</i> | 114 |
| Tabla 17. <i>Pregunta 3.</i> | 115 |
| Tabla 18. <i>Pregunta 4.</i> | 116 |
| Tabla 19. <i>Pregunta 5.</i> | 117 |
| Tabla 20. <i>Pregunta 7.</i> | 119 |
| Tabla 21. <i>Pregunta 8.</i> | 120 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 22. <i>Pregunta 9.</i> | 121 |
| Tabla 23. <i>Pregunta 10.</i> | 122 |
| Tabla 24. <i>Pregunta 11.</i> | 123 |
| Tabla 25. <i>Pregunta 12.</i> | 124 |
| Tabla 26. <i>Pregunta 13</i> | 125 |
| Tabla 27. <i>Pregunta 14.</i> | 126 |
| Tabla 28. <i>Pregunta 15.</i> | 127 |
| Tabla 29. <i>Pregunta 16.</i> | 128 |
| Tabla 30. <i>Pregunta 17.</i> | 129 |
| Tabla 31. <i>Recursos</i> | 152 |
| Tabla 32. <i>Presupuesto</i> | 153 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1. <i>El signo lingüístico: significado y significante.</i> | 33 |
| Gráfico 2. <i>Triada de Peirce: Signo, objeto, interpretante.</i> | 34 |
| Gráfico 3. <i>Signo y símbolo.</i> | 35 |
| Gráfico 4. <i>Grados de iconicidad.</i> | 36 |
| Gráfico 5. <i>Elementos visuales según Wong (1991).</i> | 38 |
| Gráfico 6. <i>Señal independiente de tipo banda.</i> | 43 |
| Gráfico 7. <i>Campo de visión.</i> | 44 |
| Gráfico 8. <i>Ley de figura-fondo.</i> | 47 |
| Gráfico 9. <i>Ley de la pregnancia.</i> | 47 |
| Gráfico 10. <i>Ley de la simplicidad.</i> | 48 |

RESUMEN EJECUTIVO

El actual proyecto tiene como fin el desarrollo un sistema señalético turístico para museos y centros culturales de la ciudad de Ambato bajo el nombre “Ruta Cultural Ambateña”. Dicha propuesta surge como respuesta a la necesidad urgente de renovar la señalización existente, que actualmente presenta un notorio desgaste y carece de mantenimiento adecuado, por ello, es de gran importancia implementar una guía o manual que norme el diseño de nueva señalética en los espacios, así como factores técnicos y teóricos respecto a las señales, procurando la mayor efectividad y entendimiento por parte de los visitantes.

Este documento aborda aspectos estéticos, así también se adentrará en consideraciones técnicas y teóricas relevantes para garantizar una comprensión óptima por parte de los visitantes.

La propuesta presentada en el proyecto se compone de la aplicación de soportes señaléticos que mejoren la orientación y flujo de los visitantes de los espacios culturales, así como aspectos gráficos de la identidad ambateña. De esta manera, se pretende no solo facilitar la navegación dentro de los espacios culturales, sino también enriquecer la experiencia turística, proporcionando información visualmente atractiva y culturalmente relevante.

A través de investigación de campo, se recolectó la información necesaria que aporte al proyecto, así como entrevistas a los encargados y el análisis con un profesional para examinar la señalética.

En general, este proyecto estudia la señalética de los espacios que constituyen la “Ruta Cultural Ambateña”, con el objetivo de estandarizar elementos visuales para consolidar una comunicación visual cohesiva en todos los puntos de interés cultural.

PALABRAS CLAVE: MUSEO, CENTRO CULTURAL, TURISMO, SEÑALÉTICA, AMBATO

ABSTRACT

The current project aims to develop a tourist signage system for museums and cultural centers in the city of Ambato under the name "Ambato Cultural Route." This proposal arises in response to the urgent need to renew the existing signage, which currently exhibits noticeable wear and lacks proper maintenance. Therefore, it is crucial to implement a guide or manual that regulates the design of new signage in these spaces, considering technical and theoretical factors related to signals, with the aim of achieving maximum effectiveness and understanding by visitors.

This document addresses aesthetic aspects and delves into relevant technical and theoretical considerations to ensure optimal comprehension by visitors. The presented proposal in the project involves the application of signage supports that enhance the orientation and flow of visitors within cultural spaces, incorporating graphic elements representative of the Ambato identity. Thus, the intention is not only to facilitate navigation within cultural spaces but also to enrich the tourist experience by providing visually appealing and culturally relevant information.

Through field research, necessary information was collected to contribute to the project, including interviews with relevant personnel and analysis conducted with a professional to examine the signage. In general, this project examines the signage of the spaces that constitute the "Ambato Cultural Route," aiming to standardize visual elements to consolidate a cohesive visual communication across all points of cultural interest.

KEYWORDS: MUSEUM, CULTURAL CENTER, TOURISM, SIGNAGE, AMBATO

INTRODUCCIÓN

El proyecto integrador “Sistema señalético turístico para museos y centros culturales de la ciudad de Ambato” estudia el diseño señalético presente en los espacios y su importancia en la comunicación visual y movilidad de los individuos, proponiendo un sistema señalético con una línea gráfica que fortalezca la identidad del cantón, mejorando la orientación e identificación de todos los espacios, así como brindar la información necesaria para los visitantes. Para ello, se ha dividido el trabajo en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Se estudia la problemática en perspectivas internacionales, nacionales y a nivel del cantón Ambato, siendo reconocida como una de las ciudades con más edificaciones de tipo cultural, además de poseer una gran capacidad turística e interés por parte de la ciudadanía en visitar y reconocer los espacios patrimoniales. Se identifica también las causas y consecuencias respecto al uso de señalética mal empleada, misma que afecta directamente a la experiencia de los visitantes y, por ende a una gran escala, el turismo de la ciudad.

Capítulo II: Se realiza el análisis de proyectos que integren señalética sobre todo en espacios turísticos como museos, atractivos naturales, etc. Así también, se recurre a fuentes primarias y secundarias que complementen la teoría señalética a través de redes conceptuales y las dos variables estudiadas (diseño señalético y museos y centros culturales).

Capítulo III: A través del análisis de factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, se reconoce el estado sobre el interés y accesibilidad de las personas dentro de los espacios culturales, así como las posibles competencias y estrategias claves que mejoren el posicionamiento de la “Ruta Cultural Ambateña” en la sociedad.

Capítulo IV: Se establece metodología y tipo de investigación, a fin de obtener la información necesaria a través de la observación, entrevistas; para finalmente transformar datos cualitativos en cuantitativos sobre las características de la señalética actual, logrando reconocer las falencias y soportes a trabajar.

Capítulo V: Se presenta la propuesta basada en la información recolectada y sintetizándola en un manual señalético efectivo junto al resultado final y sus aplicaciones.

Capítulo IV: Conclusiones y recomendaciones a tomar en cuenta en futuros proyectos.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1.Tema

“Sistema señalético turístico para museos y centros culturales de la ciudad de Ambato”

1.2.Planteamiento de problema

Sánchez (2005) en el libro “Señalética: conceptos y fundamentos: una aplicación en bibliotecas” explica que, históricamente, el ser humano ha tenido la necesidad de reconocer su entorno, por ello, existe el impulso intuitivo que tiene como principio fundamental conocer la manera de cómo desplazarse en una dirección específica, reconociendo e identificando los objetivos a través de señales en el entorno, sean de carácter natural o artificial.

La necesidad de poner marcas a los objetos impulsó la creatividad humana para expandir la comunicación interna y referencial para entender el entorno; a esto se le conoce como marcaje, el cual da lugar al nacimiento de la señalética como una disciplina de la ciencia de la comunicación social como una solución a la necesidad de la orientación humana dentro de un entorno espacial.

La señalética está enfocada a individuos que necesitan información para ser orientados en sus acciones, de tal forma que esta disciplina hace al mundo más comprensible, simple y utilizable. Potencia la calidad de vida y la accesibilidad a las decisiones individuales dentro de una sociedad compleja como la nuestra.

En la cotidianeidad se puede encontrar soportes gráficos que interactúan con el individuo, por ende, todos los elementos señaléticos son indispensables en la movilidad social por su normalización y estandarización. De esta manera, las señales presentes en cualquier ámbito servirán como guías visuales que ayudan al desplazamiento de un lugar a otro.

Al entender a la señalética como una herramienta que forma parte de la vida diaria del colectivo, alrededor del mundo se ha abarcado el tema de la señalética turística y la importancia de un diseño adaptado a las necesidades de cada sitio y sus visitantes. Por ello, el European Institute for Design and Disability (2004) expresa que. “El Design for All es el diseño que tiene en cuenta la diversidad humana, la inclusión social y la igualdad”(pág.1). El diseño en cualquier ámbito debe comprender las necesidades

humanas y tener características que ayuden a los individuos. Implementar un sistema señalético se convierte en un valor necesario en cualquier sitio.

En Latinoamérica, los proyectos de potenciación turística han recurrido al uso de señalética turística como una estrategia para el desarrollo del territorio. En Colombia, se concibe el Proyecto Turismo Región Pacífico, mismo que apostó por el diseño de tótems de señalética en los diferentes departamentos involucrados (Región Administrativa y de Planificación, 2022).

La aplicación de los tótems ha ayudado a turistas y locales a tener información detallada de los atractivos turísticos y la agenda cultural de cada departamento, fortaleciendo la gestión y movilidad del sitio así como generar interés en visitar estas áreas, vigorizando la actividad turística (Gil, 2020).

De acuerdo a Moreno, Apanza, Ramirez y Yauis (2023) en el artículo “Señalización turística como sendero interpretativo desde la percepción de la comunidad en Perú” resaltan que la señalética turística permite el desarrollo, conservación y el rejuvenecimiento del patrimonio cultural, además de concluir que la población de Narihuala, Catacaos, Piura-Perú considera que una correcta señalética aumentará el flujo turístico al orientar al visitante y fomenta la identidad del caserío, con el uso de símbolos y croquis de la zona, a través de paneles turísticos que funcionen en armonía con el espacio.

En dicho artículo, se toma como punto clave la importancia de la señalética turística para el museo del sitio, siendo que, esta afecta directamente en su difusión cultural. Con ello, el 75% de los encuestados en dicha investigación concuerdan que la señalética influye en el turista para que este decida regresar al destino.

Siendo Colombia y Perú países aledaños a Ecuador, es importante conocer las perspectivas de estos referentes al tema señalética turística y cómo lo aplican para impulsar el turismo en distintos atractivos naturales, culturales y patrimoniales, así como la influencia que tiene sobre la identidad cultural del país. Por ello, reconocer a Ecuador como un destino codiciado turísticamente, hace que la implementación de sistemas señaléticos sea un factor esencial para aportar a esta noción.

Ecuador es un país comprendido por cuatro regiones: costa, sierra, oriente y región insular, por lo cual se lo conoce como “el país de los cuatro mundos”, por consecuente

existe la multiétnicidad y la multiculturalidad convirtiendo a Ecuador en un país potencialmente turístico. Expansión (2019) menciona que, “... es el 88° país del mundo por recepción de turistas. Durante 2019, visitaron Ecuador, 2.107.692 de turistas procedentes de otros países”. La biodiversidad es la principal consecuencia que exista un gran flujo de visitantes extranjeros.

El Ministerio de Turismo (2019) menciona que dentro del territorio nacional, existen 38 ciudades que están compuestas de edificaciones antiguas, templos, esculturas, cuadros, monumentos, museos que constituyen la historia e identidad de la nación siendo consideradas Patrimonio Cultural Ecuatoriano.

Erazo (2023) en el artículo “Dónde están los espacios culturales e históricos en Ecuador” expone.

El país tiene 353 inmuebles culturales distribuidos en 80 ciudades, de los cuales 160 son museos (45,3%), 45 salas de cine (12,7%), 41 auditorios (11,6%), 30 teatros (8,5%), 24 Casas de la Cultura (6,8%), 13 museos nacionales (3,7%), 11 bibliotecas nacionales (3,1%), 11 archivos históricos nacionales (3,1%), seis casas museo (1,7%), seis centros culturales (1,7%), cuatro complejos arqueológicos y ecológicos (1,1%) y dos teatrinos (0,6%).

Con estos datos, se aprecia la gran cantidad de infraestructura histórica y el potencial cultural que posee Ecuador, además de la importancia e impacto que tienen sobre el turismo en el territorio nacional, llamando la atención de turistas nacionales y extranjeros.

En el centro del país, se ubica la provincia de Tungurahua, conformada por 9 cantones: Ambato, Baños, Pelileo, Píllaro, Patate, Quero, Mocha, Cevallos y Tisaleo. Cada uno de estos cantones poseen sitios turísticos y diferentes atractivos culturales e históricos.

Si se habla específicamente del cantón Ambato, este posee 14 edificaciones culturales, posicionándolo como la quinta ciudad junto a Riobamba con más edificaciones de este tipo a nivel nacional.

Tabla 1.

Listado de 80 ciudades y su número de edificaciones culturales.

| Edificios de cultura en 80 ciudades ecuatorianas | | |
|--|-------------------------|-------------------|
| Ciudades | N.º de edificios | Porcentaje |
| Quito | 75 | 21,2% |
| Cuenca y Guayaquil (28 cada una) | 56 | 15,9% |
| Loja | 15 | 4,2% |
| Ambato y Riobamba (14 cada una) | 28 | 7,9% |
| Ibarra | 12 | 3,4% |
| Latacunga | 11 | 3,1% |
| Manta, Portoviejo y Santa Elena (9 cada una) | 27 | 7,6% |
| Esmeraldas | 8 | 2,3% |
| Bahía de Caráquez | 6 | 1,7% |
| Guaranda y Tulcán (5 de cada una) | 10 | 2,8% |
| Azogues, La Libertad, Otavalo y Tena (4 cada una) | 16 | 4,5% |
| Babahoyo, Baños, Cañar, Nueva Loja, Puerto López, Puyo, Quevedo, Salinas y Santo Domingo (3 cada una) | 27 | 7,6% |
| Archidona, Cayambe, Cotacachi, Macas, Machala, Montecristi, Pelileo, San Cristóbal y Sigsig (2 cada una) | 18 | 5,1% |
| Baeza, Bolívar, Buena Fe, Calceta, Catacocha, Catamayo, Chambo, Chimbo, Chone, Chordeleg, Durán, El Ángel, Espejo, Francisco de Orellana, Girón, Gualaceo, Gualaquiza, Guano, Huaquillas, Jama, Jipijapa, Joya de los Sachas, La Concordia, Machachi, Milagro, Mira, Patate, Pedernales, Pillaro, Portovelo, Puerto Baquerizo Moreno, Puerto Quito, Pujilí, Rocafuerte, Salcedo, Sangolquí, San Gabriel, San Vicente, Santa Cruz, Saquisilí, Sucúa, Ventanas, Zamora y Zaruma (1 cada una) | 44 | 12,5% |
| | 353 | 100,0% |

Fuente: Escobar, M. T. (2023). *Dónde están los espacios culturales e históricos en Ecuador*. Primicias. Recuperado de <https://www.primicias.ec>

A pesar de que Ambato ha sido una ciudad que desde sus inicios sufrió de desastres naturales como fuertes movimientos telúricos, ha logrado mantener edificaciones antiguas que expresan el valor patrimonial de los ambateños.

El Ministerio de Turismo (2020) hace alusión a “La ruta cultural ambateña”, recorrido que está compuesto por siete museos y centros culturales como lo son: el Museo Pictórico Edmundo Martínez, el Museo Juan Benigno Vela, el Centro Cultural Pachano Lalama, la Quinta de Montalvo, la casa museo Martínez – Holguín, la casa museo Juan León Mera y el Centro Cultural Etnográfico Museo de Pasa.

En el censo poblacional de Tungurahua 2022, la provincia cuenta con 543.000 habitantes aproximadamente, de los cuales según datos de la Dirección de Cultura y Turismo del Municipio de Ambato en el periodo comprendido entre enero – agosto 19.194 personas asistieron a espacios culturales, significando apenas el 3.53%.

Sin embargo, en Carnaval 2022, se detectó que hubo un mayor flujo de visitantes en espacios culturales como el Jardín Histórico botánico Atocha La Liria, la Quinta de Montalvo y el Museo de Etnográfico de Pasa, de manera que el incremento del interés por visitar en estos espacios es notorio.

El Herald (2022) denota que. “Leonardo Achín, ingeniero civil y oriundo de Lima (Perú), mencionó que es una gran falencia no tener señaléticas informáticas e indicativas en todos los sitios claves de las ciudades”. En Ambato, la falta de señalética desorienta a visitantes e incluso a locales convirtiéndose en un problema recurrente, ya que afecta directamente a la visita de los espacios previamente mencionados.

Con estos antecedentes, se evidencia que en países como Colombia y Perú, la implementación de proyectos señaléticos resulta necesario, convirtiéndose en un componente práctico para el impulso turístico.

Ambato al ser un cantón rico en edificaciones culturales, posee diversos sistemas señaléticos no unificados en museos y centros culturales, generando desorientación en los usuarios, así como una variada imagen señalética que afecta la identidad gráfica del cantón.

Además, es importante recalcar que existe un interés de los visitantes por recorrer estos sitios, por lo cual es preciso llevar a cabo el diseño de un sistema señalético turístico que

mejore la orientación y movilidad de los turistas, ya que al disponer de señalética visualmente homogeneizada facilita el reconocimiento espacial además de minimizar la confusión al explorar el sitio.

1.3.Árbol de problema

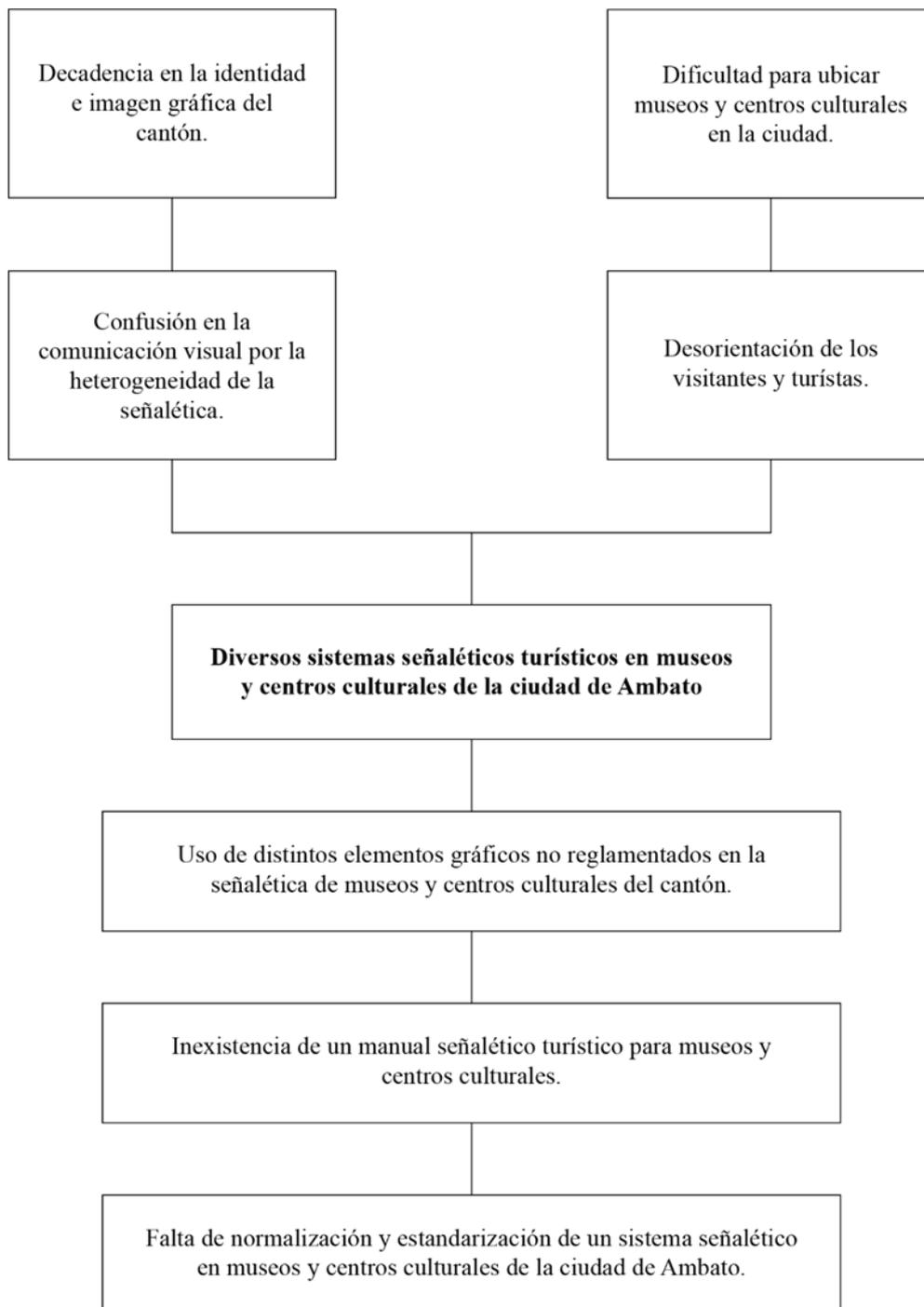


Figura 1. Árbol de problemas

1.4. Justificación del proyecto

El presente proyecto, ofrece una propuesta basada en un sistema de señalética con el propósito de homogeneizar y estandarizar la línea gráfica en museos y centros culturales de la ciudad de Ambato, con el fin de mejorar la comunicación informativa y visual de los distintos soportes entre sus visitantes, potenciando la identidad del cantón.

La viabilidad del proyecto tiene como base el apoyo institucional de la Dirección de Cultura y Turismo del GAD Municipalidad de Ambato, quien es la entidad encargada de reforzar dichos espacios mediante la planificación, investigación, actualización, producción y promoción de la cultura y arte presente en el cantón; a su vez, busca promover la innovación del sector turístico por medio del mantenimiento y difusión del patrimonio cultural ecuatoriano. Este departamento manifiesta el interés en la mejora constante de los espacios culturales a partir de una planificación sólida que cumpla con las regulaciones y normativas legales a nivel nacional. Así mismo, se recalca la atención que el departamento brinda a este proyecto y la disponibilidad de los recursos tanto humanos, económicos y materiales para su realización.

El diseño de este sistema señalético tiene como motivación conocer la importancia de la señalética y su aporte en el desarrollo turístico de la ciudad, así como la armonización de los aspectos gráficos y técnicos en museos y centros culturales para mejorar la relación espacio-ambiente con los individuos.

La concepción de un sistema señalético trae consigo múltiples beneficios como la dinamización de la actividad turística y económica de Ambato a consecuencia de aplicar señalética efectiva que, optimice el tiempo del visitante y con ello, permanezca en la ciudad por un período prologado generando un mayor consumo en la localidad.

Referente a esto, Aaker (1996) explica que, tener una identidad visual sólida genera un beneficio social, afectando directamente en el desarrollo económico, social, cultural y político del territorio. Por ello, la señalética es una herramienta dentro del diseño gráfico que contribuye en la comunicación visual, a través del uso de señales distintivas que orienten y guíen a las personas; de forma que facilite la toma de decisiones de estos sujetos y con ello, fortalecer el mejorar la identidad gráfica turística en la capital de Tungurahua.

1.5.Objetivo general

Desarrollar un sistema señalético turístico para su aplicación en museos y centros culturales de la ciudad de Ambato.

1.6.Objetivos específicos

- Comprender los factores comunicativos que intervienen en la señalética, por medio de fuentes de investigación primarias y secundarias para interpretar su importancia en el desenvolvimiento de las personas en un espacio determinado.
- Identificar el estado actual de la señalética turística y soportes informativos de los museos y centros culturales de la ciudad de Ambato mediante investigación de campo.
- Delimitar el nivel de información requerido en museos y centros culturales del cantón Ambato, mediante entrevistas a sus encargados con el fin de establecer las áreas y espacios a intervenir.
- Diseñar un sistema señalético turístico efectivo que proporcione información clara y accesible, con la finalidad de consolidar una identidad gráfica de museos y centros culturales de Ambato.

CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL

2.1.Estado de la cuestión

Al identificar y reconocer a la señalética como parte del diseño gráfico y su presencia en el diario vivir, es conveniente recolectar la información preliminar junto a las conclusiones, recomendaciones y bibliografía complementaria de proyectos que apliquen la señalética en el campo cultural o turístico; con ello, el desarrollo de la propuesta de un sistema señalético turístico para museos y centros culturales de la ciudad de Ambato será eficaz.

Ambato por ser una ciudad cuya cultura se ve representada por la cantidad de museos y centros culturales, la tesis titulada “El grado de satisfacción de los visitantes de los Museos del Cantón Ambato Provincia de Tungurahua y su relevancia en el mejoramiento de los Procesos de Gestión” desarrollada por Martínez (2017) aporta datos importantes respecto a la experiencia y satisfacción de visitantes de los diferentes museos y centros culturales mediante encuestas, incluyendo preguntas sobre la infraestructura y vías de acceso de estos sitios, mencionando que el 50% de los encuestados concuerda al afirmar que no existe suficiente información dentro de los museos, ya que los mismos solo hacen uso de pancartas y algunos utilizan placas pequeñas con información limitada.

Así también, cuestiona la cantidad de museos que han visitado los encuestados y, explica que el 100% de la muestra al menos ha visitado un museo en el cantón en periodos anuales y semestrales, concluyendo que la falta de señalética provoca que, en museos ubicados geográficamente lejos del casco urbano, no tengan mucha afluencia de personas; además, menciona que los museos sí son un punto de interés en la población, siendo espacios que son visitados frecuentemente.

Esta investigación basada en datos reales y encuestas hechas a pobladores enfatiza que la señalética de carácter informativo y orientativo se convierte en una variable que afecta la experiencia de los visitantes. Por esa razón, resulta oportuno aludir a proyectos que hayan trabajado en el diseño de sistemas señaléticos en espacios culturales.

Así pues, en el proyecto integrador de pregrado denominado “Diseño de sistema señalético para el Centro Cultural Municipal Bernardo Valdivieso de la ciudad de Loja” presentado por Morocho (2021) en el que analiza las falencias de la señalética en el

Centro Cultural Municipal Bernardo Valdivieso, concluye que la implementación de un sistema señalético es necesario y de gran impacto, resaltando que la señalética de museos y centros culturales debe basarse en iconografía y pictogramas de acuerdo al contexto, ya que ofrecen mayor información por su semántica, al igual que complementa la imagen institucional del museo.

En el proyecto de tesis “Creación de manual de señalética para el museo Tsantsa con rasgos iconográficos morfológicos de la cultura Shuar Sucúa-Ecuador” realizado por Acero (2020) hace un interesante acercamiento al proceso de abstracción para íconos al estudiar la cultura Shuar, realizando fichas de análisis de las piezas encontradas propias de la cultura, determinando su nivel simbólico y significado en la cultura Shuar mediante entrevistas al colectivo FICSH (Federación Interprovincial de Centros Shuar) y los pobladores del cantón.

Esta información es de gran ayuda, puesto que el cuarto objetivo del actual proyecto es diseñar un sistema señalético efectivo que brinde información clara y accesible, que a su vez, ayude a consolidar una identidad gráfica en museos y centros culturales en la ciudad de Ambato; por ello, investigar la cultura ambateña a través de fichas de observación como en el proyecto del museo Tsantsa, se convierte en una referencia clave para examinar elementos gráficos culturales y así, llevarlos al ámbito señalético.

La ficha de análisis semiótico es la herramienta utilizada para la digitalización de los patrones e íconos encontrados en las vasijas de la cultura Shuar que, con ayuda de fotografías originales, se abstraen los elementos gráficos y figuras base usadas, las cuales sirvieron de guía para la retícula compositiva y diseño de isologo.

En la tesis de Cuji (2018) denominada “Desarrollo de un sistema gráfico de museografía para el museo de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional De Chimborazo” hace hincapié en el uso de la metodología causal de Robert Scott con un enfoque de investigación mixto, realizando observación y encuestas al público que visita el mencionado museo. Así mismo, en su investigación de campo usa fichas en las que recolecta información con parámetros más técnicos como: cromática, iconografía usada, tipografía, tipo de soporte, material y observaciones adicionales. Así pues, hacer un análisis de estos aspectos ayuda a tener una mejor perspectiva de lo que ya se ha hecho en el sitio y cómo hacen uso del diseño gráfico o bien determinar su inexistencia.

Finalmente, es importante incluir referencias de carácter internacional, con el fin de examinar y ampliar la visión respecto al diseño de señalética; siendo así que, el trabajo de pregrado titulado “Señalética como comunicación visual, para el zoológico Vesty Pakos de la ciudad de La Paz” del autor Fernández (2022) plantea el diseño un sistema señalético para el Zoológico Vesty Pakos de la ciudad de La Paz, Bolivia; recurriendo a la metodología empírico inductivo, utilizando la observación como primordial herramienta de investigación.

Esta propuesta es de gran relevancia para el presente proyecto debido al uso de fichas de observación, en las que realiza un diagnóstico visual y experimental del recorrido del zoológico, determinando la interacción del público en el espacio; con ello, los resultados obtenidos de dichas fichas determinan la ubicación de la señalética. Además, complementa su investigación definiendo el perfil de su público objetivo y mediante la abstracción de imágenes llegar a los individuos de forma cognitiva, es decir, reforzando conceptos por medio de íconos sencillos para la comprensión de todo público.

Recolectando las características de los proyectos referenciados se determina que, para la creación de un sistema señalético en museos y centros culturales es requerido analizar la señalética en aspectos técnicos propios de la disciplina y culturales como íconos, imágenes y pictogramas; así como, consolidar una línea gráfica acorde a la identidad del cantón e imagen institucional para dicha red de museos y centros culturales.

2.2. Enfoque social del diseño

Como se ha evidenciado, la escasa señalética de tipo informativa y orientativa causa insatisfacción en los visitantes, sumando a que la gran mayoría apenas identifican los museos o centros culturales debido a su ubicación en el centro de la ciudad, por ello, el diseño de un sistema señalético en museos y centros culturales de la ciudad de Ambato se enfocará en brindar información y accesibilidad en espacios culturales, ya que son parte esencial de la cultura y apropiación ambateña, rescatando la historia del cantón.

La señalética ayuda a las personas a orientarse e informarse a través de íconos de fácil comprensión, además de ser elementos gráficos que resaltan la imagen de la ciudad y, por ende, contribuyendo al desarrollo cultural e identidad de todos los ambateños.

Con ello, establecer señalética con aspectos identificativos de los museos y centros culturales, ayudará al impulso del turismo cultural de la ciudad de Ambato. Como se ha expresado, la señalética tiene un carácter de beneficio social que fomenta el sector turístico y económico, siendo así que, es uno de los pilares esenciales que influye directamente en el desarrollo del cantón aportando al sector productivo.

2.3. Categorías fundamentales

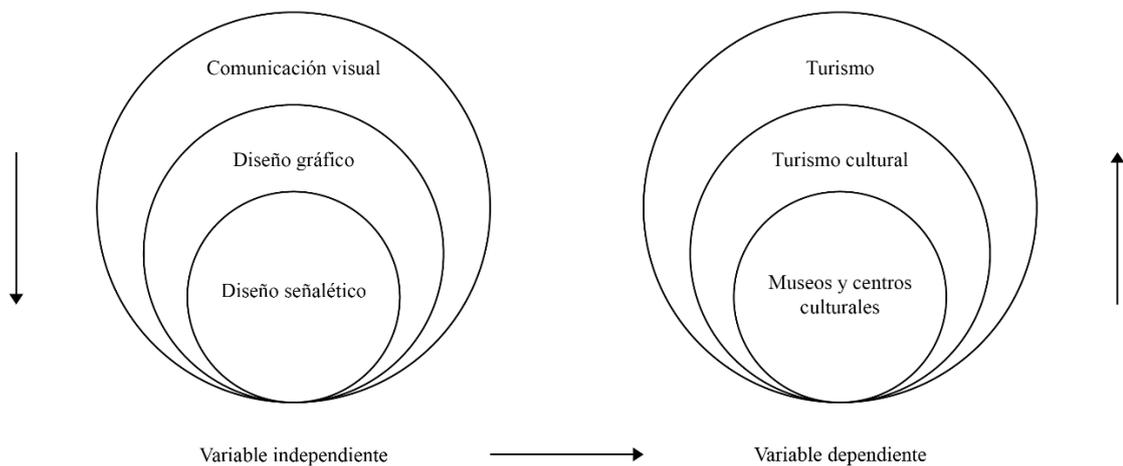


Figura 2. Categorías fundamentales (variables independiente y dependiente)

2.4.Redes conceptuales

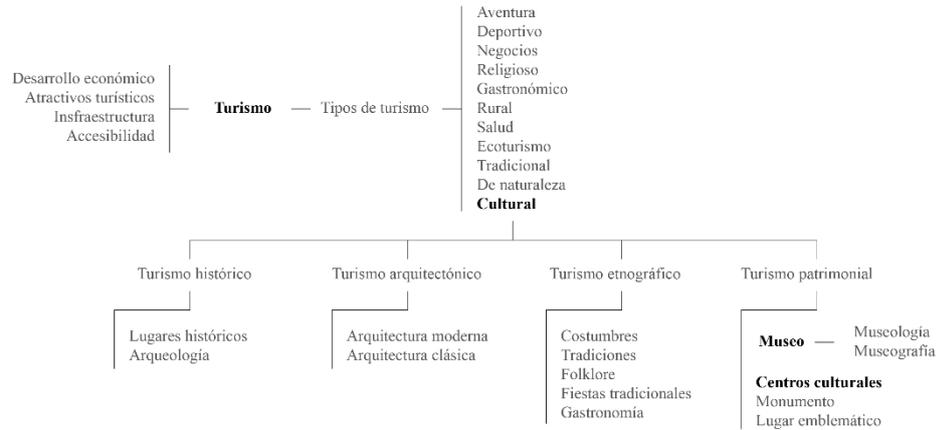


Figura 3. Redes conceptuales variable dependiente

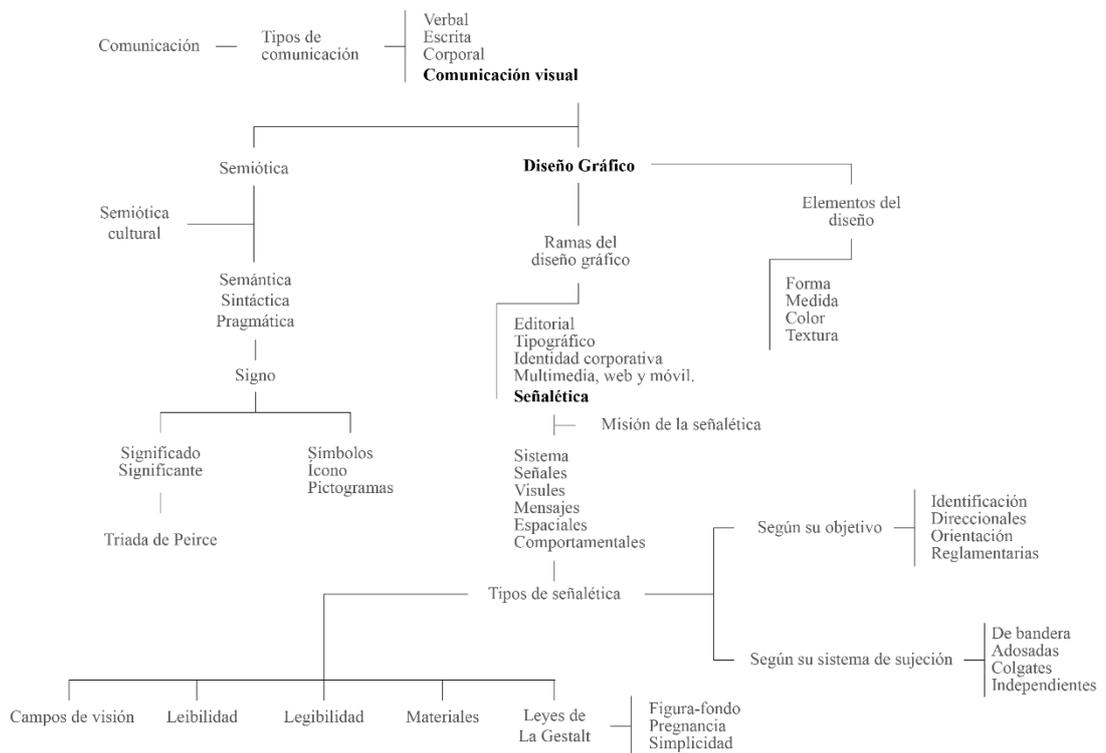


Figura 4. Redes conceptuales variable independiente

2.5.Marco conceptual

2.5.1. Turismo.

El turismo tiene sus inicios desde la Antigua Roma y hasta la actualidad se ha convertido en una de las prácticas más comunes realizadas por los individuos, al ser una actividad de desplazamiento con diferentes fines como descanso, recreación, conocer nuevos lugares, culturas y generar interacciones con otras personas.

Por esto, Maldonado (2012) expresa que, el turismo conlleva e influye en múltiples campos del desarrollo de una sociedad, en especial, su economía por su inversión en infraestructura, destinos turísticos, promoción, etc.

Desarrollo económico.

Según Suárez (1964), el desarrollo económico en un país hace referencia a la mejora considerable de la actividad económica en todos los habitantes de una zona o área geográfica, es decir, una fuerza económica que afecta a toda la comunidad; sin embargo, el desarrollo económico no significa el aumento de riqueza, más bien es el aumento del poder adquisitivo al ofrecer oportunidades en los diferentes campos y sectores al trabajador.

El sector turístico fomenta la generación de empleo y por consecuencia, afecta directamente al desarrollo económico del lugar.

El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por las importantes sensibilidades a las que afecta. (Orgaz y Moral, 2016)

Al reconocer al turismo como un motor importante en el desarrollo económico dentro de un sitio particular, este se relaciona directamente con los atractivos turísticos, naturales, culturales, patrimoniales propios que posee, debido a que dichos atractivos son los responsables de enganchar visitantes y mantener la atención turística de la zona.

Atractivos turísticos.

Son los elementos de carácter natural, cultural, deportivo o de varios campos que generen el interés suficiente para la atracción de turistas en un territorio determinado, convirtiéndose en componentes importantes y diferenciales en el sector turístico, generando un punto de interés más grande en lugares que poseen características distintivas y, por ende, adquiriendo mayor captación de turistas (Navarro, 2015).

Los atractivos turísticos son propensos y vulnerables dependiendo de su ubicación e infraestructura. Lemoine, Castellanos, Hernández, Zambrano y Carvajal (2018) describen que el turismo es un sector propenso a fenómenos de todo tipo y que fundamentalmente los eventos sísmicos causan daños en la infraestructura y, por tanto, afectando los atractivos turísticos.

Infraestructura.

El concepto de infraestructura según Real Academia Española (2023) lo define como. "Conjunto de elementos, dotaciones o servicios necesarios para el buen funcionamiento de un país, de una ciudad o de una organización cualquiera". Un territorio con una infraestructura adecuada hace que la calidad de vida mejore, así como fortalece el crecimiento económico, social, cultural, etc.

Así mismo, una infraestructura funcional en espacios públicos o privados deben estar compuesta de la mayor accesibilidad posible, sin discriminar a personas con diversas discapacidades, fomentando espacios más inclusivos.

Accesibilidad.

Dentro del contexto, es decir, en la sociedad y el desarrollo territorial, la accesibilidad hace referencia a remover obstáculos de carácter físico para dar facilidad o acceso a áreas comunes a personas con discapacidad. Sin embargo, también se refiere a hacer de fácil comprensión la comunicación de mensajes que circulan sobre todo en medios digitales (Vilches, 2014).

Al entender y explicar los componentes que intervienen en el turismo, se puede concluir que el turismo como definición es la actividad de viajar y desplazarse a destinos de interés para el individuo, dichos intereses pueden ser varios y, por ello, nace la clasificación de los tipos de turismo en base a los intereses o motivaciones para viajar a

un lugar concreto. En el artículo científico titulado “Tipos de turismo” del autor Amador (2021) realiza un cuadro conceptual con la clasificación de los tipos de turismo determinando los siguientes:

2.5.2. Tipos de turismo.

Turismo de aventura.

Aquellos viajes que su objetivo es experimentar actividades que involucren actividades en la naturaleza, es decir, desafíos o aventuras al aire libre que por lo general implican un riesgo para el individuo (Moral, Cañero y Orgaz, 2013).

Turismo deportivo.

Latesa y Paniza (2006) aclaran que este tipo de turismo se basa en viajar para practicar un deporte, ya sea por motivaciones profesionales o únicamente por afición, entre ellos están los deportes de montaña, los acuáticos o las prácticas deportivas que solo se pueden realizar en estaciones o climas específicos.

Turismo de negocios.

Hace referencia a los viajes de tipo corporativo y que generalmente son realizados por empresarios o profesionales de cierta área. Suelen ser viajes de corta duración y que su fin es el ampliar conocimientos en el campo laboral o investigativo.

Turismo religioso.

Desplazamiento que tiene el fin de visitar centros religiosos o sagrados en un entorno fuera de la cotidianidad del individuo.

Turismo gastronómico.

Se basa en actividades gastronómicas, es decir, probar comida típica de un determinado territorio o destino y realizar actividades relacionadas con la gastronomía como ferias, degustaciones, visitar bufets, entre otras.

Turismo rural.

El turismo de tipo rural son viajes que tiene como propósito la de realizar actividades de convivencia e interacción con comunidades rurales, que suelen ser pequeñas localidades ubicadas a las afueras de ciudades grandes.

Turismo de salud.

Son viajes, por lo general a otros países, con el fin de obtener tratamientos médicos especializados o con costes más convenientes para el usuario obteniendo un bienestar o mejora en su salud.

Ecoturismo.

Según la organización EDUCO (2019), en su blog “¿Qué es el Ecoturismo?” define que el ecoturismo es el viaje a áreas naturales o de conservación ambiental que fomentan el turismo de tipo sostenible, ya que beneficia a pueblos rurales desplazados al fomentar actividades ecoturistas como la agricultura o el rescate de manifestaciones culturales relacionadas con la naturaleza.

Turismo tradicional.

Es el tipo de turismo más común y que se realiza de forma masiva al visitar playas para tener descanso o placer en los individuos. Este suele estar relacionado con ciertas épocas o fechas durante el año.

Turismo de naturaleza.

El turismo de naturaleza son los viajes cuyo fin es participar en actividades recreativas en un contacto directo con la naturaleza y que mantiene a la persona en constante movimiento, ofreciendo experiencias significativas, así como promover el respeto y apreciación de los recursos naturales (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2009).

2.5.3. Turismo cultural.

En Ecuador, la entidad reguladora del turismo MINTUR (2023) tiene como objetivo, “...posicionar al Ecuador como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial en el marco del turismo consciente como

actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible”. Por ello, el turismo cultural en el país tiene gran relevancia al atribuir a su economía gracias a sus características de tipo geográfico, histórico y multicultural.

El turismo cultural es un factor fundamental al hablar de conservación y preservación de los patrimonios culturales tanto intangibles como tangibles de una ciudad o país, además de su relación e importancia en las actividades económicas para mantener la recreación y turismo de la zona, así como los efectos positivos en el entorno social y cultural (Jaume, 2009).

Este tipo de turismo está dividido en:

Turismo histórico.

Es la actividad turística cuya motivación es conocer lugares con gran valor histórico o donde ocurrieron sucesos que marcaron la historia de un lugar. Este turismo abarca la exploración de sitios arqueológicos y de implicación histórica (CEUPE, 2023).

Lugares históricos.

Los lugares o también llamados centros históricos son aquellos lugares que por su espacio e historia son vinculados a acontecimientos o recuerdos del pasado y que se vinculan directamente con la categoría de la relación social, convirtiéndose en espacios que forman parte de la identidad de una población (Carrión, 2000).

Arqueología.

Según Editorial Etecé (2023) describe la arqueología como, “...es la ciencia dedicada al estudio de las sociedades antiguas, a través del hallazgo, descripción e interpretación de sus restos conservados, como ruinas, utensilios, obras de arte, objetos ceremoniales e incluso restos humanos”. Esta ciencia cumple un rol muy importante dentro del turismo y en la sociedad, ya que con ella se explora el pasado de la colectividad y al descubrirla se convierte en un elemento que impulsa el tradicionalismo y las costumbres, atrayendo a público y nuevos visitantes.

Turismo arquitectónico.

El turismo arquitectónico está presente en todas las ciudades y conlleva la visita de edificaciones e infraestructura con características singulares o propias de la ciudad. Cabe

destacar que cada lugar que se visita es considerado arquitectura y esta dota de un toque característico y, en algunas ocasiones innovador, a los sitios (Quesada, 2010).

Arquitectura moderna.

La arquitectura moderna hace referencia no solo a las edificaciones de los últimos años, si no también alude a la arquitectura desde el siglo XVIII hasta la segunda mitad del siglo XX, abarcando aspectos renacentistas, así como sus diferentes cambios y aplicaciones. Esta arquitectura suele estar relacionada con el minimalismo, rompiendo con los estilos clásicos y explorando formas más cercanas a la modernidad (Calduch, 2014).

Arquitectura clásica.

Este estilo arquitectónico es la fusión de diferentes formas, reglas y sistematizaciones. Está compuesta con elementos de la arquitectura antigua greco-romana, así como de la arquitectura abovedada que llevó a la arquitectura conceptos como la elipse, cilindros, casquetes, etc. La arquitectura clásica posee patrones, proporciones canónicas y reglas que no permiten simplificaciones a diferencia de la arquitectura moderna. Con ello, esta arquitectura se constituye como patrimonial en su mayoría, debido a su perdurabilidad a través del tiempo (Moya, 1978).

Turismo etnográfico.

El turismo etnográfico es aquel que comprende diferentes experiencias culturales de tipo exótico, donde se recurre a la visita de aldeas y hogares de comunidades étnicas, en las cuales realizan actividades como la observación de bailes o ser partícipes de rituales y ceremonias tradicionales. La compra de artesanías y recuerdos es habitual en este tipo de turismo, fortaleciendo la economía de la comunidad (Castaño, 2016).

Costumbres.

Los autores Illescas, Álvarez y Romero (2015) explican que las costumbres son consideradas como un patrimonio cultural intangible al formar parte del ser humano y su convivencia entre los demás individuos de un grupo. Las costumbres son aquellas acciones, prácticas y cualidades específicas que se realizan con frecuencia en la vida diaria que, a su vez, generan diferenciación entre contextos sociales, relacionándose directamente con la cultura e identidad.

Tradiciones.

De igual forma, Illescas, et al. (2015) agregan que las tradiciones, así como las costumbres forman la identidad del individuo, siendo prácticas vivenciales que influyen en el resto de las personas e incitándolas que participen en dichas acciones de forma que perdure de generación en generación. Es un legado cultural de una sociedad específica y que se caracteriza por sus patrones culturales que son mínimamente inalterables.

Folklore.

La palabra Folklore viene del término “folk” cuyo significado es pueblo y “lore” que se refiere al conocimiento o sabiduría; por ello, el folklore es la ciencia que se encarga de estudiar el saber, conocimiento y cosmovisión de las clases populares, incluyendo sus cantos, leyendas, cuentos, danzas y música transmitidas por décadas e incluso siglos (Arguedas y Coloma, 2001).

Fiestas tradicionales.

Las festividades son parte de una tradición que enriquece la cultura de los pueblos siendo parte del folklore social. Las fiestas tradicionales pueden tener detrás la cultura espiritual o laica, aun así, la ornamentación, la literatura oral y escrita, comida, bebidas tradicionales, danzas, juegos y competencias conjugan los elementos de estas fiestas rurales o urbanas (Ramírez Y. , 2015).

Gastronomía.

El término gastronomía se puede definir como el arte y ciencia del buen comer que, así mismo, lleva consigo nociones de tradición, cultura y sociedad; trascendiendo de un plato de comida a formar parte esencial en el turismo y la cultura de una civilización. Es una marca de identidad que tiene recetas propias e ingredientes únicos en su zona, llegando a considerar preparaciones autóctonas como patrimonio (Bahls, Krause y Añaña, 2019).

Turismo patrimonial.

El turismo patrimonial es el turismo que se centra en explorar la autenticidad e identidad de un destino a través de ofrecer experiencias inmersivas como la visita de

museos donde se observa el arte, esculturas, piezas con poder simbólico y trabajos artesanales de un pueblo o comunidad (Libri, Medina y Pérez, 2023).

De acuerdo a Libri, et al. (2023) El turismo patrimonial lo conforman:

Monumento.

Un monumento es una construcción arquitectónica en el que suelen plasmarse personajes ilustres, hechos históricos o bien, la representación gráfica de las particularidades de cierta zona. Un monumento puede considerarse histórico al tener un valor de antigüedad, que demuestre la memoria del pasado y las etapas históricas que lo encierran, además de funcionar como un elemento de inspiración y nuevas perspectivas para la construcción de espacios culturales (Lourés, 2001).

Lugar emblemático.

Bajo el concepto de Rojas (2018) describe que un lugar emblemático es aquel sitio que logra conectar y residir en la memoria colectiva a través del tiempo; también son llamados “lugares de memoria”. Estos lugares son territorios que conllevan un significado simbólico e histórico y que, en la actualidad, su concepto se expande a campos como el género, dialectos, razas, entre otros.

2.5.4. Museo.

En el libro “El museo: un espacio para el aprendizaje” de los autores Domínguez, Estepa y Cuenca (1999) expresan que. “El museo, universo figurado y cargado de significados, debe convertirse en un lugar atrayente, motivador, vivo y dinámico, que sugiera interrogantes al visitante, ya sean alumnos o público adulto”(pág. 21). El museo es un espacio en el que se recolecta y se expone la historia del sitio por medio de pinturas, piezas históricas, la restauración de objetos de valor, manuscritos, esculturas, entre varios más; que además de enseñar, busca ser un espacio que incite a la investigación y cuestionamiento, formando parte de la educación de la gente.

Los museos con el paso de los años han logrado un mayor auge al ofrecer mejores experiencias a sus visitantes, ofreciéndoles libertad en dar criterios.

Los visitantes del museo deben ser pensados como seres activos ya que asumen una actitud activa ante la propuesta del museo. Cada visitante interpreta el mensaje

expositivo de manera que construye su propia visión en función de sus expectativas, intereses y competencias previas, es decir, interpreta la identidad de las formas en los objetos y su puesta en relación en el espacio-recorrido. (Gamboa, 2000, pág. 3)

Respecto a esto, nacen dos términos implicados en atender estas necesidades del público, siendo la rama de la museología y la museografía.

Museología.

Es aquella ciencia que trabaja en la organización y funcionamiento de los museos, tomando en cuenta aspectos como la representación teórico-conceptual de la exposición y el museo en sí mismo. Tiene el propósito de sistematizar todas las acciones presentes en el espacio a través de la bibliotecología, es decir, por medio de archivos o inventarios de la institución (Linarez, 2008).

Museografía.

Por otro lado, la museografía es una disciplina práctica que se encarga de definir la relación directa de edificio-público-objeto de exposición. Con ello, la museografía es la actividad que relaciona los objetos con el espacio a fin de obtener una narrativa concisa.

La mencionada disciplina asume la comunicación del espacio a través de la escenografía o señalética respectivamente, por ello, la ubicación de estos se sustenta en el guion que presente el museógrafo, en el cual se describen estas características (Gamboa, 2000, pág. 3).

2.5.5. Centros culturales.

Los centros culturales son espacios relacionados con las actividades culturales de una sociedad, siendo lugares en los que se comparten habilidades artísticas, incentivan la creación y la expresión, estableciéndose como un refugio de identidad y encuentro manteniendo viva la memoria de los antepasados del territorio (País, 2006).

Una vez entendido los conceptos del turismo, así como sus factores tanto internos como externos, se puede decir que alrededor del mundo, esta actividad es una de las que más moviliza la economía y que su buena o mala experiencia en el usuario influye en su retorno al sitio visitado.

Dicha experiencia personal depende de diversas causas, entre ellas se encuentra la comunicación a sus diferentes niveles, así como la comunicación visual que se encuentra presente en todo lugar y en todo momento. Los autores Ortega y Rodríguez (2007) explican que:

La comunicación juega un papel relevante en la promoción de los destinos turísticos, dándolos a conocer, estimulando el interés de los turistas para que los conozcan y recordándoles su existencia y atractivos para que viajen una vez más a los mismos (Fakeye y Crompton, 1991), sin olvidar tampoco el importante papel de la comunicación en la creación e imagen de los destinos turísticos (Pike, 2002; Hankinson, 2005; Govers y Go, 2004; O'Leary, 2005). (pág. 22)

La comunicación está presente en cada ser humano y es una herramienta indispensable para transmitir y recibir información. Para que el turismo sea efectivo, genere experiencias satisfactorias y establezca un feedback positivo, es necesario usar una comunicación precisa que estimule el interés e impregne una imagen auténtica del atractivo, sitio, ciudad o país.

2.5.6. Comunicación.

La comunicación es un proceso por el cual se transmite información o un mensaje, donde se expresan: ideas, pensamientos, opiniones, emociones; dadas por un emisor y captadas por un receptor. Para que una comunicación funcione debe existir un intercambio mutuo de información, aplicando la escucha activa para dar respuestas asertivas. Este es un proceso inherente del ser humano que existe desde la aparición de este y es esencial a nivel personal como profesional, formando relaciones comunicacionales con el resto de los individuos (Gómez, 2016).

En el sitio web del periodista Irusta (2019) explica que existen 30 tipos de comunicación, sin embargo, existen algunos más conocidos e indispensables entre ellos los dos más importantes son: la comunicación verbal y la no verbal o corporal; además, clasifica estos tipos según su canal como lo son la escritura y la comunicación sensorial, es decir, a través de los sentidos. Dentro de esta, se encuentra la comunicación visual y su importancia en la vida diaria del ser humano.

Tipos de comunicación.

El proceso de comunicación en los últimos años ha recibido mayor importancia y estudio, siendo así que se ha identificado las diferentes formas en las que existe este intercambio de mensajes a través de diferentes medios como lo son:

Comunicación verbal.

La comunicación verbal es el proceso que se centra en transmitir mensajes por medios verbales, así como incluir los medios orales y escritos. Este tipo de comunicación se caracteriza por la creación de significados en la mente de los interlocutores, es decir, el individuo es capaz de interpretar el mensaje dado por el emisor y dar un significado propio respecto a la información dada, por ello, es la comunicación más primitiva y la que se emplea diariamente (CEUPE, 2019).

De la comunicación verbal, se desprende la corporal que refiere al cuerpo y su comunicación respecto a cómo el individuo se siente. Así pues, Pont i Amenós (2010) en su libro “La comunicación no verbal” expone que. “Este tipo de comunicación con los demás se produce a través de la distancia personal, la actitud, la mirada, los gestos o las expresiones faciales, entre otras. (...) no constituye en sí misma un sistema independiente...”(pág. 12). Al entender a la comunicación corporal como parte arraigada al ser humano, influye en los procesos de comunicación diarios y puede ser como no perceptible dependiendo de la persona.

Comunicación corporal.

El lenguaje del cuerpo, comunicación no verbal o comunicación corporal está presente en la comunicación verbal y representa el 65% dentro de la misma. Este ocupa al cuerpo como canal de comunicación por medio de gestos o posturas, es decir, imágenes de medios físicos. Cabe destacar que el cuerpo es el primero en dar un mensaje, incluso antes de la forma verbal, siendo así que, si el individuo siente incomodidad o por su contrario, se siente cómodo reaccionará corporalmente y se expresará a través del cambio de actitud, movimientos u organización de su cuerpo (Pont i Amenós, 2010).

El proceso comunicativo conlleva varios canales y entre ellos, la comunicación escrita tiene un rol primordial en la sociedad, relacionándose directamente con el lenguaje y los

idiomas. Bajo este criterio nace la comunicación escrita que es una herramienta de uso diario utilizado desde los inicios del hombre.

Comunicación escrita.

El autor Yac (2012) en su tesis “Comunicación escrita como herramienta para un aprendizaje efectivo” refiere que la comunicación escrita o también llamada lengua gráfica es un tipo de código lingüístico concebido por la sociedad dada la necesidad de plasmar mensajes, instrucciones, advertencias o enseñanzas a los demás individuos. Esta comunicación reemplaza a la lengua fónica u oral, traspasando la barrera de tiempo y espacio, siendo un proceso de comunicación duradero y no efímero.

Cabe destacar que el inicio de la escritura nace en las cuevas a través de las pinturas rupestres entre los años 50.000-30.000 AEC a fin de expresar conceptos de la vida del hombre Cromañón. Gracias a esta necesidad, las imágenes pintadas se convertirían en un lenguaje a través de símbolos y que hoy en día, ha evolucionado al término comunicación visual (Mark, 2011).

Comunicación visual.

Este tipo de comunicación es el cual está compuesto por códigos visuales que brindan determinados significados y tiene relación con la comunicación diaria en la sociedad. En la comunicación visual se encuentran distintos elementos como la simbología religiosa, imágenes con fines comerciales, la señalización en diferentes espacios, etc.

Conlleva un proceso de interacción de imágenes entre un emisor y receptor, sin embargo, la interpretación del receptor está condicionada por factores como la exactitud de la información, objetividad de las señales que pueden llegar a alterar el objetivo específico del mensaje enviado por el emisor. Por ello, esta comunicación debe pretender ser entendida universalmente, siendo una lengua basada solo en imágenes y que sus receptores puedan comprender independientemente de su país o idioma, en otras palabras, la comunicación debe ser homogeneizada para ser entendida por todos los individuos (Sánchez, 2005).

Al hablar de la comunicación visual y su composición, es necesario definir cómo funciona el proceso de interpretación de las imágenes en los individuos receptores. Varios autores dan lugar al concepto de semiótica, término que alude al estudio de signos y la

lingüística respectivamente, así como la interpretación y el proceso cognitivo que existe en aquel análisis de la imagen.

Los símbolos visuales son señales con significados que representan informaciones concretas. Su desarrollo y utilización no debe confundirse con la producción del pensamiento simbólico, un proceso separado y distinto. Si bien los símbolos y los signos son versiones menores de la simbólicamente enriquecida metáfora, no dejan de tener una importancia fundamental en la comunicación humana. (Dondis, 1992, pág. 137)

La diseñadora Dondis toma a los símbolos visuales como parte imprescindible de la comunicación visual y separa el concepto de la definición de signo con su creación y aplicación, por ello, la semiótica y el signo son los elementos base de todo sistema visual.

2.5.7. Semiótica.

Según Radford (2006) en el artículo “Semiótica y educación matemática” expresa que la semiótica es un término que se presenta con amplias aplicaciones y por ello, existen varios autores que desarrollaron la semiótica basados en problemáticas específicas. Así pues, se pueden destacar al menos tres tradiciones semióticas: la tradición Saussureana, la tradición Peirceana y la Vygotskiana.

Ferdinand de Saussure aporta el término “semiología” que engloba el campo de la lingüística y el estudio de los signos. Bajo su perspectiva, Saussure (1916) explica que. “La lengua es un sistema de signos que expresan ideas, comparable a la escritura, al alfabeto de los sordomudos, a los ritos simbólicos, a las formas de cortesía, a las señales militares, etc.”(pág. 33). La lengua es la base de todo sistema comunicacional, influye directamente en la interpretación de imágenes y su entendimiento; es por esto que, Saussure consideraba que los signos no son únicamente marcas que representan una idea ya que un signo debe estar compuesto de un significado (concepto) y un significante (imagen acústica), es decir, un signo no puede funcionar por sí solo ya que necesita de un sistema compuesto de otros signos que ayuden a establecer el significado y el significante y así, un elemento gráfico se convierte en un signo al interrelacionar una idea con un elemento de la realidad.

Mientras que Saussure define al signo como la unidad mínima de todo un sistema de lengua, Peirce por su parte expresa que el signo puede ser simple o complejo dependiendo

de la “semiosis” del individuo. La semiosis como lo explica Peirce, es la experiencia de todo individuo en cada momento de su vida; mientras que la semiótica es la teoría que estudia esta experiencia.

En el artículo “La semiótica de Peirce” explica que esta semiosis se encuentra a diferentes niveles y ocurre de manera infinita formando una cadena de semiosis. Dicha cadena consiste en la interpretación de signos que, según el conocimiento del individuo, puede aumentar o disminuir la complejidad de la interpretación, es decir, este intercambio de interpretaciones conforma una cadena del proceso semiótico que se alimenta con nuevo conocimiento dado por los individuos, mismos que con anterioridad vivieron la semiosis de mencionado signo (Figueroa, 2019).

Con ello, se concluye que la semiótica es la ciencia que estudia la semiosis y a partir de esta, se conceptualizan términos como: pragmática, semántica y sintaxis que contribuyen a la comprensión de los signos y los sistemas que los componen.

El enfoque de la tradición Vygotskiana aporta al campo de la semiótica y el proceso de semiosis planteada por Peirce, dando un énfasis al constructivismo resaltando que el conocimiento depende del contexto del individuo.

En realidad, el constructivismo plasma la idea de que el individuo es el gestor activo de la construcción de su propio conocimiento en relación con el medio que lo rodea. Le abre la posibilidad de adquirir conocimientos y experiencias en casi todos los contextos donde desarrollan las actividades cotidianas. De esta manera, las personas van desarrollando paulatinamente conceptos básicos de las cosas y de la realidad del mundo y de la sociedad en general. De por sí, el individuo al construir conocimiento hace uso de componentes lingüísticos al representar un concepto con elementos del universo. (Ramírez R. , 2009, págs. 72-73)

Lev Vygotsky bajo la premisa constructivista, inicia la teoría del desarrollo del pensamiento con base al origen social enlazando la sociedad, la historia y su cultura junto al campo de la psicología, distinguiendo que el hombre se dinamiza en el entorno con un aprendizaje sociocultural en el que se prioriza los signos o símbolos dentro del lenguaje.

Vygotsky al interrelacionar el desarrollo del pensamiento con el campo sociocultural, da el indicio a la teoría que Lotman la nombra como “semiótica cultural” la cual explica cómo los procesos semióticos y aprendizajes en el contexto del individuo hacen que,

paulatinamente, formen parte de su identidad ya que estas acciones suman a su “semiósfera”, concepto que, a largos rasgos, explica cómo se crean las culturas.

2.5.8. Semiótica cultural.

La semiótica cultural implantada por Yuri Lotman explica la relación de las diferentes manifestaciones culturales y los procesos de semiosis dadas por Peirce. “La conformación de la semiótica de la cultura —disciplina que examina la interacción de sistemas semióticos diversamente estructurados, la no uniformidad interna del espacio semiótico, la necesidad del poliglotismo cultural y semiótico [...]” (Lotman, 2003, pág. 121). Los sistemas semióticos pasan por varias decodificaciones y por medio de ellas, se da aparición a las diversas culturas con sus características específicas resultando en danzas propias, el arte, la música, los rituales, las ceremonias y un sinfín de manifestaciones o acciones de este tipo.

Por ello, la cultura y la semiótica se alimentan una de la otra continuando con la infinita cadena de semiosis; conformando nuevas interpretaciones de la cultura y adaptándose a las tendencias actuales, estableciendo “semiosferas” en cada contexto.

Desde la pertinencia de la semiótica, la cultura es un conjunto de sistemas de significación que envuelven nuestras formas de vida. Ese conjunto de sistemas condiciona los diversos procesos de comunicación que, en la vida, se actualizan. Toda cultura es, así, una esfera de significaciones que puede o bien estar en potencia en uno o varios sistemas, o bien estar en acto en determinados procesos. Esa esfera de significaciones (o semiosfera) es el resultado y, al mismo tiempo, la condición del despliegue de la cultura. (Quezada, 2018, pág. 286)

Un sistema de significación continuo genera una actualización que contribuye y a su vez aporta a la propia cultura de un determinado lugar. Por ello, la simplificación de objetos de la realidad en un sistema de signos potencia su significado e influye en la vida del colectivo.

El concepto signo, así como la semiótica, posee múltiples interpretaciones con diferentes puntos de vista, sin embargo, Morris para entender la naturaleza total del signo, define tres conceptos bases que posee cada signo como lo son:

2.5.9. Sintaxis.

La rama más desarrollada de la semiótica, la cual estudia la relación sintáctica de los signos a través de interpretación del objeto. Esta rama está inmiscuida en la lingüística y ocurre de forma inconsciente, aun así, los estudios sobre esta han determinado que la sintaxis no funciona de manera individual y que más bien actúa con combinaciones sígnicas que se alimentan una a la otra dotándolas de sentido lógico. A partir de allí, Carnap, filósofo alemán que realizó estudios sobre la sintaxis, denominó a esta teoría como “sintaxis lógica”.

Sin embargo, la sintaxis lógica se aleja de la semiosis, concepto ya antes mencionado, por lo que la sintaxis en el contexto más bien alude a los signos que se encuentran en el lenguaje visual y escrito, mismos que pueden llegar a alterar la interpretación final del signo con, por ejemplo, el uso de signos de puntuación, los acentos, los paréntesis, la cursiva, el cuerpo o tamaño de las letras, etc., llegando a especificar y expresar una particularidad, sin embargo, la sintaxis por sí sola no puede llegar a definir la totalidad de los signos aislados por lo que ahí los conceptos de semántica y pragmática llegan a complementar (Morris, 1985).

2.5.10. Semántica.

La semántica según Sánchez (2005) lo resume como:

El principal objeto de estudio de la semántica es el análisis de las relaciones de los signos con su significado y con su significante (semántica de la significación); de modo simultáneo constituye el análisis de los conceptos involucrados en el significado: qué, con qué y para qué, sobre todo en lo que se refiere a los gráficos, los cuales deben ser precisos en su denotación y significado con el propósito de ser entendidos por un intérprete; en otros términos, su meta principal es el estudio de los cambios de los significados de las palabras, los diferentes sentidos que la palabra adquiere con el transcurso del tiempo a través de diversos contextos. (pág. 30)

Mientras la sintaxis estudia la relación de forma sintáctica y la interpretación final de los objetos, la semántica complementa este análisis de forma que menciona la existencia del significado y el significado, ya nombrados por Saussure, sin embargo, también añade al intérprete y finalmente, la interpretación. Estos conceptos ayudan a entender cómo los

significados son relativos y pueden llegar a cambiar según el contexto en el que ocurre la comunicación.

La triada de Peirce es la referencia que ayuda a entender los componentes que influyen en el estudio de los significados, además, en dicha triada existe el componente del intérprete y la interpretación y es allí donde entra la pragmática como parte del estudio de estas relaciones.

2.5.11. Pragmática.

La pragmática, como se ha mencionado, es el estudio de la relación entre los signos y sus intérpretes. El intérprete es un organismo vivo capaz de comprender significados dados por los signos, pero la pragmática se enfoca en el análisis de las situaciones de los individuos, es decir, el entorno específico en el que se desarrolla una persona en términos de espacio, tiempo o cultura, mismos que afecta directamente en la interpretación de los signos.

En conclusión, el libro *Introducción a la pragmática*, conceptualiza a la pragmática como el estudio de la estrecha relación entre el gráfico o signo y el intérprete, así como la situación de este y cómo llega a afectar en la interpretación del mensaje (Escandell, 1996).

Una vez entendidos y explicados estos postulados, es necesario conceptualizar los términos individuales como signo, significado, significante y la triada de Peirce, a fin de entender cómo estas llegan a afectar en el campo del diseño gráfico.

2.5.12. Signo.

El signo o también llamado “representamen” por parte de Peirce, es algo que representa o refiere a algo definido en un aspecto o carácter específico. El signo está constituido en la parte psicológica debido a que el individuo crea signos en la mente, mismos que pueden ser débiles o desarrollados, definidos por el contexto de la persona (pragmática) y su proceso de semiosis infinita dando como resultado un significado (Gago, 2020).

2.5.13. Significado y significante.

Para comprender la relación entre significado y significante, es necesario conceptualizar el “signo lingüístico” definido por Saussure como una entidad unitaria, es decir, el nombre de una cosa.

Para Saussure, el signo lingüístico se conforma de dos partes: un significado y un significante. El significado es el concepto o el “correlato mental” del significante, mientras que el significante hace referencia a la “imagen acústica” o la huella psíquica del signo, siendo únicamente su esencia fuera de lo material. Explica que, esta huella está intrínseca en el ser humano y corresponde a nuestra lengua materna, cuando nos hablamos a nosotros mismos (Medina, 2015).

Es decir, el significado es la idea que tenemos sobre un significante y un significante a su vez no puede existir si no tiene un significado asociado propiamente, siendo un proceso convencional. Por ejemplo, el concepto “perro” entra en el conjunto de animal, mamífero o canino (significado) y el recuerdo del sonido o imagen acústica (no necesariamente auditiva) corresponde al significante (Vitale, 2020).

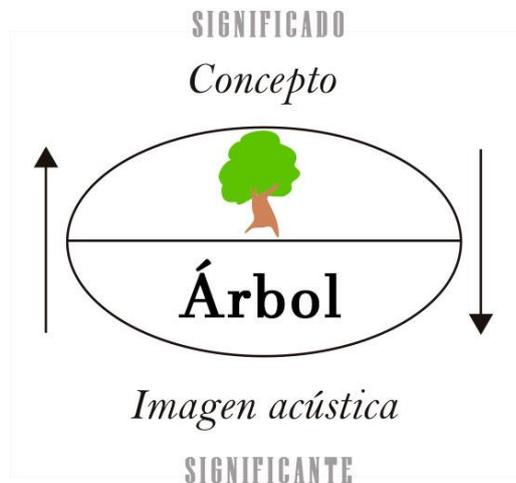
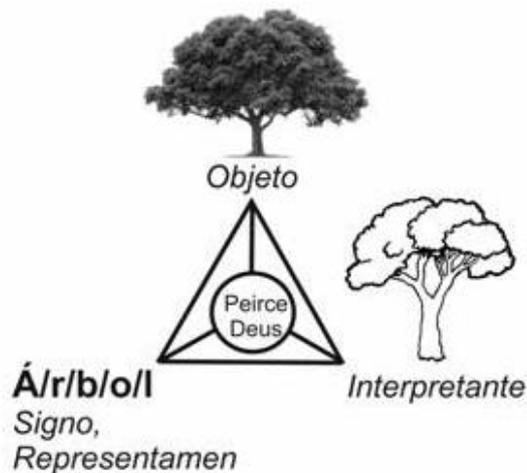


Gráfico 1. El signo lingüístico: significado y significante.

Fuente: Bustelo, C. (2016, 3 febrero). La clausura Significante en el discurso de UPYD. Recuperado de <https://altbustelo.wordpress.com/2016/02/03/la-clausura-significante/>

Como se ha referenciado en el concepto de semántica, la triada de Peirce lleva los conceptos de significado a significante complementándolos con el intérprete que, a partir de ello, nace la semántica y pragmática respectivamente.

En ese proceso, Peirce establece una triada entre un signo (representamen), un interpretante y finalmente un objeto. El representamen para Peirce es la cualidad material, es decir, el conjunto de letras, sonidos, colores, olores, etc., y este se encuentra en el lugar de otra cosa, denominado “objeto” y finalmente, este objeto llega a plasmarse en la mente del individuo quien desarrollará un signo o bien equivalente o más desarrollado que el representamen original, siendo este último nombrado intérprete (Vitale, 2020).



A) Triada de Peirce

Gráfico 2. Triada de Peirce: Signo, objeto, interpretante.

Fuente: Anderson, F. (2016, 21 noviembre). Charles S. Peirce y el signo Tres. Metodología semiológica para diseñadores. Recuperado de <https://www.monografias.com/docs111/charles-s-peirce-y-signo-tres-metodologia-semiologica-disenadores/charles-s-peirce-y-signo-tres-metodologia-semiologica-disenadores>

En el gráfico se observa cómo funciona la triada, siendo el representamen la parte visual en cualquier aspecto, el objeto es la realidad que tiene impregnado un representamen y finalmente, el individuo que es el interpretante del representamen y que lo codificará según su experiencia y entorno (pragmática) que, a su vez, sigue conformando la cadena de semiosis infinita dada por Saussure.

A partir de esta triada, el estudio de la semántica y la pragmática nacen conceptos que llevan dichas características de forma visual y abstracta como lo son: el símbolo, el ícono y el pictograma; que hoy en día, forman parte de nuestra cotidianidad.

2.5.14. Símbolo.

El símbolo, a diferencia del signo lingüístico planteado por Saussure, no es un carácter arbitrario ya que este siempre tiene una motivación en entre la binaridad del significado y significante.

Saussure ejemplifica al símbolo de forma que, el símbolo de la justicia es una balanza y esta no puede ser reemplazada por cualquier otro, como un carro, debido a que la balanza es parte de un significante y la justicia, de por medio, es el significado y entre ellos existe una motivación recíproca con una interpretación nata del ser humano, basada en normas o leyes, por ello siempre será fijo.

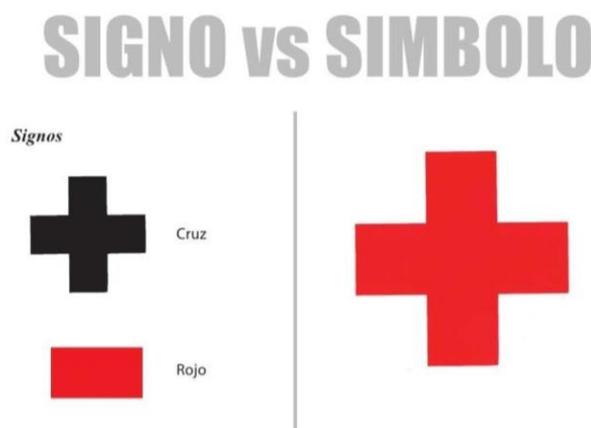


Gráfico 3. Signo y símbolo.

Fuente: Comunicación y lenguaje. (2022). Recuperado de https://www.goconqr.com/c/53991/course_modules/78316-diferencia-entre-signo-y-simbolo

2.5.15. Ícono.

Como se ha determinado, el signo es la base de todo sistema visual y las relaciones que este tiene en la comunicación genera nuevos conceptos como el símbolo y el ícono. “El Ícono, proviene del griego, eikon, onos, que significa imagen. Se define como el signo que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado. Este puede ser figurativo o abstracto según el estilo y naturaleza del proyecto” (Quintana, 2010, pág. 40). Los íconos no son una representación de una imagen, más bien, es una referencia metafórica que representa el concepto o significado de dicha imagen.

Estas abstracciones de la imagen llegan a ser clasificadas por Abraham Moles en 1976, nombrándolas escalas de iconicidad. Para Moles, existen trece escalas de abstracción partiendo del objeto base hasta su máxima abstracción (Laginha, Raposo y Neves, 2016).

Así mismo, nace el concepto grados de iconicidad que se basa en el parecido de la imagen respecto al objeto representado, dividiéndose en grado de iconicidad alto o imágenes realistas, grado medio o imágenes figurativas y el grado nulo o imágenes abstractas (Checa, 2019).

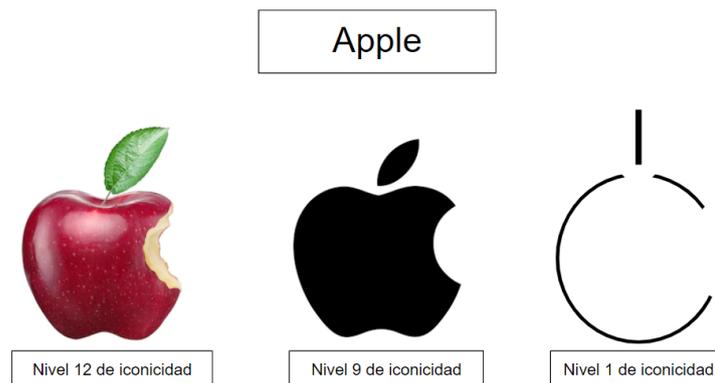


Gráfico 4. Grados de iconicidad.

Fuente: Suárez, C. (2019, 27 octubre). Apple. Recuperado de <https://i.pinimg.com/originals/17/6d/31/176d31fad744c294cc64ed3bfe2e6154.png>

2.5.16. Pictograma.

En el libro “Diseño de íconos y pictogramas” de las autoras González y Quindós (2015) expresan que. “Un pictograma es un signo icónico que representa las cualidades de lo que es representado y, mediante la abstracción, adquiere calidad de signo”(pág.17). En pocas palabras, el pictograma es un signo visual icónico representado de forma figurativa o abstracta, es decir, debe tener un grado de iconicidad medio o nulo.

Al entender a la comunicación visual como un lenguaje de signos, nace la disciplina del diseño gráfico, la cual codifica el lenguaje a signos visuales a fin de comunicar un mensaje a un receptor específico.

2.5.17. Diseño gráfico.

Actualmente, el diseño gráfico es una de las disciplinas que, con el paso de los años, ha ido concibiendo un mayor apogeo además del crecimiento junto a la tecnología. “El diseño gráfico es una disciplina social y humanística, se sustancia el arte de concebir,

planear y realizar las comunicaciones visuales que son necesarias para resolver y enriquecer las situaciones humanas”(Maldonado, Córdova y Lema, 2021, pág.6564). Con esto, el diseño gráfico se ha globalizando con la sociedad, entendiendo la importancia de la comunicación visual y su incidencia en la vida de las personas, llegando a influir en sus hábitos o necesidades.

Sin embargo, el diseño gráfico también posee sus elementos básicos, mismos que son fundamentales para concibir un resultado o producto final efectivo.

Elementos del diseño.

Según la teoría planteada por Wong (1991) explica que los elementos del diseño son necesarios y están siempre relacionados entre sí, ya que al reunir todos llegan a dar la apariencia definitiva a un diseño.

Para Wong, los elementos están distinguidos en cuatro grupos: conceptuales, visuales, de relación y prácticos. A partir de estos, el autor plantea cómo funcionan en el espacio y finalmente cómo pueden construir un mensaje.

Este mensaje visual está intrínseco en todo diseño y según Munari (2016) este mensaje se divide en dos principales grupos: la información, que lleva consigo el mensaje, y el soporte visual. Este último reúne las características fundamentales dadas por Wong, haciendo énfasis en los elementos visuales que son:

Forma.

Representa todo aquello que pueda ser visto. Este denota identificación a través de su forma principal y es percibida por el individuo según su aprehensión.

Medida.

Así como existe la forma dicha posee un tamaño, que se lo conoce como medida. La medida es un elemento relativo que puede describirse por su magnitud o su pequeñez y que, en términos físicos, esta es medible.

Color.

De igual forma, el color es el elemento que ayuda a distinguir las formas de sus cercanías y este es comprendido en una gama extensa, desde los colores neutros como el

blanco, negro o grises, hasta los colores del espectro solar con sus diversas variaciones en tonos y cromáticas.

Textura.

Este elemento se refiere a la superficie de una forma que, puede ser plana o decorada, suave o rugosa, etc. La textura además puede convertirse en un atractivo visual, así también para el sentido del tacto.

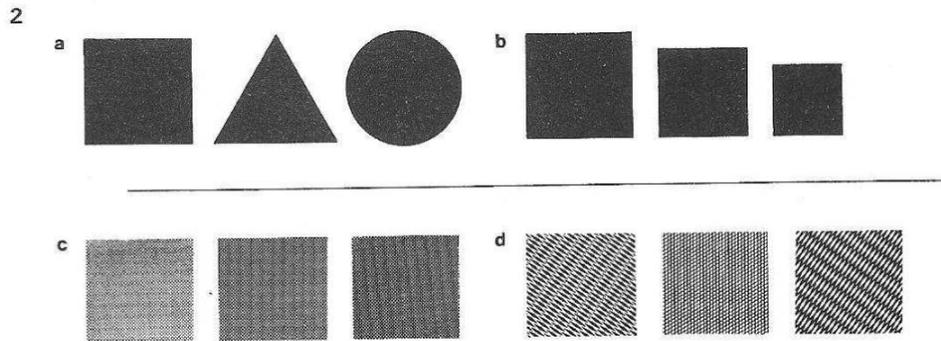


Gráfico 5. Elementos visuales según Wong (1991).

Como se manifestó anteriormente, el diseño gráfico se encuentra en la vida diaria de las personas, incluso de forma inconsciente y la Universidad Europea (2022) menciona cuáles son las principales ramas en las que diseño gráfico está presente.

Ramas del diseño gráfico.

Editorial.

El diseño editorial es una de las especialidades más conocidas y antiguas. “...consiste en la formación o diagramación de textos e imágenes incluidas en publicaciones como: folletos, revistas, gacetas, periódicos o libros. [...] tiene que seguir ciertas características en cuanto a formato, maquetación, composición, textos e imágenes...” (Iñigo y Makhlouf, 2014, pág. 11). El diseño editorial actúa en la maquetación de todo material y formatos, se acota además que no solo trabaja en medios impresos, que si bien tuvo de esa forma su origen, actualmente está presente en los medios digitales como sitios web o apps móviles.

Tipográfico.

Esta rama refiere al tipo de letras, a fin de crear un estilo y personalidad singular. La tipografía también tiene sus orígenes hace décadas atrás y hoy en día, es indispensable en

el proceso creativo ya que su uso debe generar aspectos como la legibilidad, una estética correspondida a una coherencia visual y una funcionalidad adaptable para cualquier tipo de material o soportes.

Identidad corporativa.

En las empresas, el diseño gráfico es el motor encargado de diseñar los aspectos visuales como logo, packaging, publicidad, merchandising, etc., además del uso de estrategias basadas en el branding y el marketing, mismos que en conjunto generan uniformidad al diseño, constituyendo una identidad gráfica y corporativa.

Multimedia, web y móvil.

La tecnología avanza progresivamente y el diseño gráfico con sus ramas de multimedia, web y móvil, lo respaldan. El diseño multimedia es aquel que usa aspectos del diseño editorial tradicional y los lleva a medios digitales, creando así publicaciones, videos, animaciones, etc. Además, esta rama se complementa con el diseño web y móvil, mismo que está relacionado con la interactividad del usuario.

Con estas nuevas ramas, nace el diseño UX o “user experience”, que usa los conceptos básicos del diseño junto a estrategias creativas, con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario en, por ejemplo, entrar a una página web para comprar ropa y no solo satisfacer las necesidades del cliente, si no también buscar la satisfacción de este (Castañeda, Alatríste y González, 2020).

2.5.18. Señalética.

La señalética está presente desde el inicio del hombre con el arte rupestre, debido a la necesidad de marcar o referenciar su entorno y sus espacios con el propósito de orientarse. Costa (1987) afirma que:

Señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones.(pág. 9)

La señalética es una las ramas del diseño gráfico que tiene como base, la semiótica. Esta disciplina es parte de la comunicación visual y es aquella que colabora con la

arquitectura, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía. La señalética, además, es la encargada de orientar e informar al individuo en un espacio determinado y responde a la movilidad social y aglomeración que existe en la sociedad.

Esta proliferación de personas en un espacio se da en ámbitos tanto públicos como privados, así como en ámbitos cívicos, culturales, comerciales, entre otros. Es allí donde actúa la señalética, para mejorar la accesibilidad a los servicios y brindando una mayor seguridad al individuo al momento de desplazarse. Sumado a esto, la señalética en el campo debe comprender la exigencia de la instantaneidad y universalidad de la información a fin de que un sistema visual o mensajes espaciales sean funcionales (Costa, 1987).

Con esto, el autor referido hace hincapié en analizar punto por punto las partes que intervienen o afectan al diseño señalético con la siguiente distinción:

Sistema.

Un sistema es un conjunto de partes coordinadas que funciona como un todo de forma orgánica, bajo leyes establecidas y explícitas dadas por un programa.

Señales.

Las señales como las menciona Costa (1987) son estímulos breves que actúan con inmediatez haciendo uso de la percepción.

Visuales.

Como se establece, la visión es uno de los cinco sentidos del ser humano y que, por naturaleza, es un receptor gestáltico, es decir, es capaz de registrar patrones o configuraciones del entorno de forma desapercibida, discreta y silenciosa.

Mensajes.

El mensaje, mencionado anteriormente, es el contenido informativo y en señalética está presente de forma que, las señales poseen un significado implícito que cognitivamente da respuesta a la necesidad de orientación de usuario.

Espaciales.

Un sistema señalético no solo toma en cuenta componentes como la superficie, materiales o soportes que requiera, este debe responder al entorno. La señalética debe ser capaz de integrarse de forma estratégica en el espacio, en los puntos precisos para que esta sea percibida efectivamente por el usuario, de modo que pueda preverse un error en la movilidad de este.

Comportamentales.

La señalética también influye en los comportamientos de los individuos, determinando una pauta en la que el individuo es libre de decidir u dinamizarse de la forma en que desee, sin embargo, la señalética no solo tiene la capacidad de orientar, sino más bien puede comunicar y transmitir mensajes cognitivos.

Con estas especificaciones, al autor finalmente recalca que el sistema de mensajes señaléticos visuales no pretende de ninguna forma persuadir o convencer al individuo en la toma de sus decisiones puesto que, sirve para que cada uno pueda orientarse en función sus necesidades o motivaciones.

La señalética tampoco pretende «dejar una huella» en la memoria de los individuos, como es el caso de la propaganda y la publicidad, [...] sus mensajes se ofrecen optativamente al interés de los individuos y, después de cumplir su cometido orientativo, se borran inmediatamente del campo de la consciencia. Esta es exactamente su misión. (Costa, 1987, pág. 11)

Como se aclara, la señalética no tiene como fin persuadir o cambiar el comportamiento del usuario, tampoco exige esfuerzos de localización, atención o comprensión, más bien, ayudan al individuo a orientarse según su criterio.

2.5.19. Tipos de señalética.

Guerra (2017) en el seminario de investigación con su artículo “Diseño de información en espacios de uso público” categoriza a las señales según dos principales criterios:

Según su objetivo.

Identificación.

Son aquellos marcadores visuales que muestran el nombre, función de un sitio o espacio particular. La señalética de identificación no solo actúa en las entradas y salidas del lugar, también interviene en el campo de la identidad, en las que con su diseño aporta personalidad de forma explícita.

Direccionales.

El sistema de señales encargado de la circulación, deben ser evidentes y reconocibles, haciendo uso de elementos como la tipografía, los símbolos y flechas. Este tipo de señales se encuentran en posiciones estratégicas en los cual el usuario debe tomar decisiones clave como lo pueden ser: puntos de interés, destinos, la ubicación de salida, etc.

Orientación.

A fin de que el lugar resulte menos complicado de entender, las señales de orientación dan una visión general de un espacio a través de mapas comprensibles haciendo uso de señales identificativas como direccionales, para que la persona reconozca todos los sitios y pueda moverse con facilidad en todo el recorrido.

Reglamentarias.

Como se ha referido Costa (1987), un sistema señalético debe también tomar aspectos como leyes o normas específicas y es ahí donde las señales reglamentarias toman partido ya que, son aquellas que indican las reglas que el usuario debe seguir y respetar en el espacio. Dichas señales son dadas según el sitio o localidad en la que el sistema será aplicado, de tal manera que estas deben estar presentes de forma discreta pero lo suficientemente visibles.

Según su sistema de sujeción.

Señales de bandera.

Situadas encima de los niveles de la cabeza, similares a la colocación de banderas. Se usan en salas abiertas y pasillos de gran afluencia, de forma que por su altura sean de máxima visibilidad para los individuos. Los signos y símbolos son muy eficientes en este

tipo de señales, ya que agilizan la comprensión de estos como: servicios higiénicos, números de puerta, etc.

Señales adosadas.

Generalmente de medida pequeña, son las señales que ayudan a identificar lugares, direcciones y las instrucciones reglamentarias. Este tipo de señales suelen ser utilizados en los interiores siendo adosadas a la pared. Se lo nombra adosado ya que la señal va apoyada en un muro y se queda fija permanentemente, por ello, son utilizados en sitios inamovibles. Además, si las señales adosadas se usan en exteriores, es necesario considerar la altura respecto a los usuarios y vehículos.

Señales colgantes.

Muy utilizadas en lugares amplios, este tipo de señales son utilizadas para señales direccionales de gran escala. Estas son ubicadas sobre la altura de la cabeza y suspendidas desde el techo a fin de lograr una la mayor visibilidad a largas distancias. En estas señales es importante tomar en cuenta aspectos como su iluminación y espacio para evitar posibles obstrucciones visuales o espaciales.

Señales independientes.

Las señales independientes poseen una variedad de estilos dependiente de su uso, ya sea en entornos interiores o exteriores, de forma que pueden ser de autotransporte, de banda, de simple o doble pasador, etc.



Gráfico 6. Señal independiente de tipo banda.

Fuente: García, A. (2012, marzo). Yahoo Images. Recuperado de <https://dgc.v.com.ar/wp-content/uploads/2012/03/subte3.jpg>

2.5.20. Visualización y percepción

Una vez identificados los tipos de señalética, es esencial reconocer las características para su correcta ubicación y funcionalidad, de forma que sea accesible y entendida para todos los individuos, siendo identificadas con gran facilidad y así cumpliendo su misión.

Campos de visión.

Según Quintana (2010), el campo de visión normal o cono de visión que tiene todo ser humano, cubre el ángulo de 60° y en áreas fuera de este rango, serán percibidas con menor detalle haciendo que el usuario se vea forzado a realizar movimientos con su cabeza que pueden suponer dificultad o incomodidad, por ello, mantener un estándar de altura en la colocación de señalética reduce la insatisfacción del usuario al encontrar información u orientación con rapidez.

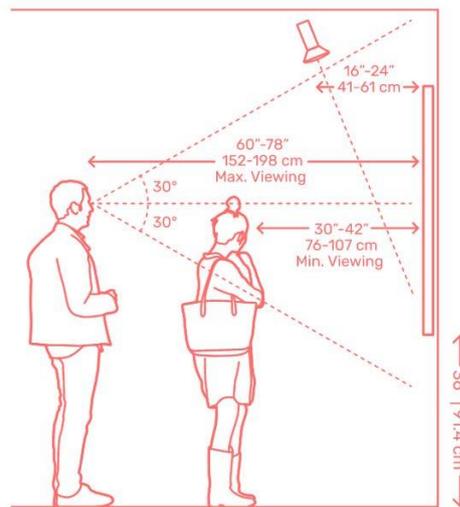


Gráfico 7. Campo de visión.

Fuente: Wall art dimensions & drawings | Dimensions.com. (2023). Recuperado de <https://www.dimensions.com/element/wall-art>

Leibilidad.

La leibilidad comprende qué tan factible es la lectura de un texto y su facilidad en comprensión, sin llegar a fatigar al observador. El rango de lectura en un público normal comprende un aproximado de 250 palabras por minuto y por ello, en señalética ubicadas en el exterior deberán incluir como un máximo de 6 pequeños términos o palabras, ya que, si se extiende, puede no llegar a ser legible por el usuario si se encuentra en un vehículo.

Legibilidad.

El área de la legibilidad se relaciona con la tipografía, siendo el criterio que analiza qué tan fácil puede leerse un texto. Entre los factores que pueden alterar la legibilidad se encuentra la longitud de línea, misma que no debe ser muy larga o corta debido a que puede ser difícil de leer, al igual que el interlineado, que debe corresponder al 20% de la altura de la tipografía utilizada.

Criterios de legibilidad.

- *A corta distancia:* Letreros de tamaño pequeño con distancias menores a 10 metros deben colocarse entre 1,5 y 2,5 metros respecto al suelo.
- *A media distancia:* Cuando la separación entre el espectador y la señal es alrededor de 10 a 15 metros, el letrero no puede ser menor de 1x1 metros.
- *A larga distancia:* Aquellos letreros que están colocados en la altura superior al primer piso de un edificio deben ser de gran tamaño y, a medida de lo posible, ser iluminados con focos o algún material translúcido para asegurar su visibilidad en la noche.

Materiales.

La diseñadora gráfica mexicana Vania Romano (2015) menciona los diversos materiales utilizados en señalética como lo son:

- *Madera:* De los materiales más antiguos, estos pueden ser ensamblados con gran facilidad.
- *Plásticos:* Este material es ideal para manipularlo bajo procesos térmicos de bajas temperaturas y presiones, con el fin de obtener una forma única. Estos pueden ser: termoplásticos (PVC, acetato de celulosa, polietileno, etc.), termofijos (hule natural o sintético), acrílico, policarbonato, polipropileno, plástico reforzado con fibra de vidrio, vinilo, entre mucho más.
- *Metales:* Ofrecen resistencia y versatilidad en los soportes señaléticos. Entre los más utilizados se encuentran el acero y el aluminio.
- *Vidrio:* Superficie que en base a tratamiento térmico puede moldearse y plasmar la información requerida.

- *Laminados*: Respecto a la permanencia de la señal, los materiales laminados son varios y entre ellos están: dibond (señalética exterior, interior y estructural de larga duración), foam board (dos hojas de papel con un centro de espuma de poliestireno extruído, de durabilidad corta) y el alucobond (dos láminas de aluminio y centro de poliestireno, con grandes dimensiones y alta capacidad para adaptar formar).

2.5.21. Leyes de La Gestalt.

En señalética, las leyes de la Gestalt están presentes en la creación de símbolos y pictogramas respectivamente. Medrano y Olivares (2019) aclaran que las leyes más significativas en la creación de dichas señales son:

Ley de figura-fondo.

En la sección del libro “Breviario de las leyes de la Gestalt” de los autores Ciafardo y De Santo (2020) explican la ley de la figura-fondo como:

Determina la tendencia a subdividir el campo en zonas más articuladas que ocupan el primer plano, habitualmente más pequeñas y complejas, de mayor claridad y precisión —esto es, la figura— y zonas más fluidas, más lejanas del espectador, que rodean la figura, difusas —es decir, el fondo—. (pág. 369)

En un producto final se encuentran elementos que destacan y se encuentran en un primer plano, siendo estos la figura, mientras que los elementos más alejados corresponden a un background o fondo y su unión crea un efecto visual en los que según la perspectiva personal, llega a observarse e interpretarse de diversos modos.



Gráfico 8. Ley de figura-fondo.

Fuente: Cortázar, R. (2022, 8 agosto). Leyes de Gestalt y su aplicación en marketing y publicidad. Recuperado de <https://acumbamail.com/blog/leyes-de-gestalt/>

Ley de pregnancia.

La ley de la pregnancia es uno de los principios básicos de la psicología de la Gestalt, dicha ley se basa en la interpretación de una imagen partiendo de su predominancia de un aspecto en particular. Para lograr esta predominancia se recurre a varios elementos como la textura, el color, la forma o el tamaño (García Mingrone, 2022).

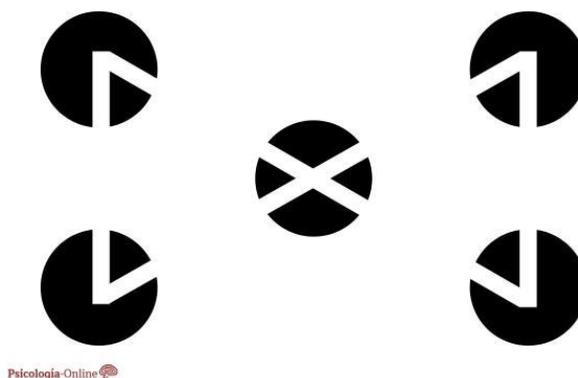


Gráfico 9. Ley de la pregnancia.

Fuente: Mingrone, A. G. (2022, 23 diciembre). Qué es la Ley de pregnancia de la Gestalt y ejemplos. Recuperado de <https://www.psicologia-online.com/que-es-la-ley-de-pregnancia-de-la-gestalt-y-ejemplos-6641.html>

Ley de la simplicidad.

Esta ley se entiende como un principio general para todas las leyes, con la simplicidad se logra abstraer hasta la forma más simple posible a fin de poder relacionar mejor los significados entre sí (Workana, 2021).



Gráfico 10. Ley de la simplicidad.

Fuente: Workana. (2022, 14 febrero). Ley de la simplicidad: la teoría de la gestalt explicada mejor que nunca. Recuperado de <https://blog.workana.com/emprendimiento/ley-de-la-simplicidad-la-teoria-de-la-gestalt-explicada-mejor-que-nunca/>

2.5. Marco legal

Según el Ministerio de Turismo (2016, págs. 5-6) respecto a las Facultades de los Gobiernos Autónomos en el desarrollo de actividades turísticas y proyectos referentes a temas culturales, memoria social, historia, etc. en espacios culturales, en la Sección II “Gobierno autónomos descentralizados municipales y metropolitanos” establece que:

Art. 13.- Gestión cantonal.- En el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en su respectiva circunscripción territorial, las siguientes atribuciones de gestión:

1. Promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo, conforme la normativa vigente. [...]

4. Actualizar y dar mantenimiento adecuado a la señalización turística, así como la señalética turística del cantón. [...]

14. Fomentar proyectos turísticos cantonales que guarden concordancia con la legislación vigente.

15. Dotar de facilidades en los sitios identificados como turísticos, en articulación con la Autoridad Nacional de Turismo y los gobiernos autónomos descentralizados provinciales.

Por su parte, en la ordenanza titulada “Ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda, en el cantón Ambato, reformada” dada por la Secretaría General del GAD Municipalidad de Ambato (2005, págs. 2-4) recalca:

Art. 1. Son objetivos de esta ordenanza:

a) Preservar la integridad de los sitios públicos, institucionales, privados y edificaciones de interés histórico-cultural y de ser posible, mantener intacta y mejorar la característica estética, urbana y arquitectónica de la zona donde se colocaren los medios visuales.

- b) Exigir el correcto empleo, tanto de elementos gráficos, como de lenguas o idiomas oficiales o de uso corriente y aceptado, establecidos en el Ecuador [...].

Dentro de las normas generales estipuladas, se especifican los tipos de medios visuales autorizados.

Art. 8. Los medios visuales para los cuales rige esta ordenanza, son los siguientes:

- a) Normativos o de Razón Social. Todos aquellos medios visuales de información, que sirven para la identificación de la razón social y el sitio de trabajo de personas naturales (artesanos, profesionales, comerciantes, etc.) o de personas jurídicas (gremios, organizaciones, empresas, asociaciones, compañías, etc.) que ejercen algún tipo de actividad económica. [...]

- c) De información pública oficial. Todos aquellos que informan y difunden obras, actividades y servicios de los organismos del sector público.

Art. 9. Los medios visuales mencionados, en razón de su tiempo de exhibición se clasifican en:

- a) Transitorios, cuya exhibición dure un tiempo máximo de quince días consecutivos, tales como: carteles, pancartas, afiches de eventos y espectáculos públicos y “winchas” (término publicitario de dominio público) en tela que se coloca en alto y cubriendo hasta el ancho de la calle. [...]

- c) Permanentes, con el tiempo indefinido de exhibición, superior aun año. Se considera como permanente a todos aquellos medios que se describen en el artículo 11 de esta ordenanza.

Art. 10. Los medios visuales, por su diseño y forma de colocación, se clasifican en:

- a) Adosados en las paredes.

- b) Tipo Bandera, suspendidos perpendicularmente a las paredes, en edificaciones con retito frontal.

- c) Anuncios aislados, como aquellos decorativos luminosos, colocados sobre pedestales, dispuestos en aceras, parterres, o espacios públicos.

d) Vallas publicitarias de grandes dimensiones.

Art. 11. Por soporte físico, y los materiales con que fueren realizados, los medios visuales permanentes pueden ser:

a) Rótulos contruidos con materiales sólidos, rígidos o flexibles, con o sin medios luminotécnicos.

b) Letras y signos gráficos conformados por cuerpos con materiales, rígidos pegados directamente a la pared, construyendo un solo elemento. [...].

En la misma ordenanza se especifican los aspectos y condiciones para el diseño y colocación de rotulación de medios visuales de forma que:

Art. 13. De acuerdo a la Zonificación establecida en el artículo 11 de esta ordenanza, se permitirá la colocación de medios visuales de la siguiente forma:

c) Los anuncios y rótulos adosados a las paredes, no podrán tener una superficie mayor al 10% de la fachada donde se coloquen y no podrán sobresalir más de 20 cm. Desde el plano de la fachada.

d) Los rótulos tipo bandera únicamente se colocarán en edificaciones con retiro frontal de 5 metros, y deberán ser exclusivamente de tipo luminoso, en materiales traslúcidos, rígidos o flexibles, con luz interior o de neón, se instalarán a una altura mínima de 3m, medidos desde la parte baja del letrero o tablero, hasta la acera de la calle donde se ubican, su longitud no sobrepasará el límite de retiro frontal y su ancho no excederá de 1m; en ningún caso el rótulo saldrá fuera de la línea de cerramiento.

e) Los anuncios publicitarios aislados, podrán ser ubicados en sitios públicos de amplio espacio, así como en aceras y parterres centrales de calles comerciales y avenidas, siempre y cuando las aceras o parterres tengan un ancho mínimo de 2.30m; debiendo en cualquiera de estos casos, dejarse el espacio suficiente para la circulación peatonal; y de medios de movilización ortopédicos, en su reverso deberá constar información de los servicios municipales. Estos anuncios no podrán interferir con luminarias o tendidas de redes de energía eléctrica.

Los anuncios deberán ser colocados en el centro del parterre, y en aceras, a una distancia mínima de 1.15m, de la calzada. Los pedestales de apoyo de estos anuncios, tendrán una altura mínima de 1.0m; para el caso de parterres centrales en avenidas comerciales y de 2.00m; mínimo para cuando se coloquen en aceras a fin de no interrumpir la circulación peatonal. Las dimensiones máximas del cuerpo del anuncio, serán de 1.20 m, de ancho por 1.80m, de alto. La distancia mínima entre uno y otro anuncio será de 100 mtrs, el Ilustre Municipio de Ambato determinará los sitios que serán adjudicados mediante remate, un mismo anunciante no podrá tener un número mayor a 6 anuncios aislados en el territorio del Cantón. (págs. 5-6)

Finalmente, cabe mencionar el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) (1998) en la Sección II, recalca que entre las obras protegidas se encuentran:

a) Libros, folletos, impresos, epistolarios, artículos, novelas, cuentos, poemas, crónicas, críticas, ensayos, misivas, guiones para teatro, cinematografía, televisión, conferencias, discursos, lecciones, sermones, alegatos en derecho, memorias y otras obras de similar naturaleza, expresadas en cualquier forma. (pág. 6)

CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

3.1.1. Análisis PEST

3.1.1.1. Análisis político.

Hasta la fecha, Ecuador ha sufrido de problemas en el establecimiento de la autoridad del primer mandatario, siendo así que apenas el 23 de noviembre del 2023, Daniel Noboa se posesiona como presidente de la República del Ecuador y con ello, en su plan de gobierno en la sección Turismo menciona los programas y acciones que tomará en lo que resta de su mandato, destacando que el turismo representa el 10.4% del PIB y el 10% del empleo a nivel nacional. En el plan, se propone fomentar la reforma a la Ley de Turismo, destacando los incentivos y la protección a zonas de ecoturismo (Alianza Acción Democrática Nacional, 2023).

Según el Ministerio de Turismo (2014) en el capítulo VII de la Ley del Turismo (Ley No. 2002-97), artículo 33 describe que. “Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones”(pág.9). Por ello, la inversión en proyectos que fortalezcan la cultura tiene un alto nivel de apoyo e importancia para impulsar el sector turístico de la localidad.

De igual forma, en el capítulo IV, artículo 15, numeral 7 de mencionada ley establece que el Ministerio de Turismo es un organismo que debe apoyar en la promoción de todo tipo de turismo, así como la ejecución de proyectos y programas que complementen a las organizaciones, entidades e instituciones de orden público y privado (Ministerio de Turismo, 2014).

Cabe recalcar que, en el Plan Institucional 2021 – 2025 del Ministerio de Turismo, explica la existencia de un catálogo de los atractivos turísticos a nivel nacional. Cada provincia en coordinación del GAD se encarga de dar a conocer estos atractivos, que bajo ciertos requerimientos se los categoriza. Por ello, cuando uno de dichos atractivos realiza mejoras en carreteras, accesos, señalética, etc., tendrá la oportunidad de recategorizarse y posicionarse en una superior, beneficiando la oferta turística del sector (MINTUR, 2022).

Además, en este plan presentado por MINTUR (2022) se destaca el programa destinos sostenibles el cual consta de la estrategia “Rincones Mágicos o Ecuador Mágico” en el que se incorpora espacios de municipios urbanos, parroquiales y comunidades a fin de dar promocionarlos como micro destinos turísticos partiendo de un destino macro. En la estrategia, se estipula que estos espacios deben tener una intervención de carácter urbanístico, ambiental, señalético, seguridad, acondicionamiento, limpieza; así como la mejora y plan de mantenimiento de los sectores.

Dentro de la Dirección de Cultura y Turismo de la ciudad de Ambato, en el año 2019 registra a detalle el proceso de contratación para la impresión de material promocional cultural y turístico de la ciudad, para dar promoción a fechas importantes de exhibición de ferias, eventos culturales, la programación del reconocido Sol de Noviembre, etc.

En los productos/servicios detallados se encuentra el diseño de señalética educativa para espacios turísticos y culturales, así como señalética de aproximación – informativas de destino con su instalación en el Centro Cultural Etnográfico Museo de Pasa y el Jardín Botánico “Atocha – La Liria”, sumando un total de 65 impresiones.

En dicho documento, se recalca que el material generado debe asegurar, “...la transmisión de información entre el destino y el turista y/o visitante, es decir que informe, oriente y visualice los recursos, actividades y servicios con quienes están motivados a visitar y dinamizar el turismo en nuestro territorio” (Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2019). Por ello, seguir proponiendo material gráfico de tipo señalético que transmita la información necesaria dentro los espacios culturales son de relevancia para la Dirección de Cultura y Turismo, al estar este material impulsando la imagen e identidad de la ciudad.

3.1.1.2. Análisis económico.

En el año 2023 a diferencia del 2022, se observó la reducción de presupuestos para el Ministerio de la Cultura y Patrimonio en Ecuador, afectando directamente a entidades como la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural; además de los GAD que a su vez cuentan con menos dinero para las actividades de conservación y buena imagen de museos y centros culturales respectivamente. Es digno destacar que estas instituciones o entidades son las

responsables de regular, dar mantenimiento a los espacios, ejecutar proyectos para impulsar el turismo cultural, etc. (Falconí, 2023).

La Dirección de Cultura y Turismo de la ciudad de Ambato, según información proporcionada mediante diálogo personal con el Ing. Fausto Velarde, especialista en gestión turística, explica que actualmente la dirección se encuentra en el proceso de aceptación presupuestaria para el año 2024, siendo así que se estima un total de \$36.000 para la parte de señalética, incluyendo su mantenimiento, impresión, rótulos, etc. Además, este presupuesto únicamente afecta a los museos y centros culturales dirigidos por la mencionada dirección, como lo son: Centro Cultural Pachano Lalama, Museo Pictórico Edmundo Martínez, Museo Juan Benigno Vela, Casa museo Martínez - Holguín, Casa museo Juan León Mera, Quinta de Montalvo y el Centro Cultural Etnográfico Museo de Pasa.

De este listado de museos y centros culturales, hasta el momento uno de ellos se encuentra en restauración de espacios y mantenimiento, por lo que no está habilitado al público; específicamente, el Museo Juan Benigno Vela tendrá su reapertura en febrero 2024 pero aún se desconoce su fecha exacta.

El Heraldo (2023) en el artículo titulado “Conservan y restauran bienes patrimoniales” se habla de la importancia de la restauración del mobiliario, adornos y los diversos elementos que se pone a presentación en museos y centros culturales, destacando que. “Para preservar los bienes patrimoniales tiene una inversión de 33.600 dólares, (...)”. Con este antecedente, se concluye que estos espacios así como su restauración, conservación y mantenimiento son actividades esenciales para preservar la buena imagen de los espacios, así como en su señalética, misma que dirige al público local y turista para que decidan visitarlos y conocer más de la historia y cultura de Ambato.

3.1.1.3. Análisis social.

En la ciudad de Ambato en los meses de febrero – marzo se da a cabo la Fiesta de las Frutas y de las Flores, donde se programa una agenda cultural en las que se realizan todo tipo de eventos en los diferentes espacios, así como la exposición de pinturas, artesanías, piezas arqueológicas, etc., en los museos de la ciudad.

Este fenómeno en los últimos años se ha visto afectado por la pandemia del 2020, atacando directamente la afluencia de personas en museos y centros culturales. Sin

embargo, en el año 2022 se estimó que alrededor de 120.000 personas llegaron a Ambato por sus fiestas, "... un parámetro que sirve para medir la presencia de turistas son las quintas, casas-museos y centros culturales, donde hubo un aumento de alrededor del 40 % en relación con el año anterior" (El Universo, 2022). Este aumento gradual de la visita de museos y centros culturales es una gran oportunidad para informar y dar a conocer más la cultura ambateña, así como impulsar su presencia e imagen gráfica en dichos espacios.

En la nota "Ambato conserva los museos" publicado por El Heraldo (2022) menciona además que los eventos artísticos y culturales se realizan en museos y centros culturales de la ciudad por la conmemoración del Día Internacional de los Museos, así como en el mes de noviembre por la celebración "Sol de Noviembre", en los que se aperturan estos espacios con exposiciones de diferentes campos como: fotografía, cine independiente, obras de teatro, ferias de libro, presentaciones culturales, exposiciones pictóricas, exposiciones de arte y pintura, entre otros.

Este tipo de eventos que se dan en ciertos meses del año han ayudado a promocionar a Ambato como una ciudad de arte, cultura, danza, música y teatro. Hoy en día, el Sol de Noviembre está próximo a finalizar y con ello, ha dinamizado la economía y la afluencia de personas en recorrer, visitar e interactuar con los espacios culturales.

Alrededor de 8 mil 887 personas de las provincias de Guayas, Pichincha, Los Ríos, Manabí, Loja e Imbabura, y de los países de Colombia, Alemania, España y México, visitaron el Jardín Histórico Botánico Atocha-La Liria, la Quinta de Montalvo, el Museo de Pasa, el Centro Cultural Pachano Lalama, el Centro Cultural Mario Cobo, el Palacio Municipal y el Museo Pictórico Edmundo Martínez, entre el 1 y 5 de noviembre. (La Hora, 2023).

Estos espacios son de vital importancia y la imagen de la ciudad, que deben representar la identidad ambateña desde sus raíces y orígenes, los programas y eventos son acciones que ayudan a dar conocimiento e incentivar la visita de museos y centros culturales.

3.1.1.4. Análisis tecnológico.

Según INEC (2021) en el boletín técnico N°-04-2021 Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares, describe el acceso a la tecnología e internet de la población ecuatoriana y el uso de dispositivos en los hogares.

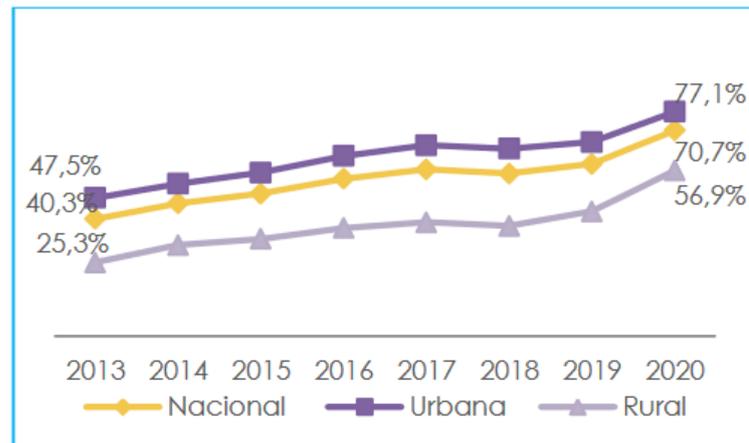


Figura 5. Evolución del porcentaje de personas que utilizan internet definido a nivel nacional, población urbana y rural.

Fuente: ENEMDU Diciembre (2013-2017). Encuesta Multipropósito (2018-2020). Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares. INEC. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf

En el gráfico, se explica que existe una evolución en la accesibilidad de internet desde el año 2013 al 2020, siendo así que en el año 2020 existió un incremento significativo del 29,6% nivel nacional. Cabe destacar que la población cuya accesibilidad a internet ha tenido un aumento considerable es el sector rural, disminuyendo el analfabetismo digital.

Tomando en cuenta dichos datos, se puede prever la tendencia para el año 2023 con el incremento de un 88,2% de acceso a internet a nivel nacional, por ello, el uso de tecnologías de la comunicación en espacios tanto públicos como privados es una estrategia y factor diferencial importante para aplicar.

En este sentido, el uso y tenencia de celulares activados e inteligentes a nivel nacional en población a partir de los 5 años conserva dicho incremento y explica que entre el año 2019 al 2020 existe un aumento porcentual del 3% en personas que usan un celular, mientras que el 5% hace uso de un smartphone.

Tabla 2.

Porcentaje de personas que tienen un celular activado y un teléfono inteligente (smartphone) a nivel nacional.

| Desagregación | 2019 | 2020 | Variación significativa 2019 y 2020 |
|----------------------|-------------|-------------|--|
| Celular activado | 59,9% | 62,9% | Si |
| Smartphone | 76,8% | 81,8% | Si |

Fuente: Encuesta Multipropósito (2019 y 2020). Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares. INEC. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf

A nivel local, el periódico La Hora (2023) explicó que el Municipio de Ambato puso a disponibilidad de internet en 53 espacios públicos como parques, espacios culturales, áreas de tipo deportivas, plazas y mercados de la zona urbana y rural, permitiendo a la ciudadanía mantenerse conectada y más activa en el sector tecnológico.

En el 2021, Ambato lanzó la campaña junto a una página web y material promocional variado bajo el nombre “Tu mejor experiencia es Ambato”, el cual a la fecha se encuentra desactualizado. Aun así, la página web bajo el dominio www.visit.ambato.gob.ec se convirtió en una plataforma en los que el público puede conocer los principales atractivos turísticos, la gastronomía, centros comerciales, lugares patrimoniales e información de historia, libros y personajes ilustres de la ciudad. Esta campaña obtuvo el reconocimiento como “Mejor Producto Turístico” por parte de la Convención Internacional de Turismo del Ecuador, desarrollado en Manta (GADMA, 2021).

Diana Freire, jefa de Turismo del Municipio de Ambato, explicó que la página web nació de la necesidad que tuvieron turistas que querían visitar el cantón y preguntaban qué se tiene que llevar de vestimenta, por qué lugares se puede recorrer, cómo se puede llegar a la ciudad, en dónde está ubicada. (El Universo, 2021).

La página web creada fue únicamente de carácter informativo a forma de promover el turismo en Ambato. Uno de los fuertes clave del sitio es el recorrido 360 de museos, quintas e iglesias de la ciudad, sin embargo, ese contenido ya no se encuentra disponible.

En el mismo año, se presentó la campaña “Vive Tungurahua, tu historia sigue aquí” siendo parte de la campaña el uso de redes sociales y estrategias de marketing digital. En medios digitales, se trabajó con youtubers quienes crearon contenido basado en recorrer los atractivos que tiene la provincia de Tungurahua (El Universo, 2021).

3.1.2. Tendencias

La industria de la señalética y rotulación en los últimos años ha tomado más relevancia e innovación, adaptándose a las tendencias actuales y convirtiéndose en herramientas de comunicación indispensables para una empresa o institución.

Signarama (2023) es una empresa líder en la industria de la señalización e impresión digital desde 1986 y en el blog “Navegando por la industria de la rotulación: cinco tendencias para 5 y más allá” hace mención a las últimas tendencias y aplicaciones de señalética para el 2023 y 2024 tanto en el campo de materiales como en el diseño gráfico de la señalética.

En el mundo, la lucha contra el uso de plástico cada vez toma más fuerza y la señalética no se queda atrás. La búsqueda de materiales ecológicos para temas señaléticos y rótulos ha empezado a abarcar mucho más el mercado, por ello, el uso de materiales eco friendly como el bambú, madera recuperada, metales reciclados, uso de luces LED se han adaptado al diseño e instalación de señalética y carteles.

Fuera de medios impresos tradicionales, las innovaciones digitales en señalética también son un atractivo que no solo cumple con la función primaria de orientar e información, si no también se integra e interactúa con el usuario, de forma que agregar el uso de Realidad Aumentada (AR) permite recibir información más a detalle de un objeto, dar indicaciones, etc. El usuario con su dispositivo móvil puede escanear estos códigos y recibir estos datos extra mejorando su experiencia en el espacio.

Asimismo, la señalética actualmente sigue la corriente del minimalismo con diseños y pictogramas que se centren en la marca con mensajes concretos, evitando el uso de varios elementos complejos, dando accesibilidad al público que busca información rápida y eficiente en el menor tiempo posible.

En la revista digital “INESEM” publicó el artículo “Wayfinding o Sistema de Orientación Espacial: ¿De qué se trata?” explica que el Wayfinding es un conjunto de

técnicas y procesos que ayudan a orientar y navegar a las personas en un espacio determinado.

El Wayfinding conlleva planificación, diseño e implementación de sistemas señaléticos, así como de los elementos visuales que los integra, facilitando la comprensión y comunicación visual de los individuos. Entre sus características se encuentra: ser un sistema de comunicación claro, dar la información necesaria y excluir aquella que sea excesiva o irrelevante.

Este sistema de orientación también es parte del diseño para todos, convirtiéndose en una herramienta inclusiva que ayude a personas con diferentes discapacidades dando soluciones efectivas, por ejemplo, para personas con discapacidades visuales se incluyen elementos táctiles, auditivas y material impreso en braille.

Por la misma razón que el Wayfinding es un sistema inclusivo, también debe tomar en cuenta aspectos como colores intuitivos y contrastantes, uso de tipografía legible, pictogramas simples, planos y mapas sencillos (Romero, 2023).

3.1.3. Segmentación del mercado potencial

Tabla 3.

Segmentación del mercado a nivel geográfico, demográfico y psicográfico

| Segmentación | Datos |
|---------------------|--------------------|
| Geográfico | |
| País | Ecuador |
| Región | Sierra |
| Provincia | Tungurahua |
| Ciudad | Ambato |
| Demográfico | |
| Edad | 35 a 45 años |
| Sexo | Masculino-Femenino |

| | |
|------------------------------|--|
| Nivel socio económico | Medio-alto |
| Nivel de instrucción | Superior |
| Estado civil | Casado/a |
| Ocupación | Trabajadores independientes Empleados privados y públicos |
| Psicográfico | |
| Valores | Respeto, tolerancia, confianza, equidad |
| Personalidad | Entusiasta, aventurero, explorador, asertivo |
| Estilo de vida | Social, activo, moderno |
| Intereses | Cultura, compras, visita a centros comerciales, gastronomía, vida nocturna |

La tabla define el perfil del turista promedio que visita museos y centros culturales de la ciudad de Ambato bajo un análisis de tablas de afluencia en estos sitios, datos aportados por la Dirección de Cultura y Turismo de la ciudad.

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia

En el cantón Ambato, los turistas que más visitan museos y centros culturales de la ciudad son adultos de origen ambateño con un rango de edad entre 35 a 45 años, destacando que la edad promedio de turistas a nivel nacional que visitan dichos espacios culturales son adultos entre 38 a 40 años y que en su gran mayoría realizan dichas visitas en familia o pareja (Revista Gestión, 2020).

Respecto al nivel socio económico de mencionada población, se lo establece como medio-alto debido a que Ambato es una de las ciudades con mayor tasa de empleo adecuado. “El empleo adecuado en Ambato llega al 43,5 por ciento; el subempleo al 20,5 por ciento; desempleo, al cuatro por ciento. La capital de Tungurahua es la segunda donde más se redujo la tasa de desempleo” (El Herald, 2023). Por ello, Ambato es una ciudad

cuyo bienestar social y de empleo es estable, convirtiéndose en un cantón que posee un sector productivo constante.

Así mismo, en las categorías de ocupación del segmento de mercado estudiado, se describe que el 38,2% trabaja por cuenta propia, el 31,3% es empleado u obrero del sector privado y finalmente el 8% trabaja para el estado, municipio o gobierno provincial (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2021).

El mercado de referencia al ser adultos de 35 a 45 años, poseen un gran interés por el turismo cultural así como vivir un estilo de vida socialmente activa, bajo características estusias y exploradoras. De igual forma, el público objetivo en su mayoría tiene un estado civil de casado debido a que al visitar museos y centros culturales lo hacen en compañía familiar, además, de ser los responsables económicos para pagar la entrada a los espacios.

Por ello, el proyecto del sistema señalético debe conservar aspectos clásicos y sobrios para el entendimiento del público general, así como incluir el uso de la tecnología para la mejora de experiencia de la señalética interna en los espacios establecidos.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial

El Ministerio de Cultura y Patrimonio (2022) realizó la primera encuesta de hábitos lectores, prácticas y consumos culturales a fin de saber el conocimiento de la población ecuatoriana a partir de los 5 años respecto a la cultura, hábitos y prácticas de dicha índole.

El grupo de edad más encuestado son adultos entre 35 a 64 años siendo en su mayoría trabajadores remunerados y estudiantes. Este grupo respecto a hábitos de lectura lo realiza por medios impresos y digitales, con un 59,2% en celulares y el 34,1% en material impreso. Así mismo, la visita de museos, centros culturales y galerías se registra únicamente el 6,6% del total de la población encuestada.

Del mismo modo, el Observatorio Económico y Social de Tungurahua (2021) realizó una encuesta sobre los motivos de viaje y turismo de los tungurahueses. La encuesta contó con 547 respuestas de las cuales la mayor concentración en los rangos de edad se estipula de 26 a 45 años.

Tabla 4.

Actividades turísticas realizadas por tungurahueses en el año 2021

| Tipo de actividad | Nivel nacional | Nivel internacional | Dentro de la provincia | Total general |
|--|-----------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------|
| Visita a balnearios | 36,0% | 6,5% | 26,4% | 46,4% |
| Visita a atracciones naturales | 27,2% | 16,9% | 32,1% | 27,9% |
| Visita a lugares turísticos (no naturales) | 11,0% | 26,0% | 13,2% | 9,3% |
| Visita a museos o galerías de arte | 4,4% | 10,4% | 7,5% | 5,5% |
| Compras | 5,3% | 27,3% | 3,8% | 4,9% |
| Otra | 3,9% | 2,6% | 1,9% | 3,8% |
| Recorrido gastronómico | 9,6% | 7,8% | 13,2% | 1,6% |
| Visita a ferias | 2,6% | 2,6% | 1,9% | 0,5% |
| Total general | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

El análisis de la tabla toma en cuenta que el 4,4% de la población visita museos o galerías de arte a nivel nacional, mientras que dentro de la provincia este dato incrementa hasta el 7,5%.

El tungurahuese promedio hace visita a balnearios y atractivos naturales tanto a nivel nacional como dentro de la provincia, sin embargo, la tabla manifiesta el interés en la visita de museos y galerías de arte dentro de la propia provincia. Este fenómeno de visita y afluencia a espacios se da mayoritariamente gracias a los eventos y agendas culturales que son planteadas por las instituciones que los controlan.

Se puede concluir que sí existe un interés en la población por ir, conocer e informarse sobre los museos y centros culturales, así como de ser partícipes en las actividades del

sitio; por ello, es necesario preservar y mantener una imagen e identidad gráfica que resalte cada espacio y logre informar a la ciudadanía sobre la cultura, exposición, historia de la ciudad de forma directa y clara.

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia - benchmarking

En Ambato, museos y centros culturales son manejados por entidades públicas tanto como el Municipio y la Dirección de Cultura y Turismo, sin embargo, durante todo el año exceptuando los meses de febrero, marzo, mayo y noviembre; estos espacios culturales son poco visitados, sumando a que en la ciudad se dan contados eventos culturales y artísticos en el resto de los meses.

Por esta razón, la organización cultural NUNA-Humanista se constituye como un colectivo que promueve la cultura y el desarrollo artístico, siendo una iniciativa privada que se ha encargado de organizar y ofrecer más eventos que expandan las diferentes disciplinas y talentos que se encuentran en la ciudad.

Esta organización hace uso de museos y centros culturales para sus diferentes actividades, teniendo apoyo y financiamiento de empresas privadas como Fairis, Crediambato, Plasticaucho, ASSA, etc. Además, se remarca que el colectivo también hace difusión de los eventos externos a su organización bajo su línea gráfica.

NUNA-Humanista ha tenido una gran acogida especialmente por público joven, haciendo uso de redes sociales donde se comunican las diversas actividades y la agenda cultural de cada mes. Además, apoyan la iniciativa local por medio de su página web en la cual llaman al público a sumarse y dar aportes, ofreciendo ayuda a la creación de eventos y propuestas de ámbito cultural o artístico.

En lo que respecta su parte gráfica, está compuesta de una mayor identidad de marca siendo cada vez más reconocible para los ambateños bajo el copy “Transformando la producción cultural y artística de Ambato”.

Dicha organización se conforma como una competencia directa hacia la empresa pública, al recibir un mayor recibimiento y afluencia de gente en sus eventos por sus estrategias basadas en marketing digital y un diseño enfocado al público joven que no han recibido mayor apoyo por parte de las autoridades. A pesar de que esta organización

busca favorecer y difundir la cultura ambateña, los eventos dados por la Dirección de Cultura y Turismo se ven opacados por el mismo.

Dentro del análisis de la competencia, también se destaca el Centro Cultural Universitario espacio dirigido por la Dirección de Cultura de la Universidad Técnica de Ambato, entidad que se encarga de establecer e implementar acciones de carácter artístico-cultural tanto para la comunidad universitaria como sociedad en general.

Este centro cultural ubicado en la zona céntrica de la ciudad cuenta con redes sociales y su página web donde constantemente realizan publicaciones, noticias, difunden eventos, promocionan las exposiciones temporales dentro del centro cultural, etc. Además, en sus instalaciones dictan talleres permanentes de forma gratuita en diversas disciplinas artísticas para niños, jóvenes y adultos, apoyado así el desarrollo cultural.

De igual manera, dicho centro cultural publica agendas culturales de los eventos y programas que se realizarán en un periodo de tiempo. Tanto NUNA-humanista como el Centro Cultural Universitario UTA organizan constantemente diferentes concursos que llaman a los jóvenes a ser partícipes y demostrar sus habilidades y talentos; por ello, su principal público son jóvenes de 18 a 25 años al ser universitarios que quieren explorar e incursionar en el mundo de las artes, música y cultura sin distinción de raza o etnias.

Sin embargo, el Centro Cultural Universitario UTA al ser parte de una entidad mucho más amplia como lo es la Universidad Técnica de Ambato, tiene una ventaja competitiva al estar mucho más cerca del público al que se dirigen que, a pesar de ser un centro cultural abierto a todo público, formar parte de la universidad hace que tenga un mayor alcance. Igualmente, su parte gráfica está bajo los lineamientos de la marca de la universidad, obteniendo una imagen mucho más corporativa e institucional.

El manejo de redes sociales y publicaciones del centro cultural se basan en postear artes sobre los eventos que se realizarán, así como videos cortos tipo reel que promocionan todas las actividades y talleres que ofrece.

La mencionada competencia ha hecho que talleres ofertados, concursos y eventos realizados por la empresa pública como el GAD Municipalidad de Ambato, sean desplazados y poco difundidos, pasando a un segundo plano.

3.2.Análisis interno

3.2.1. Análisis FODA

3.2.1.1.Fortalezas

- La Dirección de Cultura y Turismo fortalece el patrimonio cultural ambateño a través de la preservación, mantenimiento, cuidado de museos y centros culturales del cantón.
- Apoyo institucional por parte del GADMA para proyectos y eventos culturales.
- Personal y equipo de trabajo capacitado en el sector turístico.
- Amplia oferta de espacios culturales.
- Espacios accesibles con ubicaciones estratégicas.
- Transporte para llegar a museos y centros culturales.

3.2.1.2.Oportunidades

- Épocas de gran afluencia turística en la ciudad.
- Alianzas con iniciativa privada que apoye la cultura, protección de los espacios, su correcto uso y conservación.
- Incorporación de herramientas digitales y tecnología en los espacios culturales.
- Apoyo por parte del MINTUR en espacios turísticos y patrimoniales.
- Expansión a nuevos segmentos de mercado.

3.2.1.3.Debilidades

- Infraestructuras patrimoniales que dificultan la instalación de señalética.
- Falta de estandarización en soportes señaléticos de los diferentes sitios causa disparidad y confusión.
- Señalética obsoleta y escasa.
- Escasa cultura de innovación
- Poco material gráfico actualizado para la difusión de museos y centros culturales.
- Posicionamiento cultural deficiente
- División de departamentos encargados de los espacios culturales.

3.2.1.4.Amenazas

- Competencia directa con museos y centros culturales a nivel nacional.
- Impacto ambiental por uso de materiales inadecuados en señalética.
- Desinterés de la comunidad por visitar estos espacios.
- Falta de leyes específicas para conservación de lugares patrimoniales.
- Recortes presupuestarios por situación económica del país.
- Preferencia a atractivos de tipo natural por parte de los turistas.
- Corta vigencia de medios tecnológicos aplicados en soportes físicos.

3.2.1.5. Cuadro resumen del análisis FODA

Tabla 5.

Cuadro de estrategias según el análisis FODA

| Fortalezas | Debilidades |
|---|--|
| 1. La Dirección de Cultura y Turismo fortalece el patrimonio cultural ambateño a través de la preservación, mantenimiento, cuidado de museos y centros culturales del cantón. | 1. Infraestructura patrimoniales que dificultan la instalación de señalética. |
| 2. Apoyo institucional por parte del GADMA para proyectos y eventos culturales. | 2. Falta de estandarización en soportes señaléticos de los diferentes sitios causa disparidad y confusión. |
| 3. Personal y equipo de trabajo capacitado en el sector turístico. | 3. Señalética obsoleta y escasa. |
| 4. Amplia oferta de espacios culturales. | 4. Escasa cultura de innovación interna. |
| 5. Espacios accesibles con ubicaciones estratégicas. | 5. Poco material gráfico actualizado para la difusión de museos y centros culturales. |
| 6. Transporte para llegar a museos y centros culturales. | 6. Posicionamiento cultural deficiente en el cantón. |
| | 7. División de departamentos encargados de los espacios culturales. |

Oportunidades

1. Épocas de gran afluencia turística en la ciudad.
2. Alianzas con iniciativa privada que apoye la cultura, protección de los espacios, su correcto uso y conservación.
3. Incorporación de herramientas digitales y tecnología en los espacios culturales.
4. Apoyo por parte del MINTUR en espacios turísticos y patrimoniales.
5. Expansión a nuevos segmentos de mercado.

Estrategias FO

F1-O3-O5

Dotar a los museos y centros culturales de innovaciones de tipo experiencial, basados en tecnología como lo puede ser: salas interactivas, creación de contenido audiovisual, museo con guías auditivas; para así atraer al público a su visita.

F2-F4-F5-O1-O2-O5

Realizar un convenio entre entidad pública y privada a fin de crear más eventos culturales durante el año que fomente la cultura e historia de Ambato enfocados a jóvenes a fin de dirigirse a nuevos segmentos de mercado.

F2-O3-O4

Implementar una identidad gráfica mediante señalética turística que incluya soportes en medios físicos y digitales que brinden la información necesaria a todo público, impulsando el valor cultural del cantón, mejorando el recorrido y satisfacción del turista.

Estrategias DO

D4-D5-D6-O1-O3-O4

Realización de campañas de difusión y posicionamiento turístico ofreciendo una propuesta de valor experiencial, en el cual la cultura intelectual e histórica de los museos y centros culturales se conjugue con las nuevas tecnologías como IA, modelos 3D, uso de RA, fotografía 360, etc.

D2-D3-O2

Aplicación de señalética homogeneizada e informativa que promueva en los visitantes y turistas el uso correcto de los espacios y su valor en la cultura como en la sociedad.

D1-D4-D7-O5

Establecer un único manual señalético que incluya a todos los museos y centros culturales en el que se especifiquen soportes señaléticos en base a materiales amigables y poco invasivos a fin de proteger todas las infraestructuras, además de aplicar el concepto “Diseño para todos” en el que se proponga señalética efectiva para personas con discapacidades físicas o mentales.

F3-F6-O4

Colocación de señalética turística basada en el manual del MINTUR en puntos estratégicos del casco central a fin de dar información sobre ubicación de museos, centros culturales, sitios patrimoniales, etc.; así como datos sobre transporte y guías turísticas del cantón.

Amenazas

1. Competencia directa con museos y centros culturales a nivel nacional.
2. Impacto ambiental por uso de materiales inadecuados en señalética.
3. Desinterés de la comunidad por visitar estos espacios.
4. Leyes de conservación de lugares patrimoniales.
5. Recortes presupuestarios por situación económica del país.
6. Preferencia a atractivos turísticos de tipo natural por parte de los turistas.

Estrategias FA**F1-F2-F4-A1-A3**

Planificar eventos de tipo cultural y artístico en el que se involucre la disciplina de teatro a fin de convertir los museos convencionales en “museos vivientes” con actores y actrices que dramatizan la historia de la exposición, atrayendo al público, mejorando su experiencia y así, compitiendo en el impulso turístico a nivel nacional.

F3-F5-F6-A2-A5-A7

Creación de guías electrónicas y de fácil acceso, donde se detallen rutas culturales, naturales, gastronómicas, medios de transporte disponibles, costos, horarios de atención y con ello, ofrecer una

Estrategias DA**D3-D4-A2-A4-A6**

Uso de madera aserrada en la fabricación de soportes señaléticos en áreas naturales, utilizando información actualizada y tecnología como códigos QR que permita visualizar características del entorno natural más a detalle, preservando la protección del lugar.

D1-A5-A7

Diseñar un modelo 3D con Realidad Aumentada que permita escanear un código y desde el dispositivo dirija a la persona con ayuda de flechas y colores. Esto permite dar un salto a la tecnología, reduciendo los costos de impresión mientras se cuida el medio ambiente y se evita la colocación de señalética impresa excesiva que daña y contamina el espacio.

7. Corta vigencia de medios tecnológicos aplicados soportes físicos.

experiencia satisfactoria a nivel visual en las personas involucradas.

F2-F3-A2-A4-A6

Constituir nuevos atractivos y experiencias turísticas en parques y sitios con características naturales que sean difundidos mediante campañas para promover el desarrollo cultural a través de soportes señaléticos eco-friendly, asegurando la protección del sitio y a su vez, informando la historia de dichos atractivos.

D5-D7-A3

Unificar todos los espacios culturales creando una red de museos, centros culturales, casas patrimoniales, etc., que permita tener una línea gráfica efectiva para su promoción y posicionamiento en la comunidad concibiendo actividades interactivas para el usuario, que lo inciten a visitar y recorrer los sitios en busca de una recompensa.

D2-D6-A1

Establecer señalética creativa, así como su colocación en diversos espacios mediante el uso de la arqueografía inspirada en la cultura ambateña pasada y actual, atrayendo tanto a público longevo, adulto y jóvenes que cada día están más familiarizados con sistemas globalizados, impulsando una cultura de cambio en la visita de museos y dando a conocer su importancia para lo que Ambato es hoy en día siendo un factor diferencial dentro de la provincia y en todo el país.

Las estrategias según el análisis FODA ayuda a establecer puntos de partida y a tomar en cuenta para la propuesta final, asegurando su efectividad en factores tanto internos como externos.

3.3.Rentabilidad

El problema de la poca expansión de la identidad gráfica en la ciudad y la información dispersa e incluso inexistente en museos y centros culturales en Ambato afecta la imagen de estos espacios y, por ende, su visita y recorrido; así como la experiencia de los turistas locales y nacionales que consideran que reciben información limitada.

Por esto, el proyecto de un sistema señalético turístico para museos y centros culturales de la ciudad de Ambato genera un beneficio de carácter social y cultural al expandir la cultura ambateña por medios gráficos, elementos visuales más llamativos enfocados en la identidad local apoyando su imagen, así como la orientación y comunicación de información necesaria para el usuario, mejorando la experiencia en dichos espacios y a gran escala, impulsando el turismo.

Los proyectos de tipo cultural es una inversión que, a largo plazo, involucra más entes productivos logrando una reactivación en la economía naranja misma que se enfoca en el desarrollo de la diversidad cultural y la creatividad, que en los últimos años está tomando relevancia y acaparando una parte esencial en el PIB ecuatoriano.

Además, a nivel ciudad-provincia fomenta cambios positivos en la sociedad al reconocer la diversidad y todo el valor cultural que posee Ambato dado por estas iniciativas que logran un mayor acercamiento y participación en los ciudadanos, fortaleciendo vínculos e involucrándose al reconocer la importancia y efecto de la cultura en el desarrollo de la ciudad.

CAPÍTULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1.Método

El presente proyecto hace uso del método deductivo mismo que Abreu (2014) define como. “El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad”(pág.200). El método deductivo consiste en generar conclusiones a partir de premisas del fenómeno o teoría a investigar determinadas singularidades, es decir, partiendo de una generalidad hasta lo específico.

Al usar el método deductivo en el proyecto, en primera instancia se debe establecer la importancia de la señalética en la vida del ser humano a la vez de entender cómo impacta en el sector turístico para así aplicarlo en el diseño de un sistema señalético efectivo que integre una sola línea gráfica estableciendo el punto de partida de la investigación y realización de la propuesta.

4.2.Enfoque del proyecto

Se maneja un enfoque de tipo mixto, por ello Hernández, Fernández y Baptista (2010) definen a la investigación mixta como el uso de las fortalezas de la investigación cualitativa y cuantitativa de forma que se minimizen las debilidades probables.

Para la investigación cualitativa, el instrumento a usar es la observación en donde se examina el estado actual de la señalética de los museos y centros culturales bajo ciertos parámetros preestablecidos en una ficha de observación.

Así mismo, se realizarán entrevistas a los encargados de los espacios culturales motivo del estudio, para entender cómo funciona la señalética y rotulación en estos sitios, así como identificar problemas específicos de las áreas y establecer la información más relevante para el diseño señalético.

Se usa un enfoque mixto en el proyecto debido a la observación de tipo cuantitativo a través de guías de observación con un profesional, de forma que se establezcan datos numéricos globales de la señalética en todos los espacios, ayudando a identificar y priorizar las falencias de las señales actuales.

4.3.Modalidad básica de la investigación

Investigación bibliográfica documental.

La investigación de tipo documental hace referencia al uso de fuentes de carácter documental, es decir, documentos de cualquier especie, así también se incluye la investigación bibliográfica, hemerográfica y archivística, siguiendo la jerarquía de las fuentes de información entre primarias, secundarias y terciarias (Universidad Veracruzana, 2014).

Para el proyecto, se recurrió a la búsqueda de libros, artículos científicos, revistas de investigación; así también, proyectos de titulación, maestrías y doctorados que hablen sobre proyectos señaléticos y la teoría detrás de la misma, recurriendo a autores tanto clásicos como contemporáneos como Saussure, Peirce, Joan Costa, etc.

Así mismo, para entender el contexto actual de Ambato acerca de museos y centros culturales, se hizo uso de artículos de periódico e informes según la información requerida como estadísticas, etc.

Investigación de campo.

Grajales (2000) explica que. “La de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio”(pág. 113). La observación, uso de fichas y guías permite identificar el problema presente, así como el entorno que lo rodea. Para ello, las entrevistas a encargados y profesionales definirán los parámetros específicos a tomar en cuenta en el resultado final obteniendo efectividad y aceptación por parte de los beneficiarios.

4.4.Nivel de investigación

Investigación exploratoria.

La investigación exploratoria es el segundo grupo de clasificación de la investigación científica y esta sirve para formular el problema inicial y proporciona información sobre temas a explorar en la etapa descriptiva, de forma que la exploración busca afirmaciones que resguarden el fenómeno y con ellas, se lleguen a conclusiones posteriores (Morales N. , 2015).

En el proyecto, se analiza la situación de la señalética, así como su afectación en la imagen gráfica y el sector turístico, planteando antecedentes indispensables a tomar en cuenta en el resto del proyecto.

Investigación descriptiva.

También llamada investigación diagnóstica, sirve para estudiar y caracterizar el fenómeno de investigación acentuando sus rasgos diferenciadores. El objetivo es entender los objetos, actividades, procesos y personas involucradas a fin de obtener datos cualitativos o cuantitativos de la población o muestra respecto al problema (Morales F. , 2012).

Para ello, la recolección de datos sustenta el fenómeno en la sociedad e identifica características específicas que afecta al problema mediante la observación. Las entrevistas a encargados permitirán conocer a profundidad las necesidades de cada lugar y con ello, realizar un análisis general para homogeneizar la señalética a través de su manual técnico.

Investigación explicativa.

Finalmente, la investigación explicativa busca dar el porqué de los hechos, es decir, define finalmente las causas y los efectos a través de los resultados o conclusiones obtenidas. Por ello, con la información base recolectada se definen los aspectos del proyecto, en este caso, uso de materiales, tipografía, su colocación en el área, etc., para asegurar su funcionalidad.

4.5.Población y muestra

Para la delimitar la muestra del proyecto, se tomó como población todos los museos y centros culturales existentes de la ciudad de Ambato de los que se encuentran:

- Casa museo y mausoleo de Juan Montalvo
- Centro cultural universitario (UTA)
- Museo Provincial Casa del Portal
- Museo Héctor Vásquez Salazar
- Museo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana (Núcleo de Tungurahua)
- Centro cultural Mario Cobo Barona
- Centro cultural Casa de la Música

- Casa museo Juan Benigno Vela
- Centro cultural Pachano Lalama
- Museo Pictórico Edmundo Martínez Mera
- Casa museo Martínez Holguín
- Casa museo Juan León Mera
- Quinta de Juan Montalvo
- Centro cultural etnográfico museo de Pasa

Los mencionados museos y centros culturales son administrados y gestionados por diferentes entidades de la ciudad como: el GAD Municipalidad de Ambato, la Dirección de Cultura y Turismo de la ciudad, así también la autogestión del propio sitio como en el caso de la casa museo y mausoleo de Juan Montalvo o la red de museos Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.

Por esta razón, bajo criterios de muestreo no probabilístico por conveniencia, la muestra determinada se basa en siete museos y centros culturales, mismos que están a cargo de la Dirección de Cultura y Turismo de Ambato. Se delimitó este muestreo debido a la factibilidad y disposición de la dirección referida que, a su vez, dio apertura para el levantamiento de la información y la investigación del presente proyecto. Además, es importante resaltar que los espacios culturales y patrimoniales al ser dirigidos por varios entes, resulta complicado obtener aprobación de todos los sitios para la recolección de datos y el apoyo necesario para la propuesta.

Los siete espacios culturales son: la casa museo Martínez Holguín, la casa museo Juan León Mera, el museo pictórico Edmundo Martínez Mera, la quinta de Montalvo, el centro cultural Pachano Lalama, el centro cultural etnográfico museo de Pasa y el museo Juan Benigno Vela.

Este recorrido cultural fue recopilado bajo el nombre “La ruta cultural ambateña”, título dado por el Ministerio de Turismo y la Dirección antes mencionada (Ministerio de Turismo, 2020).

Sin embargo, es importante mencionar que, del listado de los museos y centros culturales, el museo Juan Benigno Vela se encuentra inhabilitado debido a la restauración y ampliación de su infraestructura, teniendo como fecha tentativa de reapertura en febrero-marzo 2024 (información dada mediante diálogo directo con la Dirección de

Cultura). Además, hoy por hoy el museo no tiene designado un encargado o administrador por lo que el levantamiento de la información en este espacio es inaccesible, siendo descartado de la muestra.

4.6. Análisis e interpretación de resultados

4.6.1. Fichas de observación.

Las fichas de observación son una herramienta destinada a indagar, discutir y concluir sobre el fenómeno de investigación. Su uso en este proyecto ayuda a determinar el estado actual de la señalética presente en los seis museos y centros culturales, a fin de examinar sus aciertos y falencias para abarcar los aspectos fundamentales señaléticos en la propuesta final.

Tabla 6.

Listado de museos y centros culturales

Listado de museos y centros culturales de la ciudad de Ambato

1. Museo Pictórico Edmundo Martínez Mera

2. Centro Cultural Pachano Lalama

3. Quinta de Juan Montalvo

4. Casa museo Martínez – Holguín

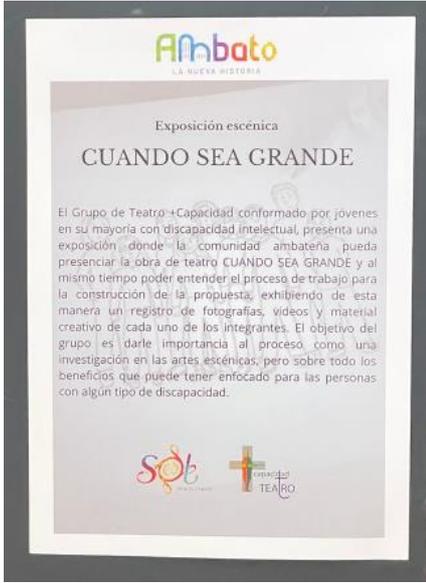
5. Casa museo Juan León Mera

6. Centro cultural etnográfico museo de Pasa

La ruta cultural ambateña comprende tanto lugares patrimoniales, culturales como casas de personas ilustres y emblemáticas de Ambato, de ahí que la ciudad sea conocida con el nombre de “ciudad cosmopolita” o “ciudad de los tres Juanes”.

Tabla 7.

Ficha 1. Museo Pictórico Ed. Martínez Mera

| | |
|---|---|
| <p>Nombre: Museo Pictórico Edmundo Martínez Mera</p> <p>Ubicación: Calle Guayaquil entre Bolívar y Rocafuerte, Ambato.</p> | |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en cartulina.</p> |
| | <p>Ubicación: Sala de exposición 1, interior.</p> |
| | <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Única señalética de tipo informativa en toda la primera exposición. - Impresión en papel bond de 60g/m², tamaño A4. - Pegada sobre cartulina colocada en la exposición. |
|    | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> |
| | <p>Ubicación: Sala de exposición 2, interior.</p> |
| | <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impresión en papel estucado mate, tamaño A7. - Ilegible a media y larga distancia. - Pegada con cinta masking. |

| | |
|---|--|
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> <p>Ubicación: Salón principal, interior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impresión en papel estucado mate, tamaño A7. - Ilegible a media y larga distancia. - Pegada con cinta masking. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en piso.</p> <p>Ubicación: Salón principal, interior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impresión en vinil pegado en piso. -El código QR está caduco. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en marco puerta.</p> <p>Ubicación: Salón de eventos, interior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inexistente señalética orientativa hacia los baños. |

| | |
|---|--|
|  | <p>-Impresión en Sintra.</p> <p>- Pasa desapercibida desde la distancia.</p> |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en alféizar de ventana.</p> <p>Ubicación: Salón de eventos, interior.</p> <p>Observaciones:</p> <p>- Señalética preventiva COVID-19, impresión en Sintra.</p> |

La señalética existente en el museo pictórico Edmundo Martínez, posee una disparidad entre materiales, diseño y marca; donde se observa que las cédulas identificativas de las obras son distintas y ofrecen información parcial acerca de la exposición. Así mismo, las señaléticas de prevención de COVID-19 resultan caducas e interfieren directamente con la estética del museo, convirtiéndose en elementos distractores para los visitantes. Además, se identificó que en la entrada del museo no existe ningún directorio o información sobre la actual exposición, lo que genera confusión y duda acerca de lo que se está exhibiendo, así como también la ubicación de ciertas salas o puntos de interés para el usuario como lo pueden ser los baños, mismos que únicamente presentan señalética en sus puertas siendo visibles a corta distancia.

Tabla 8.

Ficha 2. Centro Cultural Pachano Lalama

| | |
|--|--|
| <p>Nombre: Centro Cultural Pachano Lalama</p> <p>Ubicación: Mera y Rocafuerte, Ambato.</p> | |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> |
| | <p>Ubicación: Entrada de salas 2-3, interior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señalética informativa de la exposición. - Disparidad de tamaños, mismo diseño. - Impresión en Sintra, pegada con cinta doble faz. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> |
| | <p>Ubicación: En cada entrada de salas de exposición, interior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se usa el mismo diseño para las señaléticas informativas alrededor de la exposición sin diferenciación, llegando a ser confuso el contenido de cada señal. - El contraste con el texto es ilegible a media y larga distancia. - Impresión en Sintra, pegada con cinta doble faz. |

| | |
|---|---|
|  | <p>- Señal repetitiva que progresivamente pierde el interés del visitante.</p> |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> <p>Ubicación: Entrada principal, interior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deterioro de cédulas identificativas. - Información ilegible. - Colocación confusa. - Impresión en papel estucado mate, tamaño A7. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en mesas y paredes.</p> <p>Ubicación: Salas de exposición, distribuidas en cada una de las piezas, interior.</p> |



Observaciones:

- Inexistencia de contraste con el texto causando ilegibilidad a distancias medianas y largas.
- Deterioro, color de fondo lavado.
- Uso de tipografía light y colores no contrastantes.
- Colocación confusa.
- Impresión en cartulina gráfica.



Tipo de señal: Adosada en aluminio.

Ubicación: Vitrinas de exhibición, interior.

Observaciones:

- Impresión en Sintra, pegada con cinta doble faz y masking.
- Disparidad de tamaños, mismo diseño.

| | |
|--|--|
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en piso.</p> <p>Ubicación: Corredor principal del centro cultural.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impresión en vinil pegado en piso. -El código QR está caduco. |
|  | <p>Tipo de señal: Colgante y adosada en pared.</p> <p>Ubicación: Corredor principal del centro cultural.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señaléticas preventivas COVID-19. - Impresión en Sintra, pegada con cinta doble faz. - Uso de hilo nilón para soporte colgante. - Señales de seguridad norma INEN 439 (señales y símbolos de seguridad). -Señalética informativa, impresión en papel bond de 60g/m², tamaño A4, pegada con cinta masking. |

| | |
|---|---|
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en vidrio.</p> |
| | <p>Ubicación: Puertas de baños, interior.</p> |
| | <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al estar pegados en la puerta, al permanecer abiertas no se visualiza la señal. - Impresión en plástico con vinil reflexivo color dorado. |
|  | |

El centro cultural Pachano Lalama al ser un espacio pequeño carece de señalética de tipo orientativa, debido a que la arquitectura del lugar ayuda al visitante a intuir el recorrido. Aún así, la falencia más notable es la gran disparidad entre tamaños y legibilidad de los soportes y su contenido, llegando a ser repetitivo, lo que genera contaminación visual y no incentiva a la lectura del contenido. Sumado a esto, el diseño con el uso de fotografía de la actual alcaldesa hace que la identidad del museo y exposición se opaque, además de generar cierta confusión al individuo ya que la información de estas señaléticas no es diferenciable y mas bien simula ser propaganda política.

Las cédulas identificativas se encuentran presentes en todas las piezas, sin embargo, el contraste con tipografía light produce ilegibilidad en distancias medias, obligando al visitante que se acerque a la señal para poder leerla.

También se destaca el uso de señalética preventiva del COVID-19 que genera antiesteticidad y es un gran distractor en el sitio; por su parte, los baños no logran ser identificados desde la distancia a primera vista y las señaléticas compuestas por pictogramas pasan inadvertidas.

Tabla 9.

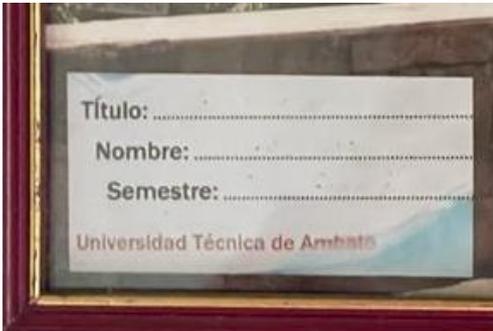
Ficha 3. Quinta de Juan Montalvo

| | |
|---|---|
| <p>Nombre: Quinta de Juan Montalvo.</p> <p>Ubicación: Av. Guaytambos, Ficoa – las Palmas, Ambato.</p> | |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en piso.</p> |
|  | <p>Ubicación: Escaleras subida a la casa museo, exterior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deterioro por factores climáticos y antigüedad del soporte. - Pérdida de legibilidad y leibilidad por transparencia de material. - Impresión en vidrio. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en marco puerta.</p> |
| | <p>Ubicación: Puertas principales de estudio y sala respectivamente, exterior.</p> |
| | <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impresión en papel periódico de aprox. 40g/m. |

| | |
|---|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> - Ilegibilidad a larga distancia. - La fotografía de la señal no es percibida. - Tipografía “Times new roman” y bordes preestablecidos. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> <p>Ubicación: Entrada al dormitorio del museo, exterior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Uso de pictogramas de prohibición. -Impresión en soporte acrílico con vinil mate color negro y rojo. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> <p>Ubicación: Pared afuera de la casa, exterior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señalética orientativa. - No existe información sobre el próximo lugar a visitar. |

| | |
|---|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> - Posee marca GAD Municipalidad de Ambato y antigua marca ciudad. - Impresión en Sintra. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> <p>Ubicación: Entrada al estudio y dormitorio, exterior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deterioro por antigüedad de las señales. - Impresión en acrílico con vinil, colocada por tornillos. - Señalética obsoleta. - Impresión en Sintra, pegada con cinta doble faz. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> <p>Ubicación: Entrada al estudio, exterior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señalética preventiva COVID-19. - Impresión en Sintra, pegada con cinta doble faz. |

| | |
|---|--|
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en piso.</p> <p>Ubicación: Entrada al dormitorio y sala principal, exterior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señalética preventiva. - Impresión en vinil pegado en piso. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en piso.</p> <p>Ubicación: Sala principal, interior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El contraste de fondo (madera) y la transparencia del material hace que se pierda legibilidad. - Impresión en vidrio. |
|   | <p>Tipo de señal: Adosada en silla.</p> <p>Ubicación: Sala de exhibición 1, sala principal, dormitorio y estudio, interior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ilegibilidad a media y larga distancia. - Impresión en Sintra, tamaño A7. |



Tipo de señal: Adosada en vidrio.

Ubicación: En cada fotografía de la sala de exhibición 1, interior.

Observaciones:

- Disparidad entre cédulas identificativas, diversos formatos, tipografías, tamaños e información.
- Impresión en papel bond de 60g/m².

| | |
|---|--|
|  | <p>Tipo de señal: Tijera.</p> <p>Ubicación: Esculturas de la sala de exhibición 1, interior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señal empírica. - Impresión en papel bond de de 60g/m². |
|   | <p>Tipo de señal: Autotransporte.</p> <p>Ubicación: Primer corredor horizontal subiendo por las escaleras principales, lado derecho, exterior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señalética identificativa. - Uso de pictograma y cromática establecida en el manual de señalización turística del MINTUR. - Inexistencia de información sobre el monumento. - Ubicación de señalética alejada y confusa. - Impresión en Sintra, tamaño A4. |



Tipo de señal: Autotransporte.

Ubicación: Jardín de la casa museo y entrada principal lado izquierdo, exterior.

Observaciones:

- Falencias en movilidad de las piezas interactivas.
- Construido en madera y acero, colocado con tornillos en estructura de cemento.

Tipo de señal: Inexistente.

Ubicación:

- Entrada a sala de exhibición 1, escaleras del jardín, baños y administración, exterior.



Observaciones:

- Inexistencia de señalética de tipo orientativa, direccional e identificativas en sitios de interés para el público.



La Quinta de Montalvo es un museo que, con el paso de los años, en su señalética ha sufrido deterioros debido a factores de tipo climático y antigüedad propia de los soportes, afectando directamente la calidad de las señales actuales.

Dentro de la quinta se carece de señales de tipo orientativas, identificativas e informativas que, a diferencia de otros museos, en este espacio son indispensable debido a la amplitud dada por su jardín y que, por ello, sea fácil desorientarse; a pesar de existir dos tótems informativos, su contenido pasa desapercibido.

En la entrada de la quinta no se encuentra un mapa general o directorio de toda la zona, siendo así que, llegar a la sala de exhibición o a la casa museo resulta impreciso y difuso para el visitante, realizando el recorrido meramente por su intuición. Así mismo, la inexistencia de señales identificativas en baños y la sala de administración pueden causar un aturdimiento al individuo al sentirse perdido u ofuscado.

De igual forma, se evidencia la disparidad de las cédulas identificativas de las obras, objetos, fotografías, etc.; variando en sus materiales, tamaños, soportes, diseño, información, entre otros.

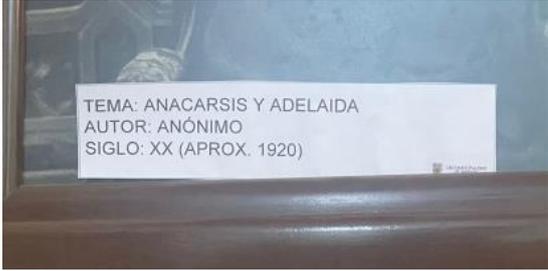
Tabla 10.

Ficha 4. Casa museo Martínez Holguín

| | |
|---|--|
| Nombre: Casa museo Martínez Holguín | |
| Ubicación: Av. Rodrigo Pachano, Atocha, Ambato. | |
|  | Tipo de señal: Autotransporte. |
| | Ubicación: Puente de la entrada principal, exterior. |
| | Observaciones: <ul style="list-style-type: none"> - Mapa interpretativo con base de acero. - Desgaste de la tinta por tiempo y factores climáticos. - Información ilegible en media y larga distancia. |

| | |
|--|--|
|  | <p>Tipo de señal: Adosadas en pared y madera.</p> <p>Ubicación: Entrada principal jardín, exterior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señalética preventiva COVID-19 - Señaléticas informativas impresión en papel bond de 60g/m² pegado con cinta scotch y masking. - Información ilegible por tinta deslavada, desgastada por paso del tiempo y clima. |
|    | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> <p>Ubicación: Baños de la entrada de la casa museo, exterior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Señalética preventiva COVID-19 -Señalética identificativa de baños, uso de tipografía romana ubicada en la parte superior del marco. - Uso de señalética con pictogramas base ubicada debajo de secador de manos. |

| | |
|---|---|
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared y puerta.</p> <p>Ubicación: Bodega, exterior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Uso de dos señaléticas informativas ubicadas en pared y puerta respectivamente. -Señalética identificativa de bodega hace uso de tipografía romana, mismo diseño de señalética de baños. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> <p>Ubicación: Salas de exposición piso 1, interior y exterior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La señalética informativa está presente en la gran mayoría salas y cuartos de la casa museo. - Impresión en soporte acrílico con vinil mate color negro. - Debido a la luz de los cuartos, existe reflexión haciéndolo ilegible a media y larga distancia principalmente. |

| | |
|---|--|
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> |
|  | <p>Ubicación: En cada pintura, fotografía, objeto, etc., interior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La marca museo ocupa más espacio visual dejando la información del objeto en segundo plano. - Impresión en Sintra y papel bond de 60g/m². - Disparidad en el diseño de las cédulas identificativas. - Pegada con cinta doble faz y colocada en marco de fotografía. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en piso de madera.</p> |
|  | <p>Ubicación: Escaleras de piso 1 a piso 2 (terraza), interior.</p> <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señalética orientativa y preventiva COVID-19. - Existe desgaste por tiempo. - En el retiro de las señaléticas existe marca del pegamento. - Impresión en vinil. |



Tipo de señal: Autotransporte.

Ubicación: Entrada principal y senderos, exterior.

Observaciones:

- Señalética informativa y orientativa.
- El mapa ilustrado es confuso e ineficiente.
- Disparidad en el uso de pictogramas, tanto propios y los establecidos en el manual señalético del MINTUR.



Tipo de señal: Autotransporte.

Ubicación: Puente colgante, exterior.

Observaciones:

- Falencias en movilidad de las piezas interactivas.
- Construido en madera y acero, colocado con tornillos en estructura de cemento.

La casa museo Martínez Holguín se encuentra en conjunto con el Jardín Botánico Atocha – La Liria y la casa de Juan León Mera, dentro de esta la señalética informativa como las cédulas identificativas poseen bastante disparidad en su diseño, haciendo uso de la marca museo y el diseño de la anterior alcaldía. Sin embargo, se encuentra presente en todas las piezas expuestas.

Cabe destacar que, señaléticas de tipo identificativas y orientativas en las salas de exposición y puntos de interés son prácticamente inexistentes haciendo el recorrido y exposición entendida por intuición. Así mismo, las señaléticas informativas impresas en acrílico generan sombra por la reflexión propia de la luz dificultando así la lectura de la información. A su vez, en la entrada al jardín botánico las señaléticas informativas son empíricas y no existe un directorio que guíe al turista en toda la visita.

Tabla 11.

Ficha 5. Casa museo Juan León Mera

| | |
|---|---|
| Nombre: Casa museo Juan León Mera. | |
| Ubicación: Av. Rodrigo Pachano, Atocha, Ambato. | |
|  | Tipo de señal: Adosada en un caballete. |
| | Ubicación: Comedor principal de la casa, interior. |
| | Observaciones: <ul style="list-style-type: none"> - Señalética informativa. - Impresión en papel bond de 60g/m², tamaño A4 pegada con cinta scotch. - Por ubicación en contraluz se pierde legibilidad. - Mucho texto en soportes pequeños hacen perder el interés del usuario. |



Tipo de señal: Adosada en madera.

Ubicación: Muebles del comedor principal.

Observaciones:

- Señalética identificativa.
- Disparidad de las cédulas identificativas en diseño y sus tamaños.
- Impresión en papel bond de 60g/m² pegada con cinta masking.
- Tipografía con serifas y sans serif, uso de mayúsculas.
- Desgaste de tinta por antigüedad.

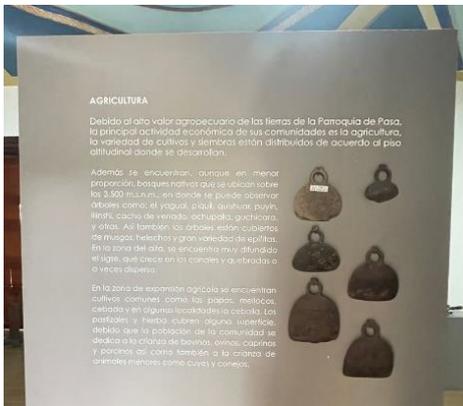
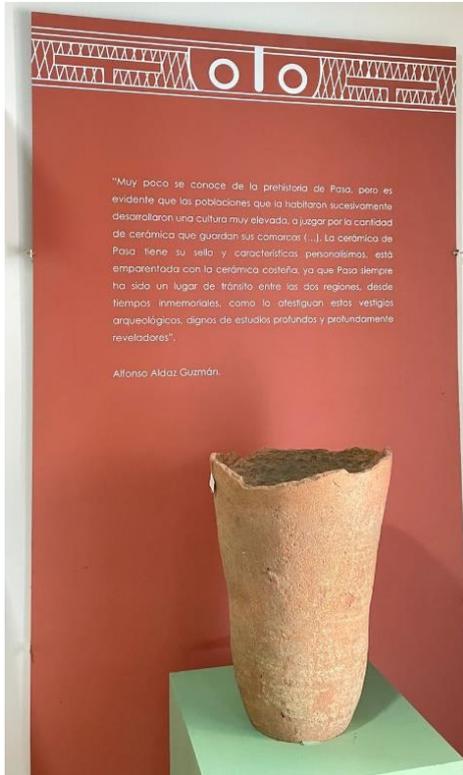
La casa museo de Juan León Mera, así como la casa museo Martínez Holguín son exposiciones permanentes que a su vez y por su longevidad, poseen señalética informativa como cédulas identificativas en todas las piezas en exhibición, sin embargo, la disparidad sigue siendo evidente.

Dentro de señaléticas identificativas de las salas están presentes en la mayoría de ellas, siendo soportes tallados en madera. El mayor problema de todo el jardín, así como de las dos casas museos es la inexistencia de señaléticas orientativas mismas que, son indispensables y necesarias debido a la extensión del lugar.

Tabla 12.

Ficha 6. Centro cultural etnográfico museo de Pasa.

| | |
|--|---|
| <p>Nombre: Centro cultural etnográfico museo de Pasa.</p> <p>Ubicación: Parroquia de Pasa.</p> | |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> |
| | <p>Ubicación: Entrada al museo, exterior.</p> |
| | <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El isotipo al ocupar mayor espacio hace que el logotipo pierda fuerza. - Única señalética exterior. |
|  | <p>Tipo de señal: Adosada en pared.</p> |
| | <p>Ubicación: Entrada al museo, interior.</p> |
| | <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señalética preventiva COVID-19. - Impresión en Sintra. |



Tipo de señal: Adosada en pared.

Ubicación: Sala principal 1, interior.



Observaciones:

- Señalética de prohibición.
- Impresión en papel bond de 60g/m², tamaño A4 pegada con cinta masking.
- Pasa imperceptible por su tamaño, ubicación y color no contrastante respecto a la pared.



Tipo de señal: Adosada en pared.

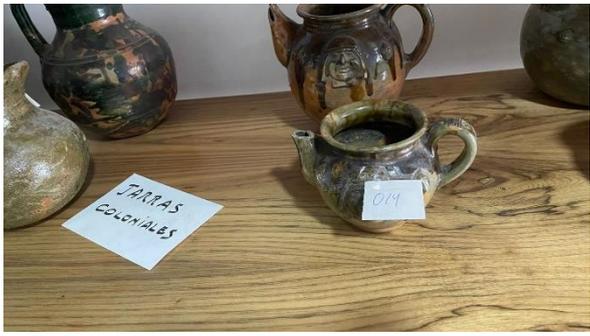
Ubicación: Sala de exhibición 2, interior.



Observaciones:

- Señalética informativa e identificativa.
- Disparidad en diseño y tamaño de los soportes.
- Impresión en Sintra.
- Señal empírica identificativa ubicada en el marco de la puerta correspondiente a la sala de exhibición.

| | |
|--|---|
| | <p>- Cartel desgastado por antigüedad, impreso en papel bond 60g/m², tamaño A4 pegada con cinta masking.</p> |
| | <p>Tipo de señal: Adosado en pared, colgante de techo.</p> <p>Ubicación: Paredes y techo del museo, interior.</p> |
| | <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señaléticas de seguridad y preventivas COVID-19 - Desgaste visible por paso el tiempo y factores climáticos. - Impresión en Sintra, pegada con cinta doble faz. - Señal colgante suspendida de hilo nilón transparente. |

| | |
|--|---|
|  | <p>Tipo de señal: Adobada en pared y mesas.</p> |
|  | <p>Ubicación: En cada sala del museo, interior.</p> |
|  | <p>Observaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Las cédulas identificativas mantienen una consistencia en diseño y tamaños, con su ubicación es precisa. -La simplicidad del diseño hace que no sea un contaminante visual o distractor de la pieza u obra. -Únicamente en la sala de vasijas, las cédulas identificativas son empíricas. |

El centro cultural etnográfico museo de Pasa es uno de los espacios aperturados más recientes y su interior posee señalética informativa mucho más sobria que no distrae y genera una esteticidad consistente en todas las salas, aun así, en algunas salas es evidente la nula implementación de la señalética planteada.

Así mismo, la ausencia de señales de tipo orientativas e identificativas de cada sala llega a generar desorientación a penas entrar al museo, además de destacar que el museo posee salas con una distribución específica. Cabe resaltar que, en baños no existe ningún soporte señalético, así como para indicar la entrada al jardín y huerto que posee el mencionado centro cultural.

4.6.2. Entrevistas

Las entrevistas realizadas a los encargados de los museos y centros culturales analizados ayudan a determinar y entender mejor su percepción sobre la señalética presente en los espacios, así como identificar los aciertos y falencias existentes. Actualmente, se encuentran cinco personas a cargo de los sitios y que, a su vez, manifestaron los diversos aspectos a mejorar en el tema señalético y la falta de un sistema señalético renovado y prevaleciente.

Tabla 13.

Listado de encargados según espacio cultural

| Listado de museos y centros culturales de la ciudad de Ambato | Nombres de encargados de los espacios culturales |
|--|---|
| Museo Pictórico Edmundo Martínez Mera | Ing. Zulema Llugsa Cortéz. |
| Centro Cultural Pachano Lalama | Lic. Diego Tamayo. |
| Quinta de Juan Montalvo | Lic. Andrés Venegas. |
| Casa museo Martínez – Holguín | Lic. Paúl Peralta. |
| Casa museo Juan León Mera | Lic. Juan Pablo Toasa. |
| Centro cultural etnográfico museo de Pasa | Lic. Paúl Peralta. |

Todas las entrevistas fueron realizadas de forma presencial en cada uno de los espacios culturales respectivamente.

Las preguntas realizadas se plantearon en base a información sobre exposiciones de museo o centro cultural, su distribución y organización, además de preguntas específicas sobre el tema señalético según el criterio personal de cada encargado del espacio cultural.

4.6.2.1. Cuadro de análisis entrevistas.

Tabla 14.

Análisis y conclusión de entrevistas

| Preguntas | Ing. Zulema Llugsa. (Museo pictórico Ed. Martínez) | Lic. Diego Tamayo (Centro cultural Pachano Lalama) | Lic. Andrés Venegas (Quinta de J. Montalvo) | Lic. Paúl Peralta (Casa museo Martínez – Holguín) | Lic. Juan Pablo Toasa (Casa museo J.L.M) | Lic. Paúl Peralta (Centro cultural etnográfico museo de Pasa) | Conclusión |
|---|--|--|---|---|---|---|--|
| 1.¿Cuántas salas corresponden a exposiciones permanentes y cuántas son temporales? | Cuatro salas y todas las exposiciones del museo Edmundo Martínez son temporales. | Cinco salas, todas son temporales. | Cuatro salas, son permanentes. | Seis salas, son permanentes. | Once salas, son permanentes. | Siete salas, todas son permanentes. | Cuatro de los seis espacios permanecen con exposiciones permanentes. |
| 2.¿Cuál es el tiempo de permanencia de las exhibiciones? | El mínimo es un mes y máximo tres meses. | Un mes cada exposición. | Todas son permanentes. | Todas son permanentes. | Todas son permanentes, solo el autorio es intermitente. | Todas son permanentes. | Tienen exposiciones temporales de 1 mes a 3 meses. |

| | | | | | | | |
|---|--|--|---|--|---|--|---|
| 3.¿Cuántas exposiciones se realizan al año? | Alrededor de diez exposiciones al año. | Doce exposiciones al año. | - | - | - | - | Tienen un promedio de 10 a 12 exposiciones al año. |
| 4.¿Qué tipo de exposiciones se exhiben en este espacio? | Artes plásticas (pintura, escultura, dibujo, cerámica, etc.) | Pintura (acuarela, óleo sobre lienzo, paisajismo, contemporáneo) y esculturas. | Exposiciones de bonsáis, pinturas y obras literarias. | Todo sobre la familia Martínez Holguín y descendencia. | De tipo museográfico y la vida e historia de Juan León Mera Martínez y su descendencia. | Vasijas, herramientas que se usaba para la agronomía, de costura con las camisas de Pasa, la historia e instrumentos de la Radio Continental, vestimenta y utensilios de cocina. | Se exhiben sobre todo pinturas, objetos históricos e información sobre familias emblemáticas. |
| 5.De las señales existentes, ¿Cuáles considera innecesarias? | La señalética en el museo es escasa | Las señaléticas respecto al COVID-19. | La señalética es escasa y le falta mantenimiento. | Ninguna. Todas están bien. | Ninguna. Todas son necesarias. | La señalética es escasa. | La señalética en los espacios es escasa. |

| | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|--|--|
| 6.¿Qué señales considera faltantes o inexistentes en el recorrido? | Señales de prohibición, orientativas e informativas. | Señales orientativas, preventivas, prohibición. | Cédulas identificativas, orientativas e informativas. | Señaléticas orientativas en el ingreso e identificativas de cada lugar. | Señaléticas orientativas e identificativas. | Señalética orientativa e informativa. | Sobre todo, señales orientativas, identificativas e informativas. |
| 7.Con la señalética presente, ¿Los visitantes son capaces de auto guiarse e identificar todas las áreas del espacio? | Los visitantes preguntan mucho por los baños, el no encontrarlos los desorienta del espacio. | Sí. El centro cultural Pachano Lalama es un lugar pequeño y su arquitectura ayuda al recorrido. | Sí. Aún hace falta orientativas e identificativas. | Dentro de la casa sí, pero no en sus alrededores. | Sí, además poseen material impreso de rutas y guías para turistas. | Sí. Los visitantes pueden orientarse al ser un museo pequeño. | La orientación en el museo o centro cultural sí, pero sus alrededores no. |
| 8.Para el diseño de señales, ¿Qué tipo de información considera relevante tanto en el espacio físico como en las exposiciones? | El museo pictórico Edmundo Martínez necesita señales informativas y orientativas. | Señaléticas de tipo preventiva e informativa para las exposiciones. | Objetos como el escritorio tipo piano, la vitrola, la fotografía de Ambato antiguo y rótulos en la entrada a la quinta. | Ninguna. | Señalética orientativa en el jardín e informativas en la casa museo. | Señaléticas orientativas, direccionales y directorio con información sobre las salas en la entrada principal al museo. | Las señaléticas de tipo orientativa e informativas son las más relevantes. |

| | | | | | | | |
|---|---|---|--|--|--|---|---|
| 9.¿Existe algún tipo de normativa sobre rotulación en el espacio cultural que usted conozca? | Únicamente la información que se encuentra en el manual de señalética del MINTUR. | Lo que estipulan en la dirección de cultura y turismo . | No, la dirección de cultura y turismo son los encargados de la señalética. | Solo la información que tiene la dirección de cultura. | La información presente en el manual del MINTUR. | No, ninguna. | Solo normativas expuestas por el manual señalético del MINTUR. |
| 10.Según su experiencia, ¿Qué tipos de materiales, respecto a los soportes señaléticos, son de mayor utilidad dentro del espacio que dirige? | Con la información establecida en el manual MINTUR. | El sintra es un material fácil de manipular. | 100% madera y materiales amigables con el medio ambiente. | Madera. | Madera tipo PVC ya que la madera común se deteriora con el tiempo y clima. | No hay material específico. | Materiales amigables con el medio ambiente y sintra. |
| 11.¿Cuál es el proceso para la colocación de nueva rotulación o señalética en el espacio | Se identifica la señalética y se comunica a la dirección de cultura y el | A través de contratación pública se elige a una persona que es encargada de | La gestión se la realiza con la dirección de turismo. | Los encargados de señalética es la dirección de cultura. | Todo el proceso se lo realiza en la dirección de cultura mientras que, las cédulas | La dirección de cultura es la encargada de todo el proceso. | El proceso y colocación lo realiza la dirección de cultura, además el presupuesto |

| | | | | | | | |
|--|---|---|---|---------------------|---|---|---|
| cultural? ¿Existen personas encargadas? ¿Cuánto presupuesto hay? | área de patrimonio. La colocación va por parte de la municipalidad. No tiene presupuesto. | realizar toda la señalética. El presupuesto para todos los centros culturales y museos ronda los \$7.000 | Existe presupuesto. | Existe presupuesto. | identificativas las manejan personalmente. El presupuesto aproximado de \$30.000 para todos los museos y centros culturales. | Desconoce el presupuesto para señalética en el museo de Pasa. | está definido para todos los espacios culturales. |
| 12.¿Se dispone de un manual señalético para la implementación de nuevos soportes o señales dentro del espacio que administra? | No. | No, únicamente lo que existe en el departamento de cultura. | Sí, hay el manual con el que se colocó la señalética presente, pero establece que sí se necesita una nueva propuesta. | No existe. | Solo el manual que posee la dirección de cultura. | No, ninguno. | No existe un manual propio para estos sitios. |

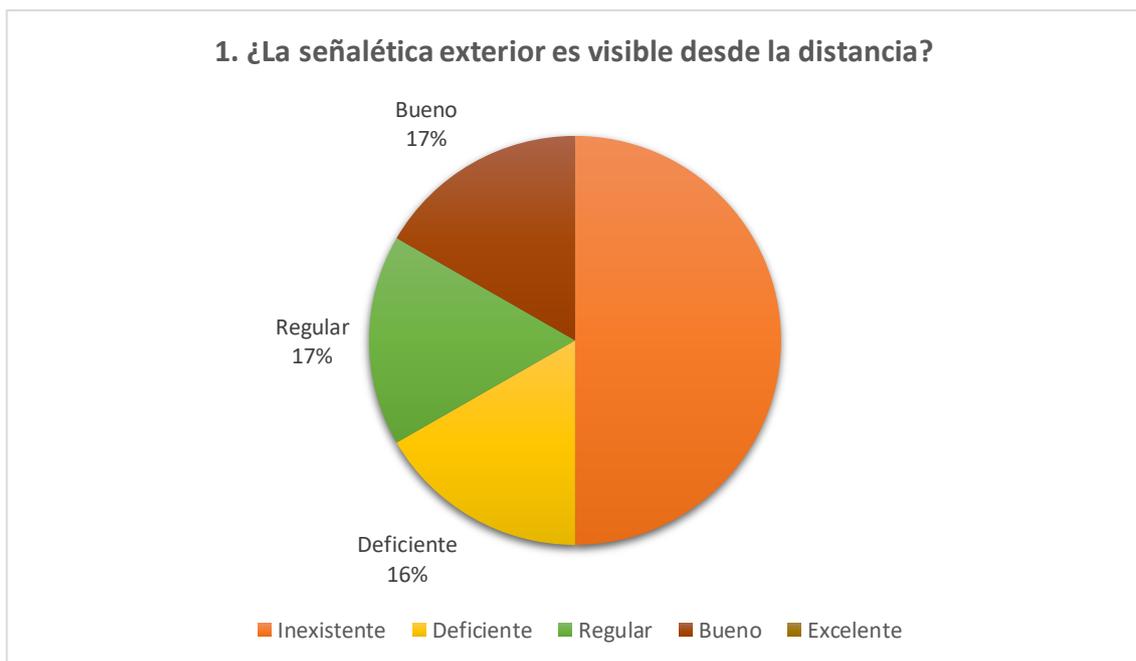
Con el análisis de las entrevistas, se pudo obtener información valiosa sobre cómo funcionan estos espacios y definir las principales áreas y falencias señaléticas a intervenir y estipular en el manual. Por ello, señaléticas de tipo orientativa, identificativa e informativa son las más solicitadas por los encargados basados en su experiencia al recibir visitantes en el espacio determinado. Así mismo, reconocer qué tipo de exposiciones existen ayudan a clasificar los pictogramas que mejorarán la comunicación visual con los turistas, al igual que determinar los materiales más adecuados al criterio de los encargados define las características que deben cumplir los soportes de toda la propuesta.

4.6.3. Guía de observación

La guía de observación es un instrumento basado en el estudio del objeto de la investigación, el cual se lo realiza a través de ciertos parámetros premeditados a fin de recolectar y obtener datos sobre el fenómeno (Campos y Lule, (2012).

Los aspectos analizados en la guía de observación se basan en señalética exterior, interior, su ubicación y el recorrido. La guía fue aplicada en los seis museos y centros culturales y, a su vez, el análisis fue realizado por el profesional Carlos Eduardo Villalba Moreta C.I. 1804787651 diseñador gráfico del estudio de diseño Santana de la ciudad de Ambato.

El análisis de los resultados se los realizó de forma cuantitativa mediante una escala de satisfacción sobre del estado actual de la señalética, siendo 0 (inexistente) y 4 (excelente), así mismo, se plantearon en total 17 preguntas que siguen los parámetros



mencionados anteriormente.

Tabla 15. Pregunta 1.

Análisis

De los seis museos y centros culturales, el 50% la señalética exterior es inexistente mientras que el otro 50% está dividida en buena (Quinta de Montalvo), regular (Centro cultural etnográfico museo de Pasa) y deficiente (Museo pictórico Edmundo Martínez).

Interpretación

Con el gráfico estadístico se entiende que la señalética exterior correspondiente a los soportes señaléticos en la entrada de los museos y centros culturales, en tres de ellos resulta inexistente, por lo que estandarizar señalética de entrada en cada espacio es fundamental al ser el primer acercamiento sobre el espacio cultural con los visitantes.

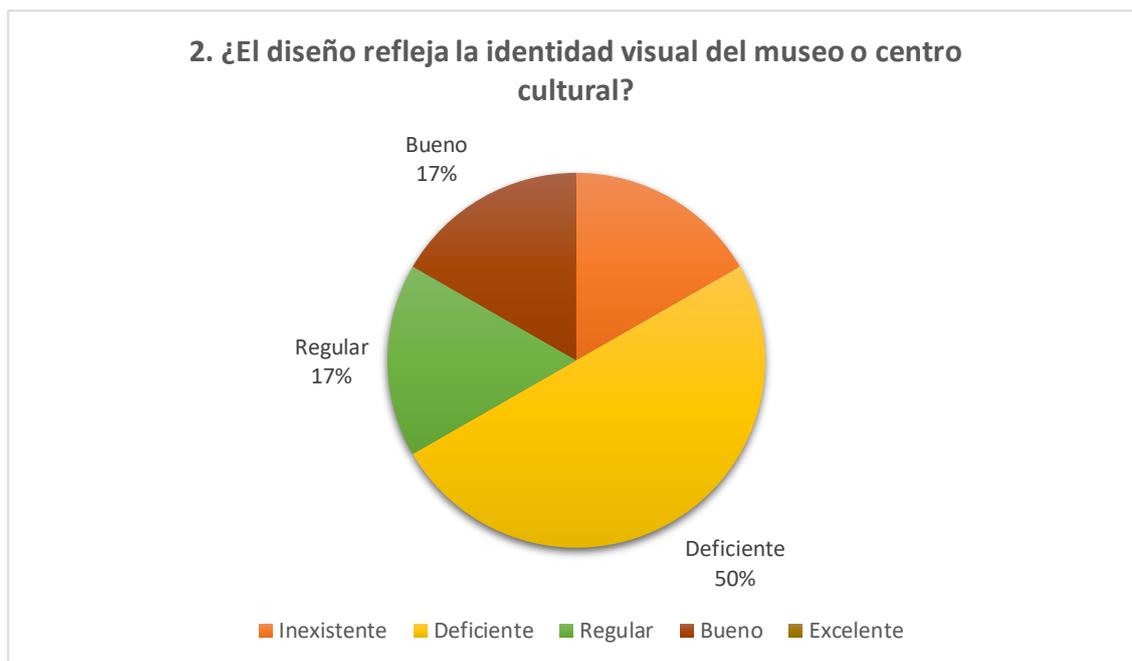


Tabla 16. Pregunta 2.

Análisis

Del total de la muestra, el 50% refleja una identidad visual deficiente y a su vez, el otro 50% se encuentra dividido en bueno, regular e inexistente.

Interpretación

La identidad visual en los museos y centros culturales tiene disparidad al no reflejar una línea gráfica única en toda la ruta, así como un manual señalético, lo cual resulta en señalética con diversos diseños, tamaños y soportes, teniendo una identidad inestable, por lo cual es necesario diseñar un estilo visual propio para todos los espacios.



Tabla 17. Pregunta 3.

Análisis

El 67% de los museos y centros culturales tiene indicaciones claras para los visitantes desde los diferentes ángulos dentro del espacio, sin embargo, el 17% (casa museo Martínez Holguín) son regulares y el 16% (museo pictórico Edmundo Martínez) las indicaciones son inexistentes.

Interpretación

Cuatro de los seis museos y centros culturales poseen indicaciones deficientes desde diferentes ángulos de visión, es decir más de la mitad. Por ello, la ubicación de señalética debe ser distribuida por medio de un diagrama de flujo que establezca los puntos de mayor circulación y así, colocar la señalética correspondiente.

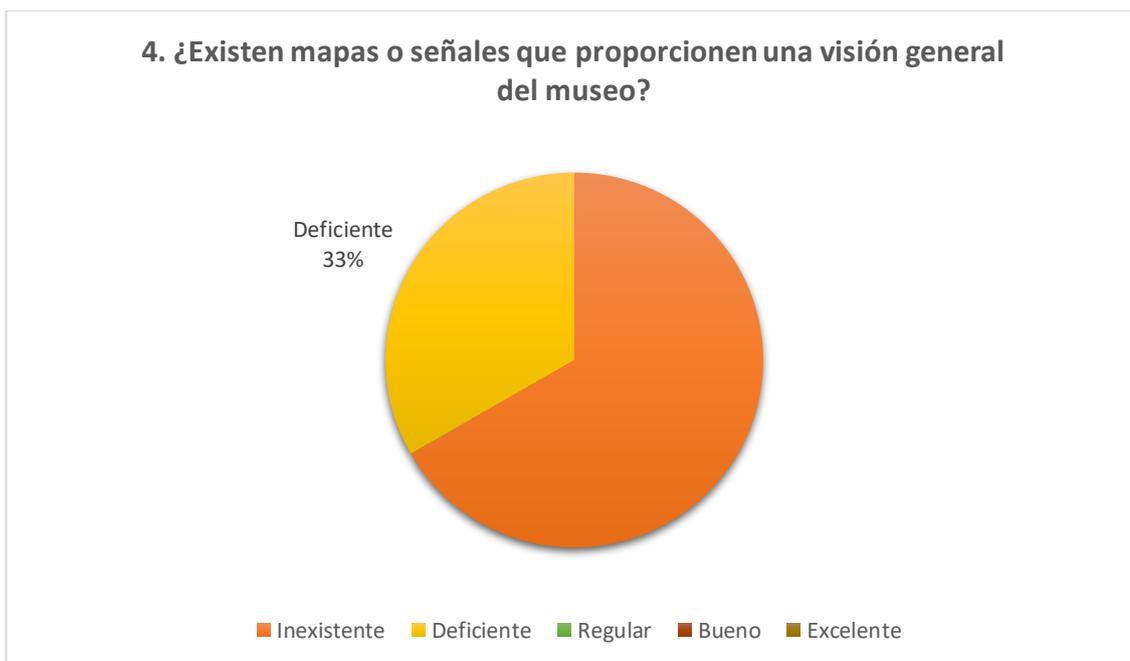


Tabla 18. Pregunta 4.

Análisis

El 67% de la muestra no tiene un mapa o señalética que ofrezca una visión general del museo o centro cultural, sin embargo, el 33% posee un mapa, pero se encuentra en un estado deficiente.

Interpretación

Al ser el 67% los espacios culturales que no tienen un mapa general de todo el sitio, mismo que es necesario para que los visitantes ya que antes de entrar pueden saber qué ofrece el espacio y los puntos de interés, evitando su desorientación.

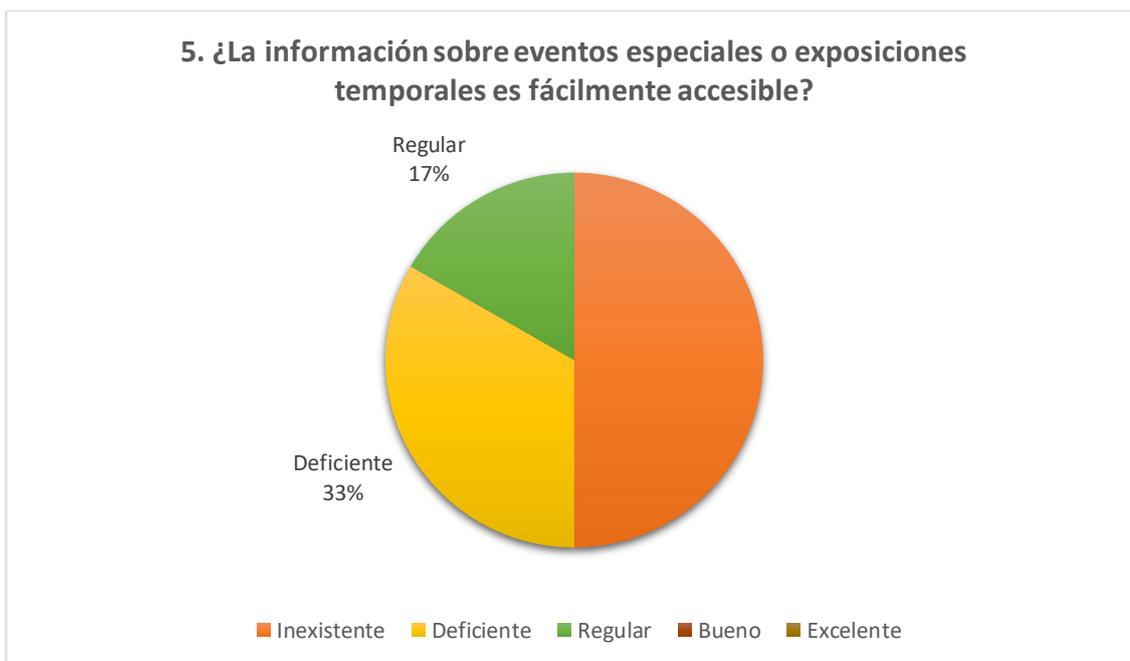


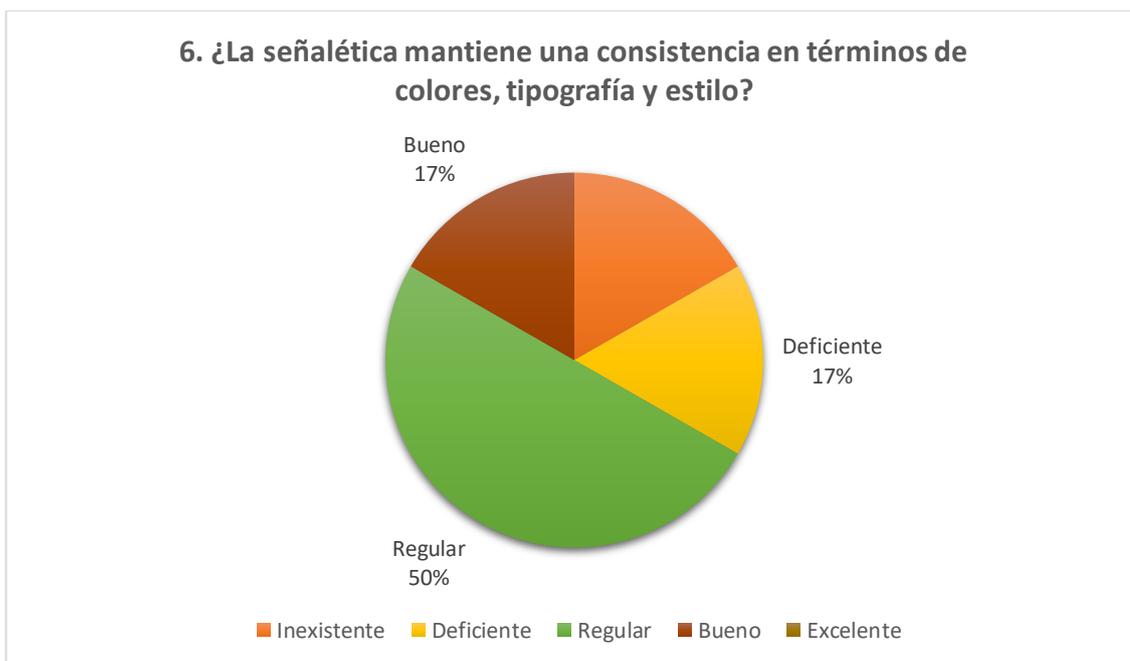
Tabla 19. Pregunta 5.

Análisis

El 50% de la muestra total no tiene un soporte que ofrezca información sobre próximos eventos o agendas culturales, así también el 33% los posee, pero son deficientes y únicamente el 17% tiene dicha información de forma regular y accesible.

Interpretación

La mitad de los museos y centros culturales visitados no poseen un mural o soporte donde se coloque información de futuros eventos, lo realizan de forma empírica, únicamente pegando carteles o flyers promocionales en las paredes contiguas a la entrada principal del sitio, lo que provoca una desfavorable estética en la fachada respectivamente.



Análisis

Respecto al diseño de señalética, el 50% de los espacios analizados tiene colores, tipografías y estilos regulares, el 17% (museo de Pasa) mantiene una estética buena y en contra posición, el otro 17% (museo pictórico Edmundo Martínez) y el 16% restante (casa museo Martínez Holguín) es deficiente e inexistente respectivamente.

Interpretación

La mitad de los museos y centros culturales que forman parte de la ruta cultural ambateña logran tener una consistencia en colores, tipografía y estilos en su señalética, sin embargo, en conjunto se evidencia la disparidad, teniendo diversas líneas gráficas como se observó en las fichas de observación anteriormente. Por ello, en estos espacios es necesaria la implementación de una línea gráfica reconocible e identificativa que, pueda impregnarse en los visitantes y a su vez, mejore su comprensión en el lenguaje visual de la señalética en todos los lugares culturales.

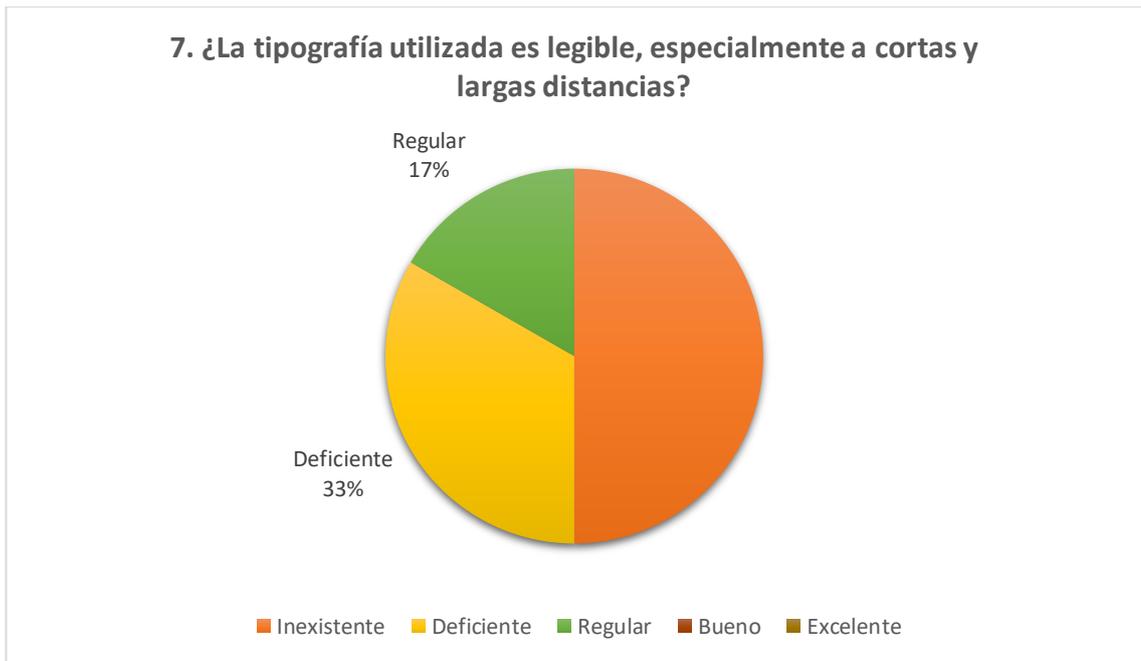


Tabla 20. Pregunta 7.

Análisis

El 50% de los espacios hacen uso de tipografías ilegibles a cortas y largas distancias, el 33% llegan a tener tipografías deficientes y únicamente el 17% (museo de Pasa) es legible para los visitantes.

Interpretación

Se puede determinar que el 50% de los museos y centros culturales en las tipografías utilizadas de los soportes señaléticos es ilegible, siendo un problema para el entendimiento de información del museo o sus piezas en exhibición causa desinterés en los visitantes. Con esta conclusión es necesario normar una tipografía legible, así como su tamaño en proporción a los soportes y la ubicación de estos, asegurando su efectividad a cortas y largas distancias para todos.

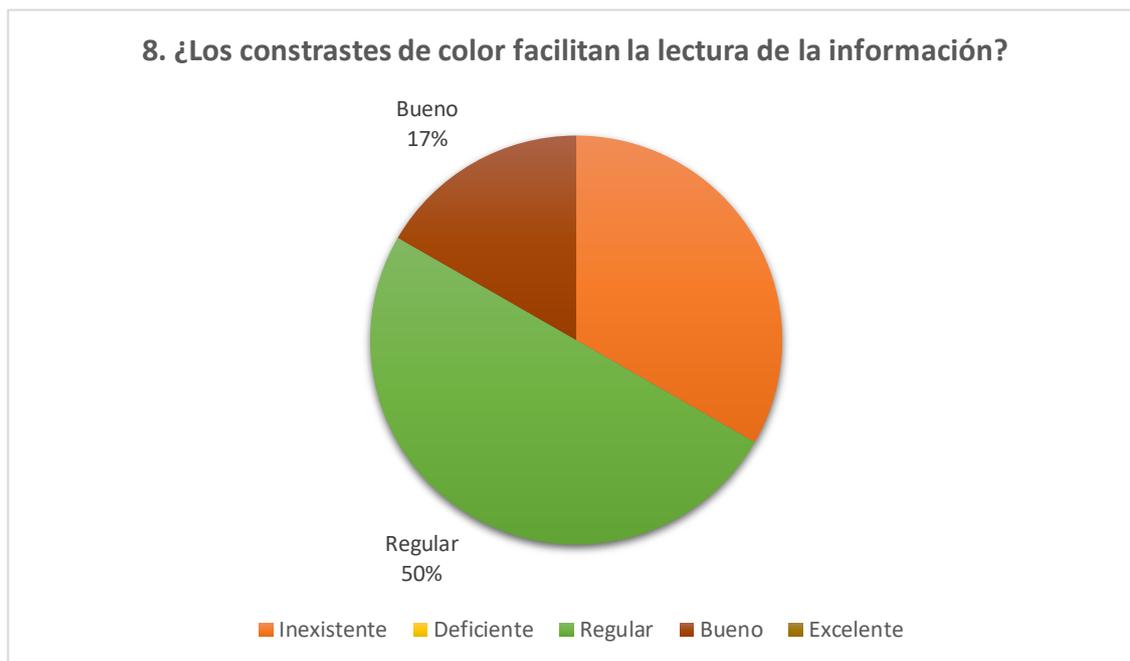


Tabla 21. Pregunta 8.

Análisis

Del total de la muestra, el 50% y 17% tiene contraste en sus soportes señaléticos en forma regular y buena, mientras que el 33% tiene inexistencia en contrastes respecto al texto y fondo de la señal.

Interpretación

El centro cultural Pachano Lalama y el museo pictórico Edmundo Martínez son los espacios que no poseen altos contrastes en su señalética a diferencia de los otros espacios que la señalética aún se puede considera efectiva al permitir leer la información con facilidad, sin embargo, la señalética en todos los sitios de la ruta cultural ambateña debe poseer contrastes bien definidos para que esta sea funcional, estética y de mayor comprensión para los usuarios.

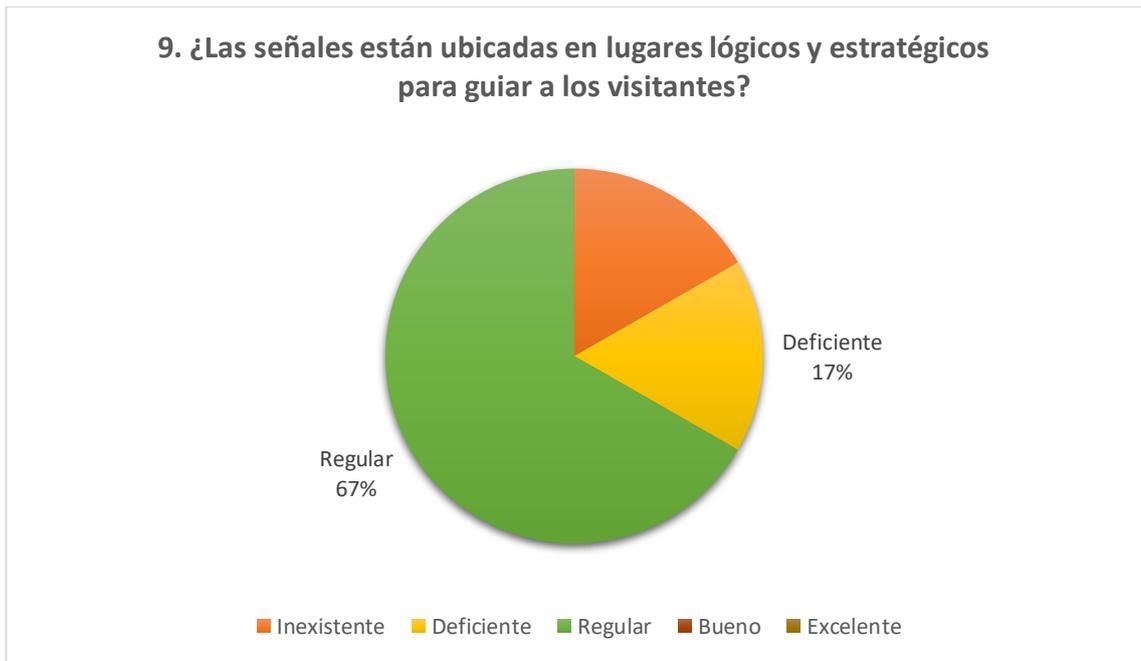


Tabla 22. Pregunta 9.

Análisis

La ubicación de las señales es regular en el 67% de los espacios, mientras que el 17% y el 16% es deficiente e inexistente.

Interpretación

Las señaléticas actuales poseen una buena ubicación en más de la mitad de los espacios siendo colocadas en puntos estratégicos, por ello, analizar estas ubicaciones en conjunto con los diagramas de flujo y planos de cada sitio mejorará todo el sistema señalético de los museos y centros culturales.

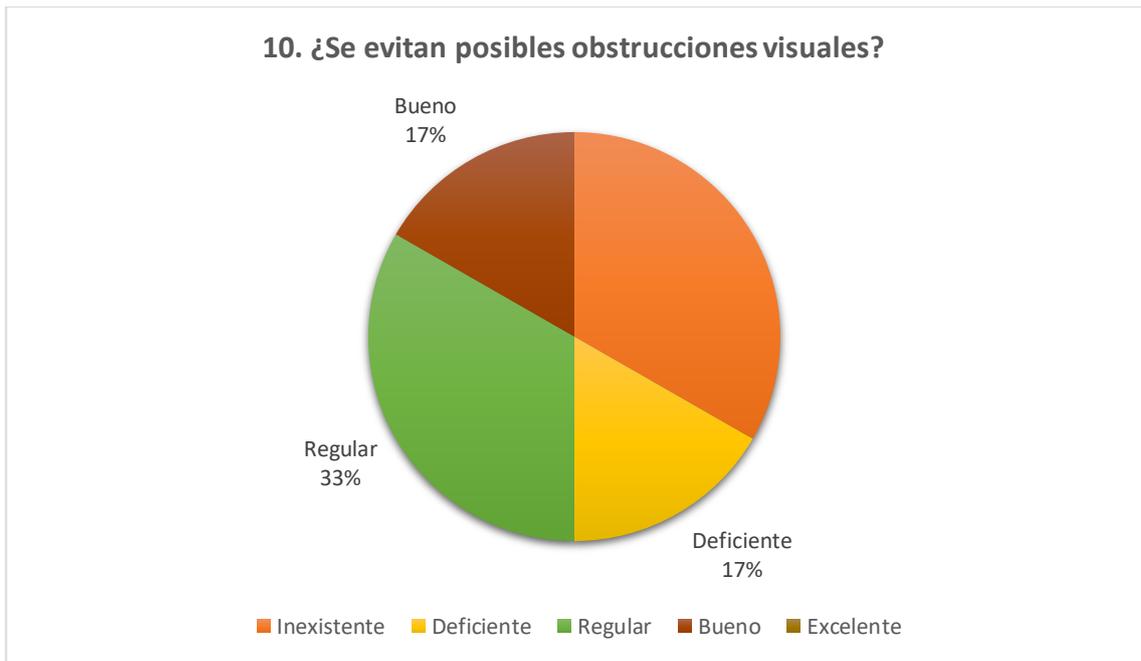


Tabla 23. Pregunta 10.

Análisis

El 50% de los espacios no poseen obstrucciones visuales, siendo señaléticas buenas y regulares en su ubicación respectivamente. El otro 50% corresponde a la señalética deficiente e inexistente, teniendo obstrucciones visuales recurrentes en el recorrido.

Interpretación

Las obstrucciones visuales, así como la ubicación de la señalética son un factor que influye directamente en la funcionalidad del sistema señalético. Estas obstrucciones existentes son en su mayoría causadas por elementos de la naturaleza y la colocación propia de la señalética, por lo que en la propuesta se debe determinar los lugares estratégicos para la misma, evitando que influyan factores externos.

11. ¿El diseño del recorrido guía naturalmente a los visitantes de una exposición a otra?

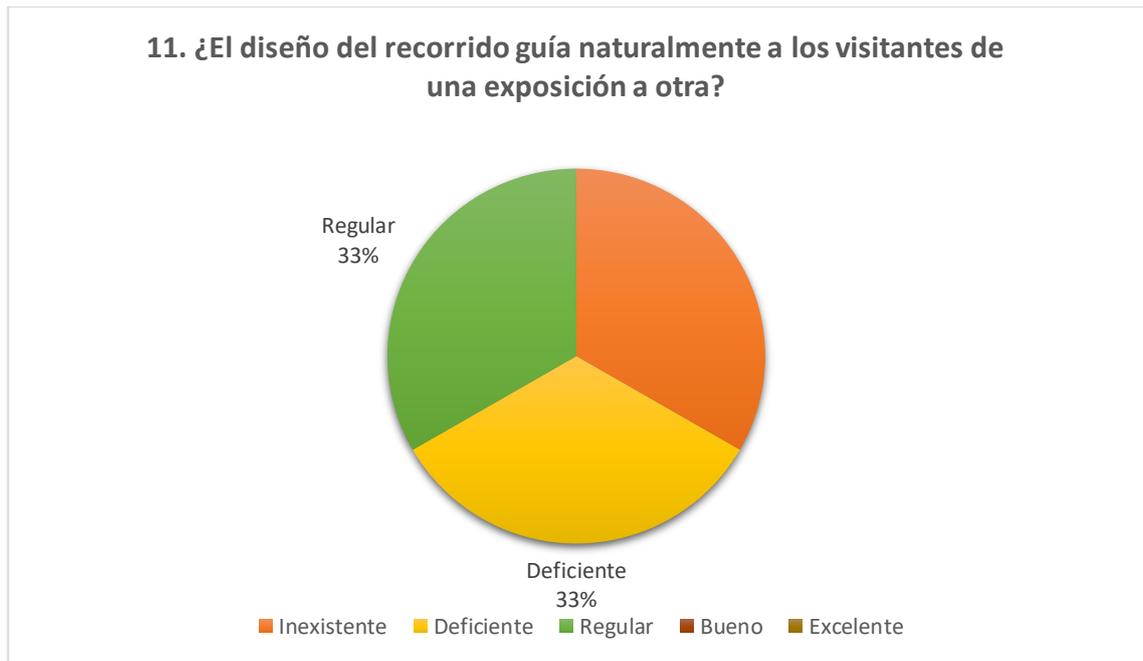


Tabla 24. Pregunta 11.

Análisis

De la muestra, el 66% de los espacios es decir 4 de 6 espacios tiene un recorrido intuitivo de forma regular y deficiente, mientras que 34% es inexistente esta guía natural.

Interpretación

Los museos y centros culturales al ser espacios pequeños, no llega a existir confusión al recorrerlas, sin embargo, en lugares amplios como las quintas al no poseer señales direccionales llega a ser común desorientarse con facilidad.



Tabla 25. Pregunta 12.

Análisis

De todos los museos y centros cultural, el 67% (4 de 6) no poseen señalética en áreas específicas como áreas de descanso, jardines o huertos. Únicamente el 33% (2 de 6) las poseen, pero se forma deficiente.

Interpretación

En la mayoría de los museos y centros culturales, existen áreas específicas que no llegan a ser conocidas por los visitantes por la falta de señalética hacia estas. Además, en espacios como las quintas y el museo de Pasa, es importante resaltar dichas áreas naturales ya que son un factor diferencial, así como formar parte de la identidad propia de la ciudad que comúnmente es llamada “La tierra de la fruta y de las flores”, por ello, mantener esta identidad es fundamental para el sector turístico y su promoción.

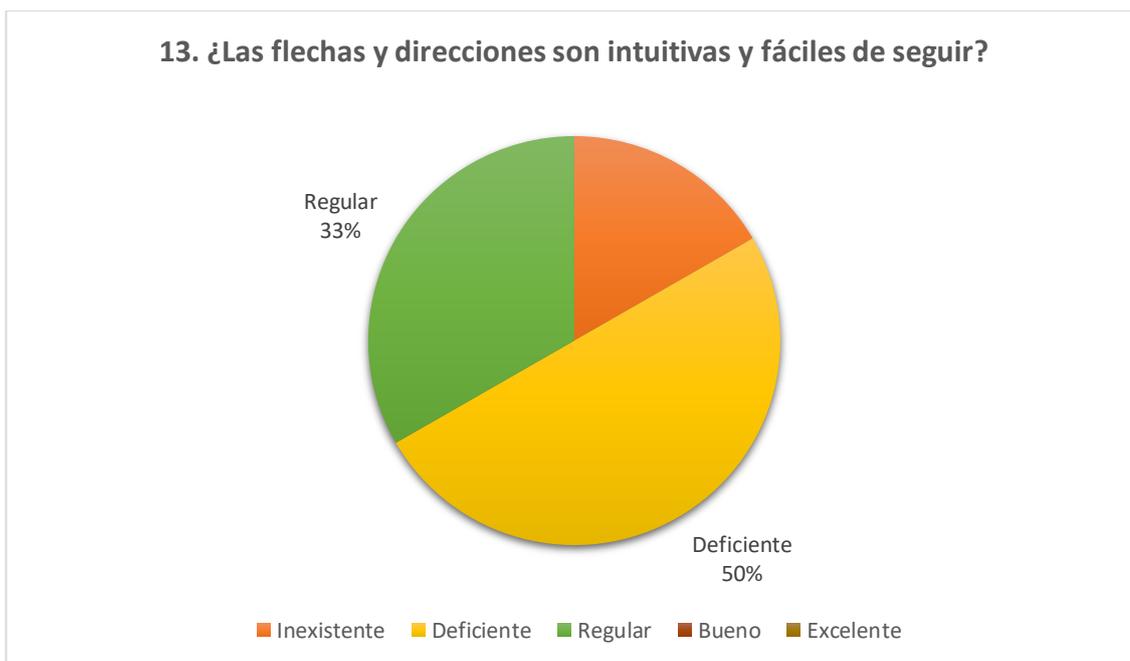


Tabla 26. Pregunta 13.

Análisis

El 33% de señalética direccional y flechas son regulares mientras que en tres de cada seis (50%) museos y centros culturales son deficientes siendo poco intuitivas y, por último, el 17% de la muestra tiene señalética de este tipo inexistente.

Interpretación

Únicamente la casa museo Juan León mera y la quinta de Montalvo tiene señalética basada en flechas y direcciones que funcionan de forma intuitiva, no obstante, el resto tienen escase de las mismas o no posee en su totalidad. Con esto, en el manual señalético propuesto se deberá generar pictogramas con un estilo base que, con su correcta ubicación y aplicación resultarán en un sistema señalético turístico funcional.

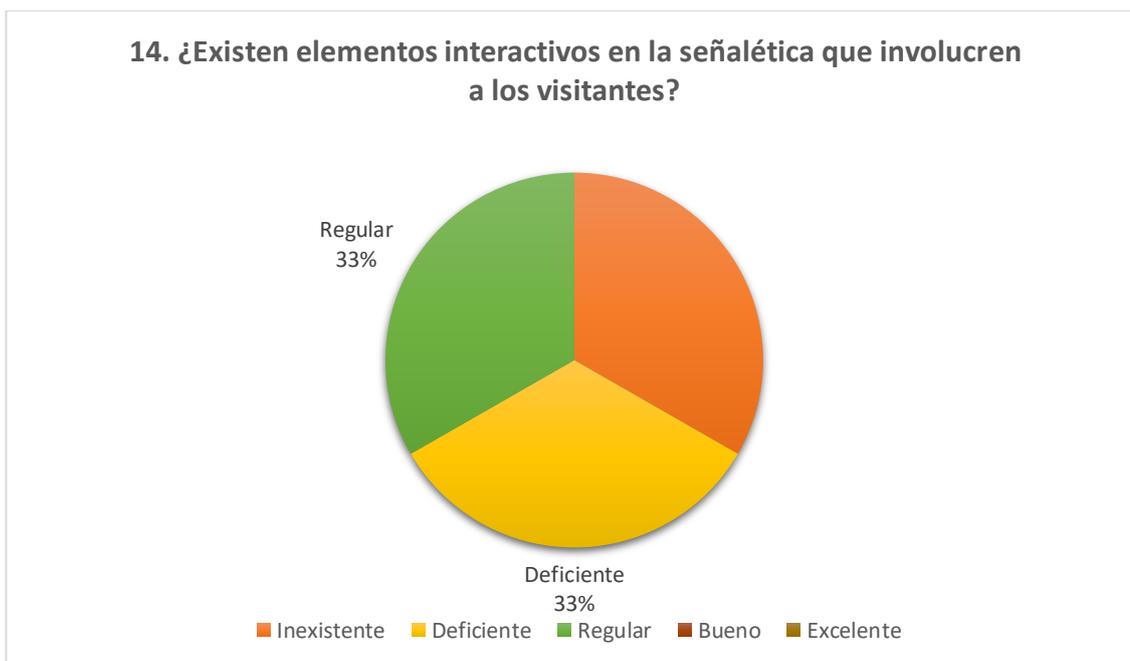


Tabla 27. Pregunta 14.

Análisis

De los museos y centros culturales, el 66% posee elementos interactivos de forma regular y deficiente, a su vez, el 34% no tiene esta clase de elementos en todo el espacio.

Interpretación

Los elementos interactivos encontrados en los espacios son códigos QR, así como tótems con partes móviles que contenían información complementaria de la exposición, sin embargo, cabe destacar que los códigos QR están deshabilitados y las parte móviles de los tótems se encuentran desgastados por lo que resulta difícil la interacción. Además, el 34% es decir 2 de los 6 espacios no posee elemento interactivo de ningún tipo.

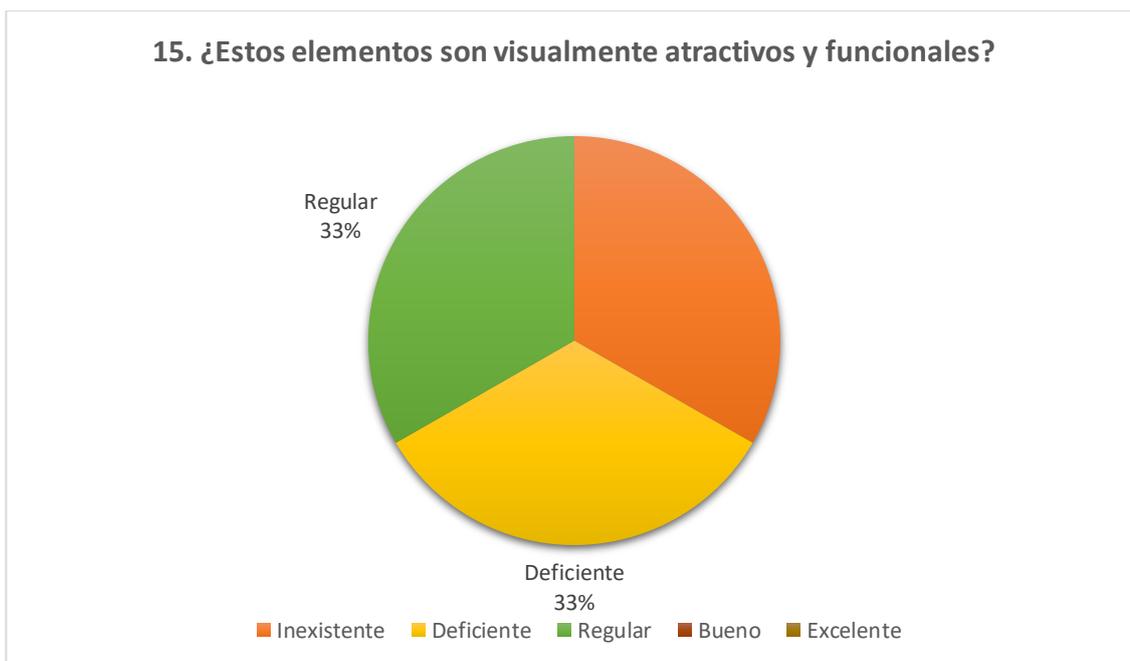


Tabla 28. Pregunta 15.

Análisis

Los elementos interactivos en criterios visuales en los museos y centros culturales de la ruta cultural ambateña son regulares y deficientes con un 33% correspondientemente, no obstante, la inexistencia de estos elementos se encuentra en un 34%.

Interpretación

Los tótems con piezas móviles evidenciadas anteriormente llegan a ser llamativas visualmente, sin embargo, por su deterioro ha hecho que pierda funcionalidad; además de ello, los soportes señaléticos adosados en pisos también generan curiosidad, pero los códigos QR de estos nos redirigen a hostings desactualizados y caducos.

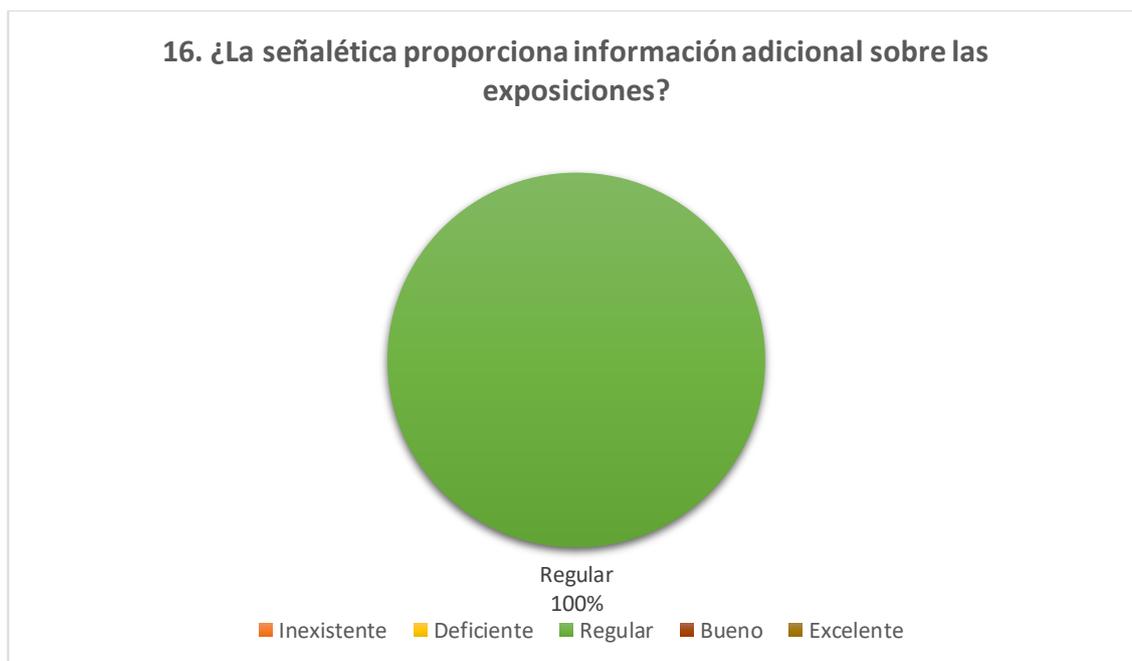


Tabla 29. Pregunta 16.

Análisis

El 100% de la muestra proporciona información adicional sobre las exposiciones presentes de forma regular.

Interpretación

Existe una comunicación regular dentro de los museos y centros culturales sobre las exposiciones, ofreciendo información turística a través de personas guía y material impreso como dípticos o flyers.



Tabla 30. Pregunta 17.

Análisis

De la muestra de museos y centros culturales, el 50% tiene códigos QR deficientes mientras que la otra mitad son inexistentes.

Interpretación

En 3 de 6 museos y centros culturales se ha demostrado que los códigos QR presentes en los espacios no están actualizados, convirtiéndose en elementos interactivos obsoletos, además de evidenciar que no existe implementación de otras tecnologías en estos espacios culturales.

4.6.4. Triangulación concurrente

| Indicadores | Entrevistas | Fichas de observación | Guía de observación con profesional | Conclusión |
|-----------------|---|--|--|--|
| Soportes | Los materiales de los soportes deben ser amigables con el medio ambiente en espacios exteriores mientras que, en interiores recomiendan el uso de sintra o plásticos fáciles de manipular y colocar. Además, las únicas normativas que poseen respecto a señalética es el manual de MINTUR. | Se evidencia la diferencia en el uso de material, siendo los más usados el papel bond y sintra. Su colocación puede llegar a alterar el espacio y hay señalética que pasa desapercibida por su variación principalmente en tamaños y diseño tanto del soporte como en tipografía y contrastes. | La existencia de obstrucciones visuales de la señalética es recurrente en los espacios. Se destaca que la mayoría de señales se encuentran ubicados en lugares lógicos, sin embargo, los contrastes y parámetros tipográficos como leibilidad y legibilidad no tienen consistencia. A su vez, se registra en su mayoría la inexistencia de un directorio u un mapa general de todo el sitio. Entre los materiales utilizados se encuentra el vidrio, la madera, el acrílico, papel bond y sintra. | Los soportes presentes, están compuestos de materiales como papel bond, acrílico, madera, vidrio y sintra que, poseen disparidad de tamaños, tipografías, colores, etc. La señalética puede pasar desapercibida por dicha disparidad y por obstrucciones visuales como señalética antigua y su ubicación. Así mismo, la leibilidad y legibilidad son alterados por dichos aspectos, mismos que, evidencian la inexistencia de un manual señalético propio. |

| | | | | |
|---------------------------|--|---|--|--|
| <p>Información</p> | <p>Los encargados mencionan que, señales de tipo orientativas, identificativas e informativas son las más relevantes debido a que la orientación dentro del propio espacio es intuitiva, pero en los exteriores y alrededores, los visitantes suelen desorientarse o bien preguntan recurrentemente sobre la exposición, especialmente el público joven.</p> | <p>La información dentro del espacio como de la exposición es escasa, así como poco llamativa y pierde la atención de los visitantes. Esto se da por la señalética con poco mantenimiento, en mal estado, con diseño confuso, etc., que provoca falta de legibilidad y leibilidad, así como materiales translucidos que con la luz reflectada complica la lectura, además del uso de párrafos y amplitudes de línea muy extensos.</p> | <p>El profesional indicó que, en los espacios extensos como las quintas, es necesario el uso de señalética exterior de tipo orientativa e identificativa para evitar la desorientación y que el visitante sea capaz de ubicar todos los sitios. Así mismo, recalcó que en las exposiciones no existe señalética informativa que explique brevemente las obras o piezas expuestas, sin embargo, en las cédulas identificativas recomendó el uso de estilo minimalista como se evidencia en el museo de Pasa, ya que este no es invasivo y más bien, se encuentra en armonía con el espacio y la exposición.</p> | <p>Respecto a la información expuesta en la señalética actual, se coincide que, la señalética exterior de tipo orientativas e identificativas son las más escasas y a consecuencia, los visitantes preguntan recurrentemente por ubicaciones o puntos de interés. Así también, las señaléticas informativas en las exposiciones son limitadas o difíciles de leer, por el uso de párrafos extensos y diseños que provocan ruido visual en la exhibición.</p> |
|---------------------------|--|---|--|--|

| | | | | |
|----------------------------------|---|---|---|---|
| <p>Elementos Visuales</p> | <p>Respecto al diseño visual de las señaléticas, todas son manejadas por la Dirección de Cultura y Turismo y por el manual señalético MINTUR.</p> | <p>Dentro de las fotografías adjuntadas en las fichas, se observa que existe una diversidad en el uso de elementos visuales como: el uso de marca ciudad actual y de mandatos anteriores, marca de los propios espacios, isologo del GAD Municipalidad de Ambato, imagen de campaña “Tu mejor experiencia es Ambato” y que, hoy en día, los códigos QR se encuentran deshabilitados.</p> <p>Así mismo, se observó la heterogeneidad presente en pictogramas, tipografías y colores.</p> | <p>La señalética actual de los museos y centros culturales posee elementos visuales poco atractivos y con bastante discordancia en sus usos, utilizando diversas marcas de varias instituciones, así como de líneas gráficas distintas en cada una de ellas, lo cual ocasiona que la identidad visual de la ruta cultural ambateña no se encuentre presente.</p> <p>Igualmente, elementos gráficos o visuales que indiquen áreas específicas como puntos de interés, son casi inexistentes en la mayoría de espacios.</p> | <p>Los elementos visuales de la señalética usan varias líneas gráficas, recurriendo a usar marcas múltiples. De la misma manera, los componentes tipográficos como cromáticos también se ajustan a estas líneas gráficas diferentes.</p> <p>Los diseños de pictogramas son diferentes en cada espacio, algunos de ellos hacen uso de pictogramas recomendados por el manual del MINTUR, mientras que otros son genéricos.</p> |
|----------------------------------|---|---|---|---|

CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1. Descripción general del proyecto

La investigación y recolección de información previamente analizada, ha manifestado la escasa señalética presente en los museos y centros culturales de la ciudad de Ambato, misma que afecta la imagen de estos espacios culturales así como desorientar a los visitantes. A través de fichas de observación, entrevistas y guía de observación con un profesional, se llega a la conclusión que, el sistema señalético actual es rudimentario, siendo concebido como material gráfico empírico y sin poseer un manual o especificaciones que dirijan hacia el correcto uso de la señalética bajo una identidad para los museos y centros culturales.

La señalética actual tiene un deterioro notable y por ello, el proyecto integrador plantea una nueva propuesta señalética a fin de homogeneizar todos estos sistemas gráficos, de forma que ayude a los usuarios a tener un recorrido satisfactorio.

La elaboración de un manual de señalética turística para museos y centros culturales de la ciudad de Ambato, se convertirá en una herramienta que guíe a los encargados de cada uno de los espacios a mejorar la comunicación visual de las exhibiciones presentes, sin afectar la imagen gráfica o causar irregularidades en los soportes o diseños señaléticos.

5.2. Objetivos de la propuesta

5.2.1. Objetivo general.

Diseñar un sistema señalético turístico para museos y centros culturales que logre homogeneizar y guiar a los encargados al uso correcto de la señales y comunicación visual del espacio.

5.2.2. Objetivos específicos.

- Definir una línea gráfica con un identificador visual de la Ruta Cultural Ambateña, que brinde una imagen sólida y visualmente atractiva a fin de ser comprendida por los visitantes de los museos y centros culturales de la ciudad.
- Desarrollar un manual de señalética turístico con el propósito de homogeneizar los aspectos técnicos como tipografía, colores, pictogramas y soportes, para conservar una identidad gráfica única en todos los espacios culturales analizados.
- Describir los parámetros técnicos necesarios para el uso y colocación de señalética en los museos y centros culturales garantizando su efectividad visual y comunicativa.

5.3. Concepto

Concepto

La Ruta Cultural Ambateña es un conjunto de museos y centros culturales dirigidos por la Dirección de Cultura y Turismo del GAD Municipalidad de Ambato.

Ambato, ciudad cosmopolita, ubicada en la provincia de Tungurahua en el centro del país que, detrás posee una gran historia dejando huella en cada ambateño.

Los museos y centros culturales del cantón son la viva representación de la cultura ambateña, con personajes ilustres que demuestran las emblemáticas obras, artes, disciplinas, etc.

Pachano Lalama, Edmundo Martínez, Juan León Mera, Juan Montalvo son algunos de ejemplos de próceres ambateños que han puesto al cantón como una de las ciudades con mayor riqueza histórica.

Es por ello que, la Ruta Cultural Ambateña toma los aspectos esenciales de todos dichos espacios con el objetivo de resaltar la *identidad guaytamba* y así, seguir **recordando nuestra historia**.



⇒ Marca principal



⇒ Elementos gráficos

8-9



Arco de medio punto

- Armonía y estabilidad.
- Presente en la arquitectura francesa del siglo XIX, usada en los museos y centros culturales.



Flecha

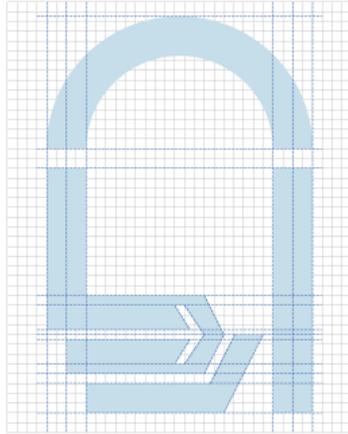
- Dirección y movimiento.
- Psicológicamente, la flecha hacia la derecha representa el progreso y el dinamismo.



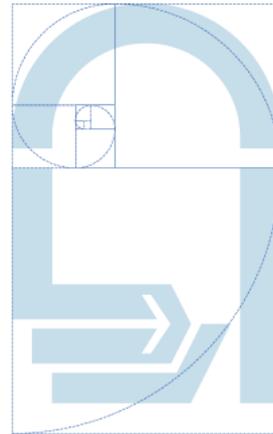
Ruta

- Representando una guía que invita a explorar y aventurarse.
- Tiene siempre un punto de partida y un punto de llegada, significando la ruta cultural ambateña con sus espacios culturales.

Construcción



La construcción de la marca está basada en una *estructura modular*, asegurando su adaptación a diversas aplicaciones.

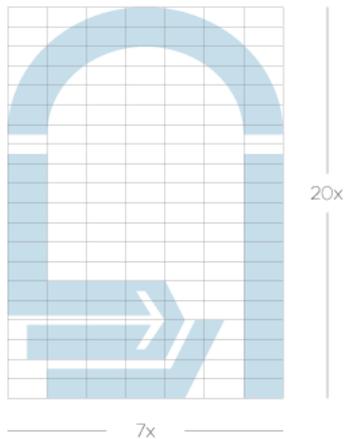


Uso de la *proporción áurea* brinda armonía y fluidez al *isotipo*, siendo un elemento gráfico agradable para el ojo humano.

→ Retícula de construcción

10-11

x =  El valor de X es tomado del ancho el que el isotipo está formado, usándolo como base con un proporción de **7x en su ancho y 20x en su altura**.



Versión vertical



El valor de X en la versión de *imago tipo* vertical, mantiene la proporción **7x de ancho** mientras que, en su **altura cambia a 25,5x** con el uso tipográfico.

Versión horizontal



En el caso de la versión horizontal, el valor de X en la mantiene la proporción **20x de altura** y su **ancho es de 26x** junto con su *tipografía*.

→ Área de respeto



→ Tamaños mínimos



En medios **impresos y digitales** se debe mantener la proporción dada por las pautas antes descritas, por ello, **se recomienda hacer uso de la versión vertical y horizontal**, recurriendo al uso de isotipo únicamente cuando el tamaño mínimo sea de 20mm - 56px (ancho) y 28.5mm - 80px (altura).

→ Tipografía

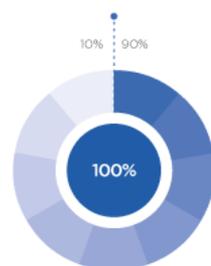
12-13

Gotham

La tipografía usada en ese manual, su identidad gráfica y señalética corresponde a la **fuerza Gotham** con sus respectivas variaciones y familia, desde el estilo light hasta bold. Gotham es una fuente sans serif y no posee remates, denotando simplicidad, siendo una tipografía **versátil, de fácil comprensión y lectura**.

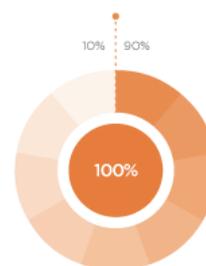
| Light | Medium | Bold |
|--|---|---|
| ABCDEFGHIJKLMNOP OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopq rstuvwxyz 123456789!@#%*() _+ " [] - ' ? | ABCDEFGHIJKLMNOP PQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopq rstuvwxyz 123456789!@#%*() _+ " [] - ' ? | ABCDEFGHIJKLMNOP PQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopq rstuvwxyz 123456789!@#%*() _+ " [] - ' ? |

→ Cromática



Pantone 300C
 Azul - Zafiro
 RGB: 27, 94, 170
 CMYK: 90, 62, 0, 0
 HEX: #1B5EAA

El color **azul** transmite **seguridad y confianza**. En la *norma INEN 439* se especifica que el color azul es utilizado para **indicar una acción obligatoria o dar información**, siendo indispensable en señalética.



Pantone 7577C
 Anaranjado - Mandarina
 RGB: 229, 125, 60
 CMYK: 0, 45, 74, 10
 HEX: #E5733C

El color **anaranjado** se encuentra presente en la norma *INEN 439* e indica **atención, cuidado o peligro**. Complementario al azul, **transmite energía** y se encuentra presente en el turismo relacionándose con el **patrimonio cultural y las artes**.

- **Aplicaciones**

Se recomienda el uso de colores corporativos para sus diferentes aplicaciones en soportes digitales e impresos, de esta forma se genera reconocimiento de marca.



- **Positivo - negativo**

El imagotipo es efectivo tanto en fondos positivos y negativos, representando la simplicidad y haciendo uso de la ley de figura - fondo, siendo un elemento gráfico versátil que permite su adaptabilidad.

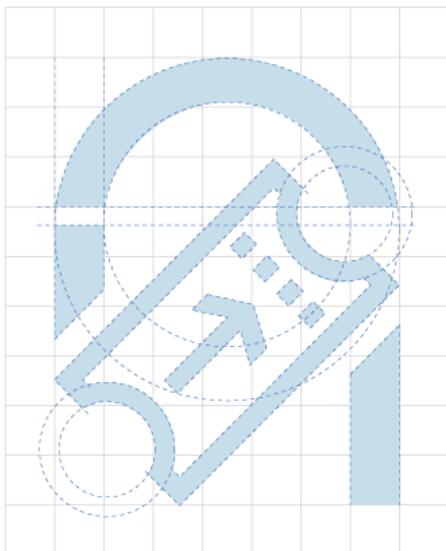


5.3.1. Descripción técnica del producto.

El manual señalético para museos y centros culturales de la ciudad Ambato, se lo concibe como una guía práctica con conceptos base para los espacios según el estudio e investigación realizada, a fin de que sea efectivo en la instalación de nueva señalética siguiendo directrices técnicas, evitando un trabajo empírico.

Para ello, los soportes y la ubicación de los elementos gráficos dentro de los mismos, se encuentra distribuidos en mallas modulares según el tipo de soporte, teniendo los siguientes:

Pictogramas



Los *pictogramas* son una parte esencial en todo sistema comunicacional gráfico, siendo una síntesis gráfica de puntos de interés para el visitante. Por ello, se construyeron pictogramas claves para todos los museos y centros culturales, además de señalética industrial bajo los parámetros de la norma NTE INEN-ISO 3864-1:2013, referente a SÍMBOLOS GRÁFICOS, COLORES DE SEGURIDAD Y SEÑALES DE SEGURIDAD.

Sistema señalético

23

La señalética ayuda a individuos que necesitan información para ser orientados en sus acciones, de tal forma que esta disciplina hace al mundo más comprensible, simple y utilizable. Potencia la calidad de vida y la accesibilidad a las decisiones individuales dentro de una sociedad compleja como la nuestra.

En la cotidianeidad se puede encontrar soportes gráficos que interactúan con el individuo, por ende, todos los elementos señaléticos son indispensables en la movilidad social por su normalización y estandarización. De esta manera, las señales presentes en cualquier ámbito servirán como guías visuales que ayudan al desplazamiento de un lugar a otro.

La propuesta de un sistema señalético turístico para museos y centros culturales para la ciudad de Ambato, refleja los valores y características de todos los espacios involucrados centrándose en cumplir tres objetivos:

- Orientar
- Informar
- Reforzar identidad gráfica

A través de pictogramas, diseño de soportes, así como sus especificaciones para su correcto uso, se impulsará la identidad gráfica de la Ruta Cultural Ambateña a fin de ser memorable para turistas y usuarios.



Orientar

Ayudar a visitantes y turistas a orientarse en el espacio cultural, identificando las salas y puntos de interés.



Informar

Proporcionar información clara y coherente sobre la exposición e historia del sitio.



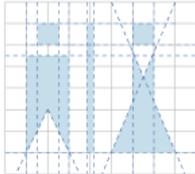
Reforzar identidad

Tener una comunicación visual y elementos gráficos unificados, fortaleciendo la marca en armonía con el espacio.



Construcción de pictogramas

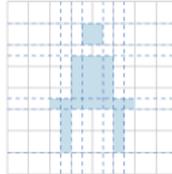
Hombre - Mujer



Baños

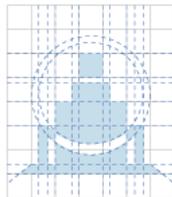


Oficinas

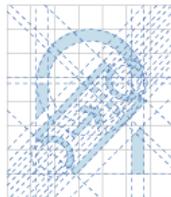


Para el diseño y creación de pictogramas, se hace uso del valor 2X establecido en la marca. Además, se incluyen diagonales con ángulos a partir de 30° y líneas horizontales y verticales para asegurar su correcta proporción y visualización a distancias medias y largas.

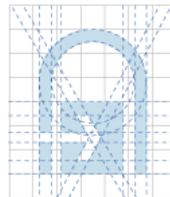
Salas de exposición



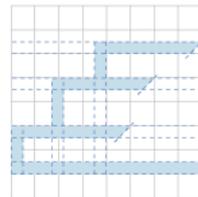
Boletería



Bodega

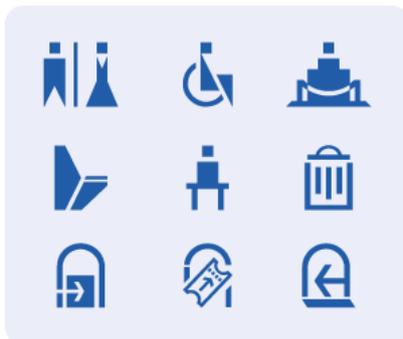


Escaleras



⇒ Pictogramas de puntos de interés claves

Los pictogramas presentados son una base de punto claves encontrados en todos los museos y centros culturales. Los mismos, demuestran la línea gráfica que sirve como pautas para la creación de futuros pictogramas si se requiere. Entre los pictogramas se encuentran: baños, exposición, boletería, salida, etc.

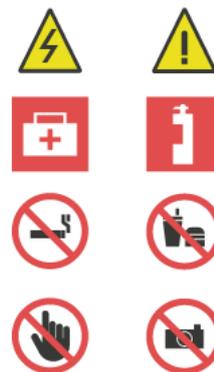


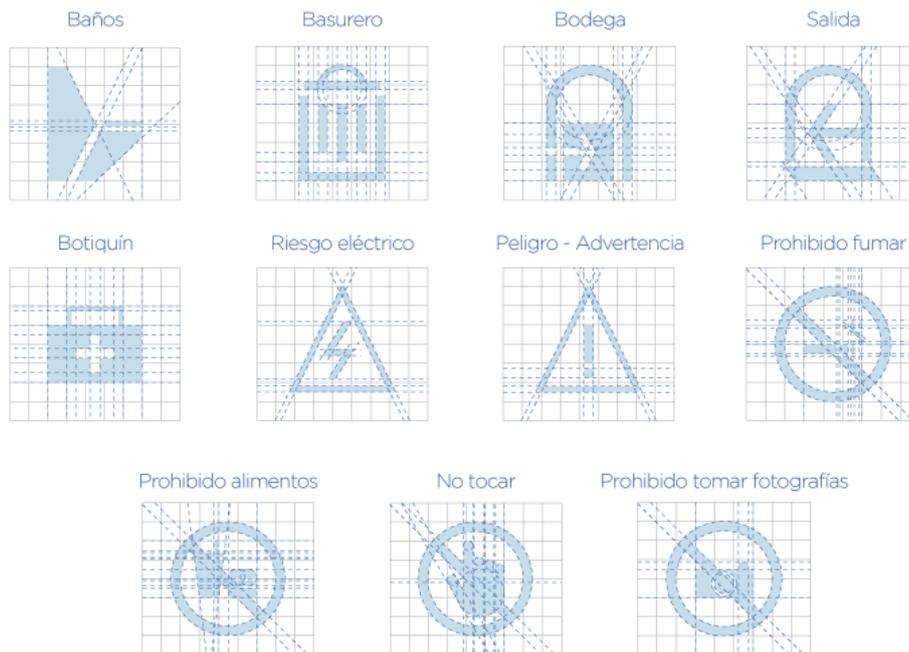
⇒ Señalética industrial

24-25

Las señaléticas de precaución están compuestas por un triángulo equilátero con las esquinas exteriores redondeadas, fondo amarillo y pictograma negro (alto voltaje, riesgo, etc.).

Las señaléticas de prohibición deben ser de color rojo, dispuestas con un círculo y una barra diagonal (ej. no fumar, alimentos, etc.).





Soportes señaléticos

Los sistemas señaléticos son elementos que desempeñan un papel esencial al guiar a los visitantes de manera efectiva en estos espacios específicos, facilitando la navegación entre exhibiciones, salas y áreas temáticas, según cada espacio.

En este contexto, la cohesión estética se convierte en un componente fundamental para fortalecer la identidad visual de los museos o centros culturales, contribuyendo a la creación de una experiencia única y memorable. La accesibilidad también adquiere un valor significativo, ya que el diseño debe considerar la diversidad de visitantes, asegurando la comprensión clara de la información presentada.

Por ello, los soportes señaléticos propuestos están compuestos y diseñados siguiendo la línea gráfica propuesta en la creación de la marca de la Ruta Cultural Ambateña, recurriendo al uso de cromática, tipografía y formas, manteniendo una homogeneidad entre la marca, la información y estructura de los soportes.

También se menciona que, en pictogramas como señalética industrial o de seguridad, deben usar los colores y las características gráficas específicas dadas por las normas INEN.

En el manual, se presentan los soportes necesarios para cada espacio, siendo una guía que no se limita a los parámetros establecidos, si no más bien, ayudan a preservar una imagen sólida, respetando la teoría sobre tamaños y alturas para la correcta funcionalidad de los soportes y la información que contenga.

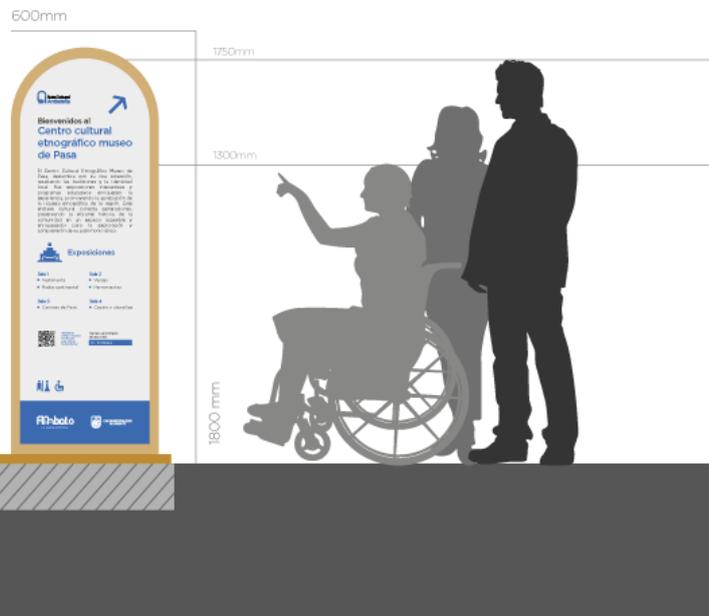
Así mismo, para la colocación de estos soportes se deben realizar diagramas de flujo en cada uno de los museos y centros culturales, para identificar las áreas estratégicas y óptimas para cada señal.

• Preinformativas

Una señal pre-informativa o directorio es un soporte señalético que cumple un papel crucial por **proporcionar orientación y detalles esenciales** para mejorar la experiencia de los visitantes dentro del museo o centro cultural, ayudando a **aclarar información sobre el espacio, comprender la distribución y la ubicación de diferentes salas o áreas.**

Directorio entrada interior - exterior

- Señal de tipo *autotransporte*
- Informativa
- Pictogramas base del sitio
- Ubicado en cada entrada principal
- Material: madera de teca lijada de 5 mm de grosor, placa de aluminio de 2mm con *vinil autoadhesivo de corte.*



• Direccionales

Las señales direccionales en un espacio son **esenciales para guiar de manera eficiente, reducir la confusión** y mejorar la experiencia del usuario, especialmente en sitios extensos como jardines, asegurando una movilidad clara y rápida dentro del entorno.

Direccional para exteriores

- Señal de tipo *autotransporte*
- Direccional, orientativa
- Pictogramas de dirección
- Uso de imago tipo
- Ubicado en puntos estratégicos en todo el recorrido
- Material: madera de teca lijada de 5mm de grosor, placa de aluminio de 2mm con *vinil autoadhesivo de corte.*



Identificativas

Las señales identificativas ayudan a destacar áreas u objetos de interés, a través de códigos visuales y texto legible para todos los visitantes del espacio cultural.



Cédula identificativa interior - exterior

- Señal de tipo adosada
- Informativa
- Uso de imagotipo
- Ubicado en cada sala
- Material: sintra PVC con impresión directa (interior) e impresión UV (exterior).



Identificativa / orientativa sitios interior - exterior

- Señal de tipo adosada
- Identificativa
- Uso de pictogramas
- Ubicado en cada sitio de interés
- Material: Placa de aluminio de 2mm con vinil autoadhesivo de corte.



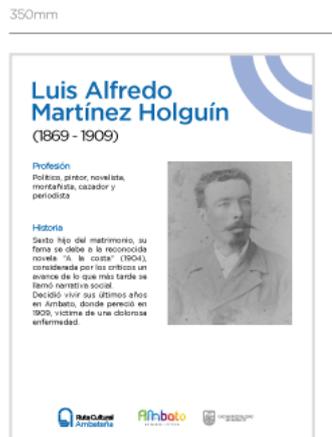
Identificativa puertas interior - exterior

- Señal de tipo adosada
- Identificativa
- Uso de pictograma
- Ubicado en cada puerta de las salas
- Material: Placa de aluminio de 2mm con vinil autoadhesivo de corte.

Informativa

Comunica los detalles esenciales de manera clara y concisa, brindando a los usuarios la información necesaria sobre la historia, pieza, exposición, etc., generando una experiencia positiva en el entorno por medio de la comunicación tanto escrita como visualmente sobria y leible.

En su maquetación, posee un espacio en la parte inferior en la que podrán colocarse marcas como: GAD Municipalidad de Ambato, marca ciudad, entre otras referentes a exposiciones privadas u otros museos según el caso.

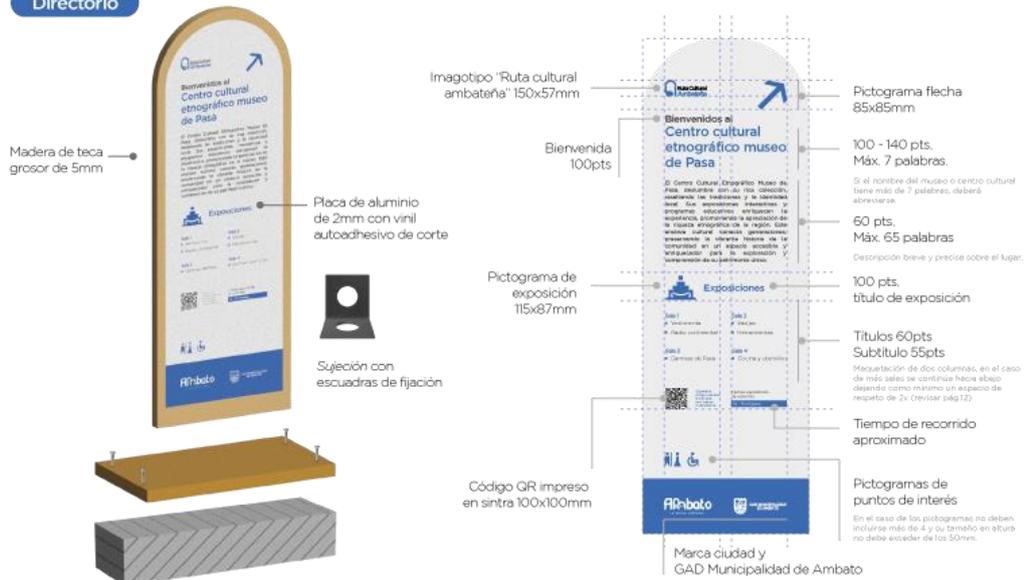


Informativa interior - exterior

- Señal de tipo adosada
- Informativa
- Uso de imagotipo
- Ubicado en cada sala que requiera información de máximo 60 palabras.
- Material: sintra PVC con impresión directa (interior) e impresión UV (exterior).

Modelos tridimensionales / Construcción

Directorio



Especificaciones técnicas

Dentro del Manual de Señalización Turística realizado por el Ministerio de Turismo, estandariza las señales y señaléticas necesarias en atractivos turísticos, rutas, reservas, etc.

En este se especifica los materiales y procesos necesarios para la elaboración de señalética en dos materiales no estandarizados como lo son la madera y la piedra.

Siendo la madera el material usado en la propuesta en el directorio como en la señalética de direccional exterior, se toma los siguientes parámetros para su correcta elaboración y colocación.

Sustrato

El sustrato está constituido por segmentos de madera de teca lijada y tratada con al menos dos manos de aceite de teca de 40mm de espesor, respecto a las dimensiones de la señal.

Plintos

Construido por cubos de hormigón ciclópeo de dimensiones geométricas definidas respecto a la señal y el suelo, este no debe ser visto sobre el nivel del suelo.

Estos serán fundidos in situ una vez se hayan nivelado los paramentos, mismo que tendrá sus dimensiones específicas.

Las dimensiones dependen de factores como la resistencia del suelo y a su vez, es responsabilidad del contratista de presentar una propuesta en el caso de complicaciones en la instalación.

La resistencia del hormigón se someterá a pruebas de resistencia a fin de ser aprobado por el administrador del contrato, asegurando la colocación de la señal.

Pantallas

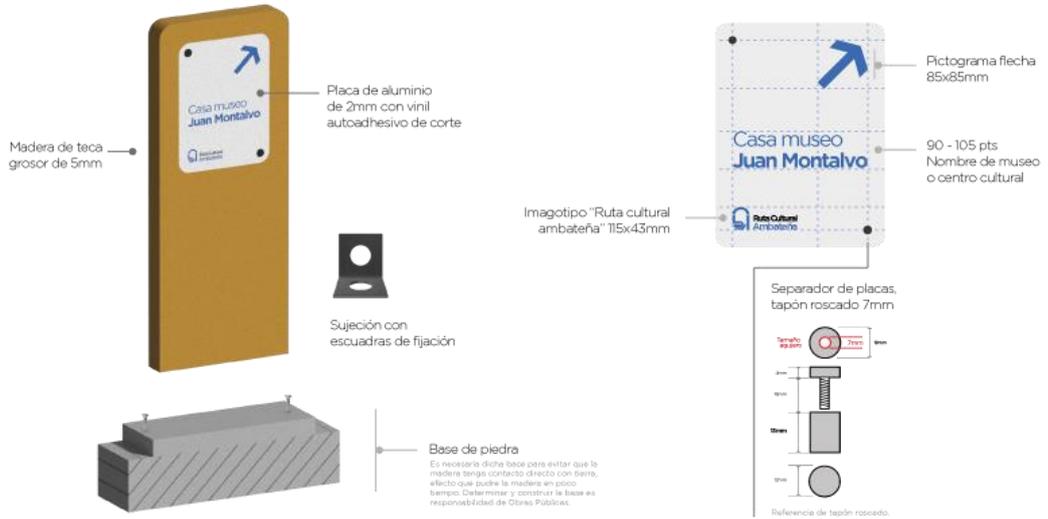
Las pantallas están compuestas por dos partes: la estructura para la unión de los paramentos y el sustrato, siendo unidas con *tirafondos* de 2,5" o 63,55" mm, siendo ocultos con la madera de teca.

Finalmente, el sustrato hecho por tabloncillos de teca deben estar lijados e inmunizados. Así mismo, los bordes del calado deberán lijarse y estar totalmente limpios y sin imperfecciones.

Iluminación

La iluminación se colocará respecto a las condiciones del sitio, de forma que, si se considera el uso de iluminación artificial externa debe tener una altura y distancia apropiada para no afectar a la visibilidad de la señal.

Direccional exteriores



36-37

Especificaciones técnicas

Como se ha manifestado, la información de especificaciones técnicas son dadas por el Ministerio de Turismo, mismos que explican a su vez el uso de la madera y piedra como materiales no estandarizado.

En el caso de la señal correspondiente a direccional exteriores, el Manual de Señalización hace mención a las siguientes consideraciones para su colocación y correcto funcionamiento, preservando el espacio.

Sustrato

El sustrato está constituido por segmentos de madera de teca lijada y tratada con al menos dos manos de aceite de teca de 40mm de espesor, respecto a las dimensiones de la señal.

Plintos

El plinto o sujeción en esta señal, está formada por un hexágono de piedra con medidas de 335mm (ancho) y 600mm (alto).

Al utilizar madera como sustrato, esta debe tener sujeción con la piedra por medio de escuadras de fijación según se considere, a fin de tener un cuerpo fijo dentro la madera y la piedra.

La profundidad del plinto bajo el nivel del suelo es de 400mm, teniendo 200mm fuera del mismo, es decir, una base total de 600mm.

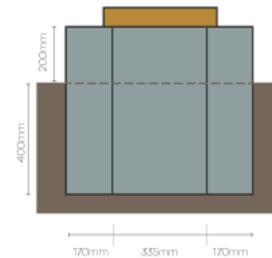
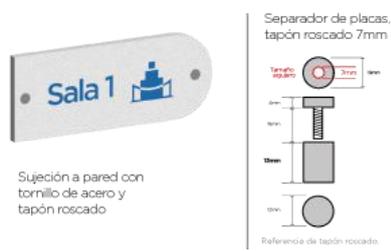


Ilustración tomada del Manual de Señalización del MINTUR (2020)

Informativa



Sujeción a pared con tornillo de acero y tapón roscado

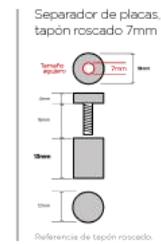


50pts
Año, descripción pequeña

Titulos 30pts
Párrafos 25pts
Máx. 60 palabras
Se recomienda trabajar hasta máximo 5 párrafos con la información más relevante



Identificativas



Recomendaciones para el cuidado y mantenimiento de soportes señaléticos

⇒ Madera de teca

¿Qué es?

La madera de teca es un tipo de madera tropical conocida por su durabilidad y resistencia a las condiciones climáticas adversas. Se ha utilizado tradicionalmente en la construcción de muebles de exterior debido a su capacidad para resistir la humedad, los insectos y la descomposición.

Características

- Durabilidad y resistencia en exteriores e interperie.
- Posee estabilidad dimensional, tiene baja contracción y expansión por los cambios de humedad y temperatura, difícil de deformarse o agrietarse.
- Madera fácil de trabajar y dar forma.
- Es una opción sostenible en soportes señaléticos.

Cuidados y mantenimiento

- Limpieza regular con un cepillo suave o un paño húmedo.
- Evitar el uso de productos químicos abrasivos que puedan afectar a la madera. Se recomienda usar limpiadores suaves o agua con jabón neutro.
- Se debe aplicar aceite de teca al menos una vez al año, dependiendo del clima y deterioro de la señal.
- Si la madera llega a perder su color, deberá lijarse y colocarse aceite de teca para recuperar su estética.
- Si existe una gran exposición solar de la señal, se recomienda hacer uso de protectores UV para evitar la decoloración de la madera de teca.

⇒ Placa de aluminio

¿Qué es?

La placa de aluminio se refiere a un panel o lámina fabricada con aluminio que se utiliza para crear señales informativas, letreros o placas indicativas. El aluminio es un material popular en la señalética debido a sus características beneficiosas, que incluyen durabilidad, ligereza y resistencia a la corrosión.

Características

- Durabilidad y resistencia en exteriores e interperie, sin deteriorarse significativamente.
- El aluminio es un material liviano que facilita su instalación y manipulación.
- Es de montaje fácil y rápido.
- Tiene resistencia a la corrosión, se debe usar en señalética industrial según normas INEN ISO 3864-1:2013.
- Su acabado es pulido y anodizado, dando una apariencia moderna a la señal.
- El aluminio es un material reciclable, convirtiéndola en una opción agradable con el medio ambiente.

Cuidados y mantenimiento

- Limpieza regular con un paño suave y húmedo únicamente con agua.
- Evitar usar productos abrasivos para su limpieza.
- Secar bien la señal una vez limpia, evitando las manchas de agua.
- Si llega a tener un daño, se debe usar cera para automóviles o pulir la señal según el caso, mejorando su apariencia.
- Dar mantenimiento y asegurar de la correcta fijación de los tornillos al menos 3 veces al año.

⇒ Sintra PVC

¿Qué es?

La sintra es una lámina de PVC espumado, y comúnmente se utiliza en la señalética y en la industria de la publicidad para la fabricación de letreros y paneles informativos.

El PVC (policloruro de vinilo) es un tipo de plástico ampliamente utilizado debido a su versatilidad, durabilidad y facilidad de manipulación. La sintra PVC, en particular, se destaca por tener una estructura de núcleo celular con una superficie lisa.

Características

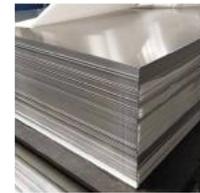
- Es ligero y resistente, facilitando su manipulación, transporte e instalación.
- Es fácil de cortar, perforar, doblar y dar forma.
- Su superficie lisa la hace ideal para la impresión digital.
- Es un material durable y resistente al desgaste natural.

Cuidados y mantenimiento

- Limpieza regular con un paño suave y húmedo únicamente con agua.
- Evitar usar productos abrasivos y solventes fuertes como la acetona, que puede dañar la superficie de la sintra PVC.
- Secar bien la señal una vez limpia, evitando la acumulación de humedad en su núcleo.
- Si llega a tener una exposición prolongada de sol, es necesario colocar una capa de protección UV o laminados para evitar decoloración.
- Se deberá realizar inspecciones regulares, al menos una vez cada mes, examinando si existe deterioro o deformación.



Madera de teca



Placas de aluminio



Sintra PVC

5.3.2. Expresión creativa – puntos clave.

Como primer apartado, se presenta la marca en la cual se especifica su uso con sus respectivas pautas gráficas y aplicaciones en su cromática y tamaños. Estas normas son necesarias debido a que la señalética deberá implementar el imagotipo, con sus variaciones según el caso, en los soportes propuestos respectivamente, evitando el problema de la disparidad de diferentes marcas y estilos gráficos que se encuentran presentes en la señalética.

A partir de ello, el uso de tipografías y colores se lo establece según normas INEN, aspectos técnicos de legibilidad, leibilidad y psicología del color. La tipografía seleccionada corresponde a la familia “Gotham” cuyos rasgos gráficos son simples siendo una tipografía sans serif, misma que es recomendable para el diseño señalético asegurando su comprensión y fácil lectura por parte de los visitantes. Cabe mencionar que, los colores propuestos son complementarios y se encuentran altamente relacionados con la seguridad y la exploración, sentimientos y acciones que debe transmitir la señalética al individuo.

Así mismo, se diseñó un sistema de pictogramas acorde a la identidad gráfica, mismos que se emplean en el diseño de los soportes para mejorar la comunicación visual en todos

los museos y centros culturales. Los pictogramas son una parte fundamental, ya que dichos elementos poseen una relación directa con el usuario o visitante, por lo que facilitará su orientación. Además, estos componentes refuerzan la parte gráfica, siendo una herramienta que posiciona toda la identidad creada.

Tanto en el imagotipo como en los pictogramas, se hace uso de retículas geométricas con remates tanto cuadrados como redondeados generando un contraste entre lo dinámico y lo estable.

Finalmente, los soportes señaléticos se establecen según los requerimientos encontrados en cada espacio como lo son: señales identificativas, informativas y direccionales. Estos soportes poseen características interrelacionadas con la marca, recurriendo al uso de bordes redondeados y remates cuadrados según el caso. Respecto a los materiales, se fusiona el uso de aluminio con la madera y sintra PVC, en algunos casos, ya que al ser espacios patrimoniales, se debe asegurar un poco impacto ambiental y la perdurabilidad de la señal a pesar de condiciones climáticas o paso del tiempo, especialmente en señaléticas fijas como direccionales y orientativas; mientras que, en señaléticas de tipo informativas pueden ser transitorias y removibles con mayor facilidad, siendo adaptables según la exhibición que exista en el espacio.

Igualmente, la ubicación de las señales se encuentra establecida bajo estándares de alturas según el campo de visión del ojo humano, sin embargo, la colocación de los soportes dentro del espacio corresponde a un trabajo de los encargados de los museos y centros culturales o un profesional en museografía y señalética, por lo que en el manual se encuentran los fundamentos.

5.3.3. Propuesta de valor.

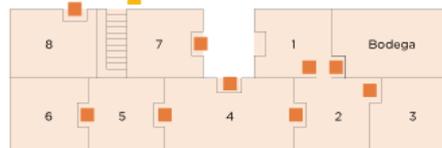
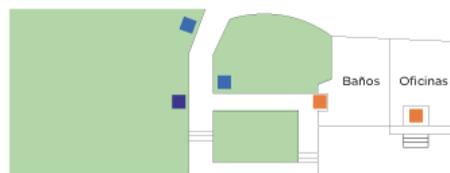
El valor agregado en la propuesta está bajo en concepto “Design for All”, mismo que consiste en la importancia del diseño y cubrir las necesidades de todos los sujetos desde la concepción de un proyecto.

Con este concepto precursor, se examinaron los datos de afluencia de personas que visitan los museos y centros culturales aportados por la Dirección de Cultura y Turismo, los cuales mencionan que, existe un porcentaje de visitantes que poseen discapacidad visual, por ello, la implementación de un código QR que contenga un audio de auto guía

básico impulsará a una mayor accesibilidad e inclusión de personas en museos y centros culturales.

La ventaja de usar códigos QR es la posibilidad de modificarlos a conveniencia, así como ser actualizados según las diversas exposiciones que se presenten a lo largo del año, especialmente en el centro cultural Pachano y el museo pictórico Edmundo Martínez, espacios que poseen exhibiciones temporales de uno a tres meses.

⇒ Casa museo Martínez Holguín



Planta baja



Planta alta

La casa museo Martínez Holguín, es una casa patrimonial ubicada en el Jardín Botánico Atocha la Liria, la cual cuenta la historia de una de las familias más emblemáticas de la ciudad de Ambato, siendo uno de los museos más visitados por la turistas y los propios ambateños, sobre todo en las épocas de carnaval. El plano expuesto está ennumerado por las salas de exposición que posee tanto en el primer como segundo piso, así también se dividen los tipos de señaléticas propuestas a través de la leyenda de colores.

Planta baja

- | | |
|-------------------------|--------------------|
| 1. Comedor | 5. Sala de pintura |
| 2. Sala de estudio | 6. Andinismo |
| 3. Cocina / Despensa | 7. Laboratorio |
| 4. Salón de los abuelos | 8. Sala - cuarto |

Planta alta (1 - 4) Salas de exposición fotográfica

Señaléticas:

- Directorio
- Direccional exterior
- Identificativa / Orientativa sitios
- Identificativa puertas

*Nota: Todas las salas deben hacer uso de cédulas identificativas y señaléticas informativas respectivamente.

Propuesta de valor

Actualmente, el ser humano vive rodeado de tecnología, convirtiéndose una necesidad mantenerse conectados a internet y tener un celular siempre a la mano. En la Encuesta Multipropósito (2019 y 2020) realizada por el INEC, demuestra el incremento del uso de smartphones en la población, siendo una ventaja significativa para brindar experiencias mucho más satisfactorias y completas a lo usuarios al momento de adquirir un producto o servicio.

Con dicha premisa y el análisis del público que visita los espacios culturales, se resalta que la inclusión de personas con discapacidad visual es fundamental.

Los espacios culturales al poseer diversas características, tanto en espacio físico como exposiciones, es importante dar una propuesta de valor que funcione, sea práctica y actualizable según se requiera.

Con ello, la colocación de un código QR con un audio guía en el directorio ubicado en cada entrada de museo o centro cultural, ayudará a recorrer el espacio y entender de mejor manera la historia o exposición presentada.



⇒ Audioguía - audiotour



Casa museo Martínez Holguín

Las ventajas del uso de códigos QR es el hecho de poder actualizarlos con gran facilidad, especialmente al hablar de museos y centros culturales cuyas exposiciones son temporales.

Se recomienda narrar el guion del recorrido con la información más relevante del sitio o exposición, ofreciendo una experiencia auditiva y visual coherente.

Es importante aclarar que el audioguía debe ser una herramienta complementaria a la señalética, más no un reemplazo de la misma, funcionando como un componente extra en la mejora del recorrido del visitante del museo o centro cultural.

Enlace a la página para convertir audios a códigos QR:
<https://me-qr.com/es/qr-code-generator/>

5.3.4. Materiales e insumos y/o productos y servicios.

Al ser una guía y un documento técnico, el mismo se lo elabora de manera impresa, a fin de tener el documento en el sitio, facilitando su distribución y difusión entre los encargados y responsables del espacio cultural así como de personas que intervengan en aspectos de índole señalética.

Tabla 31.

Recursos

| Recursos materiales | Detalle |
|----------------------------|---------------------------------------|
| Institucionales | Universidad Técnica de Ambato |
| | Dirección de Cultura y Turismo |
| Humanos | Tutor |
| | Revisores |
| | Encargados de los espacios culturales |
| | Profesional en diseño gráfico |
| | Diseñador público |
| | Jefe de turismo y patrimonio |
| Tecnológicos | Laptop |
| | Software de diseño: |
| | - Ilustrador |
| | - Photoshop |
| | - InDesign |
| | - Blender |
| Celular | |
| Internet | |
| Impresoras | |

5.3.5. Presupuesto.

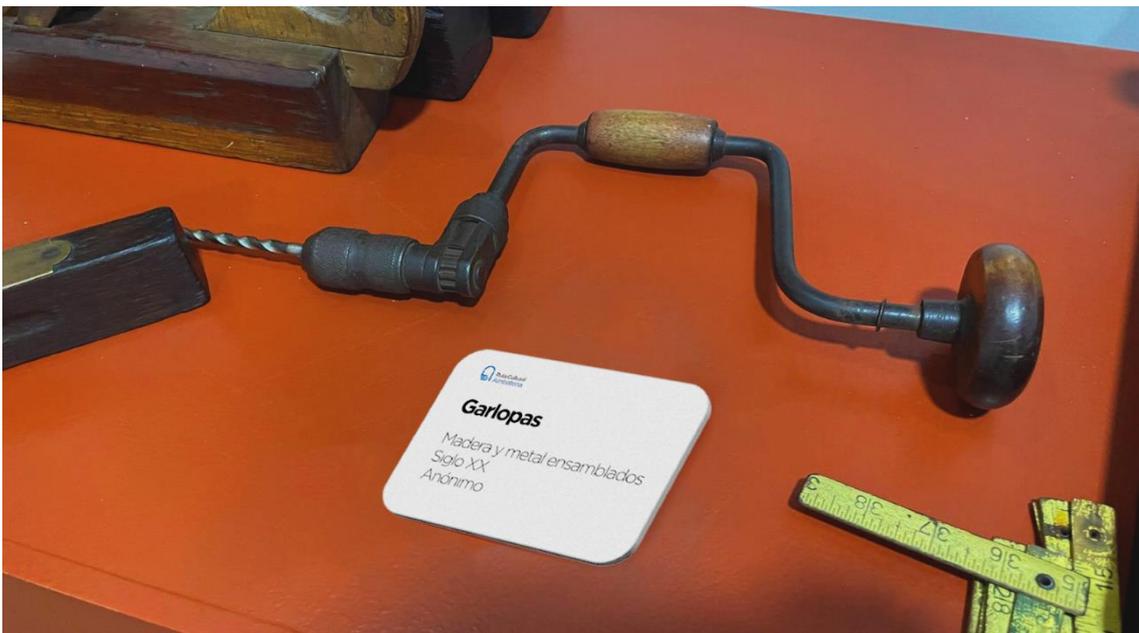
Tabla 32.

Presupuesto

| Producto/Servicio | Valor total |
|---|--------------------|
| Fase teórica | |
| Investigación, documentación y honorarios | \$144 |
| Fase de metodología - investigación | |
| Desarrollo de metodología e investigación preliminar | \$144 |
| Fase de recolección de datos | |
| Fotografías, entradas a espacios culturales y entrevistas | \$200 |
| Visita con profesional | \$54 |
| Fase de investigación de campo | |
| Desarrollo de manual (imago tipo y diseño de soportes señaléticos) | |
| Diseño gráfico (diseño de marca y línea gráfica) | \$800 |
| Diseño de soportes señaléticos y aspectos técnicos | \$450 |
| TOTAL | \$1792 |

5.4. Construcción del prototipo.









Enlace al drive (manual y anexos complementarios):

https://1drv.ms/f/s!Av5Lf4IWzxahziAGGHY--_6ql4yc?e=cjmdSs

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- La señalética es una de las disciplinas del diseño gráfico que se encuentra presente en la vida diaria de todos los individuos. La señalética no solo funciona como una guía básica de orientación, si no también desencadena una experiencia comunicativa de gran valor en el individuo, generando una interacción directa con fines específicos. Con la investigación de fuentes primarias y secundarias, se logró una comprensión a profundidad en el estudio de semiótica y la creación de signos, mismos que impactan a la percepción y movilidad de las personas, concluyendo que la señalética ayuda a mantener un entorno más accesible y funcional adaptados a los usuarios.
- El estado actual de la señalética en los museos y centros culturales de la ciudad de Ambato es deplorable, tanto en sus elementos gráficos y visuales como en la manutención y colocación de las señales, siendo en su gran mayoría caducos y sin mayor innovación o identidad gráfica, demostrando que no existe una base sólida constituida para la implementación de señalética en los espacios culturales investigados.
- Por medio de las entrevistas, se identificó la falta de señales orientativas, identificativas e informativas en todos los espacios, así como establecer pautas respecto a materiales que deben poseer los soportes señaléticos, identificando principalmente el uso de madera, para los exteriores y zonas de áreas verdes como en Jardín Botánico, y sintra PVC por su gran facilidad de colocación, adaptabilidad y manejo dentro del sitio patrimonial.
- A través de la investigación y recolección de información necesaria respecto a la señalética en museos y centros culturales, el diseño de un manual señalético turístico posee las características necesarias para proporcionar información clara y accesible en cada soporte, siendo intuitiva para todos los visitantes, así como reflejar una identidad visual coherente que refleja la riqueza cultural del cantón, siendo una potencial línea gráfica memorable.

6.2.Recomendaciones

- Considerando la importancia demostrada de la señalética como una disciplina dentro del amplio campo del diseño gráfico, se recomienda investigar nuevas tecnologías complementarias que mejoren el rendimiento del flujo y la experiencia de los visitantes de estos espacios, basándose en el público objetivo y su accesibilidad a estas tecnologías.
- Al concluir que la señalética presente en museos y centros culturales de la ciudad de Ambato es deficiente, es necesaria la intervención de nueva señalética que refuerce la movilidad en los espacios, además de su continuo mantenimiento a plazos mensuales y anuales según refiera el espacio, logrando disminuir el ruido visual generado por señaléticas desgastadas y desactualizadas, manteniendo una estética armoniosa entre el espacio y los soportes informativos.
- Con base a las entrevistas realizadas, se sugiere realizar capacitaciones a los encargados de dichos espacios respecto a la importancia de la señalética, mejorando el proceso de colocación de señalética, siendo este mucho más efectivo y coherente.
- Una vez desarrollado el manual señalético turístico para museos y centros culturales de la ciudad de Ambato, se recomienda la integración de sistemas comunicativos inclusivos como braille y la colocación de información en idioma inglés debido a la existencia de los porcentajes de visitantes con discapacidad visual y usuarios de origen internacional. Así también, aplicar el idioma quechua, reforzando la herencia y raíces del cantón, convirtiéndose en un sistema de comunicación inclusivo con visitantes indígenas.
Adicionalmente, se recomienda que de forma progresiva se integre tecnología interactiva que brinde una experiencia en el visitante del museo o centro cultural generando un mayor interés por la ciudadanía en dichos espacios.

BIBLIOGRAFÍA

- Aaker, J. (1996). *Escuela negocios*. Obtenido de Escuela negocios: http://www.escuelanegocios.com.mx/el_exito_producto_es_marca.pdf
- Abreu, J. L. (2014). El método de la investigación Research Method. *Daena: International journal of good conscience* 9.3, 195-204.
- Acero Angamarca, A. E. (2020). Creación del Manual de Señalética para el museo Tsantsa con Rasgos Iconográficos Morfológicos de la Cultura Shuar Sucúa-Ecuador. *Tesis de grado*. UNACH (Universidad Nacional de Chimborazo), Riobamba. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6782>
- Alianza Acción Democrática Nacional. (2 de junio de 2023). *Radiografía Política*. Obtenido de Radiografía Política: https://www.radiografiapolitica.org/docs/plan/1688687081_Mar%C3%ADa_Ver%C3%B3nicaAbad_Rojas.pdf
- Amador Mercado, C. (2021). Tipos de turismo. *Uno Sapiens Boletín Científico De La Escuela Preparatoria No. 1*, 16-17.
- Arguedas, J. M., & Coloma, C. (2001). *¿Qué es el Folklore? según José María Arguedas*. Lima: Instituto Nacional de Cultura.
- Bahls, Á., Krause, R., & Añaña, E. d. (2019). Comprensión de los conceptos de culinaria y gastronomía: una revisión y propuesta conceptual. *Estudios y perspectivas en turismo*, 312-330.
- Calduch, J. (2014). La arquitectura moderna en este escrito. En J. Calduch, *Temas de composición arquitectónica. 1. Modernidad y arquitectura moderna* (págs. 18-19). San Vicente Alicante: Club Universitario.
- Campos y Covarrubias, G., & Lule Martínez, N. E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 45-60.
- Carrión, F. (2000). *CEPAL - Naciones Unidas*. Obtenido de CEPAL - Naciones Unidas: <https://hdl.handle.net/11362/5720>

- Castañeda, A., Alatríste, Y., & González, B. (2020). Concepto, elementos y usos del diseño UX. *Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals*, 511-516.
- Castaño, H. (2016). TURISMO ÉTNICO. Las comunidades indígenas y los atractivos naturales de sur de Colombia. *Revista Intersección: Eventos, turismo, gastronomía y moda*, 61-71.
- CEUPE. (13 de Junio de 2019). *CEUPE maganize*. Obtenido de CEUPE maganize: <https://www.ceupe.com/blog/la-comunicacion-verbal-y-no-verbal.html>
- CEUPE. (16 de mayo de 2023). *CEUPE Maganize*. Obtenido de CEUPE Maganize: <https://www.ceupe.com/blog/turismo-historico.html#:~:text=El%20turismo%20hist%C3%B3rico%20es%20un,de%20diferentes%20culturas%20y%20sociedades>.
- Checa, R. (2019). Taller de introducción. *Niveles de iconicidad*. Universidad de Nariño, Nariño.
- Ciafardo, M., & De Santo, E. M. (2020). Breviario de las leyes de la Gestalt. En M. Ciafardo, *La enseñanza del lenguaje visual: Bases para la construcción de una propuesta alternativa* (págs. 359-373). La Plata: Libros UNLP.
- Costa, J. (1987). *Señalética*. Barcelona: Ediciones CEAC.
- Cuji Miranda, L. M. (2018). Desarrollo de un sistema gráfico de museografía para el museo de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional De Chimborazo. *Tesis de grado*. UNACH (Universidad Nacional de Chimborazo), Riobamba. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/4762>
- Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación. (2019). *Impresión de material promocional*. Contrato, Ambato.
- Domínguez, C., Estepa, J., & Cuenca, J. M. (1999). *El museo: un espacio para el aprendizaje*. Huelva: Universidad de Huelva.
- Dondis, D. (1992). Signos y símbolos. En D. Dondis, *Historia de la comunicación* (Vol. 1, págs. 135-170). España: Raymond Williams Editorial.

- Editorial Etecé. (24 de Enero de 2023). *Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de Enciclopedia Humanidades: <https://humanidades.com/arqueologia/>
- EDUCO. (18 de diciembre de 2019). *EDUCO*. Obtenido de EDUCO: <https://www.educo.org/blog/que-es-el-ecoturismo#>
- El Heraldo. (9 de mayo de 2022). Ambato conserva los museos. *El Heraldo [online]*. Obtenido de <https://www.elheraldo.com.ec/ambato-conserva-los-museos/>
- El Heraldo. (1 de abril de 2022). Señaléticas informativas son fundamentales. *El Heraldo [online]*.
- El Heraldo. (20 de marzo de 2023). Conservan y restauran bienes patrimoniales. *El Heraldo [online]*. Obtenido de <https://www.elheraldo.com.ec/conservan-y-restauran-bienes-patrimoniales/>
- El Heraldo. (25 de junio de 2023). INEC: Ambato con el 43,5 % de empleo adecuado. *El Heraldo*. Obtenido de <https://www.elheraldo.com.ec/inec%EF%BB%BF-ambato-con-el-435-de-empleo-adecuado/>
- El Universo. (9 de diciembre de 2021). A través de una página web, Ambato difunde sus atractivos turísticos. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/a-traves-de-una-pagina-web-ambato-difunde-sus-atractivos-turisticos-nota/>
- El Universo. (27 de septiembre de 2021). Tungurahua presentó campaña para impulsar turismo en la provincia. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/tungurahua-presento-campana-para-impulsar-turismo-en-la-provincia-nota/>
- El Universo. (1 de marzo de 2022). Más de 120.000 personas se estima que llegaron a Ambato por Fiesta de la Fruta y de las Flores. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/mas-de-120000-personas-se-estima-que-llegaron-a-ambato-por-fiesta-de-la-fruta-y-de-las-flores-nota/>
- Erazo Espinosa, J. (16 de marzo de 2023). Dónde están los espacios culturales e históricos en Ecuador. *Primicias [online]*, pág. 1.
- Escandell, M. V. (1996). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Editorial Ariel S.A.

- European Institute for Design and Disability [EIDD]. (9 de mayo de 2004). El buen diseño capacita, el mal diseño discapacita. *European Institute for Design and Disability [EIDD]*, 1-2. Obtenido de EIDD Design for All Europe.
- Expansión. (2019). Ecuador - Turismo internacional. *Expansión*, pág. 1.
- Falconí, L. (18 de febrero de 2023). *Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura*. Obtenido de Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura: <https://observatorio.uartes.edu.ec/2022/11/24/el-dinero-para-la-cultura-presupuestos-del-ministerio-de-cultura-y-patrimonio-en-ecuador-en-el-2022-y-el-2023/>
- Fernández Núñez del Arco, A. K. (2022). Señalética como comunicación visual, para el Zoológico Vesty Pakos de la ciudad de La Paz. *Tesis de grado*. Universidad Mayor de San Andrés, Ciudad de La Paz. Obtenido de <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/31486>
- Figuroa, D. (2019). *Filadd*. Obtenido de Filadd: <https://filadd.com/doc/semiotica-de-peirce-pdf-semiotica>
- GADMA. (13 de diciembre de 2021). El Mejor Producto Turístico lo tiene la Gran Ciudad del Ecuador. *GADMA*. Obtenido de <https://ambato.gob.ec/el-mejor-producto-turistico-lo-tiene-la-gran-ciudad-del-ecuador/>
- Gago, M. P. (2020). *Semiología: de los signos a las mediatizaciones*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Eudeba.
- Gamboa, S. (2000). Museo, museología y museografía. *Biblios: Revista electrónica de bibliotecología, archivología y museología*, 1-4.
- García Mingrone, A. (23 de diciembre de 2022). *Psicología online*. Obtenido de Psicología online: <https://www.psicologia-online.com/que-es-la-ley-de-pregnancia-de-la-gestalt-y-ejemplos-6641.html>
- Gil, L. P. (30 de noviembre de 2020). El proyecto que busca consolidar al Pacífico como destino turístico. *El Tiempo*.
- Gómez, S. (2016). La comunicación. *Salus*, 5-6.

- González Miranda, E., & Quindós, T. (2015). *Diseño de íconos y pictogramas*. País vasco: Campgràfic Editors,.
- Grajales, T. (2000). Tipos de investigación. *On line*, 112-116.
- Guerra Buhadla, M. C. (2017). Diseño de información en espacios de uso público. *Planificación de sistemas de señalización*. Universidad del Mar Iquique, Iquique.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México DF: Mc Graw Hill.
- Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2021). *El nuevo modelo de Gestión de Tungurahua ejemplo efectivo de transformación en Democracia*. Ambato. Obtenido de https://www.tungurahua.gob.ec/images/archivos/transparencia/2020/Agenda_Tungurahua2019-2021.pdf
- Illescas, W. H., Álvarez, S. S., & Romero, L. E. (2015). *Costumbres y Tradiciones en la Provincia de El Oro - Ecuador: Un Enfoque Turístico*. Machala: UTMACH.
- INEC. (2021). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf
- Intelectual, Instituto Ecuatoriano de la Propiedad. (1998). *Ley de propiedad intelectual*. Quito.
- Iñigo Dehud, L. S., & Makhoulouf Akl, A. (2014). Diseño editorial. Manual de concepto básicos. *Diseño editorial. Manual de concepto básicos*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos Facultad de Artes, Morelos.
- Irusta, P. (12 de marzo de 2019). *Pedro Irusta Mendieta*. Obtenido de Pedro Irusta Mendieta: <https://pedroirustamendieta.com/es/tipos-comunicacion-caracteristicas/>
- Jaume, A. M. (2009). El turisme és com el foc. En A. M. Jaume Sureda, *El turisme cultural* (pág. 101). Barcelona: UOC.

- La Hora. (8 de noviembre de 2023). Ambato reactiva su economía con el inicio del Sol de Noviembre. *La Hora* [online]. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/tungurahua/ambato-reactiva-economia-inicio-sol-noviembre/>
- La Hora. (13 de enero de 2023). Municipio instala internet gratuito en espacios públicos de Ambato. *La Hora* [online]. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/tungurahua/municipio-instala-internet-gratuito-espacios-publicos-ambato/>
- Laginha, C., Raposo, D., & Neves, J. (2016). La Escala de Iconicidad en el ámbito de las Marcas Gráficas. En C. d.-S. Sebastián), *Primer Congreso de Diseño Gráfico. Marcas gráficas de identidad corporativa. 2016 Donostia-San Sebastián. Libro de actas.* (págs. 153-160). País Vasco: Libro UPV/EHU.
- Latiesa, M., & Paniza, J. L. (2006). Turistas deportivos: Una perspectiva de análisis. *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, 135-136.
- Lemoine Quintero, F. A., Castellanos Pallerols, G. M., Hernández Rodríguez, N. R., Zambrano Intriago, S. E., & Carvajal Zambrano, G. V. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente, Ecuador. *Retos de la Dirección*, 133-148.
- Libri, M., Tregua, M., Medina, M. J., & Pérez, J. C. (2023). Hacia una revisión sistemática del concepto de turismo patrimonial. *Revista Venezolana de Gerencia*, 369-383.
- Linarez, J. (2008). El museo, la museología y la fuente de información museística. *ACIMED*, 17.
- Lotman, Y. (2003). La semiótica de la cultura y el concepto de texto. *Entretextos*, 121-126.
- Lourés, M. L. (2001). Del concepto de monumento histórico al de patrimonio cultural. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 141-150.
- Maldonado Alcudia, M. C. (2012). *Turismo y Religión*. Ciudad de México: Miguel Ángel Porrúa.

- Maldonado, J. L., Córdova, L. M., & Lema, J. K. (2021). Libro-objeto bi-tridimensional para la enseñanza de los fundamentos del diseño gráfico. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(4), 6558-6576. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i4.784
- Mark, J. (28 de abril de 2011). *World History Encyclopedia*. Obtenido de World History Encyclopedia: <https://www.worldhistory.org/trans/es/1-72/la-expresion-escrita/>
- Martínez Jerez, A. L. (2017). El grado de satisfacción de los visitantes de los Museos del Cantón Ambato Provincia de Tungurahua y su relevancia en el mejoramiento de los Procesos de Gestión. *Tesis de grado*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/24824>
- Medina, P. (2015). Saussure: el signo lingüístico y la teoría del valor. *Las Nubes*, 17.
- Medrano Sánchez, F. J., & Olivares, C. (2019). Señalética. El reto del ecodiseño. *ArDin. Arte, diseño e Ingeniería*, 1-26.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (Junio de 2022). *Sistema integral de información cultural*. Obtenido de Sistema integral de información cultural: <https://siic.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/2022/06/Bolet%C3%ADn-EHLPRACC-14062022.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Ley del Turismo*. Obtenido de Ley del Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DETURISMO.pdf>.
- Ministerio de Turismo. (2016). *Facultades a Gobiernos Autónomos desarrollo actividades turísticas*. Quito. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%C3%BAlense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%C3%ADsticas.pdf>
- Ministerio de Turismo. (17 de Abril de 2019). *Ecuador celebra el Día Nacional del Patrimonio Cultural*. Quito. Obtenido de Gobierno de la República del Ecuador: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-celebra-el-dia-nacional-del-patrimonio-cultural/#>

- Ministerio de Turismo. (2020). *Descubre los museos y centros culturales de Ambato*. Ambato.
- MINTUR. (09 de febrero de 2022). *Turismo.gob.ec*. Obtenido de Turismo.gob.ec: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjsntKCxeqCAxWjmYQIHangAaIQFnoECAoQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.turismo.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2F2022%2F02%2FPlan-Institucional-2021-2025_08_12_2021.pdf&usg=AOvVaw1
- MINTUR. (2023). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.gob.ec/mintur>
- Moral Cuadra, S., & Orgaz Agüera, F. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso . *El periplo sustentable [online]*(31). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008&lng=es&tlng=es
- Moral, S., Cañero, P., & Orgaz, F. (2013). EL TURISMO DE AVENTURA: CONCEPTO, EVOLUCIÓN, CARACTERÍSTICAS Y MERCADO META. EL CASO DE ANDALUCIA. *Turismo e innovación: VI jornadas de investigación en turismo*, 331-332.
- Morales, F. (2012). *Ucipfg.com*. Obtenido de Ucipfg.com: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Practica_independiente/UNIDAD1/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n.docx
- Morales, N. (2015). *Academia.edu*. Obtenido de Academia.edu: <https://www.academia.edu/download/64537756/Investigaci%C3%B3n%20Exploratoria.pdf>
- Moreno Quispe, L. A., Apanza Panca, C. M., Ramirez Altamirano, E. B., & Yauris Polo, W. C. (2023). Señalización turística como sendero interpretativo desde la percepción de la comunidad en Perú. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 412-423.

- Morocho Macas, J. Á. (2021). Diseño de Sistema Señalético para el Centro Cultural Municipal Bernardo Valdivieso de la ciudad de Loja. *Tesis de grado*. Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), Guayaquil. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/56286>
- Morris, C. (1985). Sintaxis. En C. Morris, *Fundamentos de la teoría de los signos* (págs. 43-53). Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Moya, L. (1978). Sobre el sentido de la arquitectura clásica. En L. Moya Blanco, *Tres conferencias de arquitectura* (págs. 8-29). Madrid: Colegio de arquitectos de Madrid.
- Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, 336-337.
- Observatorio Económico y Social de Tungurahua. (2021). *OBEST*. Obtenido de OBEST: <https://obest.uta.edu.ec/wp-content/uploads/2022/03/Analisis-turismo-vacacional-2.pdf>
- Ortega Martínez, E., & Rodríguez Herráez, B. (2007). La comunicación en los destinos turísticos: Percepción de los residentes en España. *El comportamiento de la empresa ante entornos dinámicos: XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM*. , 22-29.
- País, M. A. (2006). El centro cultural. Una puerta abierta a la memoria. *Cuadernos de Antropología Social*, 175-188.
- Pont i Amenós, T. (2010). El lenguaje del cuerpo y el entorno. En T. Pont i Amenós, *La comunicación no verbal* (págs. 25-29). Barcelona: UOC (Oberta UOC Publishing).
- Quesada, R. (2010). *Elementos de turismo. Teoría, clasificación y actividad*. San José: UNED.
- Quezada, Ó. (2018). La semiosfera (2018), de Luri Lotman. *Contratexto*(30), 285-290.

- Quintana, R. (2010). *Diseño de sistemas de señalización y señalética*. Ciudad de México: Universidad de Londres.
- Radford, L. (2006). Semiótica y educación matemática. *Revista Latinoamericana de Investigación en Matemática Educativa RELIME*, 7-21.
- Ramírez, R. (2009). La noción de mediación semiótica en el enfoque constructivista vygotskiana. *Revista Omnia*, 15(1), 70-81.
- Ramírez, Y. (2015). Las fiestas populares tradicionales, reflejo de la identidad cultural de las comunidades. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 1-7.
- Real Academia Española. (2023). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/infraestructura>
- Región Administrativa y de Planificación. (23 de mayo de 2022). *Región Administrativa y de Planificación*. Obtenido de Región Administrativa y de Planificación: <https://rap-pacifico.gov.co/2022/05/el-proyecto-turismo-region-pacifico-le-apuesta-a-un-turismo-informado-con-la-entrega-de-totems-de-senaletica-a-lo-largo-del-territorio/>
- Revista Gestión. (2020). Perfil de turista nacional. (C. MULTIPLICA, Ed.) *Revista Gestión*. Obtenido de Revista Gestión: <https://revistagestion.ec/cifras/perfil-del-turista-nacional/>
- Rojas López, J. J. (2018). La apropiación simbólica del territorio. Una tradición actualizada desde la nueva geografía cultural. *Revista Geográfica Venezolana*, 434-447.
- Romano Reyes, V. A. (2015). Señalética. *Señalética*. Universidad Riviera, Quintana Roo.
- Romero, E. (22 de abril de 2023). *INESEM BUSINESS SCHOOL*. Obtenido de INESEM BUSINESS SCHOOL: <https://www.inesem.es/revistadigital/disenio-y-artes-graficas/wayfinding/>
- Sánchez, M. D. (2005). *Señalética: conceptos y fundamentos: una aplicación en bibliotecas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Alfagrama ediciones S.R.L.
- Saussure, F. (1916). *Cours de linguistique générale*. París: Payot.

- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2009). *Manual técnico para beneficiarios: Turismo de naturaleza*. Guadalajara: Imprejal.
- Secretaria General . (2005). *Ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda, en el cantón Ambato, reformada*. Ambato.
- Signarama. (26 de septiembre de 2023). *Signarama*. Obtenido de Signarama: <https://signaramafranchise.com/es/blog/navigating-the-sign-industry-5-trends-for-2023-and-beyond/>
- Suárez L., E. (1964). Consideraciones sobre el concepto del desarrollo económico. *El Trimestre Económico*, 407-408.
- UNESCO. (2023). *Unesco World Heritage Convention*. Obtenido de Unesco World Heritage Convention: <https://whc.unesco.org/es/list/>
- Universidad Europea. (2 de noviembre de 2022). *Universidad Europea*. Obtenido de Universidad Europea: <https://universidadeuropea.com/blog/ramas-diseno-grafico/>
- Universidad Veracruzana. (2014). *Biblioteca Digital de Humanidades*. Obtenido de Biblioteca Digital de Humanidades: <https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad1/investigacion-tipos.html>
- Vilches, F. (2014). Accesibilidad y comunicación social. En F. Vilches, *Comunicación social y accesibilidad* (págs. 133-148). Madrid: DYKINSON.
- Vitale, A. (2020). *El estudio de los signos: Peirce y Saussure*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: EUDEBA.
- Wong, W. (1991). *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Workana. (30 de marzo de 2021). *Workana*. Obtenido de Workana: <https://blog.workana.com/emprendimiento/ley-de-la-simplicidad-la-teoria-de-la-gestalt-explicada-mejor-que-nunca/>

Yac Az, N. N. (2012). Comunicación escrita como herramienta para un aprendizaje efectivo. (*Tesis de grado*). Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/08/Yac-Nestor.pdf>

ANEXOS

Guion de entrevista.

Entrevista 1.

| | |
|------------------|----------------------------------|
| Encargado | Ing. Zulema Llugsa Cortéz |
| Lugar | Museo pictórico Edmundo Martínez |
| Fecha | 15 de diciembre, 2023 |

Su nombre por favor.

Mi nombre es Zulema Llugsa Cortéz, soy gestora cultural del museo pictórico Edmundo Martínez.

¿Cuántas salas posee el museo?

Habilitadas, salas para exposiciones son cinco salas.

1. De las salas ¿cuántas corresponden a exposiciones permanentes y cuántas son temporales?

Todas son temporales.

¿No existen exposiciones permanentes?

Por el momento no, se está trabajando con una sala memoria, pero todavía está, digamos en proyecto, todavía no se ejecuta.

2. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de estas exhibiciones?

Las mínimas es un mes, máximas son tres.

3. ¿Cuántas exposiciones aproximadamente se realizan al año?

Al año alrededor de unas diez exposiciones.

4. ¿Qué tipo de exposiciones se exhiben en este espacio?

En este espacio netamente es de las artes plásticas.

5. De las señales existentes, ¿cuáles considera usted innecesarias?

La señalética que aquí nosotros disponemos la verdad es escasa.

6. ¿Qué señales considera faltantes en el recorrido?

Nos falta digamos las prohibiciones, de ahí las de direccionamiento y de información no tenemos.

7. Al no existir señalética, ¿Usted considera que los visitantes se pueden guiar en el museo o es complicado ubicarse?

A veces justamente por los baños sí se pierden, tenemos netamente que ser nosotros o la señorita guardia direccionándolos.

- 8. Para el diseño de las señales, ¿Qué tipo de información considera relevante en el espacio físico y exposiciones?**

Necesitaríamos señales informativas y orientativas.

- 9. ¿Existe algún tipo de normativa de rotulación en este museo?**

Lo que está en el manual de señalética turística.

¿Del MINTUR?

Ajá.

- 10. Según su experiencia, ¿qué tipo de materiales, respecto a los soportes señaléticos son de mayor utilidad dentro de este espacio?**

De igual forma basándonos en el manual.

- 11. ¿Cuál es el proceso de la colocación de señalética? ¿cómo se realiza?**

El proceso de colocación una vez identificado qué señalética se va a utilizar y siempre y cuando se tome en consideración el conocimiento del área de patrimonio.

¿Existe un presupuesto para esto o tiene un presupuesto sobre señalética?

No tenemos presupuesto.

¿Y personas encargadas de colocar esta señalética?

Sí, es un departamento de la municipalidad.

- 12. ¿Se dispone de un manual señalético para la implementación de nuevos soportes o señales dentro de este espacio?**

No.

¿Únicamente con lo del MINTUR?

Exacto.

Listo, esas serían todas las preguntas, gracias por su tiempo.

Muchas gracias igualmente.

Guion de entrevista.

Entrevista 2.

| | |
|------------------|--------------------------------|
| Encargado | Lic. Diego Tamayo. |
| Lugar | Centro cultural Pachano Lalama |
| Fecha | 14 de diciembre, 2023 |

Su nombre por favor.

Yo soy Diego Tamayo.

¿Usted es el director del Centro Cultural Pachano?

Administrador.

1. ¿Cuántas salas tiene el centro cultural?

Cinco salas.

2. De estas cinco salas, ¿Cuántas corresponden a exposiciones permanentes y cuántas son para exposiciones temporales?

No, aquí casi la mayoría de las cinco salas las utilizamos para que sean temporales.

3. ¿Cuánto tiempo tienen de permanencia estas exhibiciones?

Un mes dura la exposición.

O sea que existen doce exposiciones al año.

Ajá.

4. ¿Qué tipo de exposiciones se realizan en este espacio?

Aquí se hacen hablemos de acuarela, de óleo sobre lienzo, paisajismo, a veces también hacemos de esculturas como las que están presentes y pintura contemporánea.

5. De las señales existentes, ya hablando del tema señalético, ¿Cuáles considera que son innecesarias?

Las del COVID porque ahorita ya no estamos manejando todo eso.

6. ¿Qué señales considera faltantes?

Sería muy bueno implementarle lo que son guías de evacuación, punto de encuentro, eso es lo más característico porque por ejemplo tenemos aquí un evento y existe un incendio ¿Qué hago yo? No tengo una vía de evacuación que sería muy bueno delimitarla aquí.

7. **Con la señalética presente, ¿Los visitantes son capaces de auto guiarse e identificar todas las áreas del centro cultural?**

Sí.

8. **Para el diseño propiamente de las señales, ¿Qué tipo de información considera relevante tanto en el espacio físico como en las exposiciones?**

Lógicamente ahí sería que, como lo bueno que nosotros tenemos un departamento de riesgos entonces ahí con la señalética que ponen o ahorita también están trabajando en el departamento de cultura para ayudarnos con una señalética.

¿Señalética de qué tipo?

Informativa más que todo.

9. **¿Existe algún tipo de normativa sobre rotulación en ese espacio que usted conozca?**

Únicamente lo que se implementa en todas las casas, museos y centros culturales.

10. **Según su experiencia, ¿Qué tipos de materiales respecto a los soportes señaléticos son de mayor utilidad dentro del espacio que dirige?**

Sintra, ese es el más creo para mí más adecuado porque es fácil de manipular y poner, por ejemplo, aquí tengo uno de metal y es más riesgoso, así que el sintra es el más adecuado.

11. **¿Cuál es el proceso para la colocación de nueva señalética en este centro cultural? ¿Existen personas encargadas? y ¿Cuánto presupuesto hay?**

Claro, tenemos nosotros un presupuesto que no recuerdo su valor, pero están en ese proceso pero aproximadamente son unos \$7.000 para todos los centros culturales, el proceso lo hacen mediante contratación pública que se escoge a una persona que realiza la señalética para todos los espacios dirigidos por el departamento de cultura.

12. **¿Usted dispone de algún manual señalético para implementar estos nuevos soportes o señales?**

El departamento de cultura es el que maneja todo eso, ellos tienen comunicación con lo que es gestión de riesgos y la parte del turismo hablemos de las quintas, entonces siempre tenemos el soporte de turismo y el departamento de cultura.

¿Aquí internamente no se maneja este tema?

No nada, simplemente dependemos del departamento de cultura.

Guion de entrevista.

Entrevista 3.

| | |
|------------------|-----------------------|
| Encargado | Lic. Andrés Venegas. |
| Lugar | Quinta de Montalvo. |
| Fecha | 20 de diciembre, 2023 |

Su nombre por favor.

Mi nombre es Andrés Venegas, recientemente me transfirieron acá a la quinta de Montalvo.

1. ¿Cuántas salas tiene la Quinta de Montalvo?

La quinta de Montalvo cuenta con cuatro salas.

2. De estas salas, ¿cuántas corresponden a exposiciones permanentes y cuántas son temporales?

Todas son permanentes.

¿No existen exposiciones temporales?

No, totalmente permanentes.

3. ¿Qué tipo de exposiciones se realizan? ¿Únicamente de la vida de Montalvo?

Exposiciones de bonsáis, de lo que son pinturas y obras literarias.

4. Ok, de las señales ya existentes, ¿Cuáles considera usted innecesarias?

Más bien faltaría señalética y aunque existen, hay que darle mantenimiento la mayor parte.

5. Entonces, ¿cuáles considera faltantes o inexistentes?

El tema de cédulas, también en los camineros que faltaría rótulos informativos.

¿Más que todo señalética informativa?

Sí, las informativas son las que hacen falta.

6. Con la señalética presente, a pesar de que haga falta mantenimiento ¿Los visitantes son capaces de auto guiarse e identificar todas las áreas de la Quinta?

En la casa museo sí, pero faltaría igual un poco de información.

7. El diseño de las señales, ¿Qué tipo de información considera relevante tanto en el espacio físico como en la exposición?

La información dentro de la casa museo, más que todo de lo que son los objetos más relevantes.

Entre los objetos, ¿Cuáles son los más relevantes?

Puede ser lo que es el escritorio tipo piano, también la fotografía de Ambato antiguo, otro es el tema de la vitrola. Igualmente, en la parte de afuera, el rótulo informativo de la casa.

8. ¿Usted conoce algún tipo de normativa sobre rotulación en esta quinta o museo?

Por el momento no, la dirección de cultura y turismo son los encargados de rotulación.

9. Según su experiencia, ¿Qué tipos de materiales, respecto a los soportes señaléticos, son de mayor utilidad en este espacio?

Los que son amigable con el medio ambiente como madera, 100% madera porque justamente tenemos una certificación.

10. ¿Cuál es el proceso para la colocación de nueva rotulación o señalética en la quinta? ¿Quiénes son los encargados? ¿Cuánto presupuesto existe?

El presupuesto para las quintas sí hay, pero se debe gestionar y para colocar nueva señalética se lo realiza con la dirección de turismo.

11. Por último, ¿Se dispone de un manual señalético para la implementación de nuevos soportes o señales dentro del espacio que administra?

Sí hay un manual, pero eso lo maneja la dirección de turismo, ya que con ese manual está la señalética antigua, aun así es bueno tener una nueva propuesta.

Muchísimas gracias por la entrevista, esas serían todas las preguntas.

Listo, no se preocupe.

Guion de entrevista.

Entrevista 4.

| | |
|------------------|------------------------------|
| Encargado | Lic. Paúl Peralta. |
| Lugar | Casa museo Martínez Holguín. |
| Fecha | 20 de diciembre, 2023 |

Su nombre por favor.

Mi nombre es Paúl Peralta, encargado por el momento de la casa museo Martínez Holguín.

1. ¿Cuántas salas tiene el museo Martínez Holguín?

Por el momento ahorita están abiertas seis salas.

2. De las seis salas, ¿Cuántas corresponden a exposiciones permanentes y cuántas son temporales?

Todas son permanentes, solo una sala que está deshabilitada se utiliza cuando existen eventos.

3. ¿Qué tipo de exhibiciones existen en este espacio?

Todo sobre la familia Martínez Holguín, de los hijos y de la hija.

4. De las señales existentes ¿Cuáles considera usted innecesarias?

A mí me parecen que todas están bien.

5. Entonces, ¿Qué señaléticas hacen falta o cuales considera inexistentes en el recorrido?

Hacen falta algunas porque al momento del ingreso, no existe señalética para saber a dónde dirigirse, usted entra y no existe una señal que explique que acá hay un museo, acá el otro, eso, sobre todo.

Y justamente dentro del museo, ¿Hace falta señalética?

Señalética informativa podría ser.

6. Con la señalética presente, ¿Los visitantes son capaces de auto guiarse e identificar todas las áreas del museo

Dentro de la casa sí, pero en la entrada hacia acá no.

7. Para el diseño de señales, ¿Qué tipo de información usted considera relevante tanto para el espacio físico como para las exposiciones?

Relevantes ninguna creo yo.

¿Considera que está todo completamente informado?

Sí, toda la información está ahí lo que hace falta es la señalética que indique como llegar al museo.

8. Según su experiencia, ¿Qué tipos de materiales, respecto a los soportes señaléticos, son de mayor utilidad dentro del espacio que dirige?

Madera.

9. ¿Existe algún tipo de normativa sobre rotulación en museos y centros culturales que usted conozca?

Me parece que sí hay, pero no lo recuerdo muy bien únicamente en la dirección de cultura tiene esa información, pero aquí propiamente no existe.

10. Con eso, ¿Cuál es el proceso para la colocación de nueva rotulación o señalética en el museo-centro cultural? ¿Quiénes son los encargados? ¿Cuánto presupuesto existe?

Los encargados de toda la señalética es la dirección de cultura y al tanto de lo que yo sé, me parece que sí hay un presupuesto para señalética.

11. Listo y la última pregunta, ¿Se dispone de un manual señalético para la implementación de nuevos soportes o señales para la casa museo?

No, no existe ningún manual.

Ya, esas serían todas las preguntas y agradecerle por su tiempo y la apertura.

Muchas gracias por tomar en cuenta estos espacios.

Guion de entrevista.

Entrevista 5.

| | |
|------------------|----------------------------|
| Encargado | Lic. Juan Pablo Toasa. |
| Lugar | Casa museo Juan León Mera. |
| Fecha | 20 de diciembre, 2023 |

Su nombre por favor.

Mi nombre es Juan Pablo Toasa, encargado y guía del museo de Juan León Mera.

1. ¿Cuántas salas tiene la quinta de Juan León Mera?

Once salas.

2. De esas salas, ¿Cuántas corresponden a exposiciones permanentes y cuántas son temporales?

Todas son permanentes.

¿No existen temporales?

No, justamente tenemos la parte del autorio en el que recibimos turistas e incluso tenemos un video promocional pero con esto de la pandemia no se lo ha venido realizando con normalidad, pero sí está habilitado, por ejemplo se usa para los diferentes eventos, ahí se suelen cambiar las señoritas candidatas a reinado que suelen participar.

3. ¿Qué tipo de exposiciones hay en este espacio?

Museográfico, es la vida e historia de Juan León Mera Martínez como de su descendencia.

4. De las señales ya existentes, ¿Cuáles usted considera innecesarias?

Todas son necesarias.

5. En tal caso, ¿Cuáles considera faltantes o inexistentes en este espacio?

Aquí lo que nos faltaría un poco es en cuanto a las orientativas sobre todo en la parte del jardín, por ejemplo tenemos este tótem que indica el sendero hacia el río pero no existe más señalética que guíe todo el recorrido y aproximadamente son unos 800 metros, tal vez uno a la mitad y al final puede ser, eso nos faltaría.

6. Con la señalética presente, ¿Los visitantes son capaces de auto guiarse e identificar todas las áreas que tiene?

Claro, por ejemplo, nosotros disponemos de folletos que entregamos a los señores turistas y este nos ayuda a recorrer también la casa, además tenemos dípticos y adicional un mapa y la guía turística de forma general de la provincia de Tungurahua, lo entregamos para que puedan orientarse. También tenemos, aunque de momento no está habilitado, el hosting con el recorrido 360°.

7. Para el diseño de señales, ¿Qué tipo de información considera relevante tanto en el espacio físico como en las exposiciones?

Sobre todo, las orientativas en la parte del jardín y las informativas en la parte de la casa museo.

8. ¿Existe algún tipo de normativa sobre rotulación en estos espacios?

Por supuesto, estos están amparados en el MINTUR que justamente conlleva todas las áreas para respetar incluso con el uso de madera para que vaya en total armonía con todo el espacio.

9. Según su experiencia, ¿Qué tipos de materiales, respecto a los soportes señaléticos, son de mayor utilidad dentro del espacio que dirige?

Existe un plástico que aparenta ser madera, ya que al estar expuesto al clima y al tiempo entonces la madera se suele dañar muy pronto.

10. ¿Cuál es el proceso para la colocación de nueva rotulación o señalética en la quinta? ¿Quiénes son los encargados? ¿Cuánto presupuesto existe?

Exactamente, todo es canalizado a través de la dirección de cultura o sea que se hace un proceso, la adquisición y la ubicación netamente de las cédulas identificativas lo hacemos nosotros pero los postes, tótems lo hace directamente la contratación con la dirección y el presupuesto no es solamente para esta área, es para todos los museos y centros culturales y estaba creo que estaba alrededor de \$30.000.

11. ¿Se dispone de un manual señalético para la implementación de nuevos soportes o señales dentro del espacio que administra?

Sí, pero todos esos documentos los posee la dirección de cultura, por ejemplo, en algunos espacios para la colocación tuvieron que poner una base sólida y eso se canaliza con la dirección de obras públicas, entonces en el presupuesto se inmiscuyen todas las áreas involucradas del proceso.

Listo, muchas gracias por responder las preguntas y la disponibilidad del tiempo.

Con mucho gusto.

Guion de entrevista.

Entrevista 6.

| | |
|------------------|---|
| Encargado | Lic. Paúl Peralta. |
| Lugar | Centro cultural etnográfico museo de Pasa |
| Fecha | 20 de diciembre, 2023 |

Su nombre por favor.

Yo me llamo Paúl Peralta y también soy la persona responsable del museo de Pasa.

1. ¿Cuántas salas tiene el museo de Pasa?

Siete salas.

2. De estas salas, ¿Todas son exposiciones permanentes o existen temporales?

No, todas son permanentes.

3. ¿Qué tipo de exposiciones hay en las salas?

Hay de vasijas, la de oficio que es acerca los instrumentos que usaban para agronomía, también tenemos la sala de costura donde se exhiben las camisas, tenemos la primera radio continental, la vestimenta, la sala de cocina.

4. De las señales existentes, ¿Cuáles considera innecesarias?

Más bien hace falta bastante señalética.

5. ¿Qué señales considera faltantes o inexistentes en el recorrido?

Sobre todo, hace falta señalética de cómo llegar al museo de Pasa, únicamente se llega al parque, pero no se sabe cómo llegar al museo e internamente bien.

6. Con la señalética presente, ¿Los visitantes son capaces de auto guiarse e identificar todas las salas del museo de Pasa?

Las personas adultas sí, ya conocen bastante sobre el museo, pero de ahí personas jóvenes no, siempre preguntan acerca de las salas y la historia de Pasa, los objetos que se exhiben, y generalmente no se suelen perder.

7. Para el diseño de señales, ¿Qué tipo de información considera relevante tanto en el espacio físico y en las exposiciones?

Se podría trabajar con las señaléticas direccionales, aunque no es tanto porque es un espacio pequeño y el directorio con información de las salas en la entrada del museo.

8. ¿Conoce usted algún tipo de normativa sobre la rotulación en museo de Pasa?

No, ninguna.

9. Según su experiencia, ¿Qué tipos de materiales, respecto a los soportes señaléticos, son de mayor utilidad para el museo de Pasa?

No hay un material en específico.

10. ¿Cuál es el proceso para la colocación de nueva rotulación o señalética en el museo-centro cultural? ¿Quiénes son los encargados? ¿Cuánto presupuesto existe?

No he averiguado si existe presupuesto para eso, pero el proceso de lo hace con la dirección de cultura, nosotros solo hacemos un oficio y ellos son lo que dan paso al proyecto.

11. ¿Se dispone de un manual señalético para la implementación de nuevos soportes o señales dentro de ese espacio?

No, ninguno.