



Universidad Siglo 21.

Trabajo Final de Grado

Proyecto de aplicación profesional

Licenciatura en Diseño Gráfico

Sistema señalético para institución especializada
en actividades educativas y eco sustentables.

Caso: Córdoba Gilwell Park.

Prinzi, Antonella

Ciudad de Córdoba

-2018-





Mis sinceros agradecimientos a la institución y los profesores por acompañarme en mi formación académica, a Sonia y Daniel por abrirme las puertas de su organización y un especial agradecimiento a mis amigos y mi familia, por su apoyo incondicional.

El presente proyecto es un Trabajo Final de Grado de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Siglo 21, Córdoba, Argentina.

Este trabajo está destinado a colaborar con el campo Córdoba Gilwell Park, proyectado a futuro como reserva natural, brindándole los recursos necesarios para mejorar su funcionalidad e imagen. Para ello se estableció como prioridad las necesidades de sus visitantes y la preservación del planeta.

Las herramientas que el Diseño Gráfico nos brinda fueron utilizadas para reforzar el mensaje de concientización ambiental del campo, informar sobre las especies autóctonas y promover el cuidado de las mismas.

This project is the final work for the Graphic Design degree at the Siglo 21 University, Córdoba, Argentina.

This work is intended to collaborate with Córdoba Gilwell Park, projected into the future as a natural reserve, providing the necessary resources to improve its functionality and image. For this matter, the needs of its visitors and the preservation of the planet were established as a priority.

The powerful tools of the Graphic Design were used to reinforce the message of environmental awareness of the field, to inform about the native species and to promote the care of them.

Índice



5

Tema

Introducción
Justificación
Antecedentes
Objetivos

27

Marco metodológico

Metodología a utilizar
Esquema del proceso elegido



9

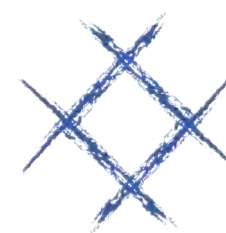
Marco referencial

Movimiento Scout	Parques naturales
Evolución del MS	Surgimiento de los parques naturales en Argentina
Historia del MS en Argentina	Categoría de las áreas protegidas en Argentina
Grupos Scouts Católicos	Parques y reservas en Córdoba
MS en Córdoba	
Gilwell Park	

34

Desarrollo del trabajo

Definición de los problemas	Organización del sistema señalético
Jerarquización de los problemas	Realización de identidad
Acopio de información	Realización de señales finales
Análisis de soluciones previas externas	Elección de materiales
Briefing	Diseño de las fichas técnicas
Creatividad	Proyecto lúdico
Conceptualización del programa	Etapa presupuestaria



18

Marco teórico

Introducción
Parques y tipologías
Comunicación
Comunicación visual
Información
Diseño
Diseño gráfico
Identidad visual
Señalética
Diseño para informar y educar

118

Conclusiones

Anexo
Bibliografía



Tema

**Sistema señalético para institución
especializada en actividades
educativas y eco sustentables.**

Caso: Córdoba Gilwell Park.





Introducción

El presente trabajo se trata de un proyecto de aplicación para la Licenciatura en Diseño Gráfico, en el cual se brindará un plan de identidad y señalética para favorecer la circulación por el lugar y el cuidado y uso adecuado de los recursos naturales de Córdoba Gilwell Park.

Córdoba Gilwell Park es un área de 70 hectáreas, ubicada en las sierras de Córdoba, en la localidad de Valle Hermoso. Esta área está bajo el cuidado de la ONG "Aprender haciendo" y está destinada a la realización de campamentos scouts y actividades eco sustentables.

Con el fin de realizar piezas gráficas adecuadas para el lugar, originales y didácticas, se co-

menzará investigando los recursos naturales que posee el parque y cómo deberán cuidarse para su correcto uso y aprovechamiento. Por otro lado, se analizará si la gente que lo visita posee claridad en su recorrido o necesita una guía para orientarse y desplazarse por el lugar.

A través del diseño gráfico se buscará apoyar los objetivos de la ONG, generar conciencia ambiental y fomentar la asistencia a este tipo de lugares, la conexión con la naturaleza y el cuidado de nuestros recursos naturales. Esto se logrará mejorando la imagen del lugar y haciéndolo más funcional con señales orientativas y educativas.

Justificación

La elección del tema surge de la decisión de realizar un trabajo para contribuir con la causa de alguna organización sin fines de lucro. Mediante una investigación de las ONGs existentes en Córdoba, se descubre la existencia de Córdoba Gilwell Park, la cual lucha por la preservación de las áreas naturales y las especies autóctonas de la provincia.

Al tratarse de una organización nueva, no cuenta con un departamento de diseño gráfico y su único medio de comunicación es su página de Facebook, en la cual su foto de perfil y portada son imágenes del parque ya que no posee isologotipo.

Los dueños del campo y del proyecto organizan distintos eventos educativos y recreati-

vos en el lugar y se encargan de guiar a las visitas por el mismo ya que no tiene marcado el camino.

Este trabajo busca proveer a la organización de identidad gráfica y de un sistema de gráficas de entorno, teniendo como objetivo principal promover el cuidado de los recursos del lugar y simplificar el recorrido para los visitantes que desconocen el predio.

A través del diseño gráfico se buscará guiar y educar a los transeúntes en sus visitas. Estas gráficas de entorno deberán adecuarse al lugar en el que irán colocadas y a todo tipo de públicos, por lo que se hará uso de un lenguaje simple y universal (lingüístico y pictográfico).

Antecedentes

Desde siempre, el hombre tuvo la necesidad de dejar señales o marcas para orientarse en el espacio. En la prehistoria, instintivamente dejaban objetos o marcas a su paso para guiarse o guiar al resto. Este marcaje fue el inicio de la señalética. (Costa, 1989, pág. 34)

A medida que se fueron complejizando los entornos y creciendo la movilidad social, el hombre comenzó a tener cada vez más necesidad de crear señales estandarizadas y univer-

sales. Allí surge el lenguaje simbólico, el cual debe ser comprendido por todos, unívoco, preciso e inmediato. (Costa, 1989, pág. 34)

Hay innumerables ejemplos de sistemas señaléticos en áreas protegidas. La mayoría de ellos poseen señales orientativas y mapas, cuya función es guiar a la gente dentro del lugar, marcándoles el recorrido; y señales descriptivas que buscan informar acerca de los recursos que allí se encuentran.



Objetivos

Objetivo general

Orientar, concientizar y educar a los visitantes sobre la importancia de cuidar los recursos naturales del campo a través de un sistema de señales orientativas e informativas.

Objetivos específicos de investigación:

- Describir los valores, misión y visión de la organización.
- Indagar acerca de las prioridades de la organización.
- Describir al entorno y a sus recursos naturales.
- Indagar acerca de las características de los recursos a describir.
- Analizar los puntos clave del lugar.
- Describir el público que asiste al lugar y cuáles son sus motivaciones.
- Describir la comunicación actual de la organización.
- Diagnosticar el estado/ grado de la problemática estudiada.
- Analizar las necesidades de preservación de esos recursos y cómo puede el hombre darles un correcto uso para protegerlos.
- Analizar soluciones existentes a problemas similares.
- Indagar sobre los materiales disponibles y sus características.
- Indagar en los datos que el productor necesitará que estén presentes en la ficha técnica.
- Analizar si el prototipo cumple con los objetivos planteados.

Objetivos específicos de aplicación:

- Comunicar la personalidad y objetivos de la organización.
- Solucionar el problema de forma innovadora y atractiva para el público.
- Proveer a la organización de una identidad visual.
- Concientizar a través de recursos gráficos acerca de los efectos que tiene la acción del hombre sobre este entorno.
- Crear un circuito señalizado, en el cual los visitantes puedan recorrer los puntos principales del lugar, sin necesitar la presencia de un guía.
- Desarrollar un programa de gráficas de entorno que oriente a los usuarios y los eduque acerca de los recursos existentes en el parque.
- Utilizar un código universal, predominantemente icónico, mediante pictogramas.
- Proponer actividades atractivas para el público que refuercen el efecto de concientización de las señales del entorno.
- Crear una imagen coherente, con unidad en todas las piezas.
- Asegurarse que la producción y colocación sean realizadas correctamente.
- Determinar si los resultados son los esperados.



Marco Referencial

En el siguiente marco referencial se comenzará por describir el movimiento Scout y su historia a nivel mundial y en Argentina.

Luego se hará un breve relato acerca del significado de "Gilwell Park" y su historia.

A continuación, se dará la definición y clasificación de parques naturales y su historia, a nivel mundial y en Argentina. Finalmente, se describirán los parques y reservas más importantes de Córdoba.





Movimiento Scout

El movimiento Scout es un movimiento educativo, conformado por niños, jóvenes y adultos, que comparten los valores Scout, los cuales están plasmados en la promesa y ley Scout. Son personas solidarias y comprometidas con la educación y la construcción de un mundo mejor, a través del respeto por los derechos humanos y por el medio ambiente.

Trabajar por el bien común a través de actividades recreativas y atractivas para todas las edades, combinando la diversión con la educación. Se hace hincapié en el trabajo en conjunto y en la participación activa de todos los miembros. Es una institución formadora de opinión, en la cual se le da un papel muy importante a la libertad y al respeto.

Este movimiento va actualizando sus métodos a medida que se producen cambios en la sociedad, siendo lograr un impacto positivo en ella, uno de sus principales objetivos. Algunos de sus principales temas de interés son la lucha contra la drogadicción, la paz, la educación, la integración y la conservación del medio ambiente. (www.scout.org)

“Hay más de 40 millones de Scouts, jóvenes y adultos, mujeres y hombres, en más de 200 países y territorios. Más de 500 millones de personas han sido Scouts, incluyendo prominentes personas en todas las áreas.” (www.scout.org/es/node/9691)

Evolución del Movimiento Scout

Según relata la página Scouting (<http://www.scouting.org/>), el movimiento Scout surgió a fines del siglo XX de la mano de Robert Stephenson Smyth Baden-Powell, un oficial de ejército británico. Él descubrió que sus tropas no contaban con los conocimientos en primeros auxilios, ni de supervivencia al aire libre. Por ello, decidió enseñarle sus habilidades de supervivencia y liderazgo a través de un manual, al que denominó "Ayudas para el Escultismo".

Al descubrir que su manual resultó de interés para los niños, quienes lo usaban para jugar a los exploradores, Baden-Powell decidió realizar un campo experimental en 1907. En él reunió a 20 niños en la isla de Brownsea, Inglaterra, donde estuvieron durante 12 días. En ese campamento se formaron patrullas, se realizaron juegos y se enseñaron técnicas de supervivencia al aire libre.

A comienzos de 1908, publicó un libro llamado "Escultismo para muchachos", el cual tuvo tanto éxito que los jóvenes de distintos países empezaron a formar patrullas por su cuenta, tomando el nombre de "Boy Scouts" y así el Movimiento Scout comenzó a crecer.

Al año siguiente, se realizó una reunión Scout en la que asistieron más de 10000 jóvenes. A ella también asistió una tropa de niñas, eran exploradoras. Al poco tiempo había un gran número de chicas exigiendo que se creara un Movimiento Scout femenino. Este movimiento, fue creado en 1917 y se llamó "Guías Scout". Al tiempo Baden Powell escribió el libro "Libro de la Muchacha Guía".

En 1910 realizaron el primer censo al Movimiento Scout, que dio una totalidad de 108000 miembros, de los cuales más de 100000 eran jóvenes. (<http://scouts.org.uk/about-us/history/>)

Durante la Primera Guerra Mundial, los Scout ayudaron a Inglaterra de muchas maneras, una de ellas fueron las patrullas que reemplazaban a los guardavidas en las costas.

En la Segunda Guerra Mundial realizaron más tareas, eran mensajeros, bomberos, recolectores de basura, entre otros. Al terminar la guerra, el número de Scout había aumentado.

En 1916 se crean las "Manadas de lobatos", grupos Scout para niños de 8 a 11 años, para iniciarlos en su vida scout.

En 1920 se hizo el primer "Jamboree", una reunión mundial de Scout, en Londres. En ella se reunían tropas de 21 países para celebrar la unión y compartir sus ideas. Ese día se nombró a Baden Powell como Jefe Scout Mundial.

En 1922 se crean los grupos "Scout Rover", para los jóvenes que debían dejar el movimiento al cumplir sus 16 años. Logrando así seguir ampliando los rangos de edad de sus miembros.

En el siglo XXI el Movimiento tuvo una gran reforma en su programa, con un cambio de logotipo, uniforme y formación. En 2007 se celebraron los 100 años del movimiento y se realizó el Jamboree número 21.

Baden Powell murió en 1941, pero dejó un gran legado. Y a pesar de que el movimiento se ha ido actualizando a través de los años, sus valores y objetivos siguen siendo los mismos que los fomentados por él. Sembró sus enseñanzas en muchos países, a los cuales viajaba para mantenerse en contacto con los Scouts de todo el mundo. Antes de morir, les escribió una carta a los Scout en la que les decía: "Traten y dejen este mundo un poco mejor de cómo lo encontraron". (<http://www.scouting.org/>)





Historia del Movimiento Scout en Argentina

Según la página Scout argentina (<http://www.scouts.org.ar/>), los encargados de difundir el Movimiento Scout en Argentina fueron ingenieros ingleses que trabajaban en los ferrocarriles de Buenos Aires. Ellos habían leído "Escultismo para muchachos" de Baden Powell y comenzaron a crear Grupos Scouts en los colegios, cuarteles de bomberos y comisarias, entre otros lugares.

Los primeros campamentos se hicieron en la provincia de Buenos Aires en 1909. En abril de ese mismo año, Baden Powell visitó el país y realizó una conferencia sobre el Movimiento Scout, la cual impulsó la formación de una Comisión Organizadora del Movimiento Scout en la Argentina.

En 1910 Cristian Russel, comisionado, crea el primer Torneo Scout. Y eso motivó la formación de nuevos grupos.

En 1912 se crea la Asociación de Boy Scouts Argentinos, cuyo presidente fue el Dr. Francisco P. Moreno. Su función era organizar el Movimiento Scout en el país e integrar a todos los niños y jóvenes de la República, contagiándoles el espíritu Scout. Al poco tiempo se nota gran interés, por parte de los jóvenes, en las actividades de los grupos.

A fines de 1917 se declara a la asociación como Institución Nacional, y al tiempo, se invita a aquellas organizaciones, cuyos objetivos y tareas sean similares a la de los Scout, a participar de la asociación.

En 1922 la Asociación de Boy Scouts Argentinos ingresa a la Oficina internacional de Londres, comenzando a participar en las Conferencias Scouts Mundiales.

A continuación se describirá la promesa y la ley Scout de Argentina. (<http://www.scouts.org.ar/>)

Ley Scout

1. El/La Scout ama a Dios y vive plenamente su Fe.
2. El/La Scout es leal y digno/a de toda confianza.
3. El/La Scout es generoso/a, cortés y solidario/a.
4. El/La Scout es respetuoso/a y hermano/a de todos.
5. El/La Scout defiende y valora la familia.
6. El/La Scout ama y defiende la vida y la naturaleza.
7. El/La Scout sabe obedecer, elige y actúa con responsabilidad.
8. El/La Scout es optimista aún en las dificultades.
9. El/La Scout es económico/a, trabajador/a y respetuoso/a del bien ajeno.
10. El/La Scout es puro/a y lleva una vida sana.

Promesa Scout

Yo (.....),
por mi honor PROMETO
hacer cuanto de mí dependa
para cumplir mis deberes para
con Dios, la Patria, con los demás y conmigo mismo,
ayudar al prójimo
y vivir la Ley Scout.

Grupos Scouts Católicos

En los años 20 se empiezan a crear los Grupos Scouts Católicos en parroquias y colegios, organizando campamentos en las mismas parroquias.

En 1937 el cardenal Copello reconoce la creación de la Unión Scouts Católicos Argentinos, cuyo presidente fue el Gral. Ezequiel Pereyra.

Al poco tiempo se habían creado muchos grupos nuevos en Buenos Aires y comenzaron a instalarse en las parroquias del interior de país.

La semana Scout es celebrada por los Scouts católicos en el mes de septiembre de cada año. (www.scouts.org.ar)

Movimiento Scout en Córdoba

Según la página de Scouts de Argentina (www.scouts.org.ar) actualmente hay 107 grupos Scout en la provincia de Córdoba, de los cuales 43 son de Córdoba Capital.





Gilwell Park

Gilwell Park Scout Activity Centre es un parque situado en Londres, el cual ofrece 44 hectáreas de bosque, actividades y campamentos. Su valor histórico radica en que es el hogar y camping del Movimiento Scout y es visitado por grupos de todo el mundo.

Cuenta con un grupo de instructores encargados de organizar las actividades. (www.scoutadventures.org.uk/centre/gilwell-park)

Eventos

- Reuniones nacionales e internacionales.
- Entrega de Certificado Real a los Scouts de la Reina, evento en el cual estos jóvenes son huéspedes de la asociación.
- Campamentos internacionales de fin de semana para los viajeros y aquellos interesados en asistir a las reuniones internacionales allí realizadas. Se realiza una vez al año y suelen participar entre 400 y 500 Scouts.
- Campamentos internacionales de patrulla.
- Campamentos especiales para Scouts de extensión.
- Competencias Scout nacionales de cocina
- Celebración del día del lobato.

(www.scouting.org/programs/cub-scouts/parents/activities)

Historia

Según narra la página web británica "The scouting pages" (<http://www.thescoutingpages.org.uk/gilwell.html>), el primer propietario registrado, del terreno que hoy pertenece al Campo Scout, es John Crow, quien llamó a su tierra "Gyldiefords".

En 1422 figura como propietario Richard Rolfe, aunque se desconoce el año en que se cambió la titularidad del mismo. Rolfie decidió cambiar su apellido a Gillrolfes (Gill viene del inglés antiguo y significa cañada). Cuando éste falleció se dividió el terreno en dos partes: Gran Gilwell y Pequeño Gilwell (well viene del inglés antiguo Wellas y significa primavera), "Cañada de primavera".

En 1754 el inglés William Skrimshire compró varios terrenos, incluidos Gran y Pequeño Gilwell. Y en 1771 esa tierra se vendió a Lenord Tresilan, quien compró más terrenos adyacentes años más tarde, llegando a poseer 34 hectáreas.

Esta tierra cambio de propietarios muchas veces, hasta llegar a manos de William Gibbs en 1858, quien por falta de dinero terminó descuidando el terreno.

A fines de 1918 Boden Powell pidió conseguir dos terrenos: uno para que los Scouts de Londres tengan donde acampar sin tener que hacer largos viajes, y otro donde se pueda capacitar a dirigentes Scouts. William De Bois MacLaren, un comisionado escoces, se ofreció para comprar este terreno para los Scout.

Al año siguiente esta propiedad fue comprada por la Asociación scout, y con los años fueron comprando propiedades adyacentes para ampliar el terreno.

En el primer tiempo, todos los fines de semana los grupos Scout y Rovers acampaban allí para poner en condiciones el lugar, abrir caminos y limpiar los árboles caídos.

El 25 de julio de 1919 se realizó la inauguración oficial de Gilwell por la Sra. MacLaren y concurren alrededor de 700 Scouts.

Durante la segunda guerra mundial, el campo fue confiscado por el gobierno y utilizado como cuartel. Luego fue devuelto a los exploradores, quienes tuvieron que volver a trabajar para dejar el campo en condiciones.

Parques naturales

Los parques y reservas naturales son territorios protegidos por los gobiernos, lugares de mucho interés paisajístico, histórico o arqueológico.

La creación de estos parques puede obedecer a diferentes motivos según la página web Libre Naturaleza (<http://librenaturaleza.galeon.com/>). En primer lugar, en conmemoración de hechos históricos. También como lugares recreativos, en los que los visitantes pueden disfrutar de la naturaleza virgen, ya que no se permite la explotación de recursos ni actividades que perjudiquen el entorno.

Las reservas nacionales o naturales no tienen fines recreativos, sino científicos, donde los investigadores analizan la flora y fauna del lugar. Suelen ubicarse en las inmediaciones de los parques nacionales.

Historia

Según la página Libre Naturaleza, en 1872 se fundó el primer parque nacional de la historia: el Parque Nacional Yellowstone, ubicado en Estados Unidos. El territorio abarca 8983 km².

En 1890 se crearon otros parques también en Estados Unidos, en California: el Parque Nacional de Yosemite y el Parque Nacional de las Secoyas. Actualmente Estados Unidos cuenta con 58 parques nacionales.

El primer parque nacional de África fue creado en 1898: Parque Nacional Kruger (debe su nombre a su fundador y presidente de la antigua República Sudafricana, Paul Kruger). Actualmente continúa siendo el parque más popular de Sudáfrica, y el National Geographic cataloga a su fauna y sus infraestructuras turísticas como las mejores del continente.

En el momento de su creación, muchas especies estaban extintas o en peligro de extinción debido a la caza indiscriminada. Pero gracias a la protección del área, esta situación se logró invertir, llegando incluso a multiplicar la cantidad de individuos de muchas de esas especies. En la actualidad, habitan este parque 801 especies (entre aves, mamíferos, reptiles y anfibios).

A partir de ese momento, comenzaron a crearse parques y reservas nacionales en todo el mundo; algunos en terrenos aislados y otros en espacios verdes en medio de áreas muy pobladas.

Surgimiento de los parques naturales en Argentina

En 1903 el Dr. Francisco P. Moreno donó 7500 hectáreas al Estado, (territorio que hoy es el Parque Nacional Nahuel Huapí) con la intención de mantener intactos los recursos del lugar, como la Cordillera Austral. Así fue como, en 1922, surge el primer parque nacional de la Argentina, al que se llamó Del Sur.

Se decretó que en ese territorio estaba prohibido talar árboles, matar animales y toda acción que afecte los recursos del lugar.

En 1909, en Misiones, a través de una ley nacional, se creó la reserva de las Cataratas. Años más tarde, en 1934, se nombró como Parque Nacional Iguazú. Junto con este parque se creó la Dirección de Parques Nacionales (actualmente conocida como Administración de Parques Nacionales), el primer organismo nacional de América Latina, cuya función es proteger los espacios naturales y lograr un equilibrio entre esto y el desarrollo regional y del turismo. (<http://www.eco-sitio.com.ar/node/327>)





Categoría de las áreas protegidas en Argentina

Con la nueva ley de Parque Nacionales surge la categorización de áreas protegidas. Por ello, en 1980 se sanciona la ley de Parque Nacionales, Monumentos Naturales y Reservas Nacionales. A su vez se empieza a darle más importancia a la educación ambiental, a la conservación de estos lugares y al fomento del turismo y de la investigación.

Según René R. Marconi, en su artículo de la página Ecositio, en la actualidad un 4,9% del territorio nacional son áreas protegidas (nacionales y provinciales).

A medida que la cantidad de áreas protegidas crecía, se fueron creando nuevas categorías:

- Reserva natural estricta o científica: no se permite la presencia del hombre.
- Parque nacional o provincial: aquellas áreas que son muy representativas por sus paisajes, sus recursos, su flora y fauna. No son estrictas, por lo que se permite la actividad del hombre.
- Monumento natural nacional o provincial: posee uno o varios elementos naturales muy significativos; los cuales pueden ser algunas especies, yacimientos arqueológicos, paisajes únicos, etc. Se permite la actividad del hombre.
- Reserva natural manejada o Santuario de flora o fauna: son aquellas áreas creadas para proteger un hábitat o especies específicas. Se permite la actividad del hombre.
- Paisaje protegido: áreas que buscan proteger aquellos paisajes seminaturales o culturales de gran relevancia. Se permite la actividad del hombre.
- Reserva de recursos: zonas deshabitadas en las que se investigan sus posibilidades de explotación.
- Reserva natural cultural: son aquellas zonas habitadas por comunidades aborígenes que no están dispuestas a cambiar sus hábitos y costumbres.
- Reserva de uso múltiple: estas reservas aceptan un bajo grado de transformación para la producción y mantenimiento de los recursos.

- Reserva de biosfera: biomas naturales, ecosistemas únicos. Se permite la actividad del hombre.
- Sitio de patrimonio mundial: aquellas áreas valiosas que son conservadas por su belleza e importancia mundial. Se permite la actividad del hombre.

Parques y reservas en Córdoba

Córdoba es una provincia que posee una gran diversidad de paisajes y es muy rica en recursos, de los cuales muchos poseen también un valor histórico. Por todo ello tiene muchos ambientes naturales de gran atractivo turístico, a continuación, se describirán las más populares según la página del gobierno de Córdoba (www.cba.gov.ar) y la página del turismo de Córdoba (www.turismocordoba.com.ar).

Parque Nacional Quebrada del condorito

Este parque, creado en noviembre de 1996 (ley 24.749), se encuentra al oeste de la provincia. Tiene una superficie de 37344 hectáreas y fue cedido a la Nación en 1995. Surge de una propuesta de profesionales de la Universidad Nacional de Córdoba, de naturistas y de organizaciones no gubernamentales; quienes buscaban la protección y conservación del lugar y de la población de cóndores que la habitan, que en esa época estaban en peligro de extinción.

Esta área posee una elevada altitud respecto a la gran llanura que la rodea y un gran flujo de especies andinas y patagónicas. La más característica es el cóndor, y su avistaje es el principal atractivo turístico del lugar. En la actualidad existen programas que buscan reintroducir cóndores en lugares donde están extintos, pero la población se encuentra estable.

Además del cóndor, sobre balcones naturales de rocas, se pueden observar cerca de cuarenta especies: el Halcón Peregrino y el Cóndor Real son algunas de las más populares.

Otro de sus atractivos es La Pampa de Achala, planicie ubicada a

2000m de altura, una cabeza de cuenca que capta las precipitaciones que terminan formando las nacientes de importantes ríos de la provincia. Este lugar es habitado por unas 30 especies como el puma, el gato montés, la tarará ñata, entre otras.

La entrada al parque es gratuita. Para realizar algunas actividades, como la pesca deportiva, campamentos y cabalgatas, se necesita autorización.

Reserva natural y cultural Cerro Colorado

Es un área de 3000 hectáreas que abarca los cerros Colorado, Intihuasi y Veladero.

En 1903 Leopoldo Lugones escribió una nota en el diario La Nación sobre las pinturas aborígenes que había descubierto allí. Años después, un escocés relevó estas pinturas y en 1931 publicó "Pictografías del Noroeste de Córdoba). Entre 1941 y 1959 reprodujo en láminas unas 35000 figuras que actualmente se encuentran en el museo de la reserva.

Esta área debe su nombre al color rojizo de su suelo. Con el paso del tiempo, debido a las erosiones ocasionadas por el viento y el agua, se fueron formando aleros, grutas y cuevas.

Es uno de los yacimientos arqueológicos más importantes del país, ya que en sus cuevas pueden observarse las pinturas rupestres de los aborígenes, donde quedaron plasmadas sus historias. Se han investigado los significados de estos pictogramas: aborígenes con arcos y flechas, españoles a caballo, en colores blanco, rojo y negro.

Dentro de los recursos que podemos encontrar, la vegetación más importante son los matos, ya que es muy difícil verlos en el resto del país. También puede observarse la presencia de talas, cocos, espinillos, algarrobos, chañares y palmas. Los animales que habitan esta reserva son los pumas, iguanas coloradas, corzuelas, gatos monteses, entre otros.

En la reserva viven alrededor de 300 personas que trabajan allí: atendiendo a los visitantes, agricultores, cocineros y artesanos.

Parque natural y reserva natural Chancaní

Este parque posee 5000 hectáreas, está ubicado al oeste de la ciudad de Córdoba y se creó en 1986.

Esta reserva alberga quebrachos, molles y algarrobos. Dentro de las especies animales, podemos encontrar cóndores, halcones, reinas moras, pumas, zorrinos, tortugas, quirquinchos y muchas más. La habitan varias especies en peligro de extinción, como el pecarí de collar, loros, carpintero negro y perdiz montaraz, entre otros.

Su atractivo turístico radica en la belleza de su paisaje, su flora y la posibilidad de acampar en el lugar. Siendo la Quebrada de la Mermela y el Camino de los túneles, los puntos turísticos principales. Posee un guardaparque que organiza las actividades y asesora a los visitantes.

Reserva natural Bañados del Río Dulce y Laguna Mar Chiquita

Es una reserva provincial ubicada al noreste de la provincia, comprende parte de las provincias de Córdoba, Santiago del Estero, Tucumán y Salta. Miramar es el nombre de la única ciudad que se asienta sobre la costa de la laguna.

La Laguna Mar Chiquita ocupa la mayor parte del territorio (6000 km²) y es uno de los lagos salinos más grandes del mundo.

Posee paisajes muy variados: monte, laguna, pastizales, vegetación terrestre y acuática, y una gran diversidad de especies animales.

Cerca de 30 especies de aves acuáticas habitan esta área, muchas de ellas pueden ser observadas en cualquier época del año. También es hábitat de pumas, gato montés, hurones, cigüeñas, águilas, cisnes, víbora cascabel, ampalagua, etc. En cuanto a la flora, se pueden ver quebrachos colorados, algarrobos y chañares.





Marco Teórico

Introducción

En el presente marco teórico se desarrollarán aquellos conceptos claves para comprender los temas que tratará este trabajo final de grado.

Se comenzará con los una definición y clasificación de los parques, para lo cual se consultó a un libro de la Consejería del Medio Ambiente de Andalucía y a la página "Definición. de". También una breve descripción del tipo de parque que nuestro cliente aspira ser: una reserva natural.

A continuación seguirán los conceptos más generales como son la comunicación, la comunicación visual y la información; para ello, se tomaron conceptos e ideas de los libros de Jorge Frascara y Joan Costa.

Más adelante se encontrarán los conceptos de diseño y diseño gráfico, junto con aquellas aptitudes que debe tener un diseñador.

Luego se verán los temas más específicos como son la identidad visual y la señalética, con sus campos de acción, sus objetivos y los elementos que las conforman. En el caso de la identidad visual, estos últimos son: logotipo, isotipo y gama cromática.

La definición de señalética fue tomada del libro "Señalética. De la señalización al diseño de programas." De Joan Costa, publicado en 1989. Se lo considera pertinente ya que es una definición clara y el autor la desglosa, explicando cada parte. Además se hará referencia al artículo de Guillermo Korn, quien tiene una postura muy crítica con respecto a ésta área. También se detalla la clasificación de los distintos tipos de señales tomadas de Mitzi Sims y una breve definición de cada uno de los elementos del lenguaje señalético (tipografía, pictogramas y gamas cromáticas). Por último, se enuncian aquellas funciones que son el principal objetivo de esta área: informar y educar.

Parques y tipologías

Para comprender mejor el lugar a señalar, se comenzará por una definición de parque y las diferentes tipologías que existen.

Según la página web Definición.de, se denomina parque a un terreno destinado a la vegetación y a diversas actividades recreativas y de descanso para el público, conectándolos con la naturaleza.

Estas zonas verdes de dominio público cumplen muchas funciones:

- o Paseo, ocio y descanso.
- o Actividades deportivas, culturales, ecológicas y científicas.
- o Gran aporte paisajístico.
- o Generación de oxígeno.
- o Hábitat de flora y fauna.
- o Acercamiento del hombre con la naturaleza.

Existen diversos tipos de parques, a continuación se enumerarán los principales:

- Espacios naturales protegidos: reserva natural.
- Espacios naturales sin conservación: parque o bosque forestal.
- Espacios agrarios: campos y huertas.
- Espacios destinados a servicios o explotación comercial: zoológicos, cementerios, camping, parque de atracciones, áreas de prácticas deportivas, etc.

A continuación, se profundizará en el tipo de parque que se tratará en este proyecto: la reserva natural.

Reserva natural

Según Diana YC en su artículo en la página web Concienciaeco (2012), una reserva natural es un área protegida que preserva la vida de la flora y la fauna que la habitan. Estos espacios son cuidados y conservados por el hombre, no pueden ser explotados comercialmente, ni pueden realizarse en ellos actividades que comprometan sus condiciones naturales.

Generalmente son aquellos espacios de gran valor paisajístico, creados para ecosistemas y especies, que por sus características y su vulnerabilidad necesitan protección; resultando ser hábitat de especies en peligro.

Las reservas naturales pueden estar a cargo de instituciones gubernamentales o de organizaciones sin fines de lucro. Al convertir un área en reserva, se aseguran que ésta no sea contaminada ni víctima de la tala de árboles.

Hay dos tipos principales de reservas naturales:

Integrales: en ellas se encuentra prohibida la explotación de recursos, a menos que la autoridad lo permita por motivos de investigación, educativos o de conservación.

Parciales: en ellas se permite la explotación de algunos recursos, siempre y cuando no ponga en riesgo la conservación de la reserva ni los recursos que ésta busca proteger.

(Diana YC, <http://www.concienciaeco.com>, 2012)

Comunicación

En todo trabajo de diseño se busca comunicar algo, por lo tanto, es importante conocer a qué equivale la palabra “comunicar”.

“Comunicar equivale a formalizar un contenido por medio de un lenguaje expresivo que lo vehicula.” (Costa, 1989, pág. 18)

En toda comunicación debe existir un mensaje, un emisor (que lo formule), un canal (por el cual este mensaje es enviado) y un receptor (el cual se convierte luego en emisor al responder con otro mensaje).

Costa explica en su libro que la comunicación implica una transacción, un intercambio de mensajes y de actos. Se pueden dar cuatro casos diferentes:

Mensaje - mensaje

Acto – mensaje

Mensaje – acto

Acto - acto

“La comunicación es el área que da razón de ser al diseño gráfico y representa el origen y el objetivo de todo trabajo.” (Frascara, 2000, pág. 61)

Información

La información es el contenido o datos que posee un mensaje enviado por un emisor, cuya intención es poner al destinatario en conocimiento de los mismos.

Para Frascara (2000), el concepto de información tiene una estrecha relación con el de novedad. Si lo que se informa es algo previsto o conocido, en lugar de información, sería redundancia o confirmación. Por ello, el nivel de información del mensaje es inversamente proporcional a su previsibilidad.

Comunicación visual

Como dice Frascara, la comunicación da razón de ser al diseño gráfico, específicamente la comunicación visual.

La comunicación visual implica transmitir un mensaje específico a un determinado público, usando piezas gráficas. El mensaje se debe producir pensando en el destinatario y en sus características. Es él el que determina cómo será el mensaje, el lenguaje empleado en el mismo, sus soportes, su apariencia, etc. (Costa, 2007, pág. 121)

El surgimiento de los medios masivos de comunicación y los avances en informática influyeron ampliamente en la tecnología de las comunicaciones y en la forma de difundirlas.

En el caso de la señalética, la emisión de los mensajes se realiza a través de piezas gráficas, y se espera que el receptor se manifieste a través de actos. (Costa, 1989, pág. 20)



Diseño

Debido a que el presente trabajo es de diseño, esta es una de las definiciones más importantes que abordaremos.

Diseño es un proceso que implica programar, proyectar y organizar una serie de factores materiales y humanos, con el fin de solucionar una problemática específica. La palabra "diseño", según Jorge Frascara (2000, pág. 19),

también es utilizada para hacer referencia al objeto producto de esta actividad.

Para producir una pieza de diseño, se debe poseer conocimientos permanentemente actualizados, hacer un correcto uso de las herramientas de diseño y ser capaz de tomar decisiones en base a la problemática a resolver, a partir de juicios de valor.

Diseño gráfico

La palabra "gráfico", cuando es relacionada a la palabra diseño, hace referencia a la realización de piezas de comunicación visual, destinadas a comunicar un mensaje específico. (Frascara, 2000, pág. 19)

Por ende, podemos decir que el diseño gráfico es la actividad destinada a idear, proyectar y producir comunicaciones visuales, cuyo objetivo es transmitir un mensaje determinado para un público específico. (Frascara, 2000, pág. 19)

Un diseñador gráfico debe ser capaz de resolver problemas de comunicación visual a través de sus ideas, sus conocimientos y sus principales herramientas: las imágenes y las palabras. Una correcta interpretación del mensaje por parte del diseñador es clave para lograr una pieza efectiva, estética y simple. Su objetivo es que su producto logre una acción por parte del receptor, cuando éste interactúa con la pieza de diseño, se produce la comunicación.

El diseñador debe tener también conocimientos de redacción, ya que la palabra es una herramienta fundamental, con mucho poder persuasivo y está presente en la mayoría de las piezas de comunicación visual.

Por otro lado, crear la pieza visual es sólo una parte del gran proceso del diseño. Para este proceso, el diseñador además de tener creatividad y conocimientos en herramientas de diseño, deberá conocer metodologías de investigación, estrategias comunicativas, tecnologías y materiales apropiados. (Sims, 1991, pág. 8)

El diseñador de señalética idea, proyecta y diseña señales para un determinado espacio, cuya principal función es orientar a los usuarios de ese entorno, e informarlos acerca del mismo.



Identidad visual

Para lograr el objetivo final de este proyecto (sistema señalético), se comenzará por crear una identidad visual para la organización.

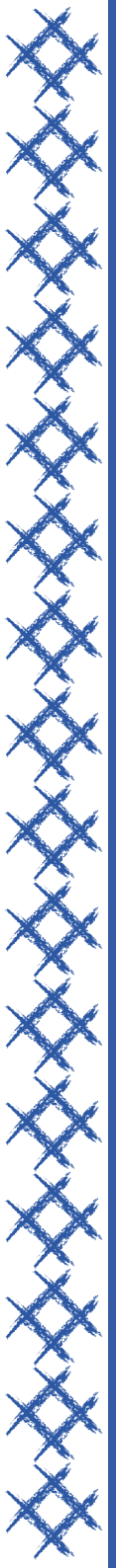
La identidad visual es todo lo gráfico y visible que muestra la organización. Su función principal es comunicar una imagen deseada, es decir, la imagen que se pretende que el público tenga de la empresa. (Sims, 1991, pág. 24)

Crea una imagen pública, fundamental para posicionar a una empresa en el mercado, haciéndola reconocible y distinguiéndola de la competencia.

La identidad visual tiene muchas aplicaciones: papelería institucional, uniformes, vehículos, cartelería, publicidad, packaging, etc.

Joan Costa, en su libro *Identidad Corporativa* (1993), describe los elementos principales de la identidad visual:

- o Logotipo: palabra escrita con determinada tipografía con la que se representa y denomina a una organización (ya sea a través de su nombre, de una sigla, un anagrama o sólo una inicial). Debe ser simple, claro, legible y pronunciable.
- o Isotipo: símbolo gráfico que representa a una marca, sin recurrir a su nombre. Es un signo cargado de significado, pero no de legibilidad. Puede acompañar al logotipo, en ese caso, se los llama isologotipo.
- o Gama cromática: un color o la combinación de varios de ellos, pueden llegar a ser muy representativos de una organización. Tiene una gran carga psicológica debido a la connotación que tiene cada color.





Señalética / gráficas de entorno

Mediante un sistema señalético se buscará educar, concientizar y guiar a los visitantes del campo por el lugar. Para ello debemos definir primero qué es la señalética y cuáles son sus múltiples funciones.

La señalética es un sistema de señales visuales ubicadas en un determinado espacio, cuyo lenguaje debe ser instantáneo y universal para desencadenar acciones en sus usuarios. Este sistema opera in situ y su objetivo es informativo y orientativo.

Esta disciplina se aplica al servicio de los individuos y su objetivo es facilitar el uso de los espacios recorridos por los mismos, brindándoles más seguridad y mejorando su acceso a los servicios del lugar. (Costa, 1989, pág. 9)

La señalética aporta un conocimiento superficial y momentáneo; el cual a su vez debe ser preciso, unívoco, universal e inmediato para todos sus usuarios. La instantaneidad y la universalidad son los principales requisitos para lograr efectividad en sus señales y la respuesta esperada por parte de los individuos itinerantes. (Costa, 1989, pág. 9)

La señalética regula las relaciones entre los signos orientativos de un lugar y las acciones de los individuos que circulan por ese espacio. (Costa, 1989, pág. 9)

Joan Costa (1989) explica que la señalética responde a la necesidad de las personas de informarse y orientarse, la cual es cada vez mayor debido al fenómeno de la movilidad social y al incremento de servicios

que la misma genera: seguridad, transporte, actividades de ocio, salud, entre otros.

El término movilidad social hace referencia al desplazamiento de personas, de distintas procedencias geográficas y culturales, de un lugar a otro por diversos motivos. El paso y permanencia en un determinado lugar es circunstancial. (Costa, 1989, pág. 10)

Guillermo Korn en su artículo "Señalética" (2013) hace referencia a la renovación constante del lenguaje y cómo palabras como "señalética", que comenzaron siendo propias del diseño gráfico, terminan teniendo un uso generalizado. Llegando a la conclusión de que la señalética es una rama de esta época.

Para él cuando se habla de señalética, se hace referencia a signos que orientan el comportamiento de las personas que transitan un determinado lugar. Se hace uso de tipografías, colores y códigos para lograr la representación.

"Nos hemos acostumbrado a irnos por donde un cartelito verde dice Salida. Igual a como lo hacíamos antes de que dicho cartel estuviera." (Guillermo Korn, 2013).

Joan Costa define la señalética como un "sistema de señales visuales o mensajes espaciales de comportamiento" (1989, pág. 9). A continuación el autor desglosa esta definición para explicar punto por punto:



Sistema: un todo organizado, en el cual el todo es más que la suma de sus partes. Las partes se coordinan según leyes, las cuales se establecen mediante un programa.

Señales: signos que producen estímulos breves, que repercuten en la sensación inmediata y en la percepción.

Visuales: la visión tiene la capacidad de registrar las imágenes de forma instantánea. Las piezas de comunicación visual son discretas, silenciosas e inmediatas.

Mensajes o contenidos informativos: las señales están compuestas de significados, los cuales son descubiertos a través de la percepción. Son la respuesta a la necesidad de orientación e información de los usuarios, receptores del mensaje.

Espaciales: estos sistemas de señales se ubican estratégicamente en un entorno, en aquellos puntos clave donde al transeúnte podrían presentarse situaciones dilemáticas en su desplazamiento y orientación.

Comportamentales: la señalética propone determinadas acciones y comportamientos a sus usuarios.

Mitzi Sims (1991) clasifica a los tipos de señales, según su función, en seis grupos:

- **Orientadores:** sitúan al usuario en el entorno.
- **Informativos:** vehículos de información, muestran lo que se debe y no se debe hacer.
- **Direccionales:** instrumentos de circulación, esenciales para el correcto desplazamiento de los usuarios en el lugar.
- **Identificativos:** confirman una ubicación concreta.
- **Reguladores:** expresan órdenes, autorizaciones y prohibiciones.
- **Ornamentales:** embellecen y adornan el entorno.

Los signos que orientan las acciones de los individuos deben ser regidos por códigos y lenguajes compartidos. Así es como la señalética logra un diálogo, en el que se intercambia un mensaje informativo por una acción como respuesta. (Costa, 2007, pág. 20)

Lenguaje señalético

El lenguaje señalético no necesita impactar, sorprender o persuadir, como en el caso de otras piezas de comunicación visual. Debe ser un lenguaje claro, universal y de una inmediata comprensión.

Este lenguaje está compuesto por imágenes (pictogramas), palabras (tipografía) y combinaciones cromáticas. A continuación se analizarán cada uno de estos elementos. (Costa, 2007, págs. 93, 94)

Pictograma

Un pictograma es un signo gráfico que representa, a través de su parecido, a un ser u objeto. La esquematización de los mismos tiene distintos grados de iconicidad, los más sencillos son los más eficientes. Generalmente éstos hacen uso de las formas geométricas básicas: rectángulo, círculo y triángulo. (Costa, 2007, pág. 95)

Algunos ejemplos más conocidos son los carteles de los baños públicos (hombre y mujer), restaurant (cubiertos) y aeropuerto (avión).

Costa en su libro Señalética corporativa (2007, pág. 96) explica que para que un pictograma sea eficiente debe:

- **Comprenderse inmediatamente el signo:** eso se logra a partir de la simplicidad, usando sólo los recursos gráficos necesarios para representar lo más característico del objeto o ser.
- **Ser unívoco:** no puede haber lugar a la duda con respecto al significado que el mismo transmite.
- **Ser visible:** no debe exigirle al usuario un esfuerzo para verlo.

Las ideas y actos son representados a partir de ideogramas; como ejemplos de pueden mencionar: prohibido fumar, salida de emergencia, prioridad para embarazadas, entre otros.

Tipografía

Al momento de elegir la tipografía de nuestro sistema, hay que considerar el requisito más importante: la legibilidad.

“Legibilidad significa que los caracteres puedan ser vistos y comprendidos.” (Sims, 1991, p. 42)

Uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta a la hora de elegir una tipografía legible es el grosor de la letra, si ésta es demasiado delgada, puede dificultar la visión. También hay que considerar que cuanto mayor sea el tamaño del ojo de las letras (hueco interior), mayor será su legibilidad. (Sims, 1991, p. 43)

Las tipografías regulares son más legibles que las cursivas, las condensadas y las expandidas.

Por otro lado, el uso de minúsculas también ayuda a leer más fácilmente el texto; ya que los contrastes de caja alta y baja combinan diferentes alturas y tamaños. Las líneas salientes favorecen a la visión, la cual rechaza la uniformidad, como es el caso de los textos escritos sólo en mayúsculas. (Costa, 2007, pág. 103)

Las letras deben diferenciarse lo suficiente entre sí, para asegurarse de que el usuario no las confunda. Deben ser claras y lo más simples posible, ya que el exceso de signos también intervienen en la comprensión. (Costa, 2007, pág. 104)

Para concluir, otro punto a tener en cuenta es que las tipografías más clásicas son más fáciles de reconocer por el público. Por lo que muchas veces, es un error intentar innovar con tipografías nuevas, que pueden tener caracteres muy distintos. (Sims, 1991, p. 42)

Colores

En señalética, los colores de las señales van a depender en gran parte del entorno que están señalizando.

Joan Costa en su libro Señalética Corporativa (2007) aconseja utilizar colores muy contrastados en aquellos lugares donde hay mayor movilidad de gente para que sea más fácil su percepción. Y colores que hagan menos contraste en aquellos lugares más relajados, donde hay menos flujo de gente.

Diseño para informar y educar

Un proyecto de diseño puede tener diversos objetivos: persuadir, educar, concientizar, identificar, informar, entre otros.

Los objetivos principales de la señalética son dos: informar y educar.

Para el diseño de información se necesita tener conocimientos de redacción, legibilidad y capacidad para transmitir los datos de forma verbal e icónica. En el caso de la señalética, también se necesitará saber de ergonomía y reconocer aquellos puntos del entorno que puedan resultar dilemáticos y que necesiten señalización. (Frascara, 2000, págs. 103, 104)

Para el diseño de educación también se debe brindar información, pero a diferencia del diseño para informar, lo imprescindible es que haya una actitud activa por parte del usuario. El objetivo es que el usuario se motive a pensar, razonar y actuar. (Frascara, 2000, pág. 109)

Jorge Frascara en su libro “Diseño gráfico y comunicación” (2000) aconseja diseñar material didáctico, creando una situación didáctica que el usuario deba solucionar. Estos diseños brindan la posibilidad a los usuarios de interpretar el mensaje de forma activa, lo que hace que su aprendizaje sea más fácil de recordar y más duradero.



Marco Metodológico



Metodología a utilizar

La metodología empleada en este trabajo estará basada en los procesos de diseño de Munari, Bonsiepe y Costa.

Se eligió el proceso de Munari ya que es el único que tiene en cuenta la elección de los materiales con los que trabajar y la definición del problema.

En segundo lugar, Bonsiepe se eligió ya que resulta interesante la idea de jerarquizar los problemas, priorizando unos sobre otros. Él también analiza las soluciones ya existentes, lo cual es muy importante para saber qué está haciendo la competencia al respecto y qué no.

Por último el autor tiene en cuenta la realización y prueba de un prototipo antes de realizar la pieza final, lo que es importante para la realización de un sistema de señales.

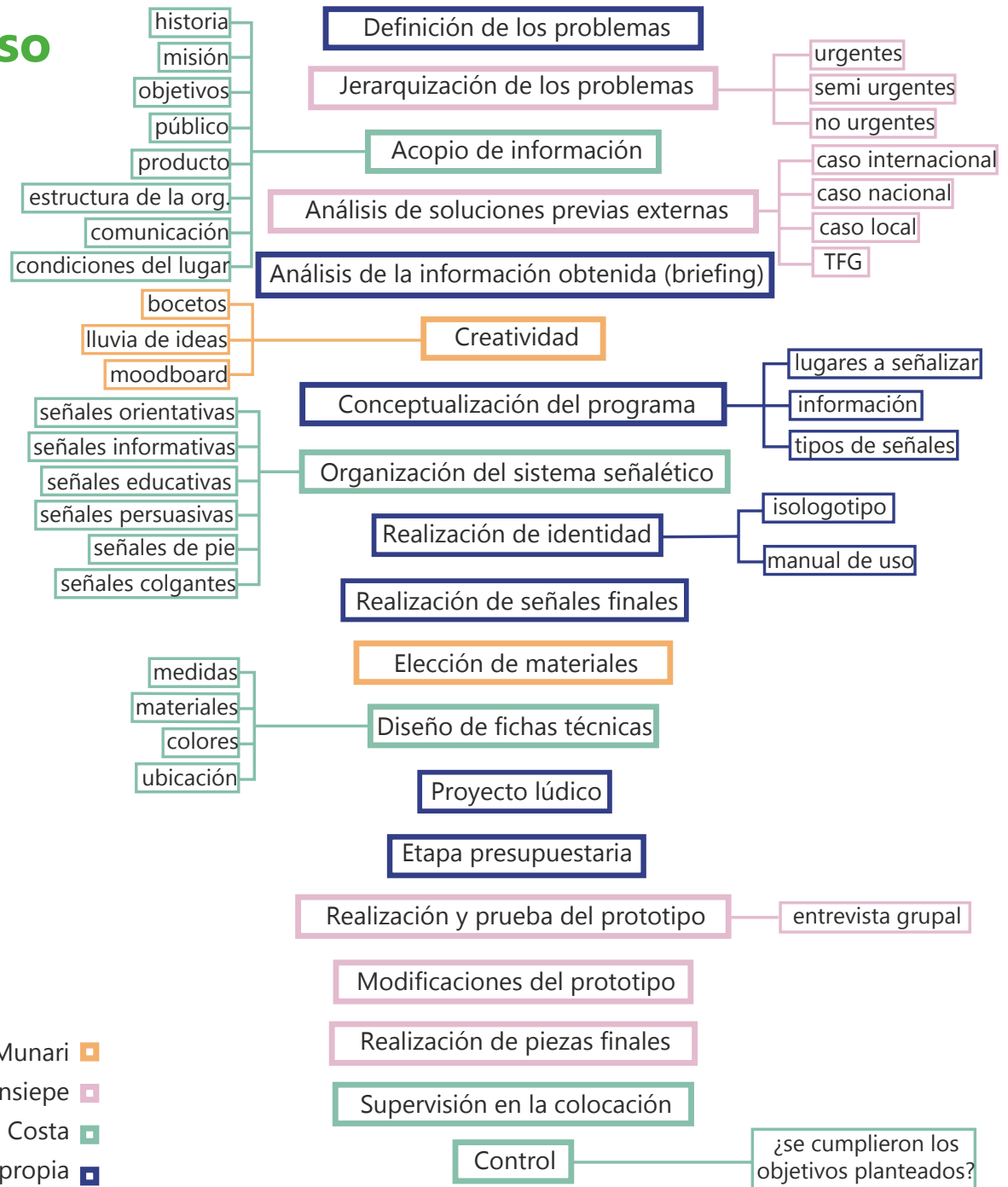
El último proceso elegido es el de Joan Costa, tiene pocas etapas pero muy amplias. Este proceso es señalético, por lo que tiene en cuenta cosas que los otros no, como la organización del sistema, las fichas técnicas y el control de la producción y la colocación.

A continuación se detallan en un cuadro comparativo los procesos de estos autores:

Munari	Bonsiepe	Costa
Problema (necesidad)	Descubrimiento de una necesidad	Acopio de la información
Definición problema	Valoración de una necesidad	Organización
Elementos del problema	Formulación general del problema	"Diseño gráfico" fichas
Análisis de datos	Formulación particularizada del problema	Realización (manual de normas)
Creatividad	Fraccionamiento de un problema	Supervisión
Materiales – tecnologías	Jerarquización de los problemas parciales	Control experimental
Experimentación	Análisis de las soluciones existentes	
Verificación	Desarrollo de las alternativas	
Dibujos (dibujo constructivo)	Selección de alternativas	
	Elaboración de detalles particulares	
	Prueba del prototipo	
	Modificación del prototipo	
	Fabricación de la solución final	



Esquema del proceso elegido



- Etapa de Munari ■
- Etapa de Bonsiepe ■
- Etapa de Costa ■
- Etapa de autoría propia ■





Proceso de diseño elegido

Este proceso comienza con la definición de todos los problemas que se deduce que la organización tiene (etapa de autoría propia). Esta etapa estuvo inspirada en el proceso de Munari “definición del problema”, pero aquí se habla de la existencia de más de un problema, que luego serán jerarquizados en la etapa posterior: Jerarquización de los problemas (Bonsiepe). Esto se hará según el nivel de urgencia del problema, así se podrán priorizar los principales.

Luego que quedan claros los problemas a resolver, se reúne la información (Costa). Algunos de los datos que se recopilarán son: misión, visión, valores, objetivos e historia de la organización, fotografías del lugar, piezas comunicacionales de la organización, público, recursos y condiciones del lugar, etc.

La cuarta etapa es la de análisis de las soluciones previas externas (Bonsiepe) donde se buscan antecedentes en los que otras organizaciones del rubro resuelven problemas similares mediante diversas soluciones. Para ello se tomará de referencia un caso internacional, uno nacional y dos locales, de los cuales uno será un trabajo final de grado.

Lo siguiente será analizar la información obtenida (basada en la etapa de “Análisis de datos” de Munari), donde se hará un cruce de información entre los resultados de las entrevistas, de la observación y lo investigado. A raíz de ello, se realizará un briefing, un análisis FODA y se plasmará la estrategia comunicacional.

Luego viene la etapa creatividad (Munari), en la que se utilizarán herramientas como la lluvia de ideas, moodboard y bocetado.

Los pasos siguientes serán la conceptualización (etapa de autoría propia) y organización del programa señalético (Costa). Aquí, lo que se deberá hacer es seleccionar los puntos clave a señalar, la información que deberán brindar dichas señales y el tipo de señales que se utilizarán (señales orientativas, informativas, educativas, persuasivas y si serán de pie o colgantes).

La realización de identidad (isologotipo y manual de uso) y la realización de señales finales (etapas de autoría propia, basadas en la etapa “selección de alternativas” de Bonsiepe y “realización” de Costa) se harán en base a las ideas que surjan en la etapa de creatividad. Una vez terminadas las piezas, se elegirán los materiales (Munari) para realizarlas, teniendo en cuenta que sean apropiados para ella, su disponibilidad y accesibilidad.

Ya estará todo listo para el diseño de las fichas técnicas (Costa) que se entregarán al productor para que las realice, especificando en ellas: materiales, medidas y colores, entre otras cosas.

A continuación se propondrá un proyecto lúdico, el cual constará de un conjunto de actividades en el campo, como complemento del trabajo señalético. El objetivo del proyecto será concientizar a los más pequeños, a través de juegos, para que puedan conectarse con la naturaleza y comprometerse más con el medio ambiente.

Finalmente, en la etapa presupuestaria (de autoría propia) se detallarán todos los gastos que conllevará la realización del sistema señalético.

Debido a que este proyecto no contempla la producción de las señales, las últimas cinco etapas no serán tenidas en cuenta (realización y prueba de prototipos, modificaciones, realización de piezas finales, supervisión de la colocación y control). Sí deberán realizarse en el momento en el que la organización decida producir y colocar el sistema señalético diseñado.

Metodología	Objetivos	Técnica de investigación	Aspectos a relevar	Muestra
Definición de los problemas	Describir la comunicación actual de la organización.	Observación.	Piezas de comunicación: estética, tono comunicacional, información dada.	Elementos del campo y recursos usados vía Facebook.
Jerarquización de los problemas	Conocer las prioridades de la organización.	Entrevista.	¿Cuáles creen que son los temas prioritarios a resolver?	Dueños del campo.
Acopio de información	<p>Describir al entorno y a sus recursos naturales.</p> <p>Conocer los valores, misión y visión de la organización.</p> <p>Analizar las necesidades de preservación de esos recursos y cómo puede el hombre darles un correcto uso para protegerlos.</p> <p>Describir el público que asiste al lugar y cuáles son sus motivaciones.</p>	Entrevista. Observación.	<p>Flora y fauna del lugar.</p> <p>Cuidados que deben tener los visitantes.</p> <p>Actividades que se realizan.</p> <p>Valores, misión, visión y objetivos de la organización.</p> <p>Historia.</p> <p>Público que visita el lugar y sus motivaciones.</p>	<p>Dueños del campo.</p> <p>Recursos del campo.</p>
Análisis de soluciones previas externas	Analizar soluciones existentes a problemas similares.	Búsqueda bibliográfica.	<p>Cómo se resolvieron casos similares.</p> <p>Antecedentes de sistemas señaléticos.</p>	Material de la biblioteca.
Análisis de la información obtenida (briefing)	Diagnosticar el estado/ grado de la problemática estudiada.	Cruce de información.	-	-
Creatividad	Solucionar el problema de forma innovadora y atractiva para el público.	Bocetado. Moodboard. Lluvia de ideas.	-	-
Conceptualización del programa	<p>Conocer los puntos clave del lugar.</p> <p>Investigar las características de los recursos a describir.</p>	Entrevista. Búsqueda bibliográfica.	<p>Lugares más importantes para señalar.</p> <p>Qué tipo de señal se puede colocar en cada punto.</p> <p>Recursos autóctonos.</p> <p>Características de estos recursos que deban estar presentes en los carteles.</p>	<p>Dueños del campo.</p> <p>Material de la biblioteca.</p>





<p>Organización del sistema señalético</p>	<p>Crear un circuito señalizado, en el cual los visitantes puedan recorrer los puntos principales del lugar, sin necesitar la presencia de un guía.</p> <p>Concientizar a través de recursos gráficos acerca de los efectos que tiene la acción del hombre sobre este entorno.</p> <p>Utilizar un código universal, predominantemente icónico, mediante pictogramas.</p>	-	-	-
<p>Realización de identidad</p>	<p>Crear una imagen coherente con unidad en todas las piezas.</p> <p>Comunicar la personalidad y objetivos de la organización.</p> <p>Proveer a la organización de una identidad visual.</p> <p>Concientizar a través de recursos gráficos acerca de los efectos que tiene la acción del hombre sobre este entorno.</p>	-	-	-
<p>Realización de señales finales</p>	<p>Solucionar el problema de forma innovadora y atractiva para el público.</p> <p>Crear un circuito señalizado, en el cual los visitantes puedan recorrer los puntos principales del lugar, sin necesitar la presencia de un guía.</p> <p>Desarrollar un programa de gráficas de entorno que oriente a los usuarios y los eduque acerca de los recursos existentes en el parque.</p> <p>Utilizar un código universal, predominantemente icónico, mediante pictogramas.</p>	-	-	-
<p>Elección de materiales</p>	<p>Evaluar los materiales disponibles y sus características.</p>	<p>Búsqueda bibliográfica.</p> <p>Observación.</p>	<p>Materiales más utilizados en señalética externa.</p> <p>Ventajas y desventajas de cada uno.</p> <p>¿Pueden ser afectados por los cambios climáticos?</p>	<p>Material de la biblioteca.</p> <p>Personal de la ferretería.</p>

Diseño de las fichas técnicas	Indagar en los datos que el productor necesitará que estén presentes en la ficha técnica.	Entrevista.	Datos necesarios en la ficha técnica: colores, medidas, materiales. Vistas del objeto a realizar.	Productor de carteles.
Proyecto lúdico	Proponer actividades atractivas para el público que refuercen el efecto de concientización de las señales del entorno.	Entrevista. Búsqueda bibliográfica.	¿Qué juegos son de interés de niños de 6 a 12 años? ¿Qué métodos pueden utilizarse para que los niños aprendan jugando?	Maestra jardinera. Material de biblioteca.
Etapa presupuestaria	Proponer una solución viable para la organización.	Observación.	Precio de todos los materiales que se necesitarán para la producción.	Ferretería. Tiendas de artículos de construcción.
Realización y prueba de prototipo	Comprobar que el prototipo cumpla con los objetivos.	Entrevista grupal.	¿Se leen y comprenden rápidamente las señales? ¿Son fáciles de localizar en el entorno en el que se encuentran? ¿Es claro el mensaje que estas buscan transmitir?	Grupo de personas del público objetivo.
Realización de piezas finales	Proveer a la organización de una identidad visual. Desarrollar un programa de gráficas de entorno que oriente a los usuarios y los eduque acerca de los recursos existentes en el parque.	-	-	-
Supervisión en la colocación	Asegurarse que la producción y colocación sean realizadas correctamente.	-	-	-
Control	Determinar si los resultados son los esperados.	Encuesta. Entrevista.	¿Son las señales claras y fácilmente reconocibles? ¿Pueden los visitantes orientarse en el lugar sin un guía? ¿Demuestra el público interés en leer los carteles?	Público objetivo. Dueños del lugar.





Desarrollo del trabajo

1) Definición de los problemas

Para el abordaje de la institución se tuvo un primer contacto telefónico con los dueños del lugar: Sonia y Daniel. A continuación se pactó un día y lugar para la primera entrevista (anexo 1). La misma se realizó en el campo a analizar, luego se realizó un recorrido por el lugar (observación), en compañía de ellos, y un relevamiento fotográfico (anexo 2).

El interés principal de la organización es educar a los niños y jóvenes sobre las especies del lugar y concientizarlos sobre los efectos que tienen las actividades del hombre en la naturaleza.

Los principales problemas que se pueden encontrar en la organización son la falta de identidad visual, la escasa publicidad que realizan, que no poseen piezas gráficas que contribuyan con su objetivo de concientización dentro y fuera del campo y, finalmente, la falta de carteles orientativos, educativos y mapas, que dificulta el recorrido por el lugar.

Aparentemente, por los resultados obtenidos en la entrevista, el cliente es consciente de que necesita una identidad visual y gráficas orientativas y educativas. Esto último se podría lograr a través de un sistema señalético que marque un recorrido que una a todos los puntos clave del lugar. Las gráficas educativas deben estar colocadas en lugares estratégicos y ser tan descriptivas como informativas.

2) Jerarquización de los problemas

En base al diálogo con el comitente se deducen determinadas problemáticas. A continuación, en un cuadro, se las enumerará por orden de especificidad, yendo de los problemas más generales a los más específicos y clasificándolos según su urgencia en urgente, semi urgente y no urgente.

Problema	Urgente	Semi urgente	No urgente
Falta de identidad visual.	X		
Ausencia de mapa del lugar.		X	
No poseen carteles orientativos.	X		
No poseen carteles educativos.		X	
No poseen piezas gráficas para su objetivo de concientización.		X	
Realizan poca publicidad.			X





3) Acopio de información

Datos básicos

Comitente: Córdoba Gilwell Park.

Dirección: Casa Grande, Córdoba.

Teléfonos: 011-1556621600 (Daniel) y 0351-152907756 (Sonia).

E-mail: cordobagilwellpark@gmail.com

Página de facebook: Córdoba Gilwell Park.

Historia

En el año 2012 Sonia y Daniel, quienes toda su vida han sido Scouts, deciden comprar, como proyecto familiar, un terreno para la realización de campamentos Scouts. Después de mucho buscar, consiguen un campo virgen, en la localidad de Casa Grande, provincia de Córdoba. Al cual le dan el nombre de Córdoba Gilwell Park.

Con el tiempo, se encontraron con que había necesidad de niños y adolescentes de tener experiencias en la naturaleza y decidieron ofrecerles otras oportunidades de vivirla, más allá de internet. Aplicando el método scout "aprender a través de la experiencia", surge así en 2015 la idea de la fundación: Aprender haciendo y aprender jugando. Así, comenzaron a organizar eventos en el campo y talleres en otros espacios con los que tienen convenio.

La fundación en la actualidad está en proceso de conseguir la personería jurídica.

A continuación se describirán los valores, misión, visión y objetivos de la organización, para ello se tomó información del folleto realizado por la fundación.

Valores y filosofía

- El amor y el cuidado de la naturaleza.
- Generosidad con el saber.
- Respeto por los otros.
- Coherencia entre el decir y el hacer.
- Inclusión.

Misión

Educar en valores a través del aprender haciendo, aprender jugando y aprender experimentando en espacios naturales.

Visión

Ver jóvenes comprometidos con una sociedad sustentable, que ejerzan sus derechos a vivir en libertad, equilibrio y armonía.

Objetivos

- Educar en la concientización del ejercicio libre de los derechos de los niños y la conservación del medio ambiente.
- Fomentar la responsabilidad personal para colaborar hacia una sociedad más constructiva, creativa y sostenible.
- Enseñar a los niños sobre flora y fauna autóctona.
- Revalorizar los recursos naturales y promover el conocimiento y utilización de energías alternativas.
- Realizar cursos, encuentros y seminarios para formar adultos que deseen trabajar con niños.
- Cooperar y actuar conjuntamente con otras entidades privadas o públicas nacionales o extranjeras que compartan la misma visión sobre la educación de niños hacia un futuro sostenible.
- Que los niños encuentren en la actividad al aire libre un espacio de apertura interior y canalicen sus energías en aprender jugando.
- Emitir y publicar información y documentación educativa para que otros trabajen y aprovechen nuestra experiencia.

Público

Córdoba Gilwell Park está destinado a la realización de actividades con organizaciones como Scouts, grupos juveniles y colegios. Los públicos que asisten son en su mayoría niños y jóvenes de ambos géneros, de 6 a 18 años aproximadamente.

También se realizan allí talleres familiares, como de reconocimiento de la flora autóctona.

Producto

El principal producto que propone la organización es la educación y la concientización. Se organizan campamentos y talleres cuyos objetivos son que los participantes se conecten con la naturaleza y aprendan a hacer uso de sus recursos y al mismo tiempo, enseñarles a protegerlos.

Estructura de la organización

Al tratarse de una organización familiar, la comunicación entre los miembros es muy fluida y no poseen un organigrama,

La cultura es muy fuerte, ya que todos los miembros comparten los valores y objetivos de la organización. A su vez, los miembros tienen un fuerte vínculo con el movimiento Scout.

Áreas y ejes

La fundación Aprender Haciendo cuenta con cinco áreas estratégicas (H.A.C.E.R.) y ocho ejes de acción (A.P.R.E.N.D.E.R.). A continuación se analiza cada una de estas áreas y ejes, para ello se tomó información del folleto realizado por la fundación.

Áreas estratégicas

- **Humano:** las actividades realizadas involucran siempre personas, desde la organización y ejecución como a quien va dirigido. El desarrollo social se mide en función del grado de participación de las personas, su evolución y aprendizaje.
- **Ambiente:** todo proyecto establece sus bases pensando en los recursos ambientales actuales y su impacto en las generaciones futuras, debe especificarse en la elaboración del proyecto y comunicarse claramente a los participantes.
- **Contenido:** los proyectos se elaboran con un contenido que incluya como mínimo uno o más objetivos, un programa, recursos, métodos, alcance y duración. Al final deben evaluarse en función de los objetivos planteados.
- **Economía:** todos los proyectos se elaboran con un costeo que permita analizar y proyectar su viabilidad. Deben proponerse los medios de financiación para llevarlo adelante y será incluido dentro del contenido y su evaluación.
- **Responsabilidad social:** los proyectos deben ser pensados y creados con el fin de ser aporte hacia las organizaciones sociales o recibir el aporte de ellas como actividad dentro de su responsabilidad social, no sólo como un hecho aislado, sino como un programa a largo plazo y de participación constante.





Ejes de acción:

- Aula taller: es la metodología por excelencia, la transmisión de los conocimientos a través de la experiencia, el aula es el espacio que se elija siempre que se use el método de experimentar cada uno hasta convertirlo en aprendizaje significativo, si es posible, elaborar y organizar las actividades en entornos naturales o apropiados a la actividad que se desea desarrollar y los conceptos que se desea transmitir. Los talleres pueden organizarse en forma aislada pero preferentemente asociados a los otros ejes de acción.

- Programas de formación: organizar a través de material escrito, audiovisual, los contenidos de las actividades, el material de soporte, para la realización o la difusión, que permita a quienes lleven adelante un proyecto, tener bases que les ayuden en su cometido y al mismo tiempo crear los estándares de transmisión de los conocimientos y su difusión.

- Relación institucional: agrupa todas las actividades de difusión de la fundación, la comunicación institucional, la prensa, publicaciones, participaciones en eventos, convenios con organizaciones que compartan intereses similares, la imagen institucional, folletería, medios virtuales, impresos y todo aquello que vincule la organización con el exterior de un modo sistemático y organizado.

- Ecosistema nativo: aprender todo lo que significa el ecosistema, la flora, fauna, como un concepto básico de entendimiento del origen de los recursos y nuestra capacidad de aprovecharlos con una visión responsable de promover la sustentabilidad de nuestra actividad dejando parte de los mismos para generaciones venideras. Incluye el conocimiento, acción de remediación, creación de biodiversidad y protección de espacios y especies nativas. Proyectos de largo plazo con organizaciones educativas o grupos abiertos.

- Naturaleza y campamento: realización de campamentos en pleno contacto con la naturaleza y cuyo objetivo sea sentir todo lo que la misma nos ofrece para vivir. Disfrutar del medio ambiente y aprender a través de él, de su cuidado y preservación. El medio de transmisión de los valores a través de la experiencia, de compartir con otros situaciones que favorezcan el crecimiento personal y grupal de quienes participan y sus familias. Apuntado a organizaciones como Scouts, Grupos Juveniles, Colegios y otros que requieran de apoyo para llevarlos adelante.

- Desarrollo sustentable: el desafío de vivir en el concepto de la sustentabilidad pasa por mejorar la calidad de vida de las personas, haciendo un uso racional de los recursos, generando ingresos para todos, con vista a las generaciones futuras. Es fundamental apuntar a la utilización de energías alternativas, aplicar técnicas de construcción sustentable, producción de alimentos sanos, reducción del uso de los recursos, reutilización de lo ya utilizado y reciclar lo que no puede reutilizarse. Este eje apunta a proyectos de trabajo y difusión de todos los elementos que hacen posible el desarrollo de la vida sustentable en un entorno civilizado.

- Economía y financiación: si bien cada uno de los ejes de trabajo debe realizar el análisis de llevar adelante su propia financiación, sabemos que esto no es totalmente posible, es necesario realizar programas específicos que atraigan el ingreso de fondos necesarios para la concreción de los proyectos de las demás áreas y el sostenimiento de la administración de la fundación, sus costos fijos y su evolución. Los proyectos de financiación están fuertemente relacionados con el eje de Relación Institucional y el Área de RS.

- Replanteo vocacional: en el marco de que la fundación es de carácter educativo, independientemente de la edad de las personas que se vinculen, el aprender se orienta a un cambio en el enfoque que dan a sus vidas, cada uno tiene una vocación de vida dentro o fuera del concepto de la sustentabilidad. Podemos plantearlo como un aprendizaje de la sociedad en cada etapa de evolución de las personas, proponemos acompañar este campo desde nuestro método de la experiencia, con actividades en un entorno de naturaleza que favorezcan a descubrir la vocación de cada uno. Entendiendo ésta como una inclinación o interés que una persona siente en su interior para dedicarse a una determinada forma de vida o un determinado trabajo.

Comunicación externa

Córdoba Gilwell Park no posee identidad propia, pero a continuación se analizarán las piezas gráficas utilizadas por la organización Aprender Haciendo, sacadas de su página de Facebook y de un folleto que la misma proyectó.

La organización ha realizado folletos para promover sus talleres vía Facebook. También posee un folleto explicativo de los valores, misión, visión, objetivos, ejes y áreas de la misma.

Las gráficas encontradas tienen un diseño muy juvenil y colorido, cuya intención quizás sea captar la atención de su público. Por otro lado, en dos de ellos se utilizan imágenes del campo, principalmente de la flora que lo habita.





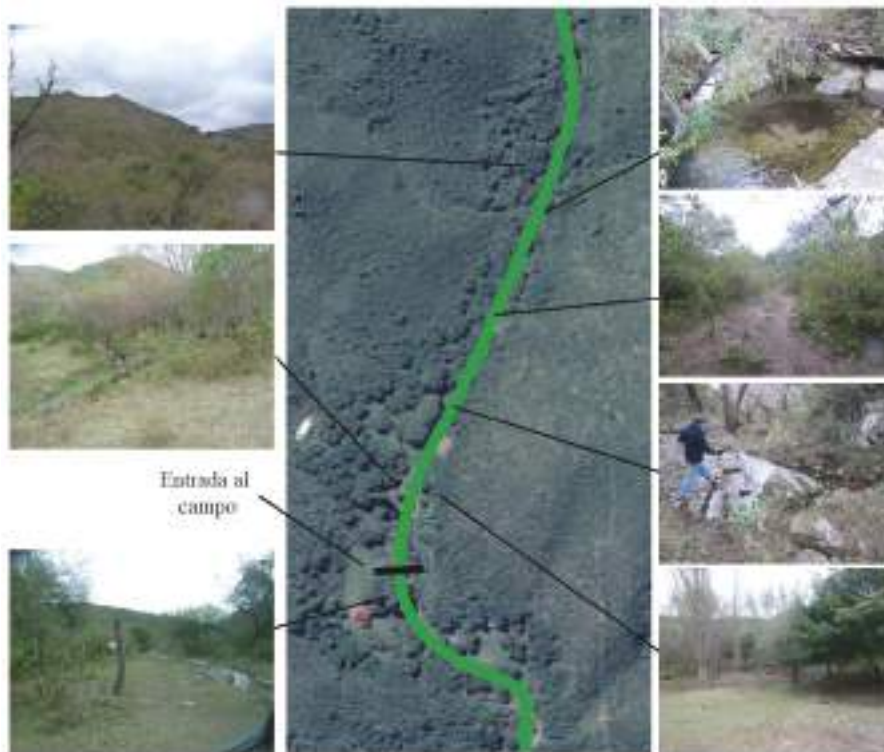
Estudio de campo

Terreno

Córdoba Gilwell Park es un terreno virgen de 70 hectáreas con un arroyo que cruza toda la quebrada formando ollitas de agua cristalina en diferentes zonas.

Posee una gran diversidad de especies autóctonas, tanto vegetal como animal. Hay muchas plantas comestibles y medicinales.

Con respecto a la fauna, hay muchas perdices, liebres, cabras, vacas, pájaros. Los animales grandes, como los pumas y los jabalíes, se ven poco ya que huyen de la gente.

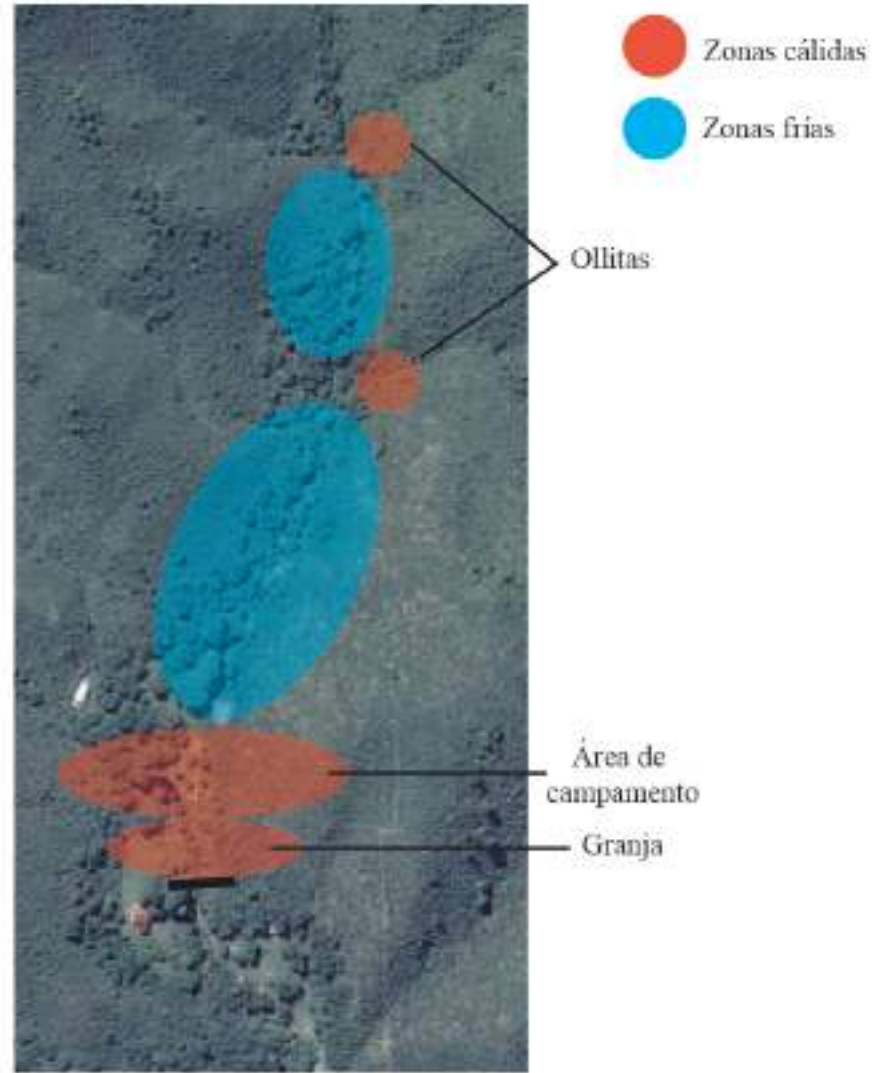


Circulación en el campo

La circulación en el campo no está señalizada, sólo están marcados los senderos, pero los animales que habitan el lugar crean otros caminos y complican la delimitación de los mismos, por lo cual no hay un recorrido fijo.

Se hace muy difícil, debido a la cantidad de vegetación y a la magnitud del lugar, realizar un recorrido sin un guía que lo conozca.

A continuación se podrá observar un mapa del lugar con algunas fotos de los lugares clave del campo y otro con las zonas cálidas y frías.



4) Análisis de soluciones previas externas

Caso internacional:

Señalización de Áreas Protegidas de Panamá

La siguiente información fue obtenida del Manual de Señalización de áreas protegidas de Panamá.

El isologotipo del SINAP (sistema nacional de áreas protegidas) es muy representativo y llamativo. Los trazos gruesos de color negro marcan la cabeza de un ave, como representación de la fauna. De ella salen hojas en lugar de alas, uniendo la flora con la fauna, con un fondo circular azul, que simboliza el planeta en el que las especies conviven. Logrando así simbolizar la vida natural en el planeta.



Los colores utilizados son tres: verde (naturaleza), naranja (luz solar) y azul (agua).

Debajo de las iniciales SINAP, se especificará la categoría del área (reserva natural, parque nacional, monumento, entre otros) y su nombre propio.

Elementos gráficos de las señales

Los colores utilizados para estas señales son el negro y el verde. Y las familias tipográficas utilizadas son "Barmeno" y "DIN".

Hacen uso de las flechas para mostrar la direcciones a seguir, de pictogramas para señalar diferentes lugares (estacionamientos, zona de acampada, servicio de cafetería, entre otros) y de ideogramas que señalan ideas o acciones permitidas y prohibidas (riesgo de animales sueltos, ruta de bicicleta, no el acceso en bicicleta, entre otros).

Materiales

Madera: tintada en color oscuro para una mayor integración con el paisaje.

Soportes metálicos: señales de acero galvanizado de 2 mm de espesor. La parte posterior se pinta de marrón oscuro para mayor integración con el medio.

Impresiones en vinilos adhesivos y con un laminado protector a los rayos UV, del clima y grafitis.

Tornillería galvanizada y tornillos barraqueros de madera.

Caso nacional: Temaiken

La siguiente información fue obtenida del portfolio de Ronald Shakespear: shakespearweb.com/portfolio/temaiken-bioparque

Temaiken es un bioparque en Escobar, provincia de Buenos Aires, Argentina. Busca promover el cuidado y conservación del ambiente mediante actividades familiares, educativas y recreativas.

Los colores utilizados en el logotipo son tres: verde, gris y rojo. Estos mismos colores son los predominantes en las señales.

El sistema de señalética posee muchas variantes:

- Mapa ubicado en el parque, donde se señalan todos los puntos de interés y dónde está ubicada cada especie.
- Señales orientativas, que marcan las distintas direcciones a través de flechas y mediante pictogramas se representa qué se puede encontrar en cada dirección (comedor, baños, acuario, etc.).
- Señales descriptivas y educativas, ubicadas en los lugares donde se encuentran las especies, con una foto y breve descripción de cada una de ellas (distribución, hábitat, alimentación y comportamiento social).



Caso local: Pumakawa

La siguiente información fue obtenida de la página de la reserva natural Pumakawa: www.pumakawa.org.

Pumakawa es una reserva natural de 2 hectáreas ubicada en el km 103 de la Ruta Provincial N° 5 de Villa Rumipal, provincia de Córdoba, Argentina.

En la misma se realizan actividades educativas, recreativas, de investigación y conservación, siendo la conservación de las especies autóctonas en riesgo de extinción su principal objetivo.

El emblema de la organización es el puma, mamífero natural de América. Su silueta está presente tanto en el isologotipo de la organización como en las señales.

Los colores predominantes en las señales son los del isologotipo: naranja y amarillo.

No se hace uso de pictogramas ni ideogramas, en las señales predomina el texto escrito e imágenes fotográficas.

Este sistema también hace uso de flechas para marcar las direcciones a seguir, pero estas señales son de madera, con las flechas en color blanco, pareciendo un sistema diferente al de las señales antes descriptas.



Caso local:

Parque temático "Tatú Carreta".

La siguiente información fue obtenida del TFG de la alumna Analía Orona Prativiera

El isologotipo del parque posee los colores negro, verde, naranja y amarillo. El elemento principal del mismo es un dibujo del animal tatú carreta, hecho con trazos irregulares y un aspecto gracioso e infantil. La tipografía es informal, redondeada y también, de trazos irregulares.



En las señales predominan los mismos colores del isologotipo y la misma tipografía.


El sistema señalético está formado por:

- Señales orientativas: poseen forma de hoja y mediante flechas señalan la dirección a seguir.
- Señales descriptivas y educativas: son circulares, están ubicadas en los lugares donde se encuentran las especies, con un dibujo (conservando el mismo estilo infantil que en el isologotipo) y breve descripción de cada una de ellas (ubicación, cría y alimento).
- Señales reguladoras: son cuadradas y expresa que se debe y no hacer en el lugar. Son de color negro y naranja respectivamente.
- Mapa: ubicado en el parque, donde se señalan los puntos de interés, los diferentes sectores y dónde está ubicada cada especie.

Los materiales utilizados para las señales son chapas de acero inoxidable de 4 mm de espesor forradas con vinilo autoadhesivo con plastificado UV. Los caños que las sostienen son de acero, de 10 cm de diámetro y pintados con antioxidante.

En el anexo 3 podrán observarse los isologotipos y las distintas señales de los lugares mencionados.





5) Análisis de la información obtenida (briefing)

El presente trabajo de diseño tiene como principal objetivo colaborar con la causa de una organización sin fines de lucro, la cual posee un espacio destinado a campamentos y actividades eco sustentables: Córdoba Gilwell Park.

Teniendo en cuenta la información obtenida en la entrevista, observación, análisis de documentos y análisis de soluciones previas existentes, se pudo llegar a las siguientes conclusiones.

La fundación es muy pequeña pero está en proceso de crecimiento, por lo que hay muchas cosas en las que trabajar, tanto en el lugar (desmalezando, limpiando, nivelando el terreno, etc), como en el contacto con la gente y la difusión. Sus dueños le dan mucha importancia a la imagen que quieren que la organización transmita y están abiertos a realizar los cambios que se consideren necesarios para seguir creciendo.

El parque con el que se va a trabajar es un espacio virgen, no tiene ningún tipo de construcción. Los caminos están desdibujados por las huellas de los animales y no hay otra forma de seguirlos ya que tampoco está señalizado. Por este motivo, los visitantes necesitan un guía que los oriente y les explique sobre el lugar y sobre la fauna y flora que lo habitan.

Tienen interés en convertir una parte del campo en reserva, para proteger sus recursos. Y otra parte estaría destinada a los campamentos y actividades de la fundación.

La finalidad del parque no es lucrativa. La fundación tiene objetivos bien definidos e intentan cumplirlos a través de sus distintas actividades. Su objetivo principal es que los niños y jóvenes se conecten con la naturaleza y generarles motivación para cuidarla y valorarla. También tiene una fuerte identificación con los grupos Scouts.

Los públicos son en su mayoría grupos de niños y jóvenes, pero también se han realizado talleres familiares.

Córdoba Gilwell Park posee una débil imagen institucional debido a su falta de isologotipo (lo que lleva a asociarlo directamente con la organización perteneciente a los mismos dueños), de presencia en las redes sociales y de carteles en el lugar. Cuando uno entra al campo, se encuentra con que no hay ningún cartel que indique el nombre del mismo, es sólo un área virgen.

La fundación Aprender haciendo sí realizó piezas de comunicación y si bien son diseños llamativos, no aportan la educación y concientización sobre el cuidado de los recursos del lugar, a las que el cliente aspira. Córdoba Gilwell Park quiere ser percibida como una gran oportunidad para que los niños y jóvenes convivan con la naturaleza y se desconecten de la tecnología.

El principal rasgo que diferencia a Córdoba Gilwell Park de otros campos y parques es la ubicación, ya que está bien apartado de la ciudad y de la ruta. Por otro lado, la presencia del arroyo que cruza por todo el territorio es una gran ventaja. Además es una de las pocas áreas vírgenes de la provincia aptas para la realización de campamentos.

La competencia en Córdoba no es mucha. El campo se compró con la finalidad de realizar campamentos Scout, ya que no hay muchos lugares aptos para ello. Muchos campamentos se realizan en campings, los cuales tienen todas las comodidades, incluso internet; perdiéndose así la idea de disfrutar la naturaleza y desconectarse.

Luego de analizar las soluciones de otros parques y reservas, se llega a la conclusión de que todos los casos mencionados poseen un logotipo y un programa señalético que sigue el estilo del mismo.

Los colores utilizados son muy variados: verde y negro en un caso; rojo, verde y gris en otro; naranja y amarillo en el caso de Pumakawa y negro, verde, naranja y amarillo en Tatú Carreta.

Todos estos programas cuentan con señales direccionales, haciendo uso de flechas. En el caso de la reserva Pumakawa, los carteles orientativos no parecen formar parte del programa señalético debido a que son diferentes a todas las demás señales, tanto en forma como en colores; perdiendo la unidad del sistema.

Todos los parques poseen señales educativas en las que se describen características de las especies que allí se encuentran, utilizando texto escrito y fotografías o dibujos.

En el caso de Tatú Carreta, Temaiken y las áreas de Panamá, tienen también un mapa donde señalizan cada punto importante del lugar. Pumakawa tiene uno de estos mapas en su página web.

Ninguno de los casos mencionados parece tener señales cuyo objetivo sea concientizar y llamar a la reflexión, como lo quiere el cliente.

En todos los casos, excepto Pumakawa, se utilizan pictogramas e ideogramas para representar lugares, especies, ideas, permisos y prohibiciones.

Finalmente, con respecto a las preferencias estéticas del cliente, lo que pidió fue que se emplee un estilo rústico que sea armónico con el lugar, mediante el uso de maderas y materiales naturales.

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Experiencia de los dueños, quienes toda su vida fueron Scouts. 	<ul style="list-style-type: none"> Creciente interés social por el medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de identidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Desastres naturales.
<ul style="list-style-type: none"> Gran entusiasmo y dedicación de sus dueños. 	<ul style="list-style-type: none"> Auge de las actividades eco sustentables. 	<ul style="list-style-type: none"> Escasa publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Sequias.
<ul style="list-style-type: none"> Posee un arroyo que atraviesa todo el campo. 	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento del movimiento Scout. 	<ul style="list-style-type: none"> Problemas de orientación del público. 	<ul style="list-style-type: none"> Heladas.
<ul style="list-style-type: none"> Es un campo virgen, sin intervenciones del hombre. 		<ul style="list-style-type: none"> Falta de experiencia de los propietarios en la creación de la reciente organización. 	<ul style="list-style-type: none"> Incendios.
<ul style="list-style-type: none"> Hay una gran diversidad de relieve, flora y fauna. 			
<ul style="list-style-type: none"> Es una buena opción para realizar caminatas debido a su relieve montañoso. 			
<ul style="list-style-type: none"> Los dueños planean aprovechar la energía eólica y solar, mediante paneles, favorecidos por la altura del terreno. 			

Se puede decir que el diseño gráfico será clave para aprovechar las oportunidades que se le presentan a la organización. También lo será para transmitir las fortalezas del lugar a través de su imagen y piezas comunicacionales; convirtiendo algunas debilidades en fortalezas mediante una identidad que refleje sus valores y objetivos, y un correcto programa señalético.



Estrategia comunicacional

Se buscará crear una imagen coherente con la personalidad, valores y objetivos de la organización. Las piezas deberán llamar la atención de los más chicos, reflejando un espíritu aventurero y divertido; y a su vez transmitir los objetivos de educar y concientizar que tiene la fundación.

En primera instancia se realizará un isologotipo acorde a la imagen que se pretende dar, sencillo y alegre. El mismo deberá reflejar la idea de divertirse en contacto con la naturaleza y a su vez el espíritu Scout, sin relacionarlo directamente con el movimiento Scout para no limitar el público.

Se procederá a crear un circuito señalizado mediante gráficas, para orientar y guiar a las visitas por los lugares clave del campo. Para ello, se proponen dos recorridos fijos: uno de ida y otro de vuelta; ya que actualmente no existen circuitos definidos. Estos recorridos fueron estratégicamente pensados para que las visitas recorran todos los puntos más importantes del lugar y el espacio sea bien aprovechado.

Las señales utilizarán un código universal, principalmente gráfico, no textual. Las imágenes serán simples y fáciles de entender por los más chicos.

Luego se realizarán señales educativas y de concientización, con mayor contenido textual e informativo, pero con imágenes de estilo infantil.

El estilo de las señales deberá tener unidad, pese a las diferencias morfológicas de las mismas. La forma de los carteles variará según la función de cada uno, sin embargo, los materiales, tipografía y estilos gráficos se respetarán en todas las señales del campo, para lograr la unidad buscada.

Por último, se propondrán un conjunto de actividades recreativas para realizar en el campo, con el objetivo de reforzar el efecto concientizador de las señales y lograr que los niños aprendan y asuman un mayor compromiso con el medio ambiente.



6) Creatividad

Moodboard del publico



Conceptos:

- 1) Conexión con la naturaleza
- 2) Experiencia divertida
- 3) Autóctono

Lluvia de ideas:

Hojas - naturaleza - tierra - verde - ramas - árboles - animales - huellas - arroyo - frutos - madera - fogata - carpas - camping - Scout - insignia - escondidas - tatetí - rayuela - montaña - caminos - ollita - aves.

Ideas paraguas

Isologotipo: verde, naturaleza, hojas, conexión, jóvenes, scouts, juegos.

Señales: isologotipo, madera, infantil, rústico, huellas.

Representación gráfica de la flora y fauna del lugar

Las gráficas tendrán un aspecto alegre e infantil, para llamar la atención de todo el público y especialmente, del público más disperso, los más pequeños.

Para el proceso de diseño de los animales y las plantas autóctonas del campo, se tomaron de referencia un conjunto de fotografías y, en algunos casos, dibujos de los mismos. Los diseños resultantes siguen un mismo estilo.

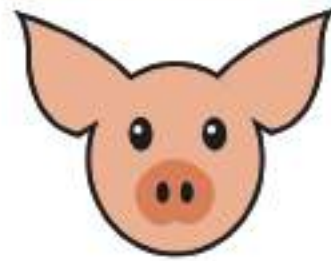




Vaca



Cerdo



Perdiz



Jabali



Caballo



Llama



Liebre



Zorro



Cabra



Oveja



Puma



Vibora cascabel



Nogal



Malvavisco



Peperina



Flor de Acacia



Orquídea autóctona



Quebra arado



Siete sangrias



Zinnia



Clitoria



Bocetos

Isologotipos



Señales





7) Conceptualización del programa

Se intentará reflejar la imagen del campo en los carteles del lugar.

Los principales lugares a señalar serán:

- La entrada: cartel de bienvenida con el nombre del lugar.
- Granja: es la zona de los corrales en la que las visitas pueden interactuar con los animales domésticos.
- La zona de campamento: es importante señalarla para que los visitantes sepan que no pueden tomarse la libertad de acampar ni armar fogatas en cualquier parte del predio.
- La zona destinada para el estacionamiento de autos.
- Los baños.
- Las especies vegetales y animales: describiendo las características principales de cada una, su correcto uso y sus necesidades de conservación.
- Las ollitas de agua, en las cuales los niños pueden bañarse en verano: uno de los lugares más atractivos del campo.
- El camino programado para las caminatas a través de señales direccionales.
- La salida: cartel de despedida con el nombre del lugar.

Las señales serán realizadas en chapa y se les pondrá un marco decorativo de madera, para lograr más armonía mediante un menor contraste con el medio.

Se hará uso de pictogramas e ideogramas para lograr un sistema universal y fácil de entender por todas las visitas.

El programa se empezará a implementar a mediados del año 2018, de forma paulatina. Se comenzará por la producción y colocación de las señales direccionales para los circuitos y luego con las educativas, ya que la principal intención del cliente es hacer del campo un entorno educativo y señalado.

8) Organización del sistema señalético

Se realizarán distintos tipos de señales:

- Orientativas: señalan la distancia a los principales puntos.
- Circuito del recorrido mediante flechas (señales direccionales).
- Reguladoras: expresan qué se debe hacer y qué no.
- Educativas: descripción de las características de las especies que habitan el lugar (flora y fauna).
- Identificativas: señalan lugares concretos del campo (granja, camping, baños, estacionamiento, sendero y las ollitas).
- Concientizadoras: su finalidad es crear conciencia sobre cómo debemos cuidar el medio ambiente.
- Ornamental: cartel de bienvenida y despedida.

Todas las señales serán señales de pie, fijadas al suelo mediante troncos.

9) Realización de identidad

El concepto elegido es el de **“Experiencia divertida”** y tiene que ver con el objetivo del campo que es educar, pero a su vez, que los niños y jóvenes disfruten del contacto con la naturaleza y se desconecten de internet y la tecnología moderna.

Isologotipo

Para la construcción del isologotipo se tuvo en cuenta uno de los principales objetivos de la empresa: que los niños y jóvenes disfruten de las actividades al aire libre, conectándose con la naturaleza.

Por ello, se utilizó como isotipo un tatetí, donde la ganadora es la naturaleza (representada por hojas). Este juego se pensó ya que es uno de los más sencillos, se puede jugar en cualquier lugar (incluso al aire libre), es de todas las épocas y para todas las edades.

Se eligieron los colores verde y azul, en tonos brillantes para captar la atención de los más chicos. El color verde representa la naturaleza y el azul es un color representativo del movimiento scout en Argentina.

Como tipografía se eligió una palo seco, con trazos levemente irregulares y gruesos, por su legibilidad y fácil adaptación a otros soportes.

Por último, se utilizó un pincel de tiza para los bordes de las letras y para el isotipo, ya que les da un efecto más rústico e infantil.



Manual de uso



Córdoba
Gilwell Park

Índice

54

Presentación conceptual

55

Sistema básico de identidad

56

Paleta de colores

57

Familias tipográficas

58

Pauta modular

59

Grilla constructiva

60

**Mínima reducción permitida
Campo mínimo de actuación**

61

**Variables permitidas
Variables no permitidas**

62

Aplicaciones del signo

63

Glosario

Presentación conceptual

Córdoba Gilwell Park es un campo virgen a cargo de una organización llamada "Aprender haciendo". El terreno está destinado a actividades eco sustentables y educativas, así como también a campamentos Scout. Pero los grupos Scout no son su único público, las actividades también están destinadas a familias y grupos escolares.

Para la construcción del isologotipo se tuvo en cuenta uno de los principales objetivos de la empresa: que los niños y jóvenes disfruten de las actividades al aire libre, conectándose con la naturaleza y desconectándose de internet y de la tecnología moderna.

Por ello, se utilizó como isotipo un tatetí, donde la ganadora es la naturaleza (representada por hojas). Este juego se pensó ya que es uno de los más sencillos, se puede jugar en cualquier lugar (incluso al aire libre), es de todas las épocas y para todas las edades.

Se eligieron los colores verde y azul, en tonos brillantes para captar la atención de los más chicos. El color verde representa la naturaleza y el azul es un color representativo del movimiento scout en Argentina.

Como tipografía se eligió una palo seco, con trazos levemente irregulares y gruesos, por su legibilidad y fácil adaptación a otros soportes.

Por último, se utilizó un pincel de tiza para los bordes de las letras y para el isotipo, ya que les da un efecto más rústico e infantil.

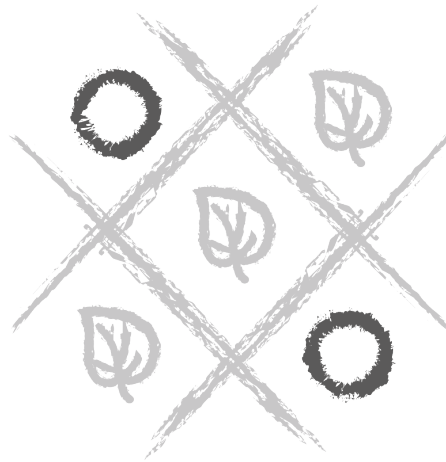
Sistema básico de identidad

Versión color vertical



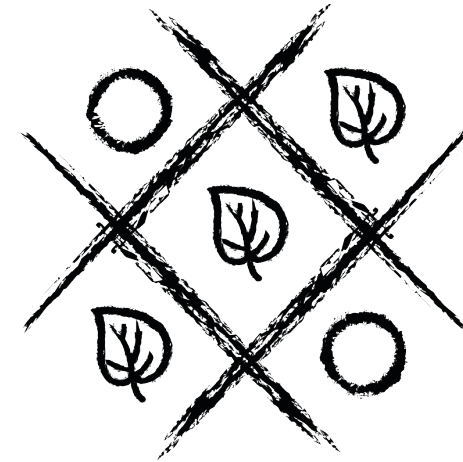
Córdoba
Gilwell Park

Versión escala de grises



Córdoba
Gilwell Park

Versión blanco y negro



Córdoba
Gilwell Park

Versión color horizontal

Córdoba
Gilwell Park



Versión en negativo



Paleta de colores

El isologotipo posee dos colores: azul y verde. A continuación se detallará su composición para una exacta reproducción.



CMYK

- Cyan 73%
- Magenta 0%
- Amarillo 99,5%
- Negro 0%

RGB

- Rojo 70
- Verde 172
- Azul 53



CMYK

- Cyan 89%
- Magenta 68%
- Amarillo 0%
- Negro 0%

RGB

- Rojo 48
- Verde 86
- Azul 163

Familias tipográficas

La fuente tipográfica utilizada para la construcción del isologotipo es **Candara**.

Como variables permitidas sólo para papelería, folletos, cartelería, redes sociales o gráficas publicitarias, se establecen tres familias tipográficas: Maiandra GD, Calisto MT y Microsoft New Tai Lue.

La principal característica que comparten tres de estas cuatro familias (excepto Calisto MT) es que son palo seco o sans serif, es decir, que no poseen remates en sus terminaciones. Otro atributo importante es que todas poseen letra "ñ" y tildes, fundamentales en nuestro idioma.

Tipografía: Candara

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

á é í ó ú

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

\$ % & @ = + - * / () ¡ ! ¿ ? . , ; : " " "

Tipografía: Microsoft New Tai Lue

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

á é í ó ú

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

\$ % & @ = + - * / () ¡ ! ¿ ? . , ; : " " "

Tipografía: Calisto MT

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

á é í ó ú

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

\$ % & @ = + - * / () ¡ ! ¿ ? . , ; : " " "

Tipografía: Maiandra GD

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

á é í ó ú

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

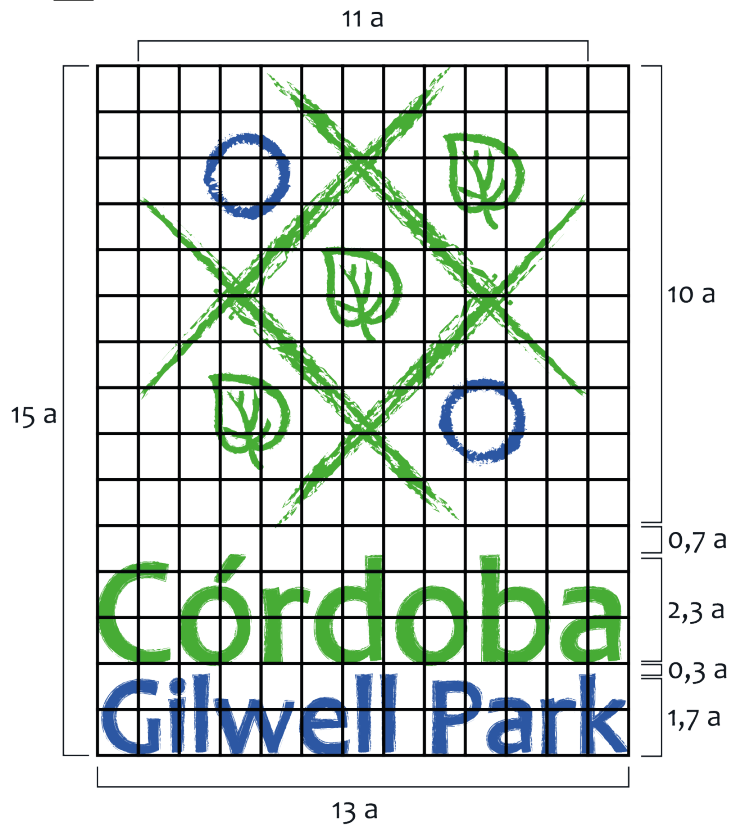
\$ % & @ = + - * / () ¡ ! ¿ ? . , ; : " " "

Pauta modular

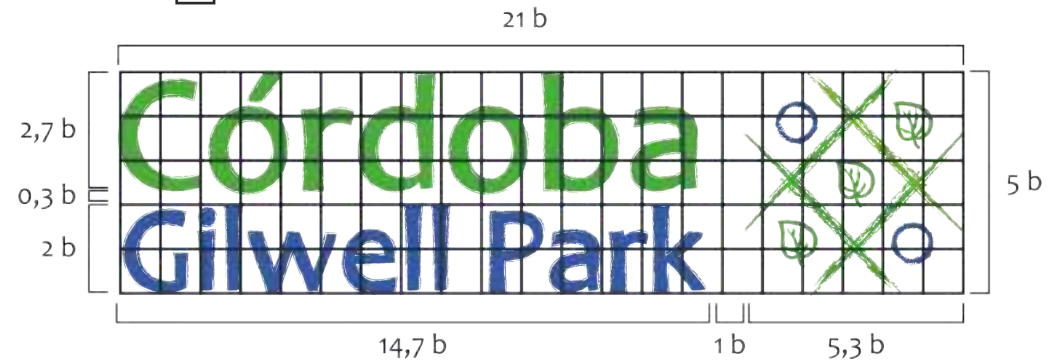
La pauta modular es el trazado geométrico que pone de manifiesto las relaciones de proporción entre las formas mediante la repetición de un módulo.

Con la finalidad de que no se modifiquen las proporciones del isotipo al adaptarlo a otros tamaños y soportes, se determinará a continuación su pauta modular en versión vertical y horizontal.

a=

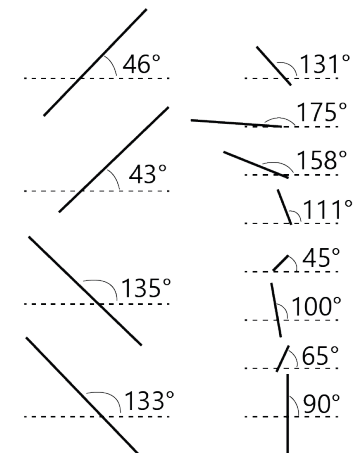
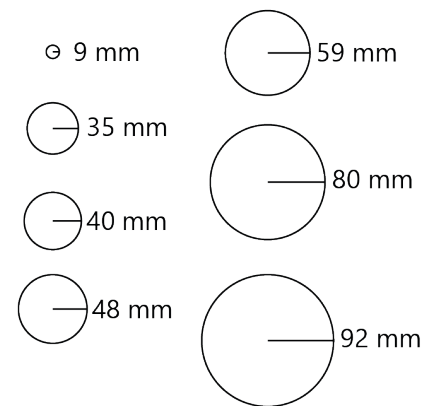
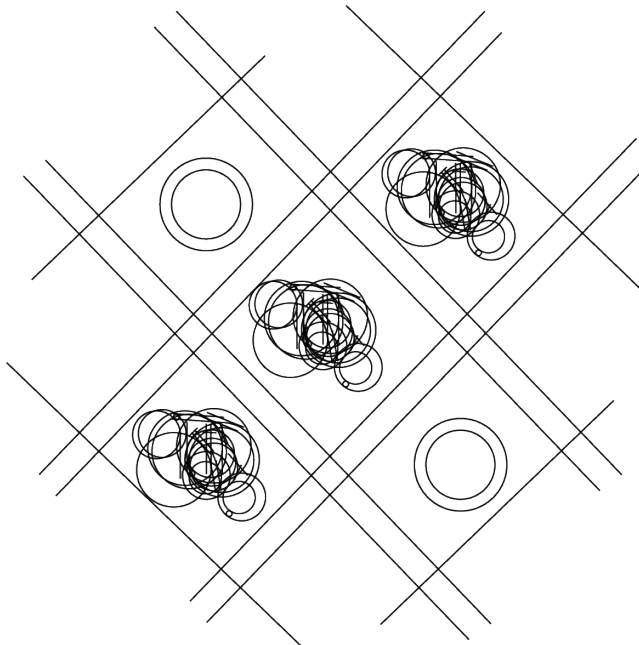
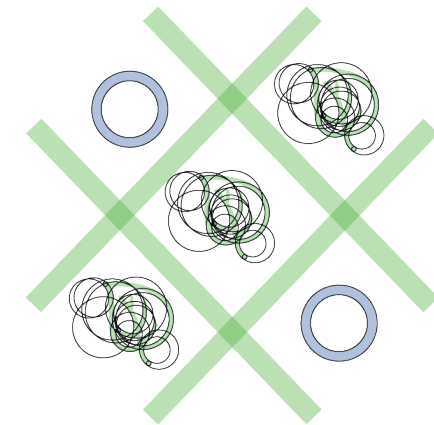
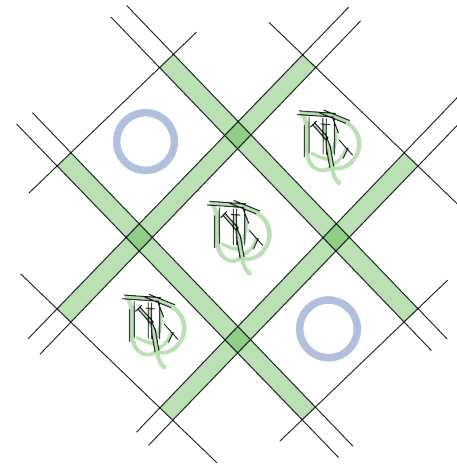
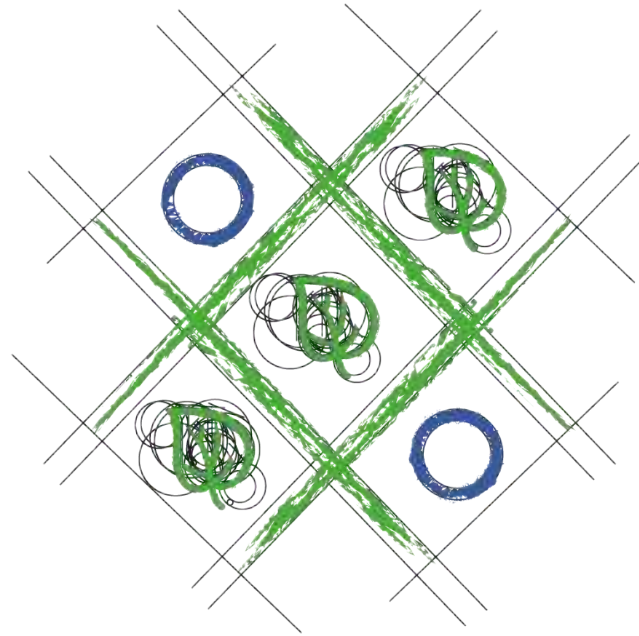


b=



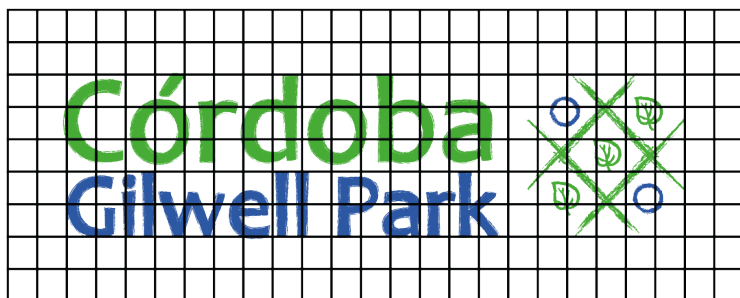
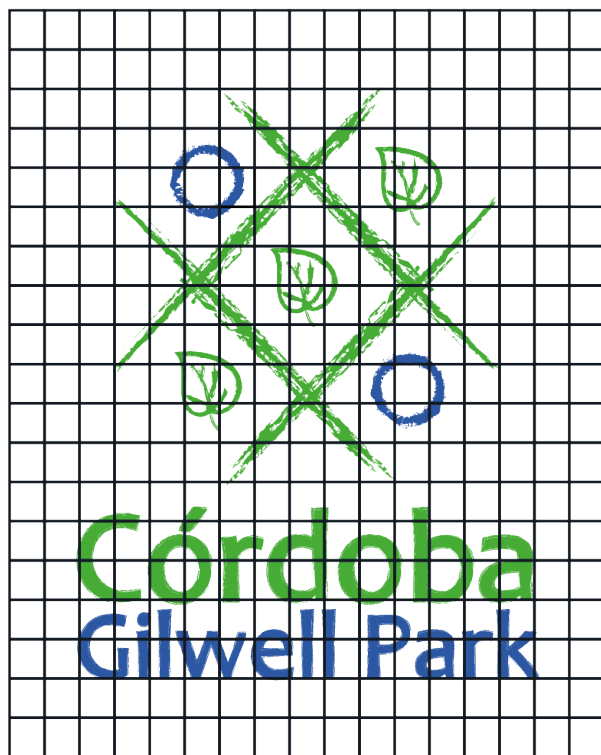
Grilla constructiva

La grilla constructiva es el trazado geométrico que pone de manifiesto el proceso de construcción de las formas. Se realiza utilizando líneas rectas y círculos, para luego establecer las medidas de los diámetros y los ángulos. El objetivo es lograr fidelidad en las futuras reproducciones del signo.



Campo mínimo de actuación

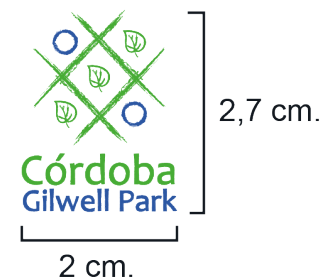
El campo mínimo de actuación (en ambos casos) es de 2 módulos de cada lado del isologotipo. La función de esta medida es darle un espacio al signo para evitar que éste pierda su identidad y pregnancia.



Mínima reducción permitida

La mínima reducción permitida para el isologotipo es de 2,7 cm. de alto por 2 cm. de ancho en su versión vertical y de 1,5 cm. de alto por 6 cm. de ancho en su versión horizontal.

Esta medida nos permitirá que el isologotipo no pierda legibilidad al escalarse.



Variables permitidas

Son las modificaciones gráficas que se pueden realizar sobre el isologoipo.

Ubicación permitida del isotipo

Versión vertical



Versión horizontal



Colores permitidos sobre fondo blanco



Colores de fondo permitidos con el isologoipo en negativo



Variables no permitidas

Son ejemplos de modificaciones incorrectas o malos usos del signo.



Fondo de color no permitido



Colores no permitidos en el signo



Modificación de la tipografía



Modificación del isotipo



Cambio en la dirección



Cambio en las proporciones

Aplicaciones del signo

Publicidad en redes



Señalética



Página de Facebook

Foto de perfil



Foto de portada



Glosario

Manual de uso: libro de consulta asidua en el campo del diseño gráfico. En él se especifican todas las normalizaciones para un signo básico de identidad visual y sus activaciones en diversos soportes.

Logotipo: forma particular que toma una palabra escrita o una grafía, con la cual se designa y se caracteriza a una marca.

Isotipo: imágenes estables y muy pregnantes que permiten una identificación que no requiere lectura.

Isologotipo: logotipo acompañado de un isotipo.

Familia tipográfica: conjunto de signos alfabéticos y no alfabéticos con características comunes, integrantes de un sistema.

Pregnancia: capacidad de una forma para destacar, como la figura de un fondo.

Identidad: conjunto de rasgos o características de una persona o cosa que permiten distinguirla de otras en un conjunto.

10) Realización de señales finales

El sistema señalético se creó con el fin de facilitar el recorrido de las visitas por el predio, pautar las normas y educar sobre los recursos del lugar, cómo aprovecharlos correctamente y cómo cuidarlos.

Para ello se realizó un programa muy completo, donde cada señal cumple una determinada función y tiene una ubicación estratégica para ello.

En la entrada al campo se recibirá a la gente con un cordial cartel de bienvenida (del otro lado, puede leerse un mensaje de despedida).

A los pocos metros de la entrada se encuentra la zona de granja con su respectivo cartel indicativo y sus reglas. También hay carteles orientativos que indican la distancia y dirección de los lugares clave.

A 200 m. se encuentra el área de campamento, con sus respectivos carteles indicativos y reguladores; y a pocos metros de allí, el estacionamiento y los baños.

La tercera zona es la de Sendero, la cual marca un circuito fijo de caminata. El mismo será señalizado a través de las señales direccionales con forma de flecha, la frecuencia y cantidad de éstas serán las necesarias para evitar confusión en el camino. Se realizarán dos recorridos: uno de ida y otro de vuelta; el primero será señalizado mediante huellas de puma, mientras que el segundo, por huellas de pájaro.

A lo largo del recorrido habrá carteles orientativos que indiquen la distancia de los puntos clave y las señales indicativas de "ollita", que se encuentran al lado de cada una de ellas.

Los carteles educativos y persuasivos se encontrarán en las tres áreas del campo. Los carteles de flora serán individuales, mientras que los de fauna serán de mayor tamaño y describirán cuatro especies por cartel.

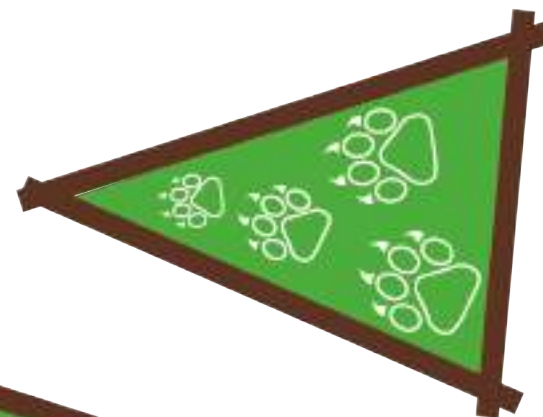
Los primeros se ubicarán próximos a las especies que se estén describiendo, mientras que con los animales se dificulta debido a que se trata de una reserva donde son silvestres, con excepción de las especies de corral (en ese caso sí tendrán su señal en la zona de granja).

Las señales seguirán todas un mismo estilo. El soporte será de chapa galvanizada con un marco decorativo de listones de madera de eucalipto y los pies de tronco. Las gráficas serán simples de entender y predominará el lenguaje gráfico (con excepción de las señales informativas que tienen más contenido escrito). En cuanto a la tipografía se utilizarán sólo una en todo el sistema: palo seco, de trazo grueso y regular.

A continuación se describirán los distintos tipos de señales realizadas.

Señales direccionales

Recorrido de ida



Recorrido de vuelta

Señal ornamental



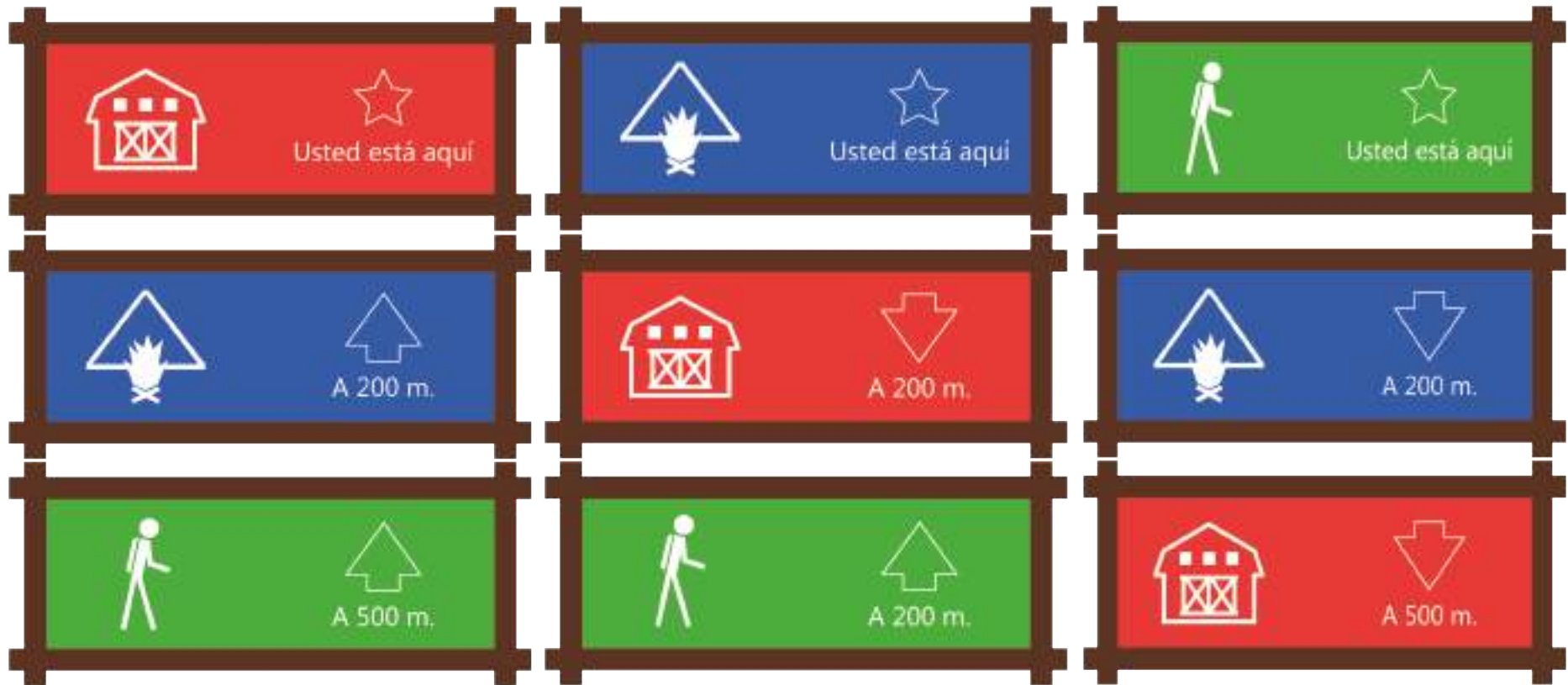
Señales identificativas



Señales reguladoras



Señales orientadoras





Señales educativas

Peperina

Descripción

Es un subestrato aromático, pubescente, de 50 a 150 cm de altura y crece en forma de mata.



Hábitat

Es nativa de Sudamérica (Colombia, Venezuela, Brasil, Ecuador, Perú, Bolivia y Noroeste y centro de Argentina) y habita entre los 500 y 3500 metros.

Usos

Tiene propiedades digestivas y acción antiespasmódica, ya que elimina los dolores de estómago e intestino. La forma más habitual de ingerir es a través de infusiones de sus hojas y flores.



Floración

Otño y primavera.

Quiebra arado

Descripción

Arbusto perenne que mide de 50 a 100 cm de altura.



Hábitat

Es nativo de América, desde México hasta el norte de Argentina, en suelos bajos y húmedos. Sólo puede situarse en un lugar con exposición directa al sol para su correcto crecimiento.

Usos

Los pueblos originarios elaboraban una bebida con sus hojas ya que tienen propiedades afrodisíacas, antiespasmódicas y sedantes.



Floración

Floración durante la mayor parte del año, pero principalmente de junio a noviembre.

Zinnia

Descripción

Es una planta anual que puede alcanzar los 50 cm de altura. Sus flores poseen una paleta de colores muy amplia, que va desde el rojo al amarillo, pasando por el naranja, el rosa, el blanco o el violeta.



Hábitat

Es nativo de América, recorre el oeste de todo el continente, desde el sur de Estados Unidos hasta el centro de Argentina. Crece sobre suelos sueltos, mejor fértiles, con muy buen drenaje.

Usos

Se utiliza como ornamental y en menor medida, medicina.



Floración

Verano.

Clitoria



Descripción
Planta herbácea que pueden medir desde 11 a 75 cm de altura.

Hábitat
Es nativa de las zonas tropicales de América y posteriormente fue introducida en África, Asia y Australia.

Usos
Se les da un uso ornamental por sus bellas flores y medicinal, para aliviar dolores artromusculares y sístero.

Floración
Verano.

Orquídea autóctona



Descripción
Planta terrestre cuyas flores son de color salmón y rosa blanco y tienen una forma aborciopelada. Las hojas crecen al finalizar la floración.

Hábitat
Crecen entre pastizales o en los bordos de montes secundarios, donde recibe una exposición solar directa.

Usos
Uso exclusivamente ornamental.

Floración
De agosto a octubre.

Siete sangrías



Descripción
Herba o subarbusto perenne y pegajosa de 10 a 40 cm.

Hábitat
Crece en lugares abiertos, de la zona serrana y es de origen sudamericano.

Usos
Es utilizada como medicinal, es digestiva, digestiva y diarética siendo levemente laxante.

Floración
De noviembre a febrero.





Flor de Acacia



Descripción

Arbusto espinoso que puede alcanzar los 5 metros altura, con vistosas flores pequeñas, con numerosos y largos estambres amarillos.



Habitat

Se adapta a todo tipo de suelos y es muy resistente a sequías y heladas. Son nativos de Sudamérica y crecen en toda la provincia de Córdoba.

Usos

En la tradición popular se le atribuyen varios usos medicinales y por ser plantas de rápido crecimiento, las suelen utilizar como árboles de sombra o como barreras contra vientos.



Floración

De agosto a diciembre.

Malvavisco

Descripción

Son arbustos de crecimiento rápido, tallo velludo y muy ramificados, de 0,50 a 2,50 m de altura, con vistosos flores.



Habitat

Crece en zonas abiertas, descampados, en claros del bosque semibajo y es nativo de Sudamérica.

Usos

Puede ser cultivado como ornamental o está protegida del fito.



Floración

De diciembre a mayo.

Nogal



Descripción

Es un árbol que puede alcanzar los 27 metros de altura y su tronco alcanza los 2 metros de diámetro. Puede comenzar a producir frutos a partir de los 5 años.



Habitat

Es progenio de Fennia y requiere climas húmedos y sueltos preferentemente sueltos y ricos en nutrientes.

Usos

El fruto, desmenuado hueco, es comestible y tiene un agradable sabor y aroma. Las nueces deben ser consumidas cuando el fruto ha logrado su total madurez, de lo contrario, contienen diamoxo.



Floración

Primavera.

Cerdo



Hábitat

Tan adaptables a climas templados y tropicales, encontramos en casi todo el mundo.

Tamaño

Los machos alcanzan un peso de hasta 160 kg, y las hembras de 90 kg.



Alimentación

Son omnívoros, ya que pueden consumir variedad de alimentos, desde plantas hasta animales más pequeños. Se alimentan de bellotas, cereales, frutas, papas, verduras y otros tipos de verduras.

Curiosidad

Son curiosos, inteligentes y se dice que tienen alta inteligencia respecto a la de un niño de tres años. También son tímidos y cautos, capaces de manifestar comportamientos sociales, jugar, cuidar y vivir feliz con otros cerdos.

Oveja



Hábitat

Viven en desiertos, regiones con mucha altitud y zonas de temperaturas muy bajas.

Tamaño

Pueden llegar a pesar 200 kg, y su altura puede más de un metro.



Alimentación

Son herbívoros, se alimentan de pasto que comen, hortalizas, granos y otros tallos.

Curiosidad

Las ovejas tienen buena memoria, son capaces de tener amigos y de recordar temporadas como el invierno y el verano.

Puma



Hábitat

Viven en montañas altas y se adaptan a cualquier ambiente desde zonas frías hasta hasta 4000.

Tamaño

Pueden llegar a pesar 120 kg, medir 25 cm de altura, 2,80 metros de largo y su cola puede alcanzar un largo de 90 cm.



Alimentación

Su alimentación es más variable, incluye ratones, felinos, felinos, perros, equinos y animales grandes como ciervos y alces.

Curiosidad

Son grandes cazadores y solitarios, los felinos venidos pueden alcanzar los 6 meses de vida y los felinos pueden superar los 17 años.

Zorro de monte



Hábitat

Viven en el Andes, norte de Argentina y norte de Colombia.

Tamaño

Pueden llegar a pesar 8 kg, medir 75 cm de altura, su cola puede alcanzar un largo de 40 cm.



Alimentación

Son omnívoros, se alimentan de animales pequeños como pájaros, conejos, roedores, serpientes, aves y frutas. Pero algunas zonas que habitan también pueden llegar a comer frutas o alfileres.

Curiosidad

Son más ágiles que otros felinos, saltan y viven en grupos pequeños, formados por un pareja y de uno a cinco juveniles.

Cabra



Hábitat

Las cabras domesticas pueden encontrarse en todo el mundo, a excepción de las regiones polares.

Tamaño

Pueden llegar a pesar 240 kg, pero en general pesan alrededor de 40 kg y medir de 1,15 a 1,30 metros de largo y 80 cm de altura.



Alimentación

Son herbívoras, se alimentan de hojas de malezas y tallos cuando viven en las zonas montañosas y de hierbas cuando se encuentran en áreas de pastores.

Curiosidad

Una cabra grande es capaz de producir más leche que una vaca (12 litros de leche diaria).

Caballo



Hábitat

Viven en casi todo el mundo. Los caballos salvajes se pueden encontrar en desiertos, sabanas y praderas.

Tamaño

Pueden llegar a pesar 1000 kg, y medir 1,80 metros de altura.



Alimentación

Son herbívoros, su dieta es compuesta de 30 diferentes tipos de plantas pero puede, se alimentan de los tipos de hierbas y granos.

Curiosidad

Los caballos salvajes viven en grupos de 20 años, mientras que los domesticos pueden llegar a vivir hasta unos 40 años.

Jabalí



Hábitat

Viven en lugares con mucha vegetación, desde los ríos a zonas de montaña y zonas de agua.

Tamaño

Pueden llegar a pesar 270 kg, medir 1 metro de altura y 2,50 metros de largo.



Alimentación

Se alimentan de raíces, tubérculos, hierbas, los frutos, tubérculos, frutos, hongos de tierra e insectos.

Curiosidad

Los machos viven en grupos con otros machos y las hembras viven con sus crías en grandes grupos.

Víbora de cascabel



Hábitat

Viven en desiertos y zonas áridas de altas temperaturas, lejos de cursos de agua. También se las puede encontrar en montes y colinas rocosas.

Tamaño

Miden entre 1 y 1,30 metros, pudiendo llegar en algunos casos excepcionales a 1,90 metros.



Alimentación

Se alimentan de mamíferos y aves como conejos, tortugas de agua y lagartos.

Curiosidad

Unos ejemplares de esta especie pueden alcanzar el peligro de extinción.





Liebre



Hábitat

Viven en madrigueras que realizan antes del nacimiento de sus crías, luego los abandonan y se van a vivir en zonas de montaña y tierras. En Argentina fue declarado especie nacional.

Tamaño

Pueden llegar a pesar entre 2 y 10 kg, medir entre 20 y 30 cm de altura y de 45 a 15 cm de largo.



Alimentación

Son herbívoros, se alimentan de plantas como la colza, el trigo y el centeno, de pasto y araucos pequeños.

Curiosidad

Aunque pueden vivir en grupo, son monógamos y conservan tal pareja toda la vida.

Vaca



Hábitat

Viven en casi todo el mundo, en zonas donde tengan alimento para comer.

Tamaño

Pueden llegar a pesar más de 800 kg, medir 1,35 metros de altura y 2,60 metros de largo.



Alimentación

Son herbívoros, se alimentan de pastos, heno, tallos, hojas, pajas y otros de numerosas plantas.

Curiosidad

Pueden cuatro especies y pasar al menos nueve horas diarias comiendo.

Llama



Hábitat

Viven en las montañas andinas de América del Sur, en un terreno de hasta 5000 metros de altura y en climas fríos y secos.

Tamaño

Pueden llegar a pesar más de 150 kg, medir 2,2 metros de altura y 2,1 metros de largo.



Alimentación

Son herbívoros, se alimentan de pasto, hojas, arbustos y brotes. Se adapta al forraje seco ya que está preparada para probar.

Curiosidad

Son famosas por sus pelis y lo hacen para defenderse. Si los ojos tienen contacto con su saliva, puede ser muy peligroso.

Perdiz



Hábitat

Viven alrededor de los cultivos de arrozales y leguminosas. Es oriundo de Europa, África, Medio Oriente, Asia y ciertas zonas de América.

Tamaño

Su altura no supera los 34 cm, su longitud, con una cabeza grande y un pico corto.



Alimentación

Se alimentan de semillas que encuentran en los lugares donde habitan (en especial trigo, arroz y cebada) y de verduras de tierra y leña.

Curiosidad

Es un ave muy ruidosa. Descansa al anochecer y a primera hora de la mañana. A mediodía se acicala, toma un baño de arena y limpia su plumaje. Mientras que comen, atravesala.

Señales de concientización

Tomar agua nos da **VIDA**,
tomar conciencia nos dará **AGUA**



Greenpeace

Mil máquinas
nunca harán **UNA FLOR**



Luis Fernando Finat

En el bosque no hay WIFI
Pero te aseguro que ahí encontrarás una mejor **CONEXIÓN**



Autor desconocido

LA NATURALEZA
es un espectáculo que se desarrolla **frente al hombre**



Aristóteles

Cada nuevo árbol que se planta
garantiza oxígeno para tres personas



DE POR VIDA

Lifeder.com

Los grandes incendios
nacen de las chispas pequeñas



Cuidemos nuestros bosques del fuego

Cardenal Richelieu



Cuento infantil de concientización

Patas a la obra

Era una bella mañana en el bosque, cuando los seres que allí vivían decidieron juntarse a discutir sus problemas.



Después de mucho pensar, al zorro se le ocurrió una idea.



Y así decidieron poner carteles con dibujos para que las personas ya no arruinaran más su bosque.



De ahora en adelante, cada vez que vean un cartel como estos, recuerden que son mensajes de todos los animales y plantas que viven allí.

¡Cuidemos nuestro mundo entre todos!



11) Elección de materiales

Los materiales con los que se realizarán las señales son:

- Chapa galvanizada: llevarán una chapa de 2 mm. de espesor. Las imágenes serán impresas en vinilos adhesivos, se les realizará un plastificado UV (para proteger la gráfica del clima y los animales) y serán pegadas a la chapa.
- Listones de madera de eucalipto: de 1 cm. de espesor por 3 cm. de ancho. Se atornillarán a la chapa a modo de marco decorativo. Se elige este material a pedido del cliente, para conseguir un estilo rústico, acorde con el entorno. Se les pondrá impregnante para evitar la putrefacción y los daños ocasionados por el clima y los animales (a diferencia del barniz, éste no aumenta el espesor de la madera, no crea películas externas y eso evita que posteriormente se descascare, lo que asegura una mayor duración).
- Troncos de eucalipto de 10, 12 y 15 cm. de diámetro. Para respetar el estilo rústico, serán el sostén del cartel y estarán fijados al suelo enterrando los primeros 40 cm. del mismo (a los cuales se les colocará previamente pintura asfáltica para que la humedad del suelo no dañe la madera). También se les deberá poner impregnante para asegurar una mayor duración.
- Bulones de acero galvanizados de 2,5 y 5 cm. para fijar el marco a la chapa.
- Bulones de acero galvanizados de 12, 15 y 18 cm. para fijar el cartel al tronco.



Manual señalético



Córdoba
Gilwell Park

Índice organizativo

80

Introducción

81

Formas de las señales

82

Tipos de señales

84

Gráficos y pictogramas

85

Pautas modulares

88

**Familias tipográficas
Paleta de colores**

89

Materiales y acabados

90

Ubicación en el espacio

91

Fichas técnicas

Introducción

El presente manual señalético fue creado para normalizar el uso del sistema de señales en el campo Córdoba Gilwell Park.

Dichas señales se crearon con el fin de facilitar el recorrido de las visitas por el predio, pautar las normas y educar sobre los recursos del lugar, cómo aprovecharlos correctamente y cómo cuidarlos.

Para ello se realizó un programa muy completo, donde cada señal cumple una determinada función y tiene una ubicación estratégica para ello.

Habrá siete tipos de señales: ornamental, identificativa, reguladora, direccional, educativa, concientizadora y orientativa. Cada una puede diferenciarse, a simple vista, por su forma y/o tamaño.

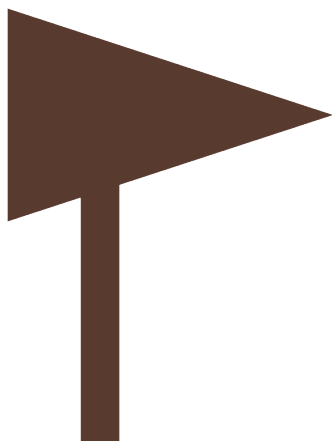
Las señales seguirán todas un mismo estilo. El soporte será de chapa, con varillas de madera que se utilizarán como marco decorativo y los pies de tronco; para lograr un estilo rústico que sea armónico con el entorno.

Las gráficas serán simples de entender, con un estilo infantil y colores brillantes para lograr atraer a los más pequeños. En cuanto a la tipografía se utilizarán sólo una en todo el sistema: palo seco, de trazo regular y grueso.

Formas de las señales

Los diferentes tipos de señales se distinguirán, además de por sus colores y gráficas, por su forma. A continuación se podrán observar las distintas formas que podemos encontrar en el presente sistema señalético.

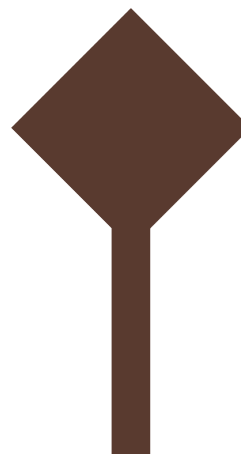
Direccionales



Orientativas



Identificativas



Concientizadoras



Ornamental



Reguladoras



Educativas



Tipos de señales

El presente sistema señalético está compuesto por siete tipos de señales, las cuales serán descritas a continuación.

Señales orientativas: son aquellas que situarán al visitante en el entorno.



Señales reguladoras: expresan lo que se debe hacer y lo que está prohibido. Cada área del campo tiene sus propias reglas y su propia señal.

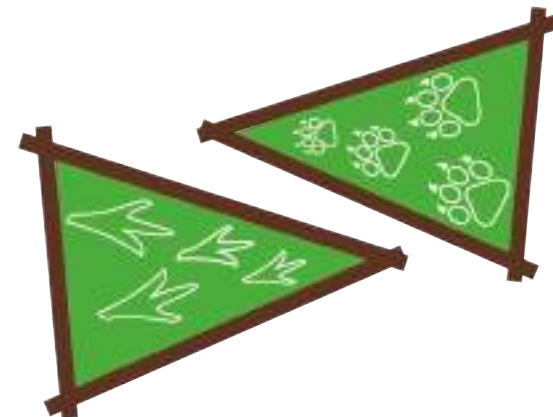


Señales identificativas: señalizan lugares concretos del campo (granja, camping, sendero, baños, ollitas y estacionamiento).



Señales direccionales: son aquellas indispensables para la correcta circulación de los visitantes por el campo.

En este sistema habrá dos circuitos: uno de ida (representado por huellas de puma) y uno de vuelta (representado por huellas de pájaro).



Señales educativas: su finalidad es informar sobre las especies que habitan la zona y sus principales características.

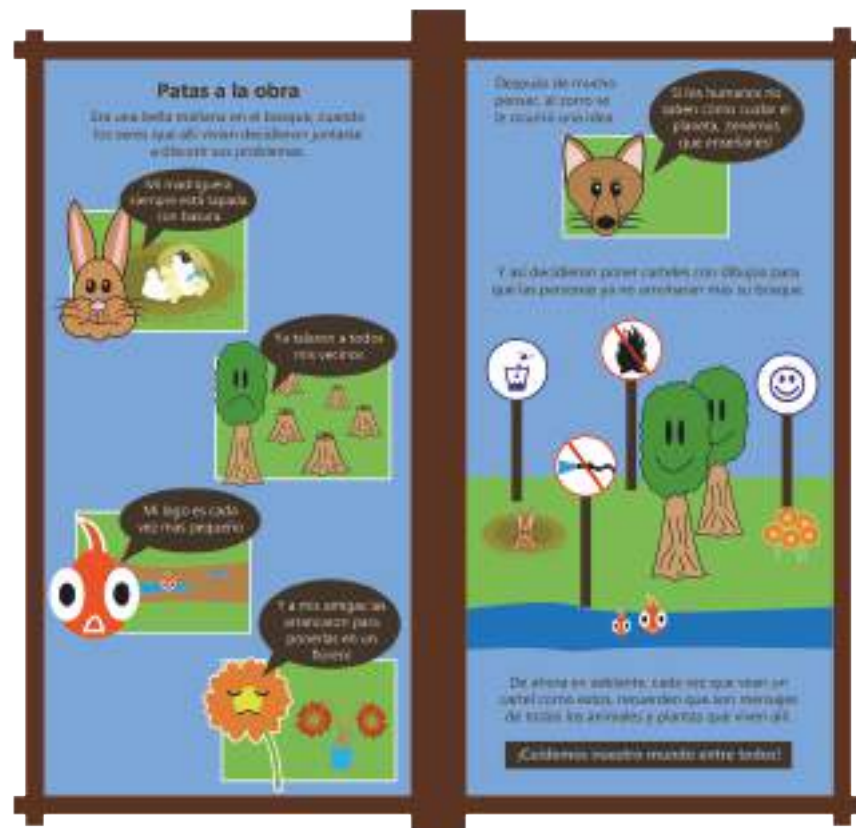


Señal ornamental: embellece el campo y les da un saludo cordial a los visitantes.



Señales concientizadoras: su objetivo es crear conciencia y educar acerca de los cuidados que se deben tener con el medio ambiente y sus recursos.

Habrán señales con frases dirigidas a los grandes y para los niños, un cuento infantil, con una moraleja que los motive a cuidar el medio ambiente.



Gráficos y pictogramas

Los gráficos tendrán un aspecto infantil, con el cual se buscará llamar la atención del público más disperso: los niños.

Los diseños resultantes siguen un mismo estilo y una misma gama de colores.

Flora autóctona



Fauna autóctona



Se optó por utilizar pictogramas, ya que es un lenguaje universal, conocido por todo el público y de inmediata comprensión. De igual manera, en algunos casos, también se hizo uso del lenguaje escrito para reforzar el mensaje.

En el cartel de los baños se recurrió al humor, poniendo una vaca y un toro para diferenciar baños de mujer y de hombre.

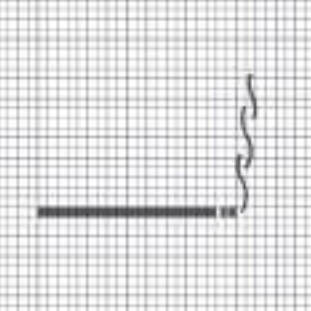
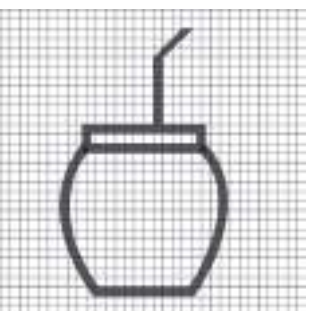
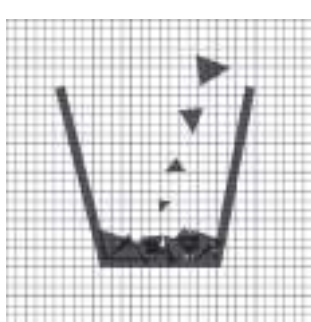
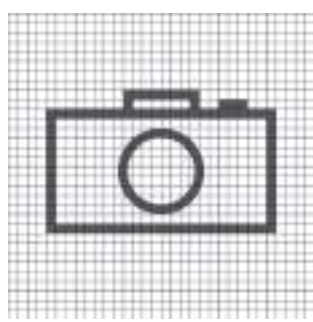
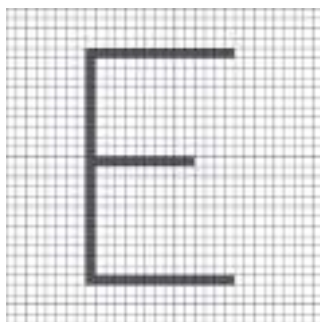
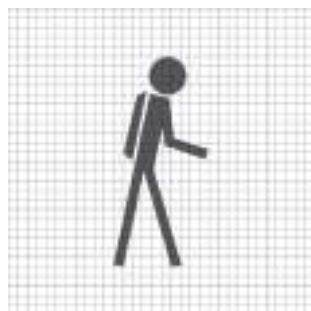
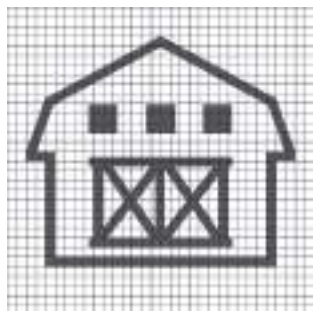


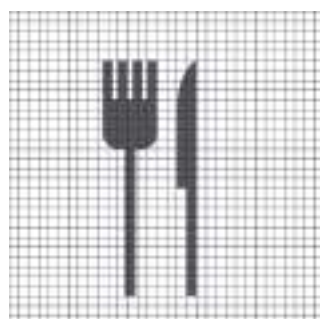
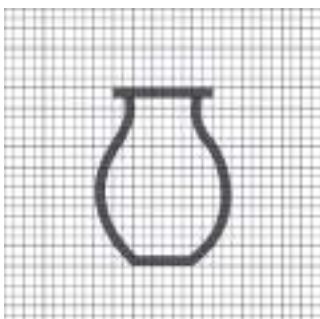
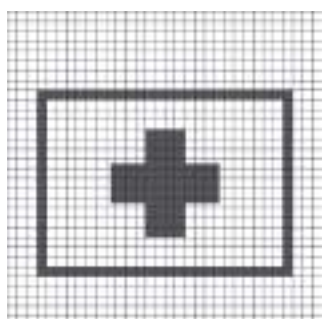
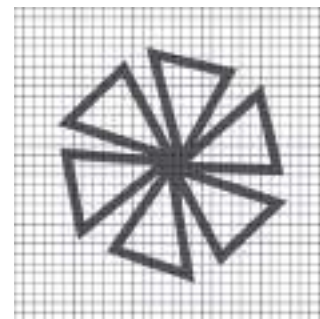
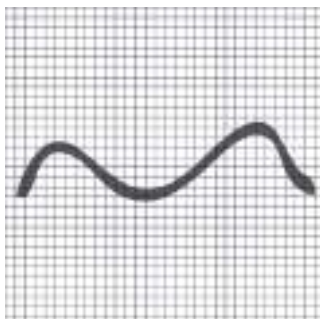
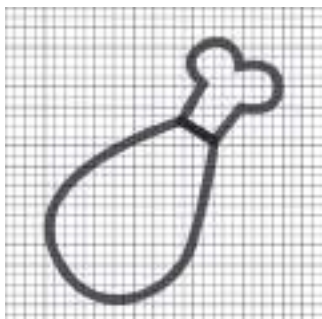
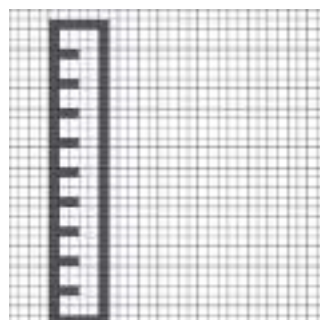
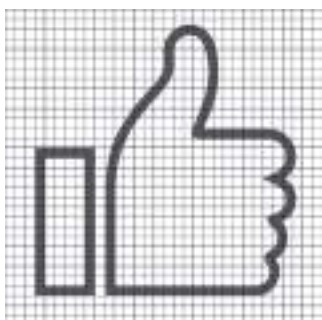
Pautas modulares de los pictogramas

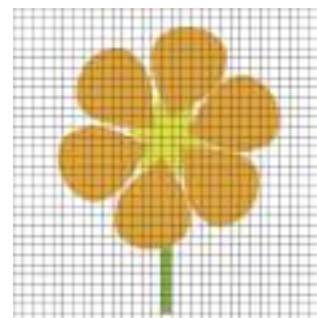
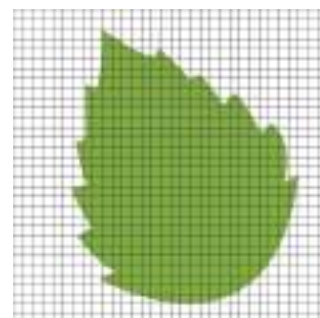
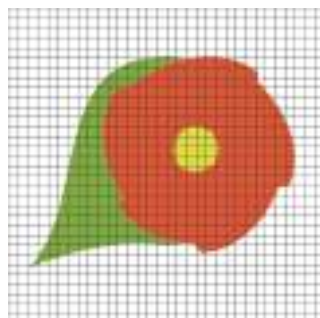
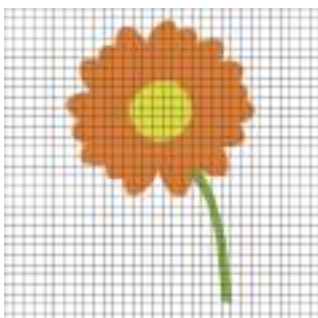
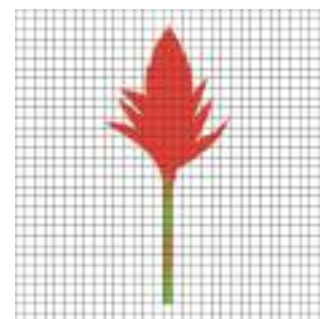
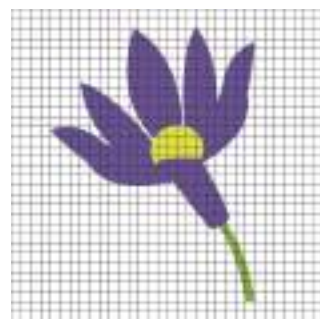
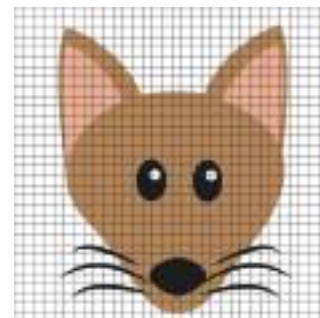
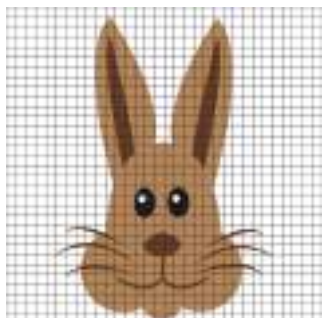
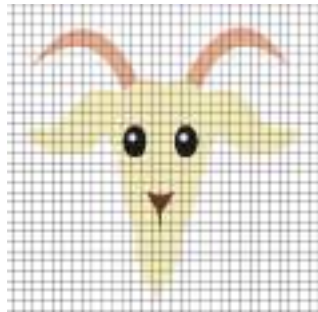
La pauta modular es el trazado geométrico que pone de manifiesto las relaciones de proporción entre las formas mediante la repetición de un módulo.

Con la finalidad de que no se modifiquen las proporciones de los pictogramas y gráficos al adaptarlos a otros tamaños y soportes, se determinarán a continuación sus pautas modulares.

a=■







Familias tipográficas

En este sistema señalético fue utilizada principalmente una única familia tipográfica: Microsoft New Tai Lue.

Es una tipografía palo seco, es decir que no posee remates en sus terminaciones. Es una familia que permite una buena legibilidad por su simpleza, la ausencia de adornos, el tamaño de sus "ojos" y su trazo. Para facilitar la legibilidad, además, se optará por trabajar con caracteres en mayúscula y minúscula.

Sólo en el caso de las señales de concientización se utilizaron otras tipografías más informales: Maiandra GD, Sprague y EastMarket. Su uso sólo está permitido para ese tipo de señales por su informalidad, menor legibilidad y falta de algunos caracteres.

Tipografía: Microsoft New Tai Lue

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

á é í ó ú

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

\$ % & @ = + - * / () ! ; : , . ' " " "

Tipografía: Maiandra GD

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

á é í ó ú

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

\$ % & @ = + - * / () ! ; : , . ' " " "

TIPOGRAFIA: SPRAGUE

A B C D E F G H I J K L M

N O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

*\$ % & - * / () ! ? . , ; : " " "*

Tipografía: EastMarket

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O

P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p

q r s t u v w x y z

á é í ó ú


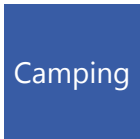

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9


\$ & @ - * / () ! ; : , . ' " " "

Paleta de colores

A cada zona del campo se le asignó un color, todas las señales tendrán el color correspondiente a la zona en la que estarán ubicadas. Esos colores de fondo deben ser respetados para cumplir con la armonía del sistema. La información en los carteles de color será blanca, mientras que, en el caso de los carteles blancos, la información deberá ser de color marrón.

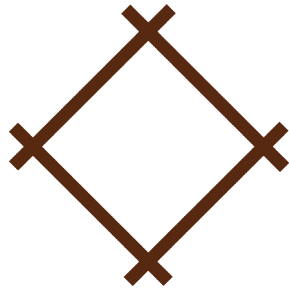
A continuación se detallará la composición de cada color utilizado en este sistema señalético para una exacta reproducción.

Granja	Camping	Sendero
		
CMYK	CMYK	CMYK
Cyan 0%	Cyan 89%	Cyan 73%
Magenta 90%	Magenta 68%	Magenta 0%
Amarillo 85%	Amarillo 0%	Amarillo 99,5%
Negro 0%	Negro 0%	Negro 0%
RGB	RGB	RGB
Rojo 230	Rojo 48	Rojo 70
Verde 51	Verde 86	Verde 172
Azul 42	Azul 163	Azul 53

	CMYK	RGB
	Cyan 37%	Rojo 59
	Magenta 53%	Verde 43
	Amarillo 68%	Azul 25
	Negro 81%	

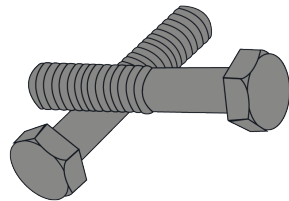
Materiales y acabados

- **Chapa galvanizada de 2 mm. de espesor:** las imágenes serán impresas en vinilos adhesivos, se les realizará un plastificado UV (para proteger la gráfica del clima y los animales) y serán pegadas a la chapa.



- **Listones de madera de eucalipto:** de 1 cm. de espesor por 3 cm. de ancho. Se atornillarán a la chapa a modo de marco decorativo. Se elige este material a pedido del cliente, para conseguir un estilo rústico, acorde con el entorno. Se les pondrá impregnante para evitar la putrefacción y los daños ocasionados por el clima y los animales (a diferencia del barniz, éste no aumenta el espesor de la madera, no crea películas externas y eso evita que posteriormente se descascare, lo que asegura una mayor duración).

- **Troncos de eucalipto de 10, 12 y 15 cm. de diámetro.** Para respetar el estilo rústico, serán el sostén del cartel y estarán fijados al suelo enterrando los primeros 40 cm. del mismo (a los cuales se les colocará previamente pintura asfáltica para que la humedad del suelo no dañe la madera). También se les deberá poner impregnante para asegurar una mayor duración.



- **Bulones de acero galvanizados de 2,5 cm. y 5 cm.** para fijar el marco a la chapa.

- **Bulones de acero galvanizados de 12, 15 y 18 cm.** para fijar el cartel a los troncos.

Ubicación en el espacio

La ubicación de cada señal está pensada estratégicamente para que las señales cumplan lo más efectivamente posible su función.

En la entrada al campo se recibirá a la gente con un cordial cartel de bienvenida (del otro lado, puede leerse un mensaje de despedida).

A los pocos metros de la entrada se encuentra la zona de granja con su respectivo cartel indicativo y sus reglas. También hay carteles orientativos que indican la distancia y dirección de los lugares clave.

A 200 m. se encuentra el área de campamento, con sus respectivos carteles indicativos y reguladores; y a pocos metros de allí, el estacionamiento y los baños.









La tercera zona es la de Sendero, la cual marca un circuito fijo de caminata. El mismo será señalizado a través de las señales direccionales con forma de flecha, la frecuencia y cantidad de éstas serán las necesarias para evitar confusión en el camino. Se realizarán dos recorridos: uno de ida y otro de vuelta; el primero será señalizado mediante huellas de puma, mientras que el segundo, por huellas de pájaro.

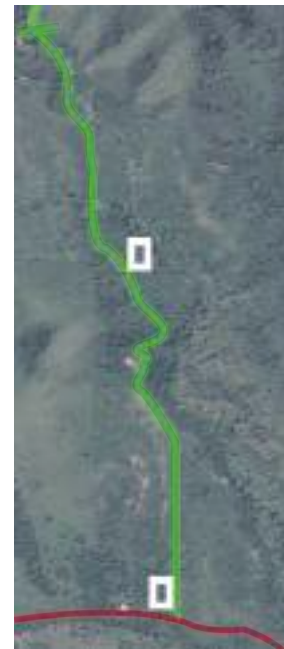
A lo largo del recorrido habrá carteles orientativos que indiquen la distancia de los puntos clave y las señales indicativas de "ollita", que se encuentran al lado de cada una de ellas.

Los carteles educativos y persuasivos se encontrarán en las tres áreas del campo. Los carteles de flora serán individuales, mientras que los de fauna serán de mayor tamaño y describirán cuatro especies por cartel. Los primeros

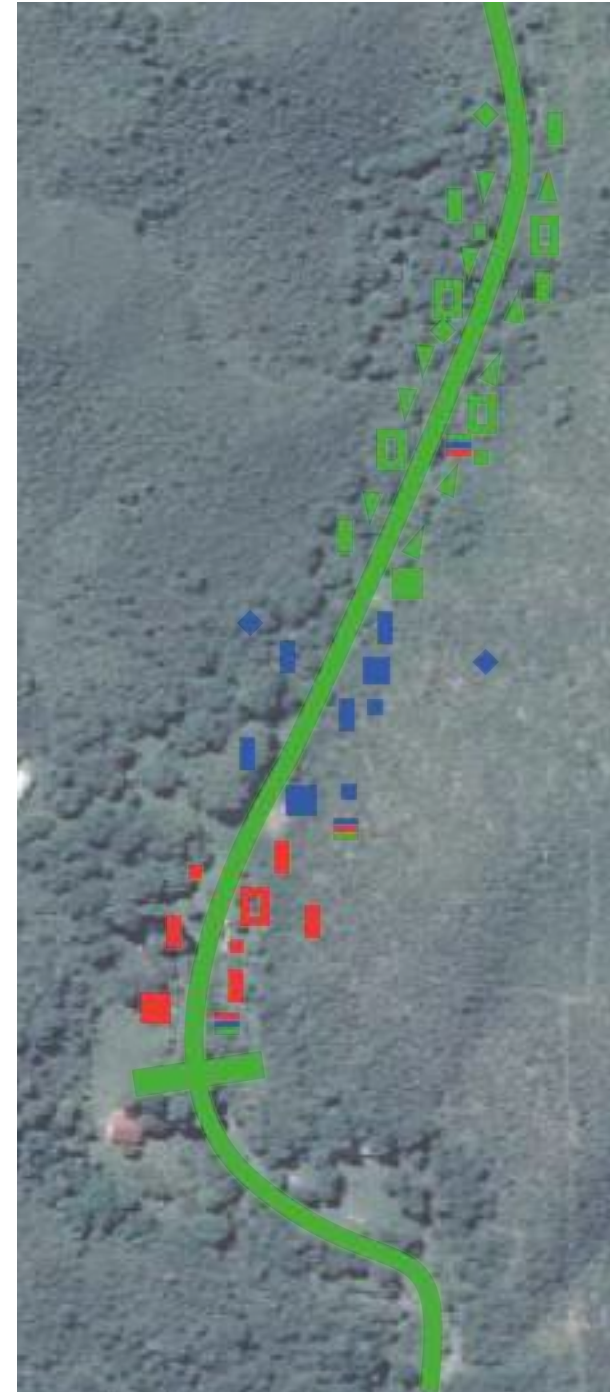
se ubicarán próximos a las especies que se estén describiendo, mientras que con los animales se dificulta debido a que se trata de una reserva donde son silvestres, con excepción de las especies de corral (en ese caso sí tendrán su señal en la zona de granja).

Referencias

-  Circuito de caminata
-  "Bienvenidos"
-  Identificativos
-  Orientativos
-  Reguladores
-  Educativos
-  Concientizadores
-  Direccionales



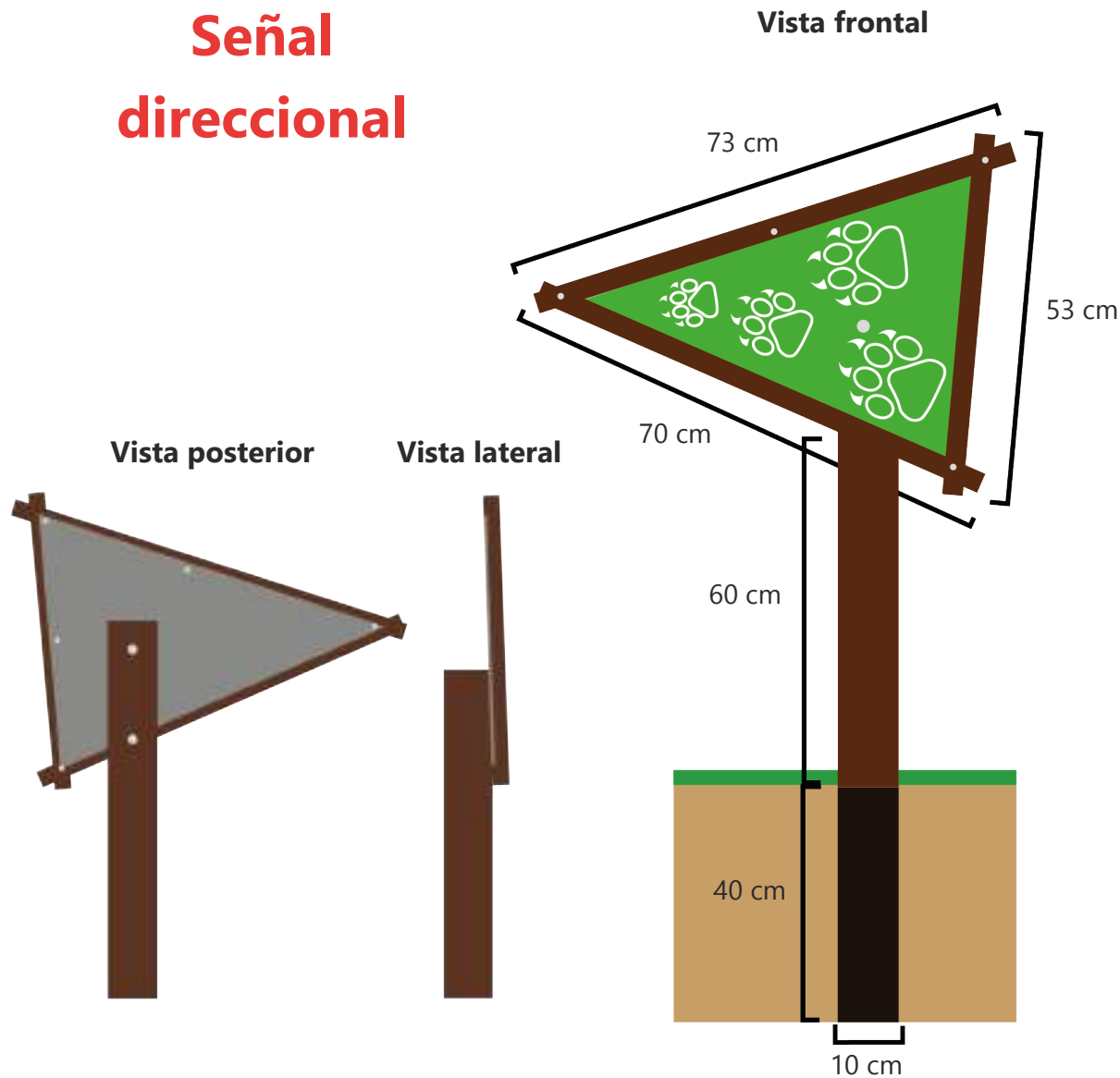
Al llegar al predio, a lo largo del camino de tierra, habrá carteles notificando a qué distancia se encuentra la entrada al campo Córdoba Gilwell Park.



Fichas técnicas



Señal direccional



Medidas

Medida total: 53 cm. de alto por 70 cm. de base y 73 cm. de largo.

Medida de chapa: 43 cm. de alto por 60 cm. de base y 63 cm. de largo.

Materiales

Chapa galvanizada de 2 mm. de espesor forrada con vinilo adhesivo con plastificado UV. Marco decorativo, atornillado a la chapa, formado por listones de madera de eucalipto de 1cm x 3 cm. La chapa está sujeta al tronco por dos bulones de acero de 12 cm. Del tronco se enterrarán 40 cm. para asegurar una correcta fijación al suelo.

Pictogramas

Huellas puma.



Paleta cromática

CMYK C: 73% M: 0% Y: 99,5% K: 0%
RGB R: 70 G: 172 B: 53

Ubicación en el campo

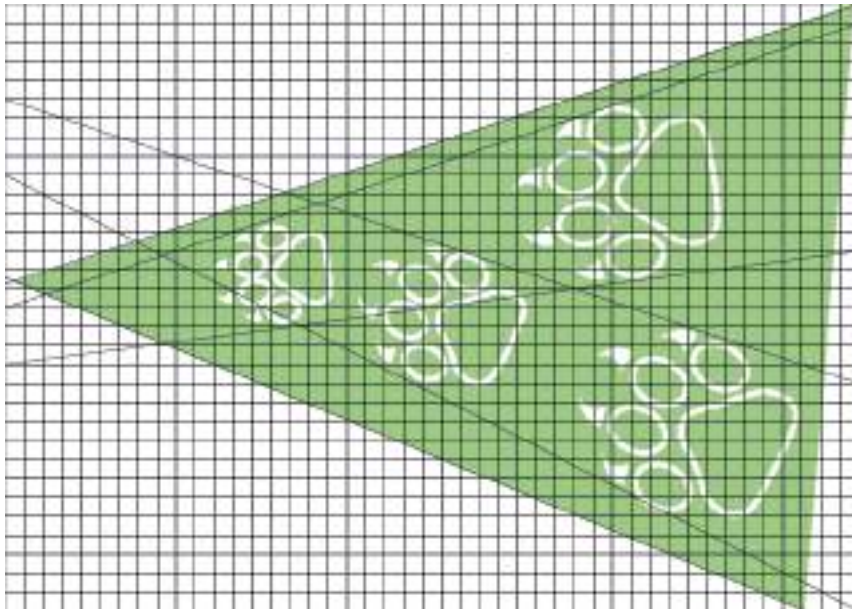
Marcan el circuito de caminata en el sendero.

Variantes de las señal direccional

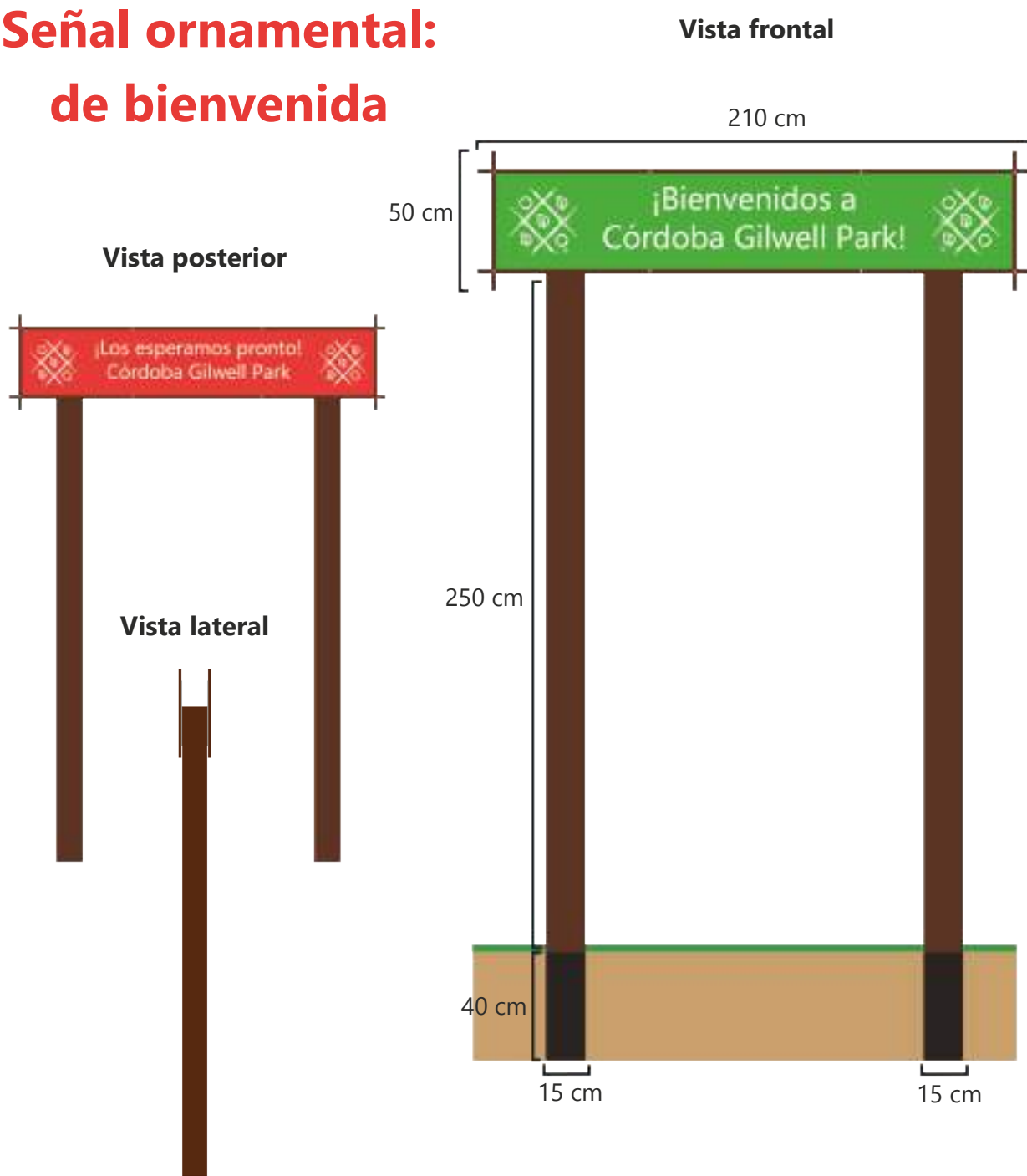


Pauta modular

a= □



Señal ornamental: de bienvenida



Medidas

Medida total: 210 cm. de ancho por 50 cm. de alto.

Medida de chapa: 200 cm. de ancho por 40 cm. de alto.

Materiales

Dos chapas galvanizadas de 2 mm. de espesor forradas con vinilo adhesivo con plastificado UV. Marcos decorativos, atornillados a las chapas, formados por listones de madera de eucalipto de 1cm x 3 cm. Las chapas están sujetas a dos troncos (una de cada lado) por tres bulones de acero de 18 cm. De los troncos se enterrarán 40 cm. para asegurar una correcta fijación al suelo.

Gráficos: Logo Córdoba Gilwell Park.



Tipografía: Microsoft New Tai Lue.

Paleta cromática

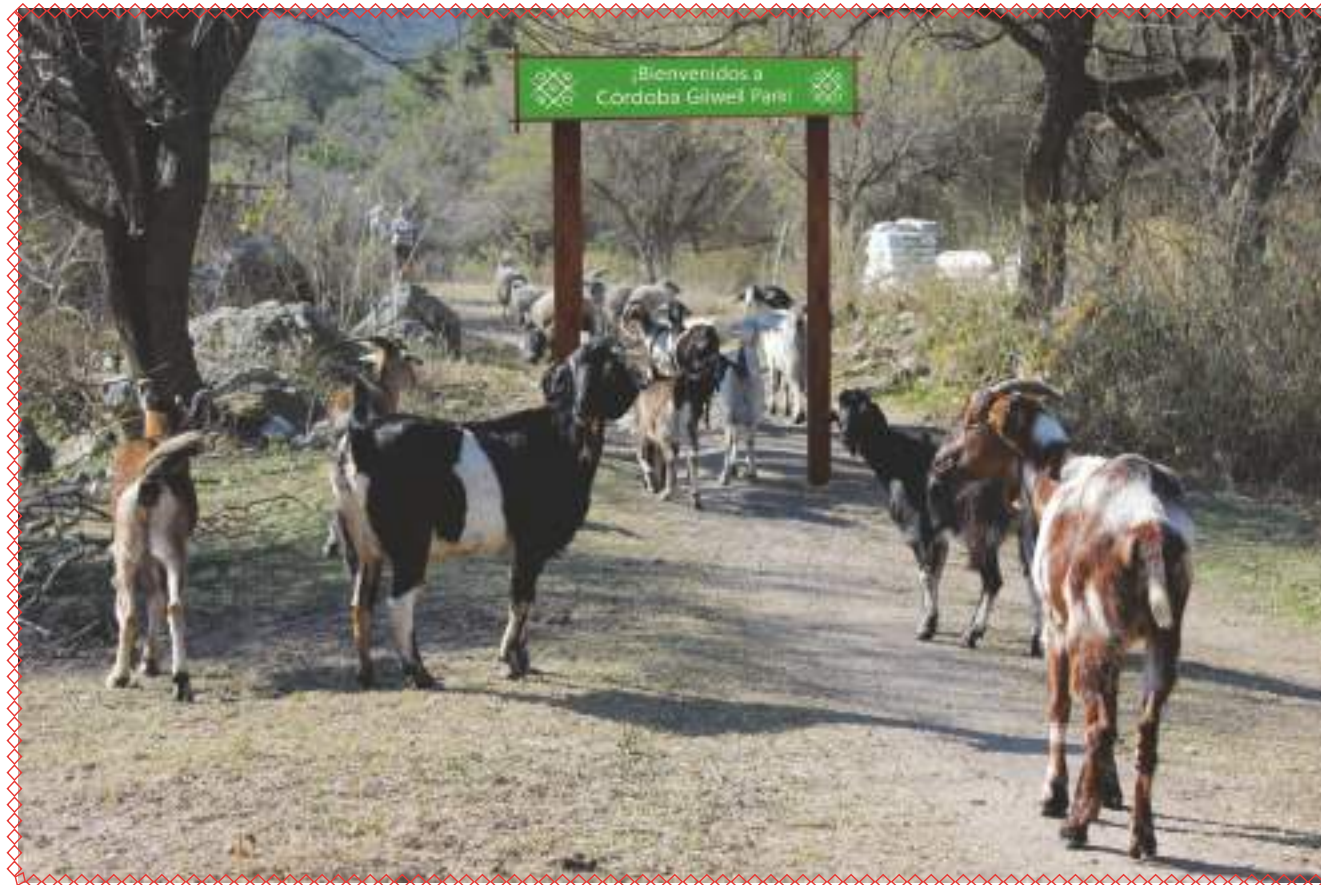
■ CMYK C: 73% M: 0% Y: 99,5% K: 0%
RGB R: 70 G: 172 B: 53

■ CMYK C: 0% M: 90% Y: 85% K: 0%
RGB R: 230 G: 51 B: 42

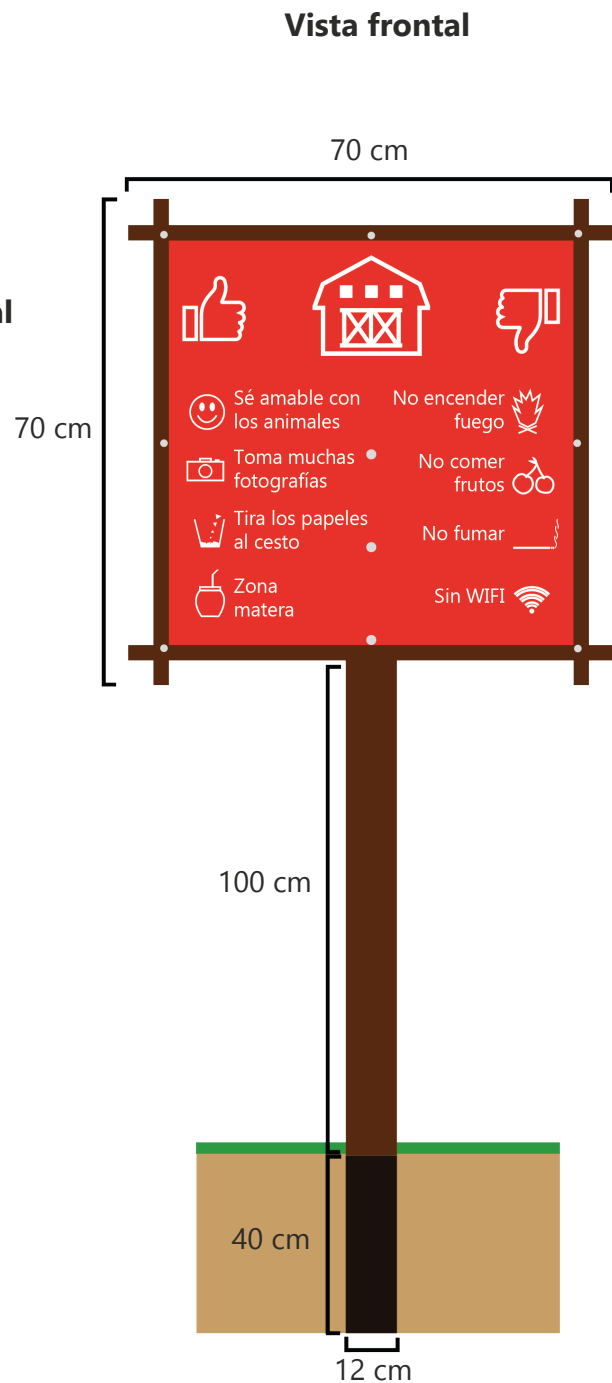
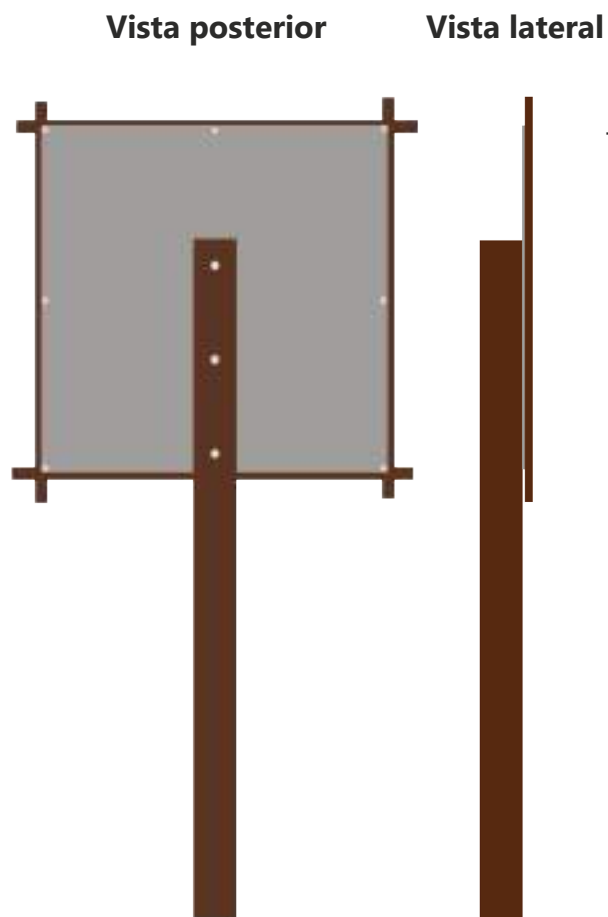
Ubicación en el campo

Entrada y salida del campo.

Pautas modulares a=□



Señal reguladora: granja



Medidas

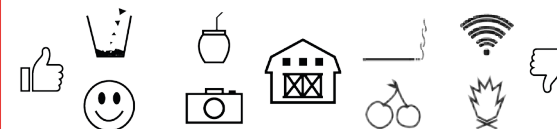
Medida total: 70 cm. de ancho por 70 cm. de alto.

Medida de chapa: 60 cm. de ancho por 60 cm. de alto.

Materiales

Chapa galvanizada de 2 mm. de espesor forrada con vinilo adhesivo con plastificado UV. Marco decorativo, atornillado a la chapa, formado por listones de madera de eucalipto de 1cm x 3 cm. La chapa está sujeta al tronco por tres bulones de acero de 15 cm. Del tronco se enterrarán 40 cm. para asegurar una correcta fijación al suelo.

Pictogramas



Tipografía: Microsoft New Tai Lue.

Paleta cromática

CMYK C: 0% M: 90% Y: 85% K: 0%
RGB R: 230 G: 51 B: 42

Ubicación en el campo:

Se colocará una señal reguladora en cada área: Granja, Camping y Sendero.

Pauta modular a=□



Variantes de la señal reguladora

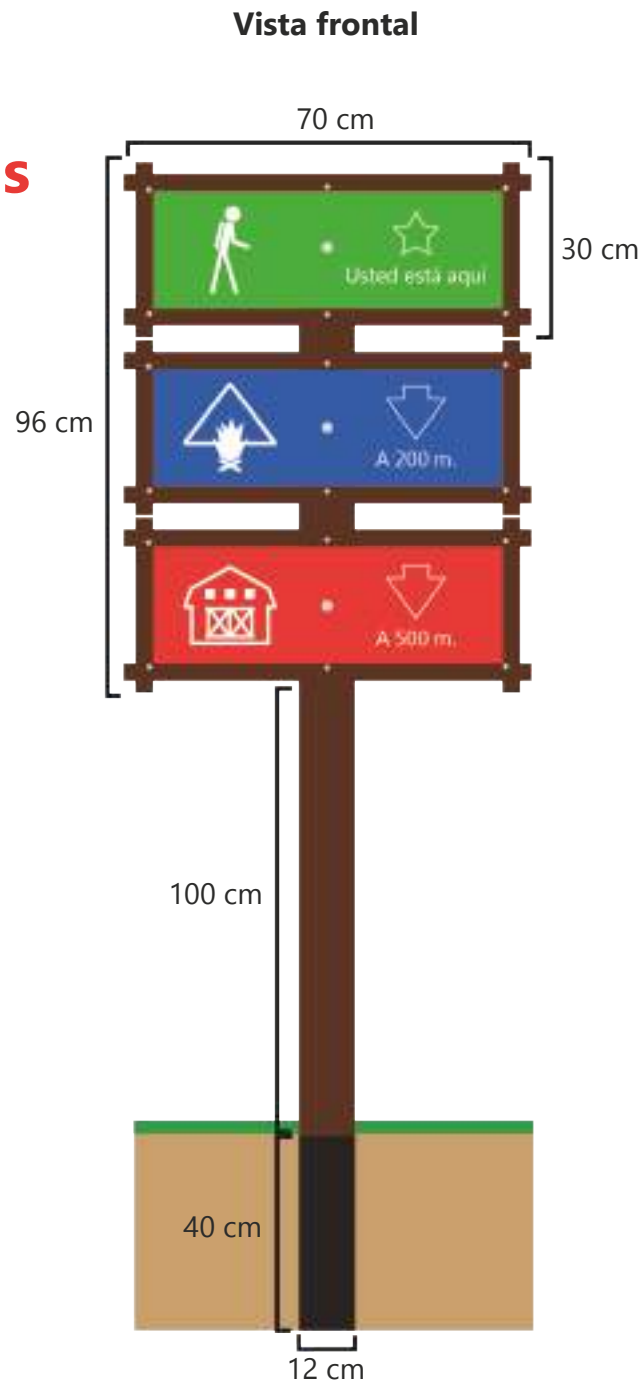
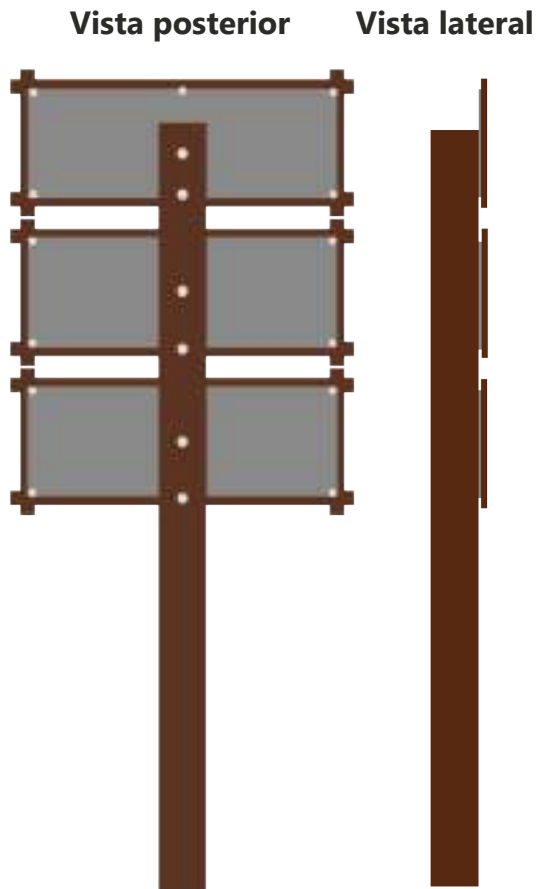
Camping



Sendero



Señal orientativa: esquema de las áreas del campo



Medidas

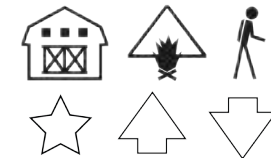
Medida total: 70 cm. de ancho por 96 cm. de alto.

Medida de cada chapa: 60 cm. de ancho por 20 cm. de alto.

Materiales

Chapas galvanizadas de 2 mm. de espesor forradas con vinilos adhesivos con plastificado UV. Marcos decorativos, atornillados a las chapas, formados por listones de madera de eucalipto de 1cm x 3 cm. Las chapas están sujetas al tronco por seis bulones de acero de 15 cm. Del tronco se enterrarán 40 cm. para asegurar una correcta fijación al suelo.

Pictogramas



Tipografía: Microsoft New Tai Lue.

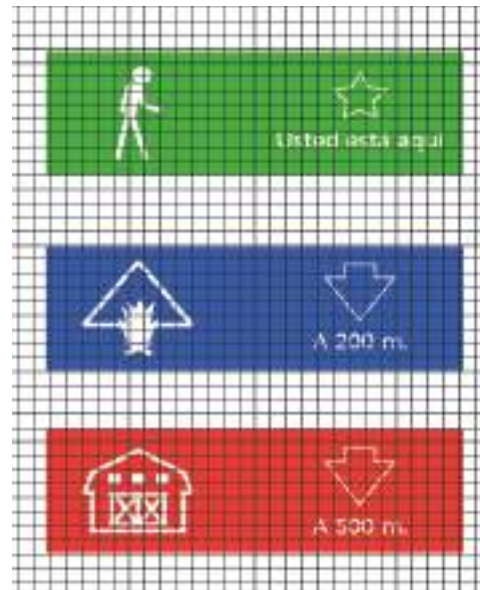
Paleta cromática

	CMYK	C: 73%	M: 0%	Y: 99,5%	K: 0%
	RGB	R: 70	G: 172	B: 53	
	CMYK	C: 89%	M: 68%	Y: 0%	K: 0%
	RGB	R: 48	G: 86	B: 163	
	CMYK	C: 0%	M: 90%	Y: 85%	K: 0%
	RGB	R: 230	G: 51	B: 42	

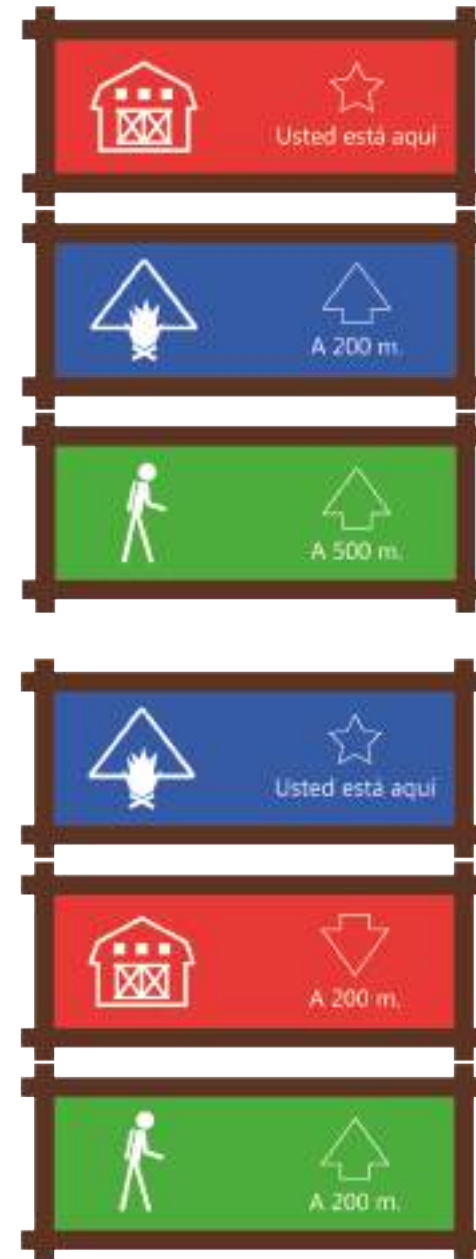
Ubicación en el campo:

Se colocará una en cada área: Granja, Camping y Sendero.

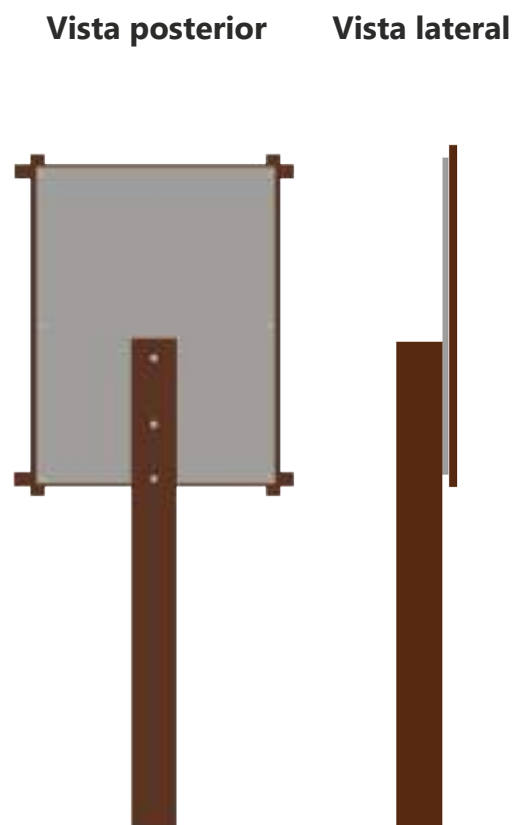
Pauta modular a=□



Variantes de la señal orientativa



Señal orientativa: distancia al campo



Medidas

Medida total: 55 cm. de ancho por 70 cm. de alto.

Medida de cada chapa: 45 cm. de ancho por 60 cm. de alto.

Materiales

Chapa galvanizada de 2 mm. de espesor forrada con vinilo adhesivo con plastificado UV. Marco decorativo, atornillado a la chapa, formado por listones de madera de eucalipto de 1 cm x 3 cm. La chapa está sujeta al tronco por tres bulones de acero de 15 cm. Del tronco se enterrarán 40 cm. para asegurar una correcta fijación al suelo.

Gráficos: Logo Córdoba Gilwell Park.



Tipografía: Microsoft New Tai Lue.

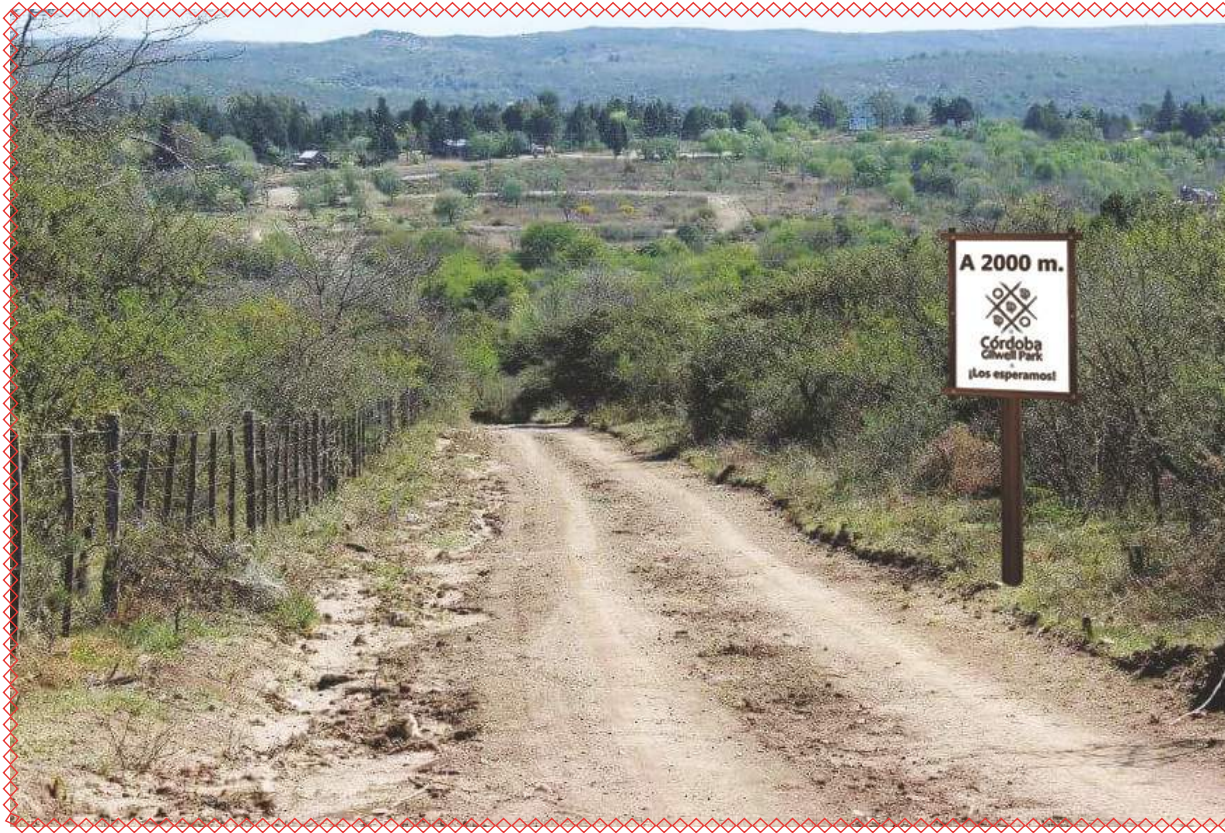
Paleta cromática

CMYK C: 37% M: 53% Y: 68% K: 81%
RGB R: 59 G: 43 B: 25

Ubicación en el campo:

En la tranquera de entrada al predio, al costado del camino de tierra, 2 km. antes de la entrada al campo.

Variante de la señal orientativa

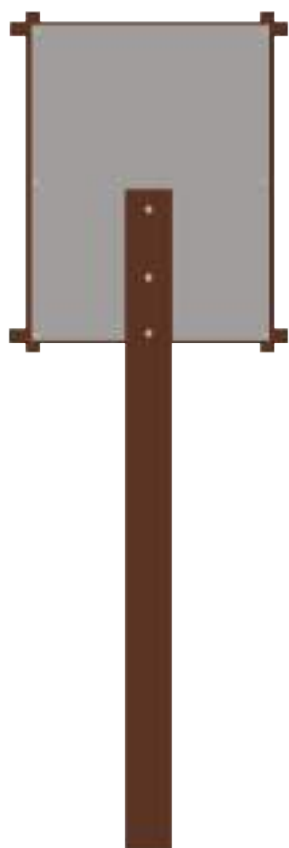


Pauta modular a=□



Señal orientativa: distancia puntos clave

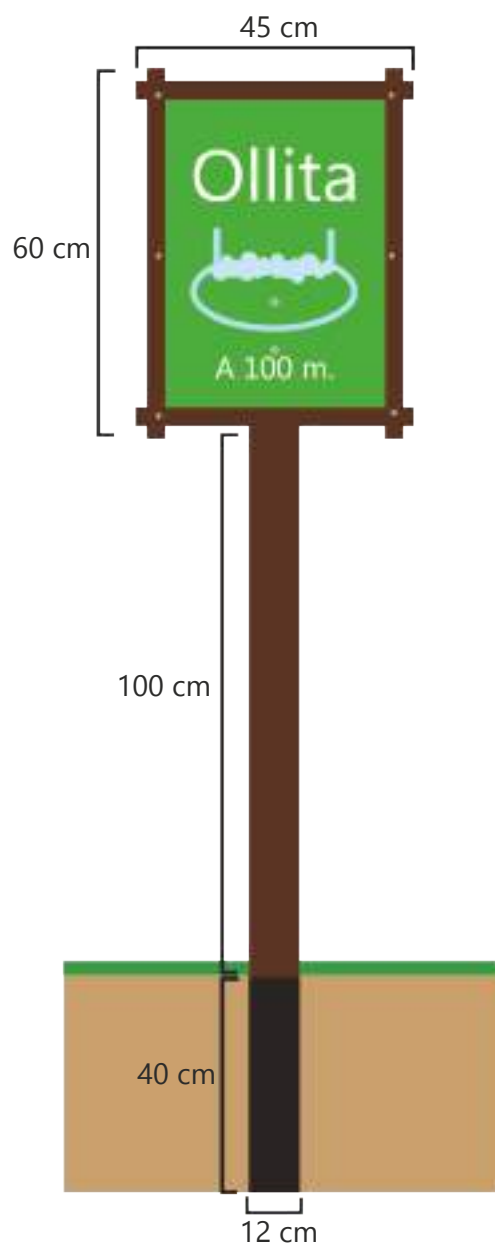
Vista posterior



Vista lateral



Vista frontal



Medidas

Medida total: 45 cm. de ancho por 60 cm. de alto.

Medida de cada chapa: 35 cm. de ancho por 50 cm. de alto.

Materiales

Chapa galvanizada de 2 mm. de espesor forrada con vinilo adhesivo con plastificado UV. Marco decorativo, atornillado a la chapa, formado por listones de madera de eucalipto de 1cm x 3 cm. La chapa está sujeta al tronco por tres bulones de acero de 15 cm. Del tronco se enterrarán 40 cm. para asegurar una correcta fijación al suelo.

Pictogramas



Tipografía: Microsoft New Tai Lue.

Paleta cromática

	CMYK	C: 73%	M: 0%	Y: 99,5%	K: 0%
	RGB	R: 70	G: 172	B: 53	
	CMYK	C: 34%	M: 0%	Y: 3%	K: 0%
	RGB	R: 178	G: 223	B: 244	

Ubicación en el campo:

En el sendero, al lado del camino de tierra, 100 metros antes de llegar a la ollita.

Variantes de la señal orientativa

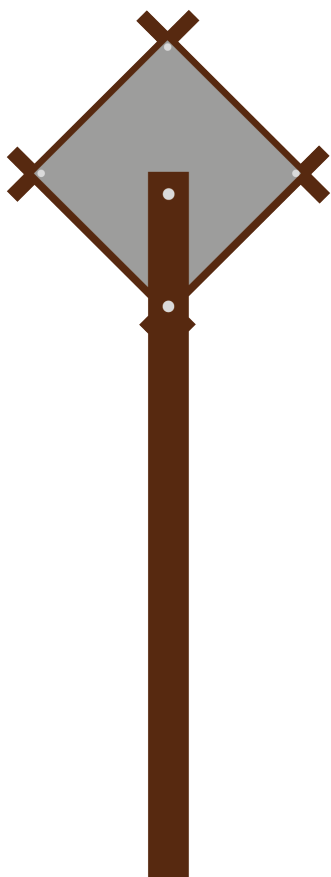


Pauta modular a=□



Señal identificativa: baños

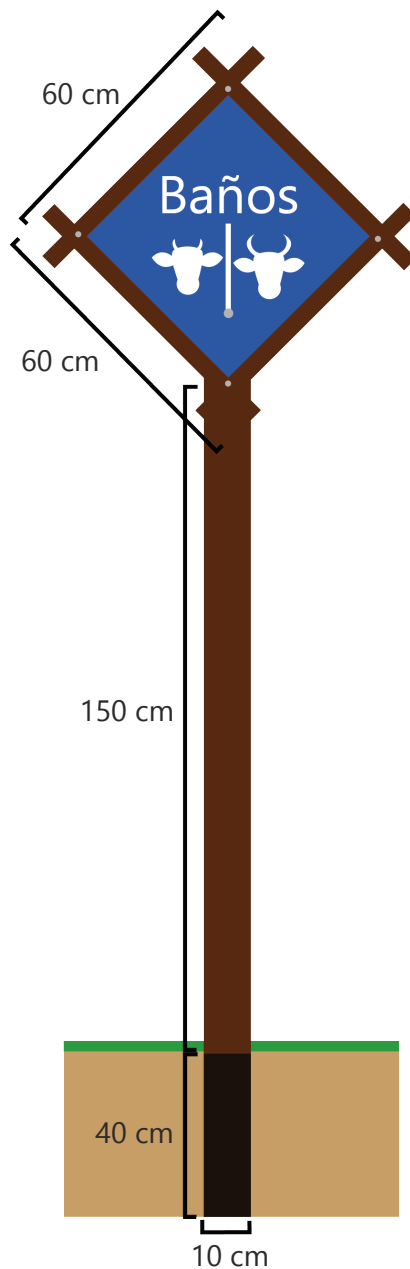
Vista posterior



Vista lateral



Vista frontal



Medidas

Medida total: 60 cm. de ancho por 60 cm. de alto.

Medida de chapa: 50 cm. de ancho por 50 cm. de alto.

Materiales

Chapa galvanizada de 2 mm. de espesor forrada con vinilo adhesivo con plastificado UV. Marco decorativo, atornillado a la chapa, formado por listones de madera de eucalipto de 1cm x 3 cm. La chapa está sujeta al tronco por dos bulones de acero de 12 cm. Del tronco se enterrarán 40 cm. para asegurar una correcta fijación al suelo.

Pictogramas



Tipografía: Microsoft New Tai Lue.

Paleta cromática

CMYK C: 89% M: 68% Y: 0% K: 0%
RGB R: 48 G: 86 B: 163

Ubicación en el campo:

Adelante de los baños.

Variantes de la señal identificativa

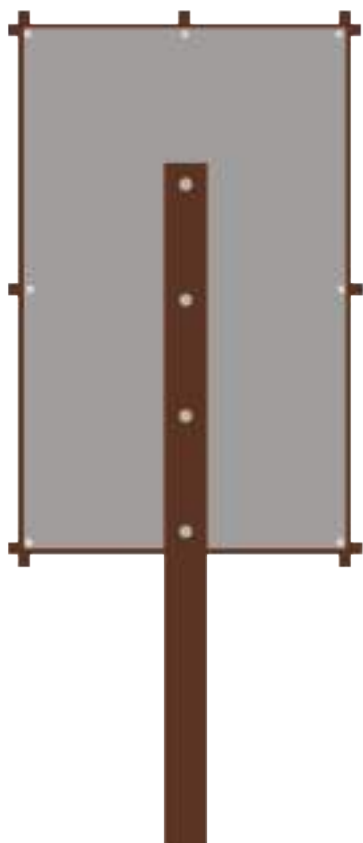


Pauta modular a=□



Señal educativa: animales de corral

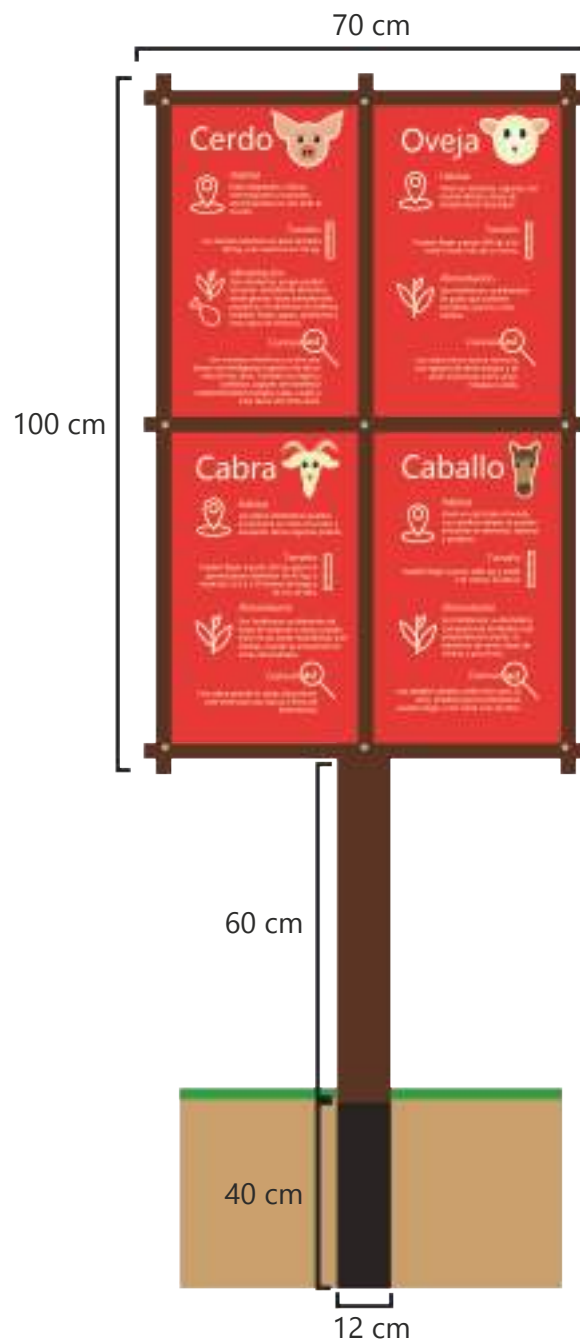
Vista posterior



Vista lateral



Vista frontal



Medidas

Medida total: 70 cm. de ancho por 100 cm. de alto.

Medida de chapa: 60 cm. de ancho por 90 cm. de alto.

Materiales

Chapa galvanizada de 2 mm. de espesor forrada con vinilo adhesivo con plastificado UV. Marco decorativo, atornillado a la chapa, formado por listones de madera de eucalipto de 1cm x 3 cm. La chapa está sujeta al tronco por cuatro bulones de acero de 15 cm. Del tronco se enterrarán 40 cm. para asegurar una correcta fijación al suelo.

Pictogramas y gráficos



Tipografía: Microsoft New Tai Lue.

Paleta cromática

CMYK C: 0% M: 90% Y: 85% K: 0%
RGB R: 230 G: 51 B: 42

Ubicación en el campo:

Próximo a los corrales en la granja.

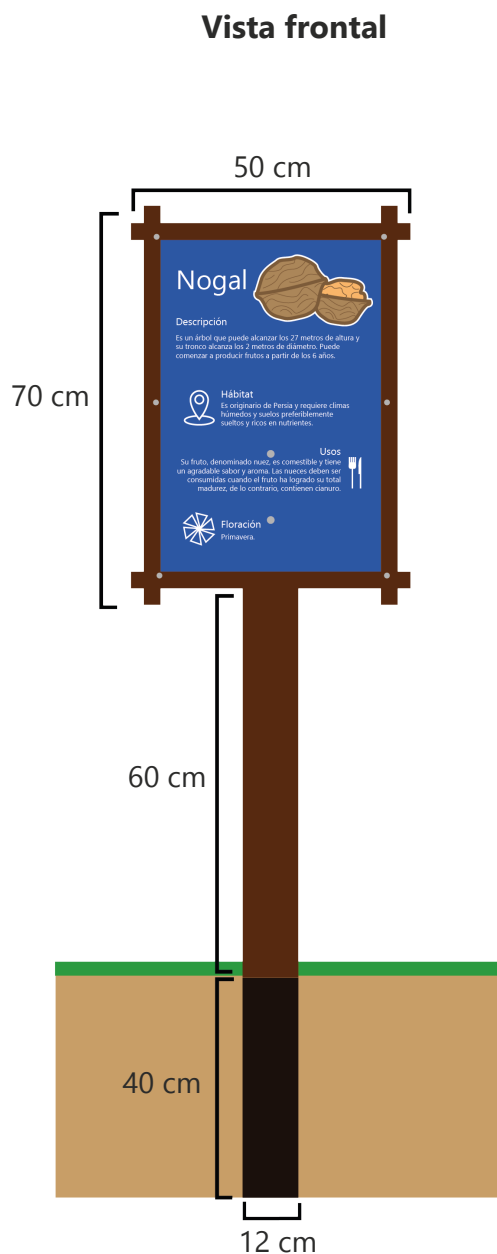
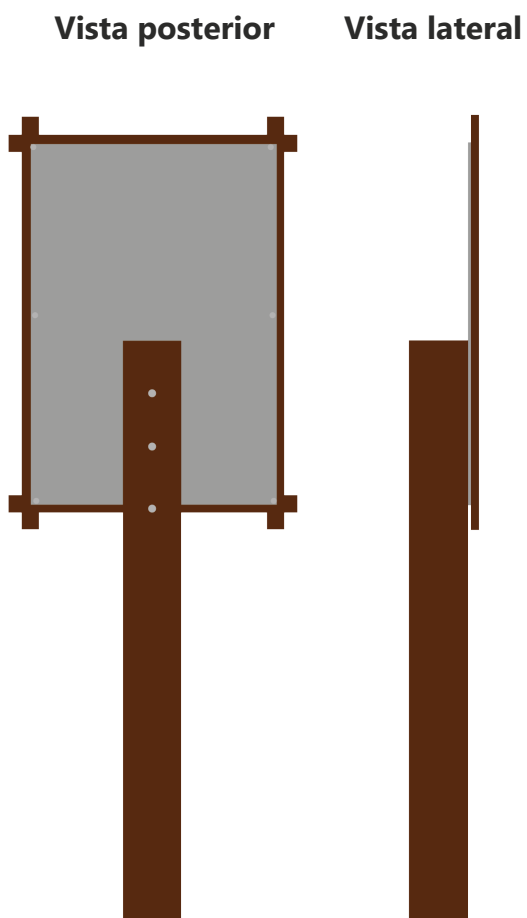
Variantes de la señal educativa de fauna



Pautas modulares a=□



Señal educativa: nogal



Medidas

Medida total: 50 cm. de ancho por 70 cm. de alto.

Medida de chapa: 40 cm. de ancho por 60 cm. de alto.

Materiales

Chapa galvanizada de 2 mm. de espesor forrada con vinilo adhesivo con plastificado UV. Marco decorativo, atornillado a la chapa, formado por listones de madera de eucalipto de 1cm x 3 cm. La chapa está sujeta al tronco por tres bulones de acero de 15 cm. Del tronco se enterrarán 40 cm. para asegurar una correcta fijación al suelo.

Pictogramas y gráficos



Tipografía: Microsoft New Tai Lue.

Paleta cromática

CMYK C: 89% M: 68% Y: 0% K: 0%
RGB R: 48 G: 86 B: 163

Ubicación en el campo:


Próximo al nogal situado en el camping.

Variantes de la señal educativa de flora



Pauta modular a=□

Nogal



Descripción
Es un árbol que puede alcanzar los 27 metros de altura y su tronco alcanza los 2 metros de diámetro. Puede comenzar a producir frutos a partir de los 6 años.

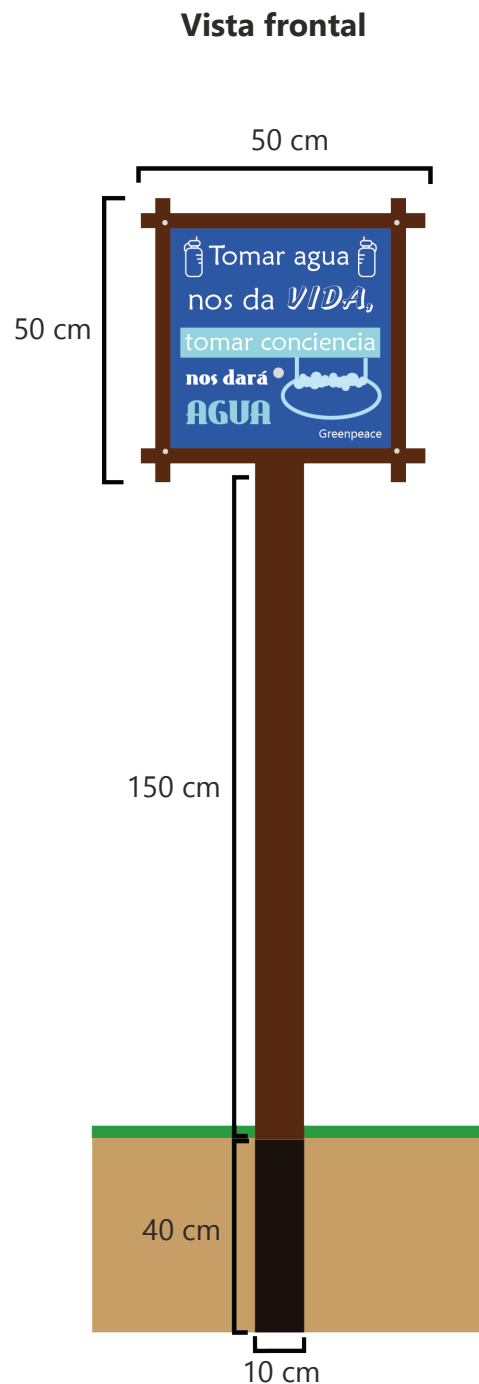
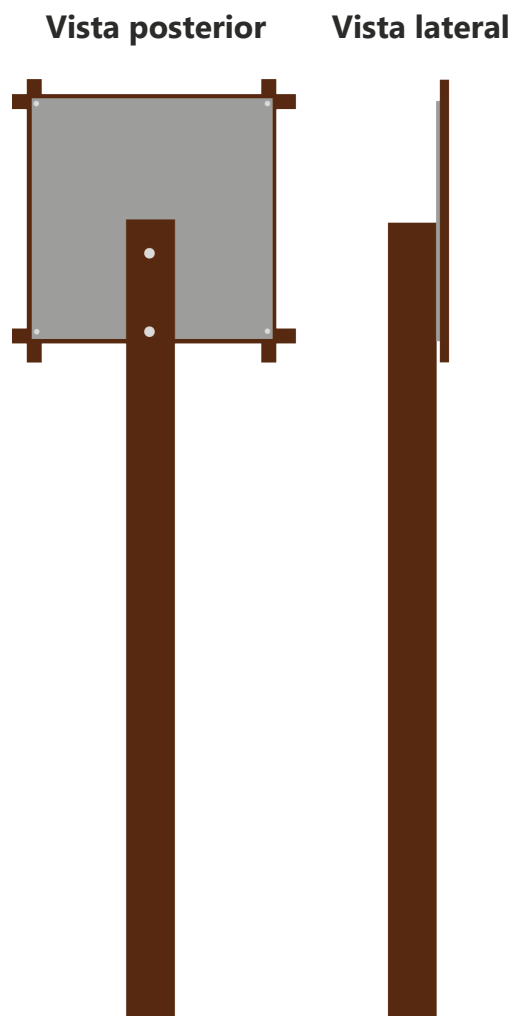
Habitat
Es originario de Persia y requiere climas húmedos y suelos preferiblemente sueltos y ricos en nutrientes.

Usos
Su fruto, denominado nuez, es comestible y tiene un agradable sabor y aroma. Las nueces deben ser consumidas cuando el fruto ha logrado su total madurez, de lo contrario, contienen cianuro.

Floración
Primavera.



Señal concientizadora: "El agua nos da vida"



Medidas

Medida total: 50 cm. de ancho por 50 cm. de alto.

Medida de chapa: 40 cm. de ancho por 40 cm. de alto.

Materiales

Chapa galvanizada de 2 mm. de espesor forrada con vinilo adhesivo con plastificado UV. Marco decorativo, atornillado a la chapa, formado por listones de madera de eucalipto de 1cm x 3 cm. La chapa está sujeta al tronco por dos bulones de acero de 12 cm. Del tronco se enterrarán 40 cm. para asegurar una correcta fijación al suelo.

Pictogramas



Tipografía: Maiandra GD, Sprague, EastMarket y Microsoft New Tai Lue.

Paleta cromática

■	CMYK	C: 89%	M: 68%	Y: 0%	K: 0%
■	RGB	R: 48	G: 86	B: 163	
■	CMYK	C: 34%	M: 0%	Y: 3%	K: 0%
■	RGB	R: 178	G: 223	B: 244	

Ubicación en el campo:

Zona de camping.

Variantes de la señal concientizadora



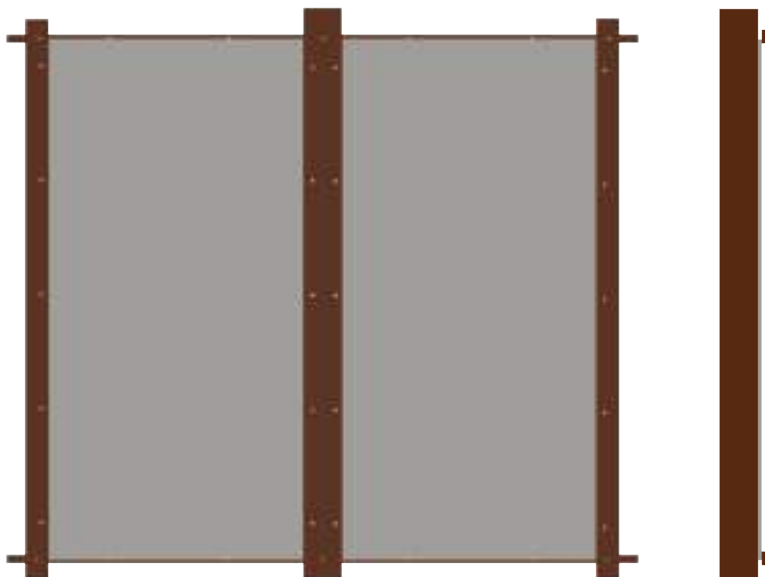
Pauta modular a=□



Señal concientizadora: libro infantil

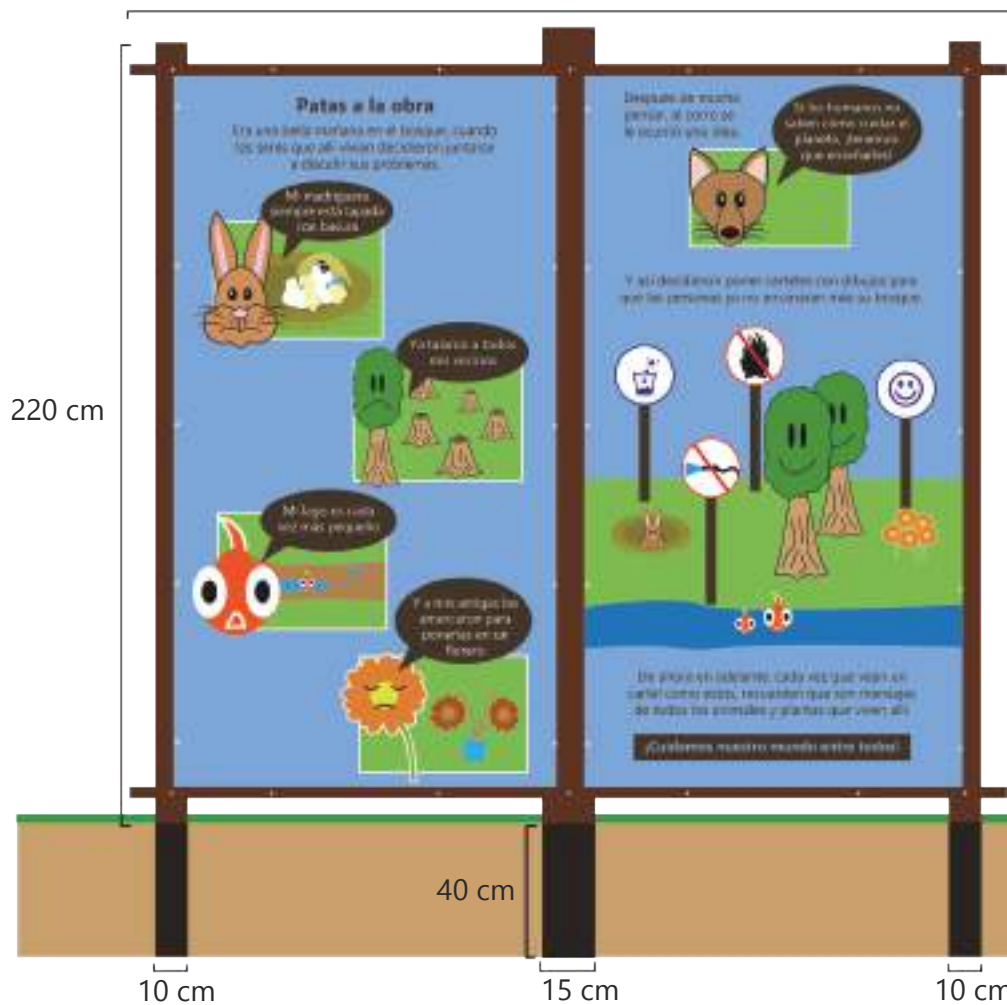
Vista posterior

Vista lateral



Vista frontal

255 cm



Materiales

Chapas galvanizadas de 2 mm. de espesor forradas con vinilos adhesivos con plastificado UV. Marco decorativo, atornillado a las chapas, formado por listones de madera de eucalipto de 1cm x 3 cm y troncos de eucalipto de 10 cm. y 15 cm. de diámetro. Las chapas están sujetas a los troncos por diez bulones de acero de 12 cm. y diez de 18 cm. De los troncos se enterrarán 40 cm. para asegurar una correcta fijación al suelo.

Medidas

Medida total: 255 cm. de ancho por 220 cm. de alto.

Medida de cada chapa: 100 cm. de ancho por 200 cm. de alto.

Tipografía: Microsoft New Tai Lue.

Ubicación en el campo:

Zona de camping.

Patas a la obra

Era una bella mañana en el bosque cuando los seres que allí vivían decidieron juntarse a discutir sus problemas.



After a lot of thinking, a good idea occurred to me.



So they decided to put signs with drawings so that people would no longer harm their forest.



From now on, every time you see a sign like these, remember that they are messages from all the animals and plants that live there.

¡Cuidemos nuestro mundo entre todos!



Papas a la obra

¿Qué más puedes hacer en el bosque? ¿Cada cuánto debes ir a revisar los árboles?

Se recomienda revisar los árboles cada 15 días.

Se recomienda revisar los árboles cada 15 días.

Se recomienda revisar los árboles cada 15 días.

Se recomienda revisar los árboles cada 15 días.

Se recomienda revisar los árboles cada 15 días.

Después de mucho tiempo al aire libre...



¿Qué humanos me ven como cuidar el planeta, pero me ven como un animalito?

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

Se recomienda poner señales con dibujos que se los permitan ya los animales en el bosque.

13) Proyecto lúdico

En esta instancia se proponen actividades recreativas para los más chicos. Bajo el eslogan "El planeta necesita más héroes. Ponete la capa" se buscará llegar a los chicos a través de juegos y lograr que tomen conciencia sobre el cuidado del medio ambiente.

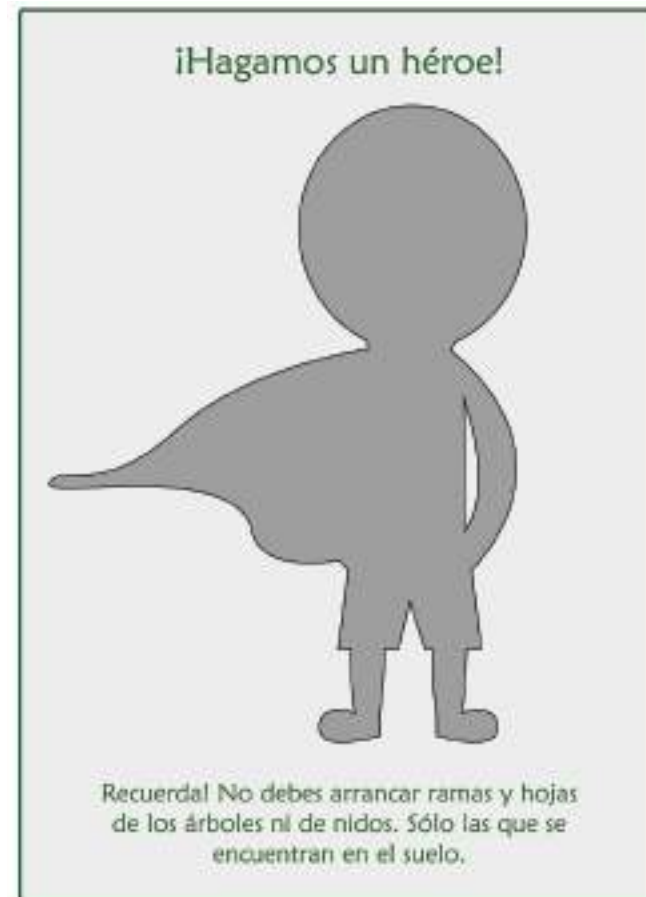
Se buscó un slogan llamativo para los niños, invitándolos a comprometerse con el planeta pero también a jugar y convertirse en uno de sus personajes favoritos: un héroe.

Dentro del sistema señalético se realizaron gráficas infantiles que explican, de una forma sencilla, diferentes problemáticas ambientales y qué puede hacer cada uno para ayudar a solucionarlas. Para agregarle dinamismo y mayor participación del público se pensaron también juegos para el campo.

Al llegar se le entregará a cada chico una capa de héroe, cuyo color (azul o verde) definirá en qué equipo participará al momento de los juegos.

A continuación se describirán los tres juegos propuestos.

Momento de aventura: se armarán dos equipos y a cada uno se les dará la silueta de un héroe hecho con cartón. Y ahí empieza el juego, los aventureros deberán salir a buscar con qué decorarlo (hojas, piedras, ramas) y hacerle la cara, antifaz, capa, etc. Eso sí, siempre tienen que ser cosas que encuentren en el suelo, no se pueden arrancar de las plantas. El equipo más creativo y rápido, gana.





Momento adivinador: se armarán dos equipos (verde y azul) y se les entregará a cada uno un banderín de su color y una pista. La pista los guiará al siguiente banderín que también tendrá una pista, y así sucesivamente. Cada pista pondrá a prueba sus conocimientos de medio ambiente y recursos naturales. Este es un trabajo en equipo y para resolver las pistas deberán trasladarse todos juntos. El equipo que encuentre primero todos los banderines de su color, gana.

Momento de arte: los niños deberán dibujar el animal o planta que más les gustó y contar porqué. Este es un momento para compartir entre todos, en el que todos son ganadores. Antes de que cada niño muestre su dibujo, los otros deberán adivinar qué es, para ello deberán hacer preguntas sobre el animal o planta a las que el autor del dibujo sólo podrá contestar "sí" o "no".

Adivina, adivinador...
¡A jugar en equipo!



Pistas equipo azul (respuestas entre paréntesis)

Sin ella, no podemos vivir. (ollita de agua)

Ella nos brindan el oxígeno para respirar. (árbol)

Él nos regala unos frutos muy ricos y saludables. (nopal)

Su función es noble, si no se come nuestra basura, un animal lo hará. (cesto de basura)

¿Te imaginas si nuestra basura tapara su madriguera? (cartel liebre)



Pistas equipo verde (respuestas entre paréntesis)

Hay que cuidarla. Al cepillarnos los dientes, bebemos vasito. (ollita de agua)

Si lo tallas, arruinas nuestros bosques. (árbol)

Ella viven en lo alto, necesitan aire puro. No se lo contaminemos más. (cartel cabra)

Qué lindo es su color violeta, ¿no queda más linda acá que en un florero? (cartel citoria)

Aquí podemos prender fogata, pero con mucho cuidado. (zona de campamento)

Para protegerlos, hay que conocerlos.

Dibuja el animal o planta autóctona que más te haya gustado y cuéntanos porqué.

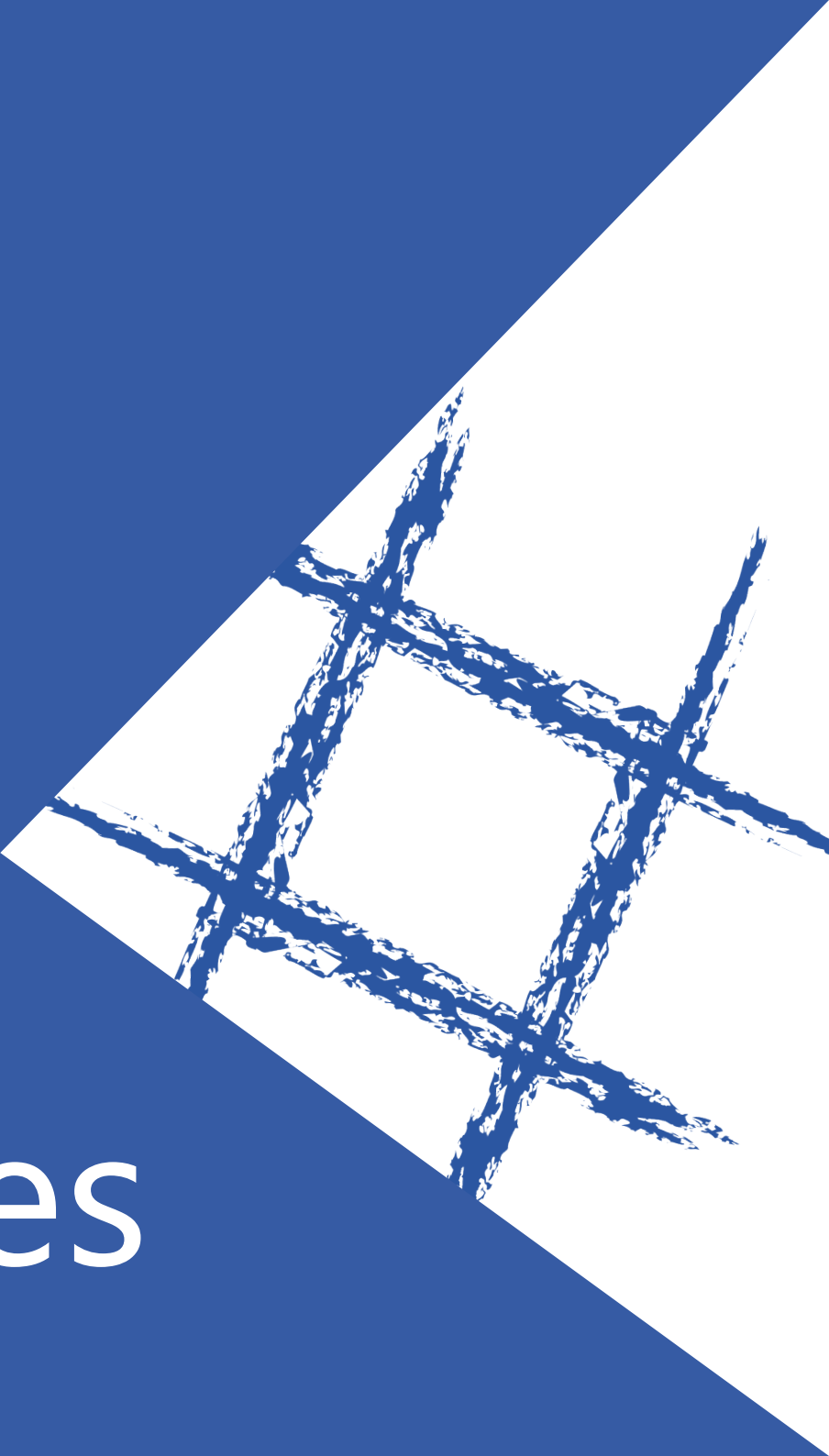


14) Etapa presupuestaria

Materiales	Precio por unidad	Cantidad de unidades necesarias	Costo total
Chapa rectangular de 60 cm. x 45 cm. *	-	2	\$650
Chapa rectangular de 50 cm. x 35 cm. *	-	5	\$920
Chapa cuadrada de 50 cm. x 50 cm. *	-	6	\$1450
Chapa cuadrada de 80 cm. x 80 cm. *	-	3	\$1920
Chapa cuadrada de 40 cm. x 40 cm. *	-	6	\$1250
Chapa rectangular de 20 cm. x 60 cm. *	-	9	\$1050
Chapa rectangular de 60 cm. x 40 cm. *	-	9	\$1550
Chapa rectangular de 90 cm. x 60 cm. *	-	3	\$2550
Chapa rectangular de 200 cm. x 100 cm. *	-	2	\$3980
Chapa rectangular de 200 cm. x 40 cm. *	-	2	\$1750
Chapa triangular de 43 cm. x 60 cm. x 63 cm. *	-	20	\$2950
Listón de madera de eucalipto de 1 cm. x 3 cm. y 3,35 m. de largo.	\$55	47 unidades (157,2 m.)	\$2585
Troncos de eucalipto colorado de 10 cm. de diámetro x 2,6 metros de largo.	\$125	22 unidades (55 m.)	\$2750
Troncos de eucalipto colorado de 12 cm. de diámetro x 2,6 metros de largo.	\$165	16 unidades (40 m.)	\$2640
Troncos de eucalipto colorado de 15 cm. de diámetro x metro.	\$70	8,8 m.	\$630
Bulones M5 de 25 mm.	\$4	115	\$460
Bulones M6 de 50 mm.	\$5	255	\$1275
Bulones de 12 cm.	\$7	74	\$518
Bulones de 15 cm.	\$8	87	\$696
Bulones de 18 cm.	\$9	16	\$144
Impregnante para madera Cetol de 20 litros.	\$4125	1	\$4125
Pintura asfáltica de 18 litros.	\$859	1	\$859

Presupuesto total: \$36702

* Chapas + vinilo con impresion solvente en alta definición + laca uv



Conclusiones

Córdoba Gilwell Park es una organización sin fines de lucro cuyo objetivo principal es acercar a los niños y jóvenes a la naturaleza y ayudarlos a tomar conciencia sobre los efectos de la acción del hombre en la misma. Con este trabajo se intentó aportar un granito de arena para esa importante causa, ya que son los niños y sus actos los que definirán el futuro del planeta.

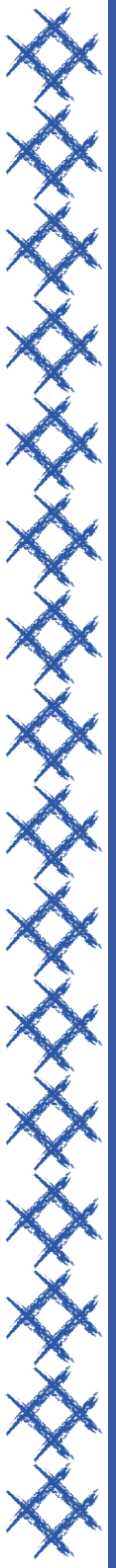
Luego de un largo análisis, producto de la entrevista, observación e investigación, se pudieron descubrir las prioridades y necesidades de la organización; así como también, los valores y expectativas de sus dueños. A raíz de ello, se propuso una Identidad Visual acorde a esos valores y objetivos, cuya finalidad principal es atraer a su público: niños, jóvenes y familias.

Debido a que el campo Córdoba Gilwell Park está destinado principalmente a la realización de actividades eco sustentables, campamentos y caminatas, resultó evidente la necesidad de señalarlo para orientar a las visitas en su recorrido y pautar los cuidados que se deben tener en el lugar.

El sistema señalético realizado es muy completo, por lo que no sólo cumple la función de orientar, sino también de informar, educar y concientizar. Todas las señales son de chapa con un marco decorativo de madera de eucalipto, para proporcionarles un estilo rústico que sea más armónico con el campo. Las gráficas tienen colores vivos y llamativos, lo que resulta atractivo para los niños. Se hizo uso de pictogramas para facilitar la comprensión de las señales, mediante un lenguaje universal y gráfico. En menor medida se utilizó el lenguaje textual, principalmente en las señales informativas y de concientización. Para la elección de la tipografía se priorizó la legibilidad por lo que se optó por una palo seco, de trazo regular y con un apropiado tamaño de ojos.

Creo que los objetivos planteados se lograron y mis expectativas con este trabajo han sido superadas. Es muy gratificante haber podido ayudar, desde mi lugar como diseñadora, a una ONG y en especial, haber contribuido a transmitir un mensaje tan importante como es el cuidado de nuestro planeta.

Afortunadamente en esta experiencia aprendí mucho de las personas con las que trabajé, de nuestra provincia y de los magníficos recursos y seres que la habitan.



Anexo

1

Entrevista con Sonia, fundadora de la organización Aprender Haciendo y dueña de Córdoba Gilwell Park (junto con su esposo Daniel).

¿Cómo comenzó la organización? ¿Quiénes la fundaron?

Te cuento para empezar que primero surgió Córdoba Gilwell Park, que es el nombre del campo. Este es un lugar que compramos, como proyecto familiar, para prepararlo para realizar campamentos scouts.

Después nos encontramos que había necesidad de niños y adolescentes de tener experiencias en la naturaleza y ofrecerles otras oportunidades de vivirla, más allá de internet. Aplicando el método scout aprender a través de la experiencia, surge así la idea de la fundación: Aprender haciendo y aprender jugando.

La fundación está en proceso de conseguir la personería jurídica pero ya estamos realizando algunos talleres.

El campo escuela es el campo, pero estamos realizando convenio con otros espacios para la realización de talleres.

¿Cómo surgió la idea del campo?

Los chicos ya no tienen lugares para ir a hacer campamento y terminan yendo a campings. Hemos perdido mucho el sentido del contacto con la naturaleza, del aislarse. En los campings tienen todo, hasta internet, van con los celulares. Entonces se ha perdido mucho el sentido de desconectarse, vivir de la naturaleza, disfrutar de los ruidos de la naturaleza y nuestra idea era esa. Y después de mucho andar, encontramos

este campo y nos gustó, nosotros buscábamos mucho que tenga agua, el agua es fundamental. Aparte está cerca dentro de todo y vos entras y es tierra virgen.

¿Esto es una reserva?

Bueno, lo queremos hacer reserva. Lo que pasa es que al ser reserva hay que mantenerla virgen, no puedes hacer modificaciones, puedes hacer construcciones pero manteniendo siempre el orden natural de las cosas.

Desde aquella parte sería la reserva, la parte de la entrada sería para el campamento, que pongan las carpas, todo. Y toda esa parte sería reserva, para que los chicos no puedan sacar nada de acá, si recorrer y todo. También se podría señalar los árboles que sí pueden sacar, hay muchos árboles secos, que no hay problema, incluso hay árboles que por ahí son un problema para el campo y bueno, estos árboles si se pueden sacar.

Tenemos que ver bien los pro y los contra de una reserva. Más que todo pensando en que por ahí uno lo quiera vender o que les quede a los hijos y ellos después la quieran vender. Lo que nosotros queremos es que esto se mantenga lo más virgen posible.

Y si fuese una reserva, en el caso de venderse, ¿el que lo compra no le puede hacer nada tampoco, no?

Claro, eso es lo que nosotros queremos averiguar bien. Pero en general creo que es positivo, porque más que todo es para protegerla.

¿Deberían declararla?

Sí, hay que declararla como reserva privada.

¿Del mantenimiento del lugar se encargan ustedes? ¿Quiénes trabajan en el proyecto?

Sí, nosotros. Es mucho trabajo y vamos lento, pero avanzamos de a poquito. En el proyecto principalmente estamos mi esposo y yo. Lo

pensamos e ideamos, hicimos todo.

Vamos sumando gente de a poco. Hay distintas personas que se van a ir encargando de acuerdo a su especialidad.

¿Cuál es el origen del nombre del campo: Córdoba Gilwell Park?

En muchos lugares del mundo hay campos scouts que se llaman Gilwell Park. Nosotros agregamos el Córdoba para identificarlo.

En la edad media donaron unos terrenos a los scouts para campamentos y allí surge el nombre.

¿Cuáles son los valores, misión, visión y objetivos de la organización?

Nuestros valores son el amor y el cuidado de la naturaleza, la generosidad con el saber, el respeto por los otros, la coherencia entre el decir y el hacer, y la inclusión.

Nuestra misión es educar en valores a través del aprender haciendo, aprender jugando y aprender experimentando en espacios naturales.

Nuestra visión es ver jóvenes comprometidos con una sociedad sustentable, que ejerzan sus derechos a vivir en libertad, equilibrio y armonía.

Nuestros objetivos son:

- Educar en la concientización del ejercicio libre de los derechos de los niños y la conservación del medio ambiente.
- Fomentar la responsabilidad personal para colaborar hacia una sociedad más constructiva, creativa y sostenible.
- Enseñar a los niños sobre flora y fauna autóctona.
- Revalorizar los recursos naturales y promover el conocimiento y utilización de energías alternativas.
- Realizar cursos, encuentros y seminarios para formar adultos que deseen trabajar con niños.
- Cooperar y actuar conjuntamente con otras entidades privadas o públicas nacionales o extranjeras que compartan la misma visión so-

bre la educación de niños hacia un futuro sostenible.

- Que los niños encuentren en la actividad al aire libre un espacio de apertura interior y canalicen sus energías en aprender jugando.
- Emitir y publicar información y documentación educativa para que otros trabajen y aprovechen nuestra experiencia.

¿Qué recursos posee el campo?

Córdoba Gilwell Park, es un campo virgen de 70 hectáreas, ubicado Valle Hermoso.

Tenemos un arroyo que cruza toda la quebrada formando ollitas de agua cristalina en diferentes sectores.

Hay gran variedad de flora y fauna autóctona. Uno ve un montón de yuyos, pero hay muchas plantas comestibles y medicinales acá, plantas que no conocíamos.

En cuanto a animales hay muchas perdices, liebres, cabras, vacas, pájaros. Los animales grandes se pueden llegar a ver muy de vez en cuando, los pumas, los jabalíes, porque huyen de la gente. Y nuestra idea es más adelante traer llamas, son animales autóctonos y que suman mucho.

¿Qué públicos asisten a la reserva?

Los públicos que asisten son en su mayoría niños y jóvenes de ambos géneros, de 6 a 18 años aproximadamente.

¿Van en familia, con grupos de amigos o solos?

Está apuntado a organizaciones como Scouts, grupos juveniles y colegios.

También hemos hecho talleres familiares en el campo. Los adultos hicimos reconocimiento de flora autóctona y los niños hacían otras actividades

¿Cuáles son sus motivos para asistir?

La motivación es que los niños y adolescentes tengan contacto con la naturaleza, con las cosas simples que pasan.

¿Crees que los visitantes pueden ubicarse en el lugar o necesitan una guía para su recorrido?

Ahora tal cual esta necesitan un guía. Pero si se señala y organiza, habría que verlo.

¿Pensás que colocar carteles los ayudaría?

Nos pareció bárbaro para cuando los chicos vengan a hacer las caminatas, que estén ahí los carteles. Aparte nosotros teníamos idea de llamar a alguien que viniera, hiciera identificación de los árboles y después hacerle la cartelería.

También habíamos pensando en algún momento en señalar el camino. Para el que venga, si por ahí uno no lo pueda acompañar, tenga forma de orientarse.

Después abajo hay una parte destinada al fogón, también se puede señalar ese lugar, o señalar los distintos lugares de campamento.

Estaría bueno que los carteles fueran naturales, de madera, como para mantener el espíritu del lugar.

También pensaba, yendo por el lado educativo, graficar aquellas cosas que ayudan a cuidar los recursos.

Siempre nuestra idea es un poco plantearnos el tomar conciencia, ayudar a que la gente tome conciencia, en las cosas más simples, como tirar basura en la calle. Como eso, aunque uno crea que no, afecta a todo el medio ambiente. Cada uno desde el lugar en donde está puede ir generando un cambio.

Otro tema es que la gente no conoce lo que es nativo nuestro. Por ahí se ponen de moda las palmeras y sacan todos los árboles y ponen palmeras, y eso va destruyendo. Porque hay un equilibrio, el bosque no solamente es plantas, sino son los animales, el aire. Cuando vos sacas

un árbol nativo de un lugar, estas afectando ese equilibrio. Los animales ya no se pueden alimentar de eso, entonces ya empezás a modificar. A veces no se toma conciencia de eso.

La idea siempre es encararlo desde la parte educativa y crear conciencia.

¿Tienen logo?

No tenemos logo del campo, sí de la fundación.

¿Están interesados en tener un logo para el campo o prefieren que se use el de la fundación?

El logo nosotros lo queríamos hacer independiente al logo de la fundación. Ese acepta mejoras, sugerencias, está en cambio. Y al campo lo queremos tener como campo escuela de la fundación, de los scout, por eso queremos separarlo. La fundación puede hacer actividades acá o en otros lugares. Por eso la idea es que este campo escuela sea independiente, y que todas las actividades que se quieran hacer acá sean mejoras para el lugar. Por ejemplo un taller de construcción con piedras y que la gente venga y haga cosas que después podamos dejar acá.

¿Hacen publicidad?

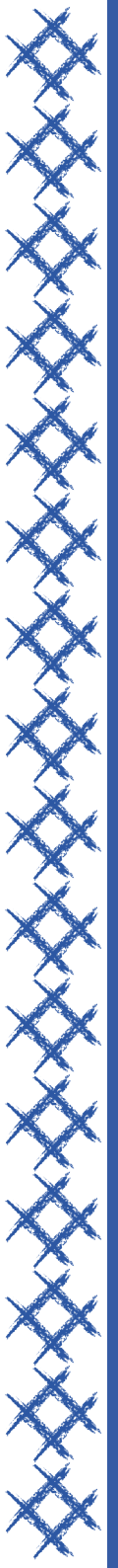
Nuestro método de publicidad son los eventos que organizamos, en conjunto con otras organizaciones. Los difundimos a través de la página de Facebook.

¡Muchas gracias!

2

Relevamiento fotográfico del lugar







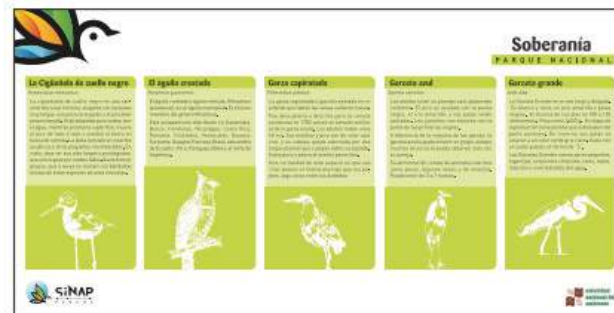


3

Antecedentes

Caso internacional: SINAP

Logotipo SINAP



Iconos



Caso nacional: Temaikén



Caso local: Pumakawa



Caso local: Parque temático
"Tatú Carreta"



Bibliografía

Avilia Lammertyn, Roberto E. "Relaciones públicas. Estrategias y tácticas de comunicación integradora". Editorial: Imagen. Buenos Aires, 1999.

Cancela, María del Pilar. Página web: Plantas para curar. <http://www.plantasparacurar.com/peperina-cuales-son-sus-propiedades>

Capriotti, Paul. "La imagen de empresa. Estrategia para una comunicación integrada". Editorial: El ateneo S. A. Barcelona, 1992.

Castro, Laura. Página web: Animales webside. 17 de noviembre del 2016. <https://www.animales.website/perdiz/#prettyPhoto>

Consejería del Medio Ambiente. "Criterios de base para la planificación de sistemas verdes y sistemas viarios sostenibles en las ciudades andaluzas acogidas al programa CIUDAD 21". Editorial: Junta de Andalucía. Andalucía, 2006.

Costa, Joan. "Señalética corporativa". Editorial: Costa Punto Com. Barcelona, 2007.

Costa, Joan. "Señalética. De la señalización al diseño de programas". Editorial: Enciclopedia del Diseño. Barcelona, 1989.

D'alessandro, Manuel. Página web: Flores Ninja. 5 de agosto del 2016. <https://www.flores.ninja/nogal/>

Definición.de: <http://definicion.de/parque/#ixzz472FjTi5R>

Diana. Página web: conciencia eco. 27 de abril de 2012. <http://www.concienciaeco.com/2012/04/27/que-es-una-reserva-natural/>

Frascara, Jorge. "Diseño gráfico y comunicación". Editorial: Ediciones Infinito. Buenos Aires, 2000.

Korn, Guillermo. Artículo: "Señalética". Buenos Aires, 2013. Página web: <http://www.escritoresdelmundo.com/2013/09/senaletica-por-guillermo-korn.html?m=1>

Marconi, René R. Página web: Eco sitio. 22 de diciembre de 2009. <http://www.eco-sitio.com.ar/node/327>

Mederos Perugorria, Karel. Página web: Naturaleza Tropical blogspot. 6 de noviembre del 2014. <https://naturalezatropical.blogspot.com.ar/2014/11/Fotos-y-descripcion-de-flores-del-genero-Clitoria.html>

Odgers, Guillermo Abraham. Publicación en la página: Guillermotec.blogspot. 14 de abril del 2010. <http://guillermotec.blogspot.com.ar/2010/04/publicos-externos-por-su-parte-son.html?m=1>

Página web Árboles Frutales: <http://arbolesfrutales.org/nogal-todo-lo-que-debes-saber/>

Página web Bioenciclopedia. 8 de abril del 2012. <http://www.bioenciclopedia.com/serpiente-de-cascabel/>

Página web Botanical Online: <http://www.botanical-online.com>

Página web Casa Original: <https://casaoriginal.com/jardin/arbol-de-nogal/>

Página web Conabio: <http://www.conabio.gob.mx/malezasdemexico/lythraceae/heimia-salicifolia/fichas/ficha.htm>

Página web Consulta Plantas: <http://www.consultaplantas.com/index.php/plantas-por-nombre/plantas-de-la-a-a-la-c/1083-cuidados-de-la-planta-abutilon-grandifolium-o-malvavisco-grande>

Página web Cuidado de Flores: <http://www.cuidadodeflores.com/cuidados-de-las-zinnias>

Página web Gobierno de Córdoba: <http://www.cba.gov.ar/provincia/aspectos-generales/parques-naturales/>

Página web Libre Naturaleza: <http://librenaturaleza.galeon.com/>

Página web National Geographic: http://www.nationalgeographic.com.es/viajes/grandes-reportajes/los-parques-naturales-mas-bellos-del-mundo_8876 http://www.nationalgeographic.com.es/naturaleza/un-parque-nacional-con-historia_7778

Página web Parques Nacionales: <http://www.parquesnacionales.gov.ar>

Página web Scouts Argentina: <http://www.scouts.org.ar/> <http://www.scouts.org.ar/grupos-scouts>

Página web Scouts: <http://www.scouting.org/scoutsource/CubScouts/Parents/About/history.aspx>

Página web Scouts España: <https://www.scout.org/es/node/9691>

Página web Scouts Reino Unido: <http://scouts.org.uk/about-us/history/>

Página web Scout Reino Unido, Centro de actividades: <https://www.scoutactivitycentres.org.uk/locations/gilwellpark/>

Página web Scouting Reino Unido: <http://www.thescoutingpages.org.uk/gilwell.html>

Página web Scout San Patricio: <http://www.scoutsanpatricio.com.ar/libros3/b153.pdf>

Página web Scouts Guatemala: <http://www.scouts.org.gt/material/documentos/bp,%20el%20parque%20gilwell%20y%20la%20IM.pdf>

Página web Herbotecnia: <http://www.herbotecnia.com.ar/aut-peperina.html>

<http://www.herbotecnia.com.ar/aut-hierbadelavida.html>

<http://www.herbotecnia.com.ar/aut-chinitadelcampo.html>

Página web Infoanimales: <https://www.infoanimales.com/informacion-sobre-la-oveja>

Página web Ecured: [https://www.ecured.cu/Hampshire_\(Cerdo\)](https://www.ecured.cu/Hampshire_(Cerdo))

Página web Flora de Córdoba: <http://www.floradecordoba.com.ar/cuphea-glutinosa>

Página web Paxala: <http://www.paxala.com>

Página web: Qué come. <http://www.quecome.com/que-comen-los-cerdos/>

Página web Safariaitana: <http://safariaitana.es/mara-o-liebre-de-la-patagonia>

Página web Scielo: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-73292007000100004

Página web Turismo de Córdoba: <http://www.turismocordoba.com.ar/turismo/productos/naturales.php>

Penz, Ricardo Luis. Página web: Orquídeas Misiones blogspot. 11 de septiembre del 2008. <http://orquideasmisiones.blogspot.com.ar/>

Pérez, Micaela. Página web: Botánica y jardines. 28 de enero del 2013. <http://www.botanicayjardines.com/heimia-salicifolia>

Rodríguez, Juan José. Página web Orquídeas de Salta blogspot. 19 de septiembre del 2009. <http://orquideasdesalta.blogspot.com.ar/2009/09/sacoila-lanceolata-aubl-garay.html>

Sergio. Página web: Naturaleza y Cultura Argentina blogspot. 15 de noviembre del 2010. <http://naturalezayculturaargentina.blogspot.com.ar/2010/11/zorro-de-monte.html>

Serrano. Página web Serpientes Argentinas blogspot. 30 de mayo del 2010.

<http://serpientesargentinas.blogspot.com.ar/2010/05/serpiente-de-cascabel.html>

Sims, Mitzi. "Gráfica del entorno. Signos, señales y rótulos. Técnicas y materiales.". Editorial: Gustavo Gili. Barcelona, 1991.

Tolosa, Hernán. Página web: Flora Bonaerense blogspot. 25 de febrero del 2016. <https://florabonaerense.blogspot.com.ar/2016/02/quiebra-arado-heimia-salicifolia.html>



ANEXO E – FORMULARIO DESCRIPTIVO DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR Y DIFUNDIR TESIS DE POSGRADO O GRADO A LA UNIVERIDAD SIGLO 21

Por la presente, autorizo a la Universidad Siglo21 a difundir en su página web o bien a través de su campus virtual mi trabajo de Tesis según los datos que detallo a continuación, a los fines que la misma pueda ser leída por los visitantes de dicha página web y/o el cuerpo docente y/o alumnos de la Institución:

Autor-tesista <i>(apellido/s y nombre/s completos)</i>	Prinzi, Antonella Lucía
DNI <i>(del autor-tesista)</i>	38329120
Título y subtítulo <i>(completos de la Tesis)</i>	Sistema señalético para institución especializada en actividades educativas y eco sustentables. Caso: Córdoba Gilwell Park.
Correo electrónico <i>(del autor-tesista)</i>	antoprinzi@gmail.com
Unidad Académica <i>(donde se presentó la obra)</i>	Universidad Siglo 21

Otorgo expreso consentimiento para que la copia electrónica de mi Tesis sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21 según el siguiente detalle:

Texto completo de la Tesis <i>(Marcar SI/NO)^[1]</i>	SI
Publicación parcial <i>(Informar que capítulos se publicarán)</i>	

Otorgo expreso consentimiento para que la versión electrónica de este libro sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21.

Lugar y fecha: Córdoba, Argentina. 7 de marzo del 2018.

Firma autor-tesista
Aclaración autor-tesista

Esta Secretaría/Departamento de Grado/Posgrado de la Unidad Académica: _____certifica que la tesis adjunta es la aprobada y registrada en esta dependencia.

 Firma Autoridad
 Aclaración Autoridad

Sello de la Secretaría/Departamento de Posgrado

[1] Advertencia: Se informa al autor/tesista que es conveniente publicar en la Biblioteca Digital las obras intelectuales editadas e inscriptas en el INPI para asegurar la plena protección de sus derechos intelectuales (Ley 11.723) y propiedad industrial (Ley 22.362 y Dec. 6673/63. Se recomienda la NO publicación de aquellas tesis que desarrollan un invento patentable, modelo de utilidad y diseño industrial que no ha sido registrado en el INPI, a los fines de preservar la novedad de la creación.