

UNIVERSIDAD SIGLO 21



Trabajo Final de Grado. Proyecto de Diseño.

Carrera: Licenciatura en Diseño Gráfico

Sistema señalético para la Costanera del Río Cosquín

Riverside path of the Cosquín River wayfinding system

Línea Temática: Diseño adaptado al usuario

Autora: Rut Lobos.

DNI: 42.637.400

Legajo: DGR01919

Docente: Rosa Esther Palamary.

Lugar y fecha: Córdoba, jueves 12 de octubre de 2023.

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecerle a Dios por permitirme estar viviendo este momento y por poner el sueño y el deseo en mi corazón de hacer esta carrera y este trabajo. Sin Él nada hubiese sido posible.

Quiero decirle un GRACIAS enorme a mis papás que siempre me apoyaron, me dieron las herramientas y los valores para ser quien soy hoy y me impulsaron a llegar hasta acá.

Gracias a Francisco por apoyarme, alentarme y ayudarme tanto en este proceso. Mi novio, mi mejor amigo y mi fan #1.

En estos años, la vida me dio amistades increíbles. Una de ellas es Valenthina Folco, mi amiga y mi compañera a lo largo de este tiempo. Gracias por toda tu ayuda, por alentarme y estar siempre para mí. Esto también es tuyo.

Quiero agradecer especialmente a las familias Airasca y García por haberme adoptado como a una hija y haberme brindado mucho más que un hogar. Fueron indispensables para que yo hoy llegue hasta acá.

A mis facu-amigas: Luchi, Cami, Agus y Mili y a mis compañeros, que hicieron que estos años sean inolvidables. ¡Gracias!

A mis profesores, excelentes profesionales y personas increíbles.

Y, por último, gracias a mí también, que no me rendí y a pesar de todo, llegué hasta acá.

Índice

Resumen.....	11
Abstract	12
PROBLEMA DE DISEÑO DETECTADO	13
Sub-problemas	16
Objetivo general.....	17
Objetivos específicos.....	17
Justificación	17
MARCO TEÓRICO.....	19
Señalética	19
Señalética y calidad de vida	20
Tipografía	21
Legibilidad	23
Materiales	24
Color	26
Señalización accesible para todos.....	27
Ergonomía	29
Ubicación y tamaño.....	30
Sistema de gestión de contenidos (CMS). Wordpress	31
Arquitectura de la información (AI)	32
MÉTODO DE DISEÑO	34
Antecedentes, diseño de instrumento de investigación y recolección de datos.....	39
Conclusión	45
PROGRAMA DE DISEÑO	46
Concepto gráfico	53
Cronograma de trabajo	54
GENERACIÓN DE LA PROPUESTA DE DISEÑO.....	56
Bocetos.....	60
Primera definición de la propuesta.....	65
PROPUESTA FINAL DE DISEÑO	67
Definición técnica.....	67
Paleta cromática.....	67
Paleta tipográfica	68
Grilla constructiva y pauta modular de pictogramas.....	69

Pictogramas.....	70
Presentación del proyecto	71
Fichas técnicas.....	79
Aplicaciones.....	88
.....	94
.....	100
.....	101
.....	102
.....	103
.....	104
.....	105
.....	106
.....	107
Responsive landing page	108
Campaña de promoción en redes sociales.....	155
Análisis de costos	163
CONCLUSIÓN	164
ANEXO	166
REFERENCIAS.....	167

Índice de figuras

Figura 1. Distancia máxima aproximada de lectura para los distintos tipos de letra.	31
Figura 2. Métodos de diseño analizados.....	37
Figura 3. Sistema de señalética turística de la Villa de Merlo, San Luis. Elaboración propia (2022).	40
Figura 4. Sistema de señalética del bioparque Temaikén. Elaboración propia (2022).	41
Figura 5. Sistema de Señalética Turística Nacional (Buenos Aires, Argentina). Elaboración propia (2022).....	42
Figura 6. Programa de diseño. Elaboración propia (2022).....	53
Figura 8. Moodboard. Elaboración propia (2022).....	56
Figura 9. Colores institucionales de la Municipalidad de la Ciudad de Cosquín. Elaboración propia (2022).....	57
Figura 10. Pruebas cromáticas de entorno. Elaboración propia (2022).	57
Figura 11. Pruebas tipográficas.....	58
Figura 12. Primeras pruebas estéticas de pictogramas. Elaboración propia (2022).....	58
Figura 13. Elección de cromática.....	59
Figura 14. Vista satelital con balnearios principales señalados. Elaboración propia (2022).	59
Figura 15. Boceto de cartelería exterior	60
Figura 16. Boceto de cartelería exterior. Elaboración propia (2022).....	60
Figura 17. Boceto de cartelería exterior	61
Figura 18. Boceto de cartelería exterior	61
Figura 19. Boceto de cartelería exterior	62
Figura 20. Boceto de cartelería exterior	62
Figura 21. Boceto de cartelería exterior	63
Figura 22. Boceto de cartelería exterior	63
Figura 23. Boceto de cartelería exterior	64
Figura 24. Boceto de cartelería exterior	64
Figura 25. Primera definición de la propuesta. Elaboración propia (2022).	65
Figura 26. Primera definición de la propuesta. Aplicación	66
Figura 27. Primera definición de la propuesta. Aplicación. Elaboración propia (2022).....	66
Figura 28. Paleta cromática elegida. Elaboración propia (2022).	67
Figura 29. Familia tipográfica elegida. Elaboración propia (2022).....	68
Figura 30. Grilla constructiva. Pictograma FUEGO.....	69
Figura 31. Pauta modular. Pictograma ACAMPAR	69
Figura 32. Pauta modular. Pictograma RUIDO. Elaboración propia (2022).	69

Figura 33. Pictogramas. Elaboración propia (2022).	70
Figura 34. Proceso gráfico del infrasigno identitario. Elaboración propia (2022).	71
.....	72
Figura 35. Cartel orientativo. Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).....	72
Figura 36. Cartel orientativo. Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).....	73
Figura 37. Cartel orientativo. Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).....	74
Figura 38. Cartel orientativo. Balneario Pozo de los Patos	75
Figura 39. Cartel orientativo. Balneario Marimón. Elaboración propia (2023).	76
Figura 40. Cartel regulatorio. Elaboración propia (2023).	77
Figura 41. Cartel regulatorio. Elaboración propia (2023).	78
Figura 42. Ficha técnica. Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).	79
Figura 44. Ficha técnica. Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).	81
Figura 45. Ficha técnica. Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).....	82
Figura 47. Ficha técnica. Cartel regulatorio. Elaboración propia (2023).....	84
Figura 48. Ficha técnica. Cartel regulatorio. Elaboración propia (2023).....	85
Figura 49. Ficha técnica. Cartel direccional. Elaboración propia (2023).	86
Figura 50. Ficha técnica. Cartel direccional. Elaboración propia (2023).	87
Figura 51. Mapa con la ubicación de los carteles. Elaboración propia (2023).....	88
Figura 52. Mapa con la ubicación de los carteles. Elaboración propia (2023).....	89
.....	89
Figura 53. Mapa con la ubicación de los carteles. Elaboración propia (2023).....	89
Figura 54. Mapa con la ubicación de los carteles. Elaboración propia (2023).....	90
.....	90
Figura 55. Mapa con la ubicación de los carteles. Elaboración propia (2023).....	90
Figura 56. <i>Mock-up</i> Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).	91
Figura 57. <i>Mock-up</i> Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).	91
Figura 58. <i>Mock-up</i> Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).	92
Figura 59. <i>Mock-up</i> Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).	92
Figura 60. <i>Mock-up</i> Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).	93
Figura 61. <i>Mock-up</i> Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).	93
Figura 62. <i>Mock-up</i> Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).	94
.....	94
Figura 63. <i>Mock-up</i> Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).	94
Figura 64. <i>Mock-up</i> Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).	95

.....	95
Figura 65. <i>Mock-up</i> Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).	95
Figura 66. <i>Mock-up</i> Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).	96
Figura 67. <i>Mock-up</i> Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).	96
Figura 68. <i>Mock-up</i> Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).	97
.....	97
Figura 69. <i>Mock-up</i> Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).	97
.....	98
Figura 70. <i>Mock-up</i> cartel direccional Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).	98
Figura 71. <i>Mock-up</i> cartel direccional Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).	99
Figura 72. <i>Mock-up</i> cartel direccional Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).	100
Figura 73. <i>Mock-up</i> cartel direccional Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).	101
Figura 74. <i>Mock-up</i> cartel Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).	102
Figura 75. <i>Mock-up</i> cartel direccional Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).	103
Figura 76. <i>Mock-up</i> cartel direccional Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).	104
Figura 77. <i>Mock-up</i> cartel direccional Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).	105
Figura 78. <i>Mock-up</i> cartel direccional Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).	106
Figura 79. <i>Mock-up</i> cartel direccional Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).	107
Figura 80. Retícula para celular y espacios ocupados. Elaboración propia (2023).	108
Figura 81. Retícula para celular y espacios ocupados. Elaboración propia (2023).	109
Figura 82. Tipografía utilizada, sus tamaños y paleta cromática. Elaboración propia (2023). .	110
.....	111
Figura 83. Pantalla. Escaneo de QR. Elaboración propia (2023).	111
Figura 84. Pantalla principal. Elaboración propia (2023).	112
Figura 85. Pantalla de mapa de balnearios. Elaboración propia (2023).	113
Figura 86. Pantalla de información del Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).	114
Figura 87. Pantalla de fotos del Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).	115
Figura 88. Pantalla de información del Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).	116
.....	117
Figura 89. Pantalla de fotos del Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).	117
.....	118

Figura 90. Pantalla de información del Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).	118
.....	119
Figura 91. Pantalla de fotos del Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).	119
.....	120
Figura 92. Pantalla de información del Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).	120
.....	121
Figura 93. Pantalla de fotos del Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).	121
Figura 94. <i>Mock-up</i> de landing page en celular. Elaboración propia (2023).	122
Figura 95. <i>Mock-up</i> de landing page en celular. Elaboración propia (2023).	123
.....	124
Figura 96. <i>Mock-up</i> de landing page en celular. Elaboración propia (2023).	124
Figura 97. Retícula para computadora y espacios ocupados. Elaboración propia (2023).	125
Figura 98. Retícula para computadora y espacios ocupados. Elaboración propia (2023).	126
Figura 99. Retícula para computadora y espacios ocupados. Elaboración propia (2023).	127
.....	128
Figura 100. Tipografía utilizada, tamaños y paleta cromática. Elaboración propia (2023).	128
Figura 101. Pantalla principal de <i>landing page</i> . Elaboración propia (2023).	129
Figura 102. Mapa de los balnearios. Elaboración propia (2023).	130
Figura 103. Pantalla principal del Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).	131
.....	131
Figura 104. Pantalla de información del Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).	132
Figura 105. Pantalla de fotos del Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).	133
Figura 106. Pantalla principal de Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).	134
Figura 107. Pantalla de información del Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).	135
Figura 108. Pantalla de fotos del Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).	136
Figura 109. Pantalla principal de Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).	137
Figura 110. Pantalla de información del Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).	138
Figura 111. Pantalla de fotos del Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).	139
Figura 112. Pantalla principal del Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).	140
Figura 113. Pantalla de información del Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).	141

Figura 114. Pantalla de fotos del Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).....	142
Figura 115. Pantalla principal del Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).....	143
Figura 116. Pantalla de información del Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).	144
Figura 117. Pantalla de información del Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).	145
Figura 118. Pantalla final. Elaboración propia (2023).	146
Figura 119. <i>Mock-up</i> de la <i>landing page</i> versión computadora. Elaboración propia (2023)....	147
Figura 120. <i>Mock-up</i> de la <i>landing page</i> versión computadora. Elaboración propia (2023)....	148
Figura 121. <i>Mock-up</i> de la <i>landing page</i> versión computadora. Elaboración propia (2023)....	149
Figura 122. <i>Mock-up</i> de la <i>landing page</i> versión computadora. Elaboración propia (2023)....	150
Figura 123. <i>Mock-up</i> de la <i>landing page</i> versión computadora. Elaboración propia (2023)....	151
Figura 124. <i>Mock-up</i> de la <i>landing page</i> versión computadora. Elaboración propia (2023)....	152
Figura 125. <i>Mock-up</i> de la <i>landing page</i> versión computadora. Elaboración propia (2023)....	153
Figura 126. <i>Mock-up</i> de la <i>landing page</i> versión computadora. Elaboración propia (2023)....	154
Figura 127. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).	155
Figura 128. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).	156
Figura 129. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).	156
Figura 130. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).	157
Figura 131. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).	157
Figura 132. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).	158
Figura 133. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).	158
Figura 134. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).	159
Figura 135. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).	159
Figura 136. <i>Mock-up</i> de Facebook para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).....	160
.....	160

Figura 137. <i>Mock-up</i> de Instagram para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).....	161
.....	161
Figura 138. <i>Mock-up</i> de Instagram para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).....	162

Resumen

El presente proyecto se realizó en la Ciudad de Cosquín (Córdoba, Argentina) con el fin de disminuir la desinformación del turista respecto de los lugares turísticos para visitar en la ciudad y sus experiencias fallidas como consecuencia de eso. Esta problemática surge en su mayoría en la época de vacaciones de verano, donde muchas personas de los alrededores de la provincia y de todo el país, deciden visitar la capital del Valle de Punilla, pero, en muchas ocasiones, sin saber bien dónde ir. A partir de esta observación, surgió la propuesta de diseñar un sistema señalético que no solo supla la necesidad de información inmediata del usuario en el momento y el lugar indicado, sino que también le permita planear y organizar su estadía pudiendo contar con los datos necesarios para poder elegir dónde ir y, consecuentemente, tener una experiencia favorable. El método de diseño utilizado fue una conjunción entre el propuesto por Jorge Frascara en su libro "El diseño de comunicación", el de Joan Costa descrito en su obra "Señalética Corporativa" y también algunos aportes de la autora del proyecto.

Con este trabajo final de grado, se logró una unidad entre los esfuerzos del municipio para atraer y recibir turistas y el sistema señalético, que además de informar, busca retener al turista e incitarlo a volver. Es importante destacar que este trabajo representa una gran oportunidad como punto de partida para una futura campaña de promoción de la ciudad.

Palabras clave: señalética, Cosquín, turismo.

Abstract

This project was carried out in the City of Cosquín (Córdoba, Argentina) in order to reduce tourist misinformation according to tourist places to visit in the city and their failed experiences as a consequence of that. This problem happens mostly during the summer holidays season, where many people from around the province and from all over the country decide to visit the capital of the Punilla Valley, but, on many occasions, without knowing exactly where to go. From this observation, came the proposal to design a wayfinding system that not only meets the user's need for immediate information at the right time and place, but also allows them to plan and organize their stay, being able to count on the necessary data to being able to choose where to go and, consequently, have a favorable experience. The design method chosen was a conjunction between the one proposed by Jorge Frascara in his book "El diseño de la comunicación", Joan Costa's method described in his work "Señalética Corporativa" and also some contributions from the author of this project.

With this final degree project, consistency was achieved between the efforts of the municipality to attract and receive tourists and the wayfinding system, which, in addition to informing, pretends to retain tourists and encourage them to return. It is important to highlight that this work represents a great opportunity as a starting point for a future promotional campaign for the city.

Keywords: wayfinding, Cosquin, tourism.

PROBLEMA DE DISEÑO DETECTADO

Según la Organización Mundial del Turismo, “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.” (Organización Mundial del Turismo [OMT], s.f.)

A su vez, es un importante factor para el desarrollo económico del destino turístico y su población. En los últimos años, muchas ciudades se han servido de él para potenciarse, hacerse conocidas, aumentando sus ingresos y sus visitas.

La Ciudad de Cosquín está ubicada al centro de la provincia de Córdoba. Se caracteriza por sus paisajes y atributos naturales; su principal fuente económica es el turismo. Sin embargo, hace ya varios años, la actividad turística ha comenzado a decaer debido a la falta de inversión de los servicios hoteleros y los distintos hospedajes que se ofrecen, el descuido de los espacios de recreación (como la costanera del río) y la escasa promoción del lugar. Esto afectó notablemente el posicionamiento de la ciudad en las opciones para vacacionar de los turistas respecto a ciudades vecinas como La Falda o Villa Carlos Paz, donde se puede observar una evolución en el tiempo en cuanto a los servicios ofrecidos, su calidad y promoción.

La Costanera del Río Cosquín se extiende desde su inicio en la Juntura de los Ríos (Río Yuspe y Río San Francisco) pasando por distintos balnearios hasta llegar al Balneario Marimón. Es un lugar de recreación, encuentro, descanso y relajación. Según varios vecinos y comerciantes de la ciudad, se pudo detectar que en muchas ocasiones los turistas vienen de paso (quizás se hospedan en las ciudades vecinas) a disfrutar del día e instintivamente *googlean* algún balneario para pasar la tarde, consultan con los lugareños o lo eligen al azar.

El problema de esto, es que las actividades que se realizan en el lugar muchas veces no van acorde a los gustos o preferencias de los turistas. Quizás el usuario buscaba un lugar tranquilo para relajarse y decide ir al balneario donde concurren jóvenes mayormente y hay más ruido o música de lo que le gustaría. Otras veces sucede que el turista quiere nadar en el río y elige un balneario en donde la profundidad no es suficiente como para sumergirse. Estos ejemplos (como muchos otros) provocan frustración en las personas y los obliga a tomar una decisión: seguir su camino en busca de otro lugar mejor en una ciudad distinta o permanecer en el sitio, pero sin la intención de volver.

Esta problemática se intentó resolver de diversas maneras por parte del municipio como, por ejemplo, colocando carteles en cada balneario con información básica como nombre y aclaraciones para la estadía del turista en el lugar (prohibido

hacer fuego, prohibido acampar, apto para pescar, etc.). Sin embargo, no abarca todas las necesidades de información que requiere una persona que visita un sitio turístico.

Una posible solución a lo expuesto anteriormente, sería diseñar un sistema señalético para brindarle al usuario toda la información que requiera para planear y disfrutar su estadía en la ciudad. Según Joan Costa (2022) un sistema señalético es una parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. A su vez, es la técnica que organiza y regula estas relaciones.

Este proyecto, además de contar con la cartelería correspondiente que contenga la información básica anteriormente mencionada, dispondrá de un código *Quick Response* (código QR en adelante) que contiene información más detallada de cada balneario y punto turístico (como, por ejemplo, sus disponibilidades, sus servicios, comodidades, etc.). El usuario podrá acceder a estos datos tanto cuando se encuentre en el lugar, escaneándolo con la cámara de su *smartphone*, como también desde su hogar, accediendo al link que se encontrará en las redes sociales del municipio. Este plan, idealmente, irá acompañado de una posterior campaña de promoción y acciones de difusión de este nuevo servicio.

Se presenta como una propuesta importante ya que, mediante el Diseño Gráfico, solucionaría el problema de desinformación y falta de señalización del lugar mencionado, brindándole al usuario la posibilidad de autogestionarse en la ciudad eligiendo el lugar que mejor se adapte a sus gustos para disfrutar su tiempo libre. Además, esta acción impulsaría un programa de reactivación económica y turística.

A partir del análisis anterior, se origina el siguiente interrogante como pregunta-problema, y luego sus sub-problemas:

Pregunta-problema

¿De qué manera el diseño gráfico puede contribuir para mejorar la experiencia del turista en la costanera de la Ciudad de Cosquín?

Sub-problemas

1. ¿Qué características debe tener un sistema orientativo e informativo que promueva una experiencia de usuario favorable en su visita a la Costanera del Río Cosquín?
2. ¿Cuáles son las características morfológicas, estéticas y conceptuales de la Ciudad de Cosquín?
3. ¿De qué manera puede el diseño gráfico colaborar para disminuir la desinformación en el turista?

Objetivo general

Generar un sistema señalético para mejorar la experiencia del usuario en la Costanera del Río Cosquín, contribuyendo desde el diseño gráfico a disminuir la desinformación.

Objetivos específicos

- Crear un sistema señalético orientativo e informativo para la Costanera del Río Cosquín que promueva una experiencia de usuario favorable.
- Identificar las características morfológicas, estéticas y conceptuales de la Ciudad de Cosquín a fin de aplicarlas al sistema señalético y lograr una coherencia con el entorno.
- Componer una estrategia de información acorde a las necesidades del turista en el espacio en el que se halla.

Justificación

Este proyecto significa un aporte a la disciplina del diseño gráfico ya que resolverá un problema recurrente en la ciudad, como ser la desinformación y escasa promoción de sus atributos naturales y turísticos. A su vez, contribuirá a una futura estrategia de promoción de toda la ciudad.

De esta manera, colaboraría a impulsar el turismo local y, por lo tanto, su economía. Asimismo, la ciudad se vería beneficiada posicionándose como destino turístico frente a otras competencias cercanas.

En cuanto al usuario en sí, podrá, en primer lugar, conocer los atractivos turísticos que la ciudad ofrece pudiendo elegir el que más se adapte a sus necesidades y preferencias, ubicándose en el espacio y teniendo la información que requiera a su alcance.

Si bien es cierto que de parte del municipio se han realizado numerosos intentos de promoción y señalética del lugar en cuestión, es evidente que no han prosperado debido a que el problema sigue vigente; la información proporcionada no fue suficiente ni del todo relevante.

Sin embargo, desde esta última gestión, las autoridades se muestran interesadas en encontrar una forma de reactivar el turismo local y todas las consecuencias positivas que esto conlleva. Lo han demostrado desde sus esfuerzos por reivindicarse como la Capital Nacional del Folcklore apostando cada verano al Festival Nacional de Folcklore de Cosquín, entre otros.

Es por eso que es un proyecto factible de ser realizado por diversas razones, entre ellas, este plan complementaría las demás acciones alcanzando los objetivos mencionados.

MARCO TEÓRICO

Señalética

Joan Costa (2022) dice que la señalética, como término técnico, hace referencia a los sistemas de señales de orientación para el público, en espacios cerrados o al aire libre, donde se ofrecen servicios. Tiene por objetivo hacer inteligibles y fácilmente utilizables los entornos donde circulan los individuos. Responde a la necesidad de información y orientación provocada por el fenómeno creciente de la movilidad social y el constante aumento y diversificación de servicios. Esta movilidad supone el desplazamiento de grupos de personas de diferentes procedencias geográficas y con distintas características socioculturales, que circulan en un sitio nuevo y desconocido por diversos motivos, y al que quizás nunca regresen, por lo que adquiere la característica de información *circunstancial*: se utiliza y se descarta en el momento.

Asimismo, los autores Davidek y Santarsiero (2012) afirman que desde siempre el hombre manifestó la necesidad de referenciar su entorno y el espacio en el que habitaba con marcas o señales que le sirvieran como respuesta a su necesidad de

orientarse. A lo largo del tiempo surgió un lenguaje simbólico con dos características imprescindibles: instantaneidad y claridad en el mensaje para que todos los usuarios recibieran una información idéntica. Esto se transformó en la regla básica para cualquier sistema de señales: facilitar con rapidez la clara comprensión del mensaje, de manera general y sistemática.

De esta manera, definen a la señalética como la parte de la comunicación social que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento del usuario como consecuencia de ello.

Por lo tanto, se puede concluir que la señalética funciona como guía para las personas que circulan en un espacio determinado, ofreciéndoles la posibilidad de autogestionarse de manera sencilla y rápida en un entorno que desconocen, brindándoles la información que necesitan en el lugar y el momento correspondientes.

Señalética y calidad de vida

La señalética cumple funciones prácticas. Favorece la identificación de los servicios que se ofrecen al usuario en un espacio público organizado, facilitando su acceso a ellos. Se ocupa de informar al individuo de manera correcta y puntual, en el lugar y en el momento exacto donde éste lo necesita.

El fin de todo sistema señalético es servir a los usuarios, logrando que éstos se sirvan libremente de él. Se debe tener en cuenta que los individuos son transitorios y que no siempre el lugar o punto de información es el destino final, sino que muchas veces es un lugar de acceso, de paso, de tránsito o de destino a otros objetivos mayores dentro del mismo entorno que recorren.

La calidad de vida se ve beneficiada en tanto estos sistemas favorezcan la *accesibilidad* a los servicios que la sociedad debe utilizar: transportes, administraciones públicas, centros médicos, etc. Esto deriva en una ausencia de problemas y en la autonomía de los individuos en sus decisiones de acción y recorrido.

Tipografía

Según Costa (2022) existe una misma ley para todas las formas del lenguaje señalético: sencillez y claridad. Una “a” minúscula no se debe confundir con una “o”. Una forma es más sencilla y pregnante cuantos menos ornamentos tenga. Otro criterio a tener en cuenta es la apertura del “ojo” de las letras, por lo que se recomiendan las tipografías regulares (rectas o redondas) en vez de las condensadas y expandidas.

Es preferible utilizar la escritura normal de la gente (con caja alta y baja) que la escritura en mayúscula ya que esta última tiene menor legibilidad. Esto se debe a que las mayúsculas están inscritas en cuadrados, lo cual provoca que sean homogéneas en

estructura y altura. En cambio, las de caja alta y baja, se distinguen unas de otras por sus trazos ascendentes y descendentes, facilitando así su legibilidad. Las mayúsculas pueden servir para escribir una o dos palabras cortas.

Por otra parte, los autores Davidek y Santarsiero (2012) expresan que, si la palabra escrita tiene el único fin de ser leída, ajena de la intención de expresar alguna emoción, la mejor elección será el uso de fuentes de trazos uniformes, limpias o híbridas, como las *sans serif*, en caja alta y baja, ya que la sencillez de su morfología centra su función en la plena legibilidad. Se debe evitar el uso de letras con alto grado de condensación o expansión. Las tipografías con mucho aire interno o contraforma son fácilmente confundibles con otros signos tipográficos. Las composiciones realizadas en caja alta dificultan la lectura respecto a las de caja alta y baja, ya que generan monotonía.

A su vez, brindan un análisis más específico de la tipografía respecto del color diciendo que además de la forma (ancho, inclinación y tamaño) también pueden tener diferentes colores que deriven o promueven otras connotaciones. Un cartel con letra roja, mayúscula y *bold* que dice "CUIDADO" no tendrá el mismo significado que una letra light negra sobre fondo blanco.

Podemos ver entonces, que la sencillez y claridad con la que se pretende informar, debe estar acompañada por una tipografía y una cromática que persigan el mismo objetivo. Las tipografías *sans serif*, regulares, de caja alta y baja cumplen con los requisitos para lograr dicho objetivo.

Legibilidad

Jason Tselentis (2012) define a la legibilidad como la facilidad con la que se leen las palabras, frases o bloques de texto de materiales tanto impresos como digitales. Distingue fuentes creadas especialmente para ser leídas en internet como las que funcionan específicamente en soportes impresos. La elección de la fuente correcta para un bloque de texto -o texto corrido- será la que permita ser captada directamente por el lector, sin ruidos. Destaca la importancia de hacer una investigación previa al diseño de las variables tipográficas de una fuente, lo cual ahorrará una pérdida de tiempo y trabajo.

Según Lidwell, Holden y Butler (2011), la legibilidad es la claridad visual de un texto que por lo general se basa en el tamaño, el tipo de letra, el contraste, los bloques de texto y el espaciado entre caracteres utilizados.

Davidek y Santarsiero (2012) se enfocan en el tamaño de la letra a utilizar diciendo que siempre estará relacionado a la distancia a la que estará el observador de

ella, pero también al tamaño del soporte (en este caso el cartel) que la contenga. Se sugiere que la distancia entre palabras no sea superior a la letra a . El espacio entre líneas debe ser apenas superior al espacio entre palabras. Es importante entender entonces, la relación entre la dimensión del cartel y la distancia de lectura. También se debe tener en cuenta la velocidad a la que el observador circula frente al cartel.

En conclusión, la elección de la tipografía (como todos los elementos de diseño) debe basarse principalmente en el público al que se dirige. Por otro lado, se deben tener en cuenta distintos factores como el tamaño de la letra en sí y en relación a su soporte, el interlineado e interletrado, el contraste, los bloques de texto, la distancia y la velocidad de lectura respecto del observador. Todos estos puntos favorecerán a una comprensión efectiva.

Materiales

Davidek y Santarsiero (2012) destacan al material del cartel como otro aspecto importante al momento de seleccionar la tipografía, ya que será su soporte. Sugiere utilizar materiales más resistentes para las tipografías más sutiles.

Dentro de los materiales más utilizados para señalética se encuentran:

- Aluminio: es un material ligero (de peso muy reducido en comparación a otros materiales); de larga duración (al no permitir que penetre el óxido en sus superficies externas, es resistible a la corrosión atmosférica); es

muy maleable (permite modelarlo y laminarlo hasta obtener una hoja muy fina); es versátil (permite utilizarlo para distintas necesidades) y altamente reciclable (con un bajo coste energético).

- Madera: Es de los materiales más antiguos usados por el hombre. Aparte de su belleza, tiene múltiples funciones y se ensambla con facilidad. La madera se subdivide en dos grupos: blanda y dura. Si bien debe protegerse siempre de la putrefacción y de los insectos requiriendo un mantenimiento frecuente, se puede barnizar o laquear para prolongar su duración. También se puede teñir, blanquear, pulir, imprimir, transferir y usar combinaciones con otros materiales. Es óptima para cartelería situada en ambientes naturales ya que no genera contaminación visual y convive en armonía con su entorno.
- Laminado Dibond: Es una lámina compuesta por dos hojas de aluminio de 0,30mm con un centro de polietileno extruido. Garantiza la uniformidad de su superficie en planos y curvas y ofrece la lámina más plana del mercado. Es muy resistente a la intemperie, por lo que se recomienda para señalización y estructuras externas. Sus capas termo-laqueadas facilitan la aplicación de serigrafía, rotulación y grabado.
(Recuperado de <http://senaletica.weebly.com/>)

Color

Para Costa (2022), el uso del color en la señalética presenta diversas posibilidades dependiendo, generalmente, de la variedad del formato de las señales, de la cantidad de las mismas y del dinamismo del lugar. En un entorno con mayor movilidad y flujo de personas, conviene que los colores sean muy contrastados ya que esto facilita su percepción. En cambio, en un lugar más relajado, donde no hay tensiones ni prisas, el exceso de contrastes resultaría disonante.

Dentro de la disciplina de la señalética, el color presenta más libertades que las tipografías y los pictogramas ya que tienen más relaciones e interacciones inmediatas con el entorno. Esto se debe a la instantaneidad perceptiva que caracteriza a los colores y a su naturaleza connotativa, que contrasta con la función denotativa de los pictogramas y los textos. El color no necesita ser decodificado ya que, en vez de ser una forma, es una sensación luminosa.

Javier Royo (2004) menciona que el color, usado con propiedad, comunica significados válidos, pero si se hace un mal uso del mismo, puede derivar en una confusión. En ciertos casos, desempeña una función interactiva y siempre es un elemento que comunica un significado determinado.

Por último, Lidwell, Holden y Butler (2011) comparten que el color se utiliza en el diseño para atraer la atención, agrupar elementos, indicar significados y realzar la estética del producto final. Aconsejan que se debe utilizar con prudencia, limitando la paleta de colores a lo que la vista puede procesar de una vez, eligiendo combinaciones sirviéndonos del círculo cromático. Cuando el objetivo sea llamar la atención, recomiendan utilizar colores saturados; por el contrario, para lograr resultados eficaces, optar por colores no saturados. En cuanto al simbolismo del color, menciona que no existen pruebas decisivas sobre los efectos de este sobre el ser humano, pero que aun así se debe verificar el significado y las combinaciones dependiendo el público determinado antes de utilizarlos.

Por todo lo dicho, se puede afirmar que el color es una herramienta que sirve para brindar información por sí mismo pero que también complementa el mensaje o la información. Su uso variará dependiendo del entorno en el que se desee utilizarlo, la sensación o el efecto que se pretenda generar y la cultura del público objetivo para lograr que la interpretación sea eficaz.

Señalización accesible para todos

Davidek y Santarsiero (2012) hacen hincapié en la accesibilidad como un requisito fundamental para la señalética, siendo necesario contemplar una gran cantidad de consideraciones al respecto. Dividen a las personas con necesidades de señalización diferenciada en cuatro grupos, a saber:

- Personas con ceguera: si bien están dificultadas para ver letreros o carteles, podrán escuchar y palpar espacios y elementos.
- Personas con disminución visual: requieren tipografías con un tamaño adecuado y colores contrastantes.
- Personas con impedimentos físicos: son quienes requieren encontrar señalización inconfundible en accesos a puertas, sanitarios, ascensores, rampas, etc.
- Personas con dificultades en la audición: generalmente llamadas sordas o hipoacúsicas, necesitan señales con gran nivel de iconicidad, ilustrativas y con lenguaje claro, preciso y simple.

En el caso del primer grupo, las personas ciegas que representan entre el 0,3 y 0,5% por ciento de la población argentina, tienen muy buena comprensión del espacio y muy bien desarrollado el oído y el sentido del tacto. Para ellos una señal escrita en sistema Braille puede ser de mucha ayuda, aunque no todos manejan este código, por lo que se recomienda crear señales dobles, que contengan información auditiva y también táctil a la vez. Estas señales deben estar ubicadas de forma accesible a las manos, en una botonera de ascensor, un pasamanos, un molinete o sea todos esos sitios a los que obligatoriamente deberán acercarse. En el caso de las personas con disminución visual que, respecto de las personas mayores de sesenta años representa a más del 65%, lo ideal es colocar señales altamente contrastadas, de tamaños adecuados y apropiadamente iluminadas, con el objeto de hacerlas legibles. En

cuanto al tercer grupo, lo ideal es mantener un sistema de señales en el piso, con colores y texturas que identifiquen recorridos, zonas de acceso y zonas de peligro. (Davidek y Santarsiero, 2012, p. 164)

En la actualidad, se espera que cualquier proyecto, de la índole que sea, contemple este tipo de consideraciones como un requisito fundamental en su desarrollo, no solo para una buena comunicación, sino para ser de carácter inclusivo pudiendo llegar a un mayor número de personas sin importar su condición física.

Ergonomía

Para Davidek y Santarsiero (2012), la ergonomía se define como la disciplina científica encargada del diseño de lugares de trabajo, herramientas y tareas que sean acordes o aptas a las características fisiológicas, anatómicas, psicológicas y a las capacidades del trabajador. Sin embargo, su campo de acción -que se limitaba a la vida laboral- se ha ampliado con el paso del tiempo para adaptarse a la vida cotidiana en general.

En el caso particular de la señalética, la ergonomía cuida y promueve que los carteles estén diseñados de acuerdo a las capacidades de los usuarios, sus necesidades, habilidades y limitaciones. Una correcta señalización no debería exigir esfuerzos de localización, de atención ni de comprensión.

Siguiendo este orden de ideas, se puede decir que la ergonomía es fundamental a tener en cuenta para la realización de un proyecto adaptado al usuario, ya que contempla los aspectos necesarios para que exista una coherencia no forzada entre el cartel y el mensaje con su usuario.

Ubicación y tamaño

Así como afirma Davidek y Santarsiero (2012), se debe procurar que el letrero esté ubicado de frente a la persona, con una inclinación máxima de 10° desviado de su posición inicial. El usuario generalmente se encontrará en movimiento, por lo tanto, no desviará su mirada para prestar mayor atención al letrero. Si bien el cono de visión del observador es de 160°, lo ideal es que el cartel se encuentre dentro del rango de los 60°.

La relación figura-fondo determina cómo se percibe aquello que se desea destacar en relación con los objetos que lo rodean; entonces, se deberá tener en cuenta tanto el fondo del propio letrero, como el ambiente en el que se lo colocará, debiendo diferenciar si está solo o en medio de muchos otros que generan desorden visual. (Davidek y Santarsiero, 2012, p. 94).

Tal como se mencionó anteriormente, es de suma importancia posicionarnos en la mente y en la situación del usuario al momento de interactuar con el cartel para poder

acertar en los aspectos técnicos (como lo es el tamaño de la tipografía y su distancia de lectura, por ejemplo) para lograr una comunicación efectiva.

DISTANCIA MÁXIMA APROXIMADA DE LECTURA PARA LOS DISTINTOS TIPOS DE LETRA		
CLASIFICACIÓN DE LAS LETRAS	LETRA	DISTANCIA MÁXIMA DE LECTURA
De buena legibilidad	Ancho mayor al 70% de la altura, con bastones uniformes, sin serif ni filetes: Arial, Block, Verdana, etc.	Se percibe a una distancia entre 350 a 500 veces la altura de la letra.
De mediana legibilidad	No muy anchas, con poca ornamentación: Broadway, Eras, Roman, etc.	Se percibe a una distancia entre 250 a 350 veces la altura de la letra.
De baja legibilidad	Muy ornamentadas, escritas, con bastones finos: góticas, fantasía, etc.	Se percibe a una distancia entre 100 a 250 veces la altura de la letra.

Figura 1. Distancia máxima aproximada de lectura para los distintos tipos de letra. Fuente: Davidek y Santarsiero (2012), p. 94).

Sistema de gestión de contenidos (CMS). Wordpress

Según David Dabner, Sandra Stewart & Eric Zempol (2021), es un sistema abierto de fácil utilización. Estas páginas web pueden aparecer de forma lineal, como blogs basados en *posts* o como sistema interno administrativo para páginas más tradicionales.

Es una herramienta ideal para un sitio web con poca información y una de sus grandes ventajas es que, al ser el CMS más extendido, mucha gente sabe interactuar con él. Contempla la opción de adaptación a dispositivos móviles gracias a su versión *responsive*, lo que propicia una unanimidad en el diseño y la información cualquiera sea el dispositivo que se utilice.

Arquitectura de la información (AI)

La AI de una página web (David Dabner, Sandra Stewart & Eric Zempel, 2021) es un punto fundamental respecto del diseño de la experiencia global del usuario. Se trata de un equilibrio o armonía entre la naturaleza propia de una web y las expectativas del usuario, sumadas a los objetivos del cliente. Es la experiencia práctica y funcional que aporta el diseñador web al proyecto de desarrollo de una página y que influye en gran manera sobre el resultado del proyecto. Los autores nos brindan algunos consejos o puntos a tener en cuenta al momento de diseñar y diagramar la información en una página web:

- Definir los puntos críticos: implica entender los objetivos del proyecto y lograr que queden claros para los usuarios. Puede consistir en ubicar y presentar con claridad los *call to action* o en guiar a los usuarios a lo largo de la página para que logren encontrar rápidamente el contenido deseado.
- Establecer la estructura y la jerarquía visual: consiste en dividir la composición en áreas claramente definidas para que el usuario pueda distinguirlas. Se recomienda crear relaciones visuales agrupando puntos temáticos, variar la escala de la tipografía utilizando distintos tamaños tanto para títulos y subtítulos, y limitar el uso de cursiva y negrita para hacer un énfasis puntual.
- Crear experiencias de usuario respetuosas: se hace alusión a una web que reacciona como el público espera. Es decir, si el usuario hace clic en un hipervínculo, espera que se cargue una nueva página web en esa ventana. De no

ser así, se pretende que se avise al público previamente de lo que sucederá cuando interactúe con ese vínculo.

- Presentar contenido sencillo: es necesario posicionarse en la mente del usuario y comprender su actitud frente a la búsqueda de información: impaciente y veloz. Por lo tanto, se requiere que el contenido sea simple y de fácil ubicación.
 - Utilizar palabras claves descriptivas en la taxonomía de navegación, evitando nombres genéricos.
 - Utilizar recursos visuales como títulos, subtítulos, listas y ventanas de texto para guiar a los visitantes a través de la información.
 - Se aconseja que los dos primeros párrafos de contenido de una página deben incluir la información más importante que buscan los visitantes.
 - Los párrafos de texto deben ser breves y concisos.
 - Utilizar listas de puntos o alfanuméricas para facilitar el acceso a la información. Además, éstas agilizan la comprensión entre grupos de temas similares.

De esta manera, se puede concluir que la organización de la información en una página web es un aspecto fundamental para garantizar el éxito de esta, generando una experiencia de usuario favorable y, por lo tanto, numerosas visitas y buen posicionamiento en los buscadores.

MÉTODO DE DISEÑO

Tal y como dice Joan Costa (2022), en la práctica, el proyecto señalético (al igual que cualquier otro proyecto con miras a realizarse) es un proceso. Como tal, implica un modo de proceder y accionar que busca la perfecta articulación entre sus diversas partes y el modo más eficaz y dinámico de organización del conjunto.

Desde la perspectiva del diseño gráfico, cada proceso varía dependiendo cuál sea su producto u objetivo final. En cuanto a la señalética, Joan Costa (2022) señala que su proceso consta de implicaciones específicas que la diferencia de otros tipos de mensajes. Éstas provienen en primer lugar de la escala, ya que un proyecto señalético supone mayor magnitud y complejidad respecto de otros procesos de diseño.

En segundo lugar, se deben considerar las dimensiones del proyecto señalético que implican las del contexto arquitectónico, a saber: el espacio, el volumen, las distancias, los itinerarios, la complejidad de los servicios y los individuos en movimiento.

En tercer lugar, hay que incluir el hecho situacional, es decir, la situación del individuo en el espacio de acción. Al ser ésta muy dinámica, hay secuencias de desplazamiento en el lugar, desplazamientos y recorridos.

Por último, se debe tener en cuenta la función, es decir, la intencionalidad comunicativa, que en el caso de la señalética es evidente y difiere radicalmente de otras necesidades del usuario. Estas cuatro circunstancias relacionadas a la percepción de los mensajes que integran la información señalética, ponen en evidencia la necesidad de una metodología específica para su ejecución.

Para este proyecto, se tomarán en cuenta los métodos propuestos por Jorge Frascara en su libro “El diseño de comunicación” y por Joan Costa en su libro “Señalética Corporativa”. Ambos autores desarrollan sus métodos con un alto nivel de detalle en cada una de sus etapas; sin embargo, el segundo autor mencionado hace hincapié en el desarrollo de un método de diseño específico para señalética, por lo que sus fases tienen mucha más coherencia con el caso en cuestión.

De Joan Costa (2022), se tomará como referencia todo su método de diseño ya que, como se mencionó anteriormente, está especialmente enfocado en la señalética.

Con respecto a Jorge Frascara (2006), se tendrán en cuenta las fases de desarrollo del anteproyecto y su posterior presentación al cliente, en la cual hace hincapié tratándola también como un problema de diseño a resolver. Y, por último, se tomará como referencia la etapa de evaluación post implementación.

JORGE FRASCARA		JOAN COSTA		PROCESO PROPIO	
FASE 1: Encargo del proyecto	Primera definición del problema (por parte del cliente), de tiempos y presupuesto.	FASE 1: Acopio de información	Familiarizarse con la información recibida y con el lugar donde se desarrollará el proyecto.	FASE 1: Acopio de información	Recolección y análisis de los datos obtenidos, relevamiento del lugar y planificación.
FASE 2: Recolección de información	Sobre el cliente, el producto, la competencia (si existe) y el público.	FASE 2: Concepción del sistema	Marcaje en el plano de los puntos clave del recorrido.	FASE 2: Concepción del sistema.	Análisis del recorrido y su dinámica y marcaje en el plano de los puntos clave.
FASE 3: 2° definición del problema	Análisis, interpretación y organización de la información obtenida. Definición de objetivos.	FASE 3: Sistema de señales o códigos de base	Definición del repertorio de formatos y tipos de señales a utilizar en el proyecto.	FASE 3: Sistema de señales	Definición de formatos, materiales y tipos de señales a utilizar. Elección de colores, tipografía y pictogramas.
FASE 4: Especificación del desempeño del diseño	Definición del canal y de los aspectos visuales. Estudio preliminar de presentación.	FASE 4: Diseño gráfico	Elección del tono cromático, tipografía y pictogramas.	FASE 4: Desarrollo del anteproyecto	Prototipos y mock ups para presentar ante el cliente.
FASE 5: 3° definición del problema	Especificaciones para producción. Desarrollo del programa.	FASE 5: Fichas técnicas para producción.	Elaboración de una ficha para cada señal donde figurarán sus datos técnicos.	FASE 5: Presentación al cliente	Acto informativo y persuasivo para vender la propuesta.
FASE 6: Desarrollo del anteproyecto	Consideraciones de forma, contenido, canal y tecnología.	FASE 6: Supervisión e implantación	Instalación del sistema señalético y diseño del Manual (si es necesario).	FASE 6: Ajustes	Modificaciones consecuentes de la etapa anterior.
FASE 7: Presentación al cliente	Acto informativo y persuasivo. Problema de diseño.			FASE 7: Fichas técnicas para producción	Elaboración de una ficha para cada señal donde figurarán sus datos técnicos.

FASE 8: Organización de la producción	Preparación del original final con especificaciones técnicas completas.			FASE 8: Supervisión de implementación	Instalación del sistema señalético y diseño del Manual (si es necesario).
FASE 9: Supervisión de implementación	De producción, difusión o instalación.			FASE 9: Evaluación	Monitoreo del grado en el que los objetivos fueron cumplidos. Ajustes eventuales.
FASE 10: Evaluación	Monitoreo del grado en el que los objetivos fueron cumplidos. Ajustes eventuales.				

Figura 2. Métodos de diseño analizados. Elaboración propia (2022) basada en los procesos de diseño.

El proceso o método propio se compone de nueve fases o etapas, a saber:

- **FASE 1: Acopio de información.** Se comenzará con la recolección de la información brindada por el cliente y la que obtenga el diseñador por su cuenta, sumado a su posterior análisis. La idea es familiarizarse con los datos y con el lugar donde se desarrollará el proyecto para tener una idea clara del mismo y poder planificar el proceso y sus tiempos.
- **FASE 2: Concepción del sistema.** Con los datos obtenidos en la etapa anterior, tanto cualitativos (complejidad del entorno, nivel de iluminación ambiente, estilo/estética del lugar, identidad corporativa, etc.) como cuantitativos (recorridos con sus sentidos de circulación y dinámica, cantidad de información a traducir mediante señales, puntos de información, etc.), se marcarán los puntos clave del recorrido en el plano del lugar.

- FASE 3: Sistema de señales. Se definirán los formatos, materiales, tipos de señales a utilizar, colores, tipografía y pictogramas (según la necesidad del proyecto y la estructura del lugar). Se debe tender al menor número posible de variantes para lograr la noción de sistema y no confundir al usuario. También se debe prever si las señales necesitarán una o dos caras, dependiendo del sentido del recorrido.
- FASE 4: Desarrollo del anteproyecto. En esta etapa, se diseñarán los prototipos o *mock-up* como un primer acercamiento a lo que será el sistema completo para que el cliente lo pueda ver.
- FASE 5: Presentación al cliente. En este punto el objetivo es, no sólo mostrar lo que se propone, sino también persuadir al cliente de adoptar la propuesta desarrollada. Se necesita un buen nivel de comunicación verbal de las ideas, argumentación de decisiones y capacidad persuasiva. Frascara (2006) resalta que cuanto más sistemático haya sido el proceso utilizado para llegar a la solución propuesta, más fácil será defenderla. Es importante no subestimar este punto sino tomarlo como un problema de diseño a resolver. En este trabajo no se llevará a cabo esta fase debido al cronograma de tiempos propuesto.
- FASE 6: Ajustes. Luego de la presentación al cliente, seguramente surgirán cambios y modificaciones a realizar sobre la propuesta. Éstos debieran ser mínimos si se tuvo en cuenta lo recolectado en la primera fase.
- FASE 7: Fichas técnicas para producción. Esta parte del proceso requerirá el asesoramiento y la colaboración del equipo técnico fabricante del producto. Se

realizará una ficha para cada señal, la cual contendrá la información correspondiente como, por ejemplo, colores, medidas, material y todo lo que se considere necesario para alcanzar una producción óptima.

- FASE 8: Supervisión de implementación. Es importante que el diseñador esté presente al momento de la colocación del sistema para asegurarse la correcta función de las señales en cuestión (buena visibilidad y legibilidad, altura correcta, etc.). Paralelamente, se diseñará -de ser necesario- el Manual Señalético para una correcta reproducción del sistema.
- FASE 9: Evaluación. Esta es una etapa crucial para medir y comprobar si los objetivos propuestos al principio del proceso fueron alcanzados; de no ser así, se efectuarán las modificaciones correspondientes. En este trabajo, tanto éste punto como el anterior, no se llevarán a cabo debido al cronograma de tiempos propuesto para la finalización del mismo, pero se mencionan a fin de especificar todos los pasos necesarios para su diseño.

Antecedentes, diseño de instrumento de investigación y recolección de datos

Los siguientes casos fueron elegidos por su similitud con el tema a tratar. Todos ellos fueron realizados para circuitos turísticos en Argentina y servirán a modo de ejemplo y como objeto de análisis para extraer sus ventajas y desventajas respecto a las siguientes variables:

	
CASO	Señalización turística en la Villa de Merlo, San Luis, Argentina. Parte del “Plan Maestro de Turismo” que se desarrolló en la ciudad.
TIPO DE SEÑAL	Poseen señales y gráficos de orientación y pre-informativos. Están ubicados en el punto donde el usuario va en busca de información, por lo tanto, se encuentran a su servicio y disposición.
MORFOLOGÍA, TAMAÑO Y MATERIAL	Carteles señaléticos del tipo “tótem” con una altura aproximada de 2m x 3m de ancho realizados con una estructura de hierro colocada en una base de hormigón. Se estima que los gráficos fueron resueltos sobre poliéster de alto desempeño o sobre vinilos que luego fueron adheridos a una placa de metal.
COLORES	Al ser una señal orientativa, se priorizó la información por sobre la cromática para que resalte el contenido (en este caso, el mapa) utilizando un fondo blanco. Con azul, se destacan los pictogramas informativos (hospedaje, restaurant, etc.) y con celeste, los símbolos importantes del mapa. Si bien tiene una cromática simple, cuenta con buen contraste.
TIPOGRAFÍA	Se hace uso de la tipografía Frutiger en sus distintas versiones y tamaños. Al tratarse de una tipografía sans serif, la información es de fácil lectura.
PICTOGRAMAS	En esta cartelaría, se encuentran los pictogramas informativos de restaurant y hospedaje realizados en color blanco sobre fondo azul, lo que connota una señal informativa. Además, cuenta con una guarda en colores violetas que resalta el nombre de la provincia.

Figura 3. Sistema de señalética turística de la Villa de Merlo, San Luis. Elaboración propia (2022).



CASO	Señalética corporativa en el bioparque Temaikén (Escobar, Buenos Aires, Argentina).
TIPO DE SEÑAL	Se puede observar señales direccionales, de identificación, pre-informativas y de emergencia. Cada una está estratégicamente ubicada en el hecho situacional donde el usuario requerirá esa información.
MORFOLOGÍA Y TAMAÑO	Debido a que el lugar está orientado a visitas de menores, su cartelería sigue este lineamiento teniéndolo en cuenta incluso en su morfología. Se observa que los carteles han sido diseñados con bordes redondeados a fin de evitar posibles accidentes en los más pequeños. A su vez, dependiendo la información (y su respectiva complejidad), varía la altura y tamaño de éstos.
COLORES	Utilización de la paleta de colores corporativa. Se puede ver una jerarquización cromática de la información organizada en subsistemas: Servicios: baños, restaurant, regalería, etc. Señales direccionales: flechas. Señales informativas: distintos tipos de animales para visitar. Señales de emergencia: servicio médico.
TIPOGRAFÍA	En la identidad visual se utilizó una tipografía orgánica provista de colores sepías vinculados a la tierra, la diversidad y la naturaleza, a su vez relacionados con el significado del nombre del parque: TEM (tierra) y AIKEN (vida). Como tipografía secundaria, se eligió una familia serif utilizada para brindar información científica de cada especie del parque.
PICTOGRAMAS	Se diseñaron teniendo en cuenta, además de aspectos gráficos, el entorno natural donde estarían colocados los carteles aprovechando sus recursos naturales. Por ejemplo, para las señales de identificación de cada especie se caló el contorno de la figura de cada animal. De esta manera, el sol crea un efecto de imagen 3D en la señal, haciéndola aún más llamativa.

Figura 4. Sistema de señalética del bioparque Temaikén. Elaboración propia (2022).



CASO	Sistema de Señalética Turística Nacional (Buenos Aires, Argentina). Plan Visual de Buenos Aires.
TIPO DE SEÑAL	Para este proyecto, se diseñaron señales del tipo informativas, direccionales y pre-informativas. Su contenido e información varían según su ubicación (rutas, calles urbanas y recorridos turísticos).
MORFOLOGÍA Y TAMAÑO	Como en el punto anterior, la variable ubicación e información también influye en su forma y tamaño final. Por esta razón, se puede destacar dos tipos de tótems: uno a la altura del usuario, que brinda información específica del lugar, y otro de un tamaño mayor que informa las distintas regiones del país, ubicado, según se estima, al costado de las rutas. Por último, se observa una señal urbana direccional que indica distintos servicios.
COLORES	Creando la noción de sistema, se utiliza como color principal el azul en diferentes tonos, distinguiendo jerarquías de información. Por ejemplo: en el caso del tótem de ruta, el azul más oscuro representa las regiones del país, mientras que el más claro menciona el tipo de información (de qué se trata) y brinda un lema de bienvenida en distintos idiomas. Además, se diferencié a las regiones con distintos colores.
TIPOGRAFÍA	Se utilizó una tipografía sans serif para poder ser leída desde varios puntos de distancia y a distintas velocidades, variando así también sus distintos tamaños y versiones.
PICTOGRAMAS	Se hizo uso de pictogramas simples sin ningún ornamento priorizando su rápida comprensión. Se observa un buen uso cromático generando un nivel de contraste apropiado respecto del entorno.

Figura 5. Sistema de Señalética Turística Nacional (Buenos Aires, Argentina). Elaboración propia (2022).

Caso 1: Señalización turística en la Villa de Merlo, San Luis, Argentina.

La elección de la morfología es adecuada respecto del tipo de información que brinda y su ubicación. Los colores, si bien son simples, forman un buen contraste favoreciendo la legibilidad y connotan que el tipo de contenido del cartel es informativo. La información ofrecida es útil pero no presenta gráficos llamativos que inviten a conocer los distintos puntos turísticos o que llamen la atención para ser leídos, no tiene un factor distintivo respecto de otros sistemas señaléticos. A pesar de que su contenido está bien organizado y jerarquizado con subtítulos que guían al lector, no promueve una lectura dinámica sino monótona que puede cansar al usuario.

Caso 2: Señalética corporativa en el bioparque Temaikén (Escobar, Buenos Aires, Argentina).

Este proyecto ha servido de ejemplo y como caso de estudio en numerosas oportunidades debido a su gran éxito. Es por esa razón que ha sido seleccionado para este análisis a fin de poder destacar algunos de sus tantos atributos.

Desde la organización de tal cantidad de información, se puede observar y deducir que ha sido estratégicamente diseñado teniendo en cuenta múltiples aspectos. La elección de su morfología es adecuada respecto del público al que apunta, como así también el tipo de información que brinda y su manera de presentarla. La cromática acompaña esta excelente decisión creando jerarquías de información y distintos códigos

repetidos en cada cartel, creando la noción de sistema. La tipografía utilizada para los títulos (que parte del diseño del logotipo del parque) evoca los rasgos principales del entorno en el que se encuentra, logrando una armonía con el ambiente, que informa, pero no desentona ni distrae. La tipografía secundaria, acompaña el tipo de información que brinda y su tiempo de lectura, ya que presenta datos sobre cada especie y se espera que el lector se detenga a leerlo. No solo se espera, sino que ha sido diseñada de esa manera para que eso suceda, agregando fotos y datos curiosos para llamar la atención de su público objetivo. Sus pictogramas fueron realizados teniendo en cuenta el espacio en el que estarían ubicados y sus recursos naturales, haciendo uso de estos últimos también para enriquecer aún más su propuesta.

Caso 3: Sistema de Señalética Turística Nacional (Buenos Aires, Argentina).

Este Sistema de Señalética Turística Nacional está integrado por leyendas y figuras, signos tipográficos y pictogramas que buscan la mayor síntesis posible, para lograr una correcta y ágil transmisión del mensaje. Según lo investigado, el sistema parte de tres premisas que permiten desarrollar los diversos aspectos del trabajo, sobre las cuales se enmarca el proyecto: conocimiento de la realidad, intuición de una imagen turística nacional en desarrollo y estructuración de una metodología de trabajo.

A su vez, cuenta con tres subsistemas:

1. El semántico: Este subsistema se compone de todos los mensajes que se buscan transmitir en cada punto turístico del país.

2. El sintáctico: Comprende el diseño de los signos tipográficos y pictográficos, y cuestiones tecnológicas como la estructura de los materiales, superficie, los tratamientos cromáticos, así como también especificaciones técnicas, de ensamble en talleres e in situ y las normas de montaje y de mantenimiento.

3. El pragmático: Este último subsistema tiene que ver con el análisis del mensaje, del emisor, receptor y las funciones del lenguaje. (Recuperado de: <https://particulagrafica.wordpress.com/2012/03/22/sistema-de-senaletica-turistica-nacional/>)

La tipografía utilizada pertenece a una familia *sans serif* que propicia una buena legibilidad y comprensión de la información transmitida. La elección cromática destaca una jerarquización y distinción de la información tratada como, por ejemplo, las distintas regiones del país. Todas las variables han logrado componer un sistema que evoque una unión en cuanto a la información turística ofrecida por parte del gobierno.

Conclusión

Luego de haber realizado el análisis de estos tres casos, se puede observar que comparten la mayoría de las variables y premisas relacionadas al diseño de un sistema señalético. El uso del color y las variables tipográficas para jerarquizar la información, dan como resultado un contenido ordenado que invita a la lectura pudiendo cumplir su objetivo informativo en el usuario. La elección de la morfología y el tamaño variará

según el tipo y la cantidad de información brindada y las distintas distancias y tiempos de lectura; así como también influirán su entorno y contexto y las variables climáticas a las que estarán expuestos los carteles.

En cuanto a cuestiones gráficas, comparten ciertos criterios a la hora de presentar la información, por un lado, mediante el contraste figura-fondo o tipografía-fondo haciendo una buena elección cromática. Generalmente se han seleccionado dos familias tipográficas distintas pero que conviven en armonía en el diseño, jerarquizando el contenido.

Se podría decir que los tres casos funcionan a nivel comunicacional, sin embargo, no todos promueven una buena experiencia de usuario. El caso del bioparque Temaikén, destaca por sobre el resto de manera casi natural, ya que todas las decisiones gráficas y comunicacionales han sido acertadas teniendo en cuenta diversas variables que lo distinguen notablemente de otros sistemas.

PROGRAMA DE DISEÑO

CONDICIONANTES	REQUERIMIENTOS	PREMISAS
Sistema señalético orientativo e informativo para la Costanera del Río	<i>Señalética.</i> Joan Costa (2022) dice que la señalética, como término técnico, hace referencia a los sistemas de	<i>Señalética.</i> Este sistema señalético se compondrá de carteles orientativos en un espacio

<p>Cosquín que promueva una experiencia de usuario favorable.</p>	<p>señales de orientación para el público, en espacios cerrados o al aire libre, donde se ofrecen servicios. Tiene por objetivo hacer inteligibles y fácilmente utilizables los entornos donde circulan los individuos. Responde a la necesidad de información y orientación provocada por el fenómeno creciente de la movilidad social y el constante aumento y diversificación de servicios.</p> <p><i>Señalética y calidad de vida.</i> Según Joan Costa (2022) el fin de todo sistema señalético es servir a los usuarios, logrando que éstos se sirvan libremente de él. Se debe tener en cuenta que los individuos son transitorios y que no siempre el lugar o punto de información es el destino final, sino que muchas veces es un lugar de acceso, de paso, de tránsito o de destino a otros objetivos mayores dentro del mismo entorno que recorren. La calidad de vida se ve beneficiada en tanto estos sistemas favorezcan la <i>accesibilidad</i> a los servicios que la sociedad debe utilizar: transportes, administraciones públicas, centros médicos, etc. Esto deriva en una ausencia de problemas y en la autonomía de los individuos en sus decisiones de acción y recorrido.</p>	<p>abierto y natural (Costanera de Cosquín) y tendrán la función de informar y orientar al turista sobre los lugares, actividades y comodidades que allí se ofrecen.</p> <p><i>Señalética y calidad de vida.</i> Servirá al usuario a fines de poder lograr una autogestión del mismo pudiendo encontrar la información necesaria en un solo lugar. El objetivo es que esta información sea accesible y esté a disposición del turista evitando que tenga que buscarla por otros medios y, de esta manera, ahorrarle tiempo: un recurso valioso en la vida y más aún para alguien que está paseando o se encuentra de vacaciones.</p>
-------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p><i>Ubicación y tamaño.</i></p> <p>Así como afirma Davidek y Santarsiero (2012), se debe procurar que el letrero esté ubicado de frente a la persona. El usuario generalmente se encontrará en movimiento, por lo tanto, no desviará su mirada para prestar mayor atención al letrero. Si bien el cono de visión del observador es de 160°, lo ideal es que el cartel se encuentre dentro del rango de los 60°. La relación figura-fondo determina cómo se percibe aquello que se desea destacar en relación con los objetos que lo rodean; entonces, se deberá tener en cuenta tanto el fondo del propio letrero, como el ambiente en el que se lo colocará.</p>	<p><i>Ubicación y tamaño.</i></p> <p>Siguiendo lo mencionado por el autor, los carteles se encontrarán dentro de los 60° del rango de visión, ubicados a una altura adecuada para poder ser vistos tanto desde un auto (si el usuario estuviese conduciendo) como también desde una distancia más corta (si fuese un transeúnte).</p>
<p>Características morfológicas, estéticas y conceptuales de la Ciudad de Cosquín.</p>	<p><i>Tipografía.</i></p> <p>Según Costa (2022) existe una misma ley para todas las formas del lenguaje señalético: sencillez y claridad. Una “a” minúscula no se debe confundir con una “o”. Una forma es más sencilla y pregnante cuantos menos ornamentos tenga. Otro criterio a tener en cuenta es la apertura del “ojo” de las letras, por lo que se recomiendan las tipografías regulares (rectas o redondas) en vez de las condensadas y expandidas.</p>	<p><i>Tipografía.</i></p> <p>Tomando en cuenta lo mencionado por Costa (2022), se utilizará una tipografía sencilla, sans serif, con una apertura de “ojo” adecuada para su uso, recta o redonda.</p> <p>Opciones: Frutiger, Univers, Helvética, Lato, Roboto.</p>

	<p><i>Legibilidad.</i></p> <p>Davidek y Santarsiero (2012) se enfocan en el tamaño de la letra a utilizar diciendo que siempre estará relacionado a la distancia a la que estará el observador de ella, pero también al tamaño del soporte (en este caso el cartel) que la contenga. Se sugiere que la distancia entre palabras no sea superior a la letra a. El espacio entre líneas debe ser apenas superior al espacio entre palabras. Es importante entender entonces, la relación entre la dimensión del cartel y la distancia de lectura. También se debe tener en cuenta la velocidad a la que el observador circula frente al cartel.</p> <p><i>Materiales.</i></p> <p>Davidek y Santarsiero (2012) destacan al material del cartel como otro aspecto importante al momento de seleccionar la tipografía, ya que será su soporte. Sugiere utilizar materiales más resistentes para las tipografías más sutiles.</p>	<p><i>Legibilidad.</i></p> <p>En consideración con lo sugerido por los autores, se tendrá en cuenta tanto el soporte (madera o chapa) como la distancia y velocidad de lectura (los usuarios se encontrarán circulando en auto o a pie), así como también el contraste figura-fondo en el cartel mismo y en relación a éste y al entorno en el que se encuentra (ambiente natural al aire libre con tonalidades verdes en época estival y tonos amarillos/naranjas/marrones en época otoñal-invernal).</p> <p><i>Materiales.</i></p> <p>Para este aspecto, se considerará el contexto donde se encontrará el sistema instalado ya que, al ser un ambiente natural al aire libre, se deben prever los factores climatológicos y sus consecuencias en la cartelería. Además, se optará por utilizar un material que no contamine visualmente el paisaje y que sea de fácil mantenimiento, buscando evitar cualquier posible acción de vandalismo sobre el mismo.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p><i>Color.</i></p> <p>Para Costa (2022), el uso del color en la señalética presenta diversas posibilidades dependiendo, generalmente, de la variedad del formato de las señales, de la cantidad de las mismas y del dinamismo del lugar. En un entorno con mayor movilidad y flujo de personas, conviene que los colores sean muy contrastados ya que esto facilita su percepción. En cambio, en un lugar más relajado, donde no hay tensiones ni prisas, el exceso de contrastes resultaría disonante.</p> <p><i>Ergonomía.</i></p> <p>Según Davidek y Santarsiero (2012), en el caso particular de la señalética, la ergonomía cuida y promueve que los carteles estén diseñados de acuerdo a las capacidades de los usuarios, sus necesidades, habilidades y limitaciones. Una correcta señalización no debería exigir esfuerzos de localización, de atención ni de comprensión.</p>	<p><i>Color.</i></p> <p>Se elegirá una cromática apropiada que cuente con un contraste efectivo sin ser disonante con su entorno. Se buscará utilizar códigos cromáticos ya establecidos en la mente del usuario para facilitar así su entendimiento. También se aplicarán infrasignos identitarios del lugar para un mayor nivel de coherencia con su entorno.</p> <p><i>Ergonomía.</i></p> <p>Se diseñará una cartelería adecuada a factores anteriormente mencionados como distancia y tiempo de lectura. También se tendrá en cuenta la ubicación del usuario y sus recorridos habituales a fines de preservar su integridad física evitando accidentes debido a las formas, el material y las terminaciones de los carteles.</p>
<p>Estrategia de información acorde a las necesidades del turista en el espacio en el que se halla.</p>	<p><i>Señalización accesible.</i></p> <p>Davidek y Santarsiero (2012) hacen hincapié en la accesibilidad como un requisito fundamental para la señalética, siendo necesario contemplar una gran cantidad de consideraciones al respecto. Dividen a las personas</p>	<p><i>Señalización accesible.</i></p> <p>Como se mencionó anteriormente, el objetivo del proyecto es poner a disposición del usuario toda la información que precise, siendo ésta lo más accesible posible. Por esta razón, se</p>

	<p>con necesidades de señalización diferenciada en cuatro grupos, a saber:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas con ceguera: si bien están dificultadas para ver letreros o carteles, podrán escuchar y palpar espacios y elementos. Para ellos una señal escrita en sistema Braille puede ser de mucha ayuda, aunque no todos manejan este código, por lo que se recomienda crear señales dobles, que contengan información auditiva y también táctil a la vez. • Personas con disminución visual: requieren tipografías con un tamaño adecuado y colores contrastantes y apropiadamente iluminadas, con el objeto de hacerlas legibles. • Personas con impedimentos físicos: son quienes requieren encontrar señalización inconfundible en accesos a puertas, sanitarios, ascensores, rampas, etc. Lo ideal es mantener un sistema de señales en el piso, con colores y texturas que identifiquen recorridos, zonas de acceso y zonas de peligro. 	<p>considerarán las problemáticas mencionadas por el autor, incluyéndolas (en la medida de lo posible) tanto en la cartelería como en los medios digitales (altura y ergonomía adecuada para los transeúntes, contraste cromático apto para personas con disminución visual y simpleza en la iconicidad gráfica para personas hipoacúsicas).</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> • Personas con dificultades en la audición: generalmente llamadas sordas o hipoacúsicas, necesitan señales con gran nivel de iconicidad, ilustrativas y con lenguaje claro, preciso y simple. <p><i>Sistema de gestión de contenidos (CMS).</i></p> <p>Según David Dabner, Sandra Stewart & Eric Zempol (2021) Es una herramienta ideal para un sitio web con poca información y una de sus grandes ventajas es que, al ser el CMS más extendido, mucha gente sabe interactuar con él. Contempla la opción de adaptación a dispositivos móviles gracias a su versión <i>responsive</i>, lo que propicia una unanimidad en el diseño y la información cualquiera sea el dispositivo que se utilice.</p> <p><i>Arquitectura de la información (AI).</i></p> <p>La AI de una página web (David Dabner, Sandra Stewart & Eric</p>	<p><i>Sistema de gestión de contenidos (CMS).</i></p> <p>Se diseñará una <i>landing page</i> ya que es un instrumento ideal para un sitio web con información sencilla, además de ser muy conocido y utilizado, por lo cual el público está familiarizado con él. Al tener la posibilidad de contar con una versión <i>responsive</i>, será adaptable a los distintos dispositivos siendo accesible para cualquier usuario. Contendrá información del tipo secundaria, más detallada que la que figurará en el cartel. Se podrá acceder a esta escaneando el QR disponible en la cartelería o a través de un link de acceso que figurará en las redes sociales del municipio.</p> <p><i>Arquitectura de la información (AI).</i></p> <p>Buscando crear una experiencia de usuario</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	Zempol, 2021) es un punto fundamental respecto del diseño de la experiencia global del usuario. Se trata de un equilibrio o armonía entre la naturaleza propia de una web y las expectativas del usuario, sumadas a los objetivos del cliente. Es la experiencia práctica y funcional que aporta el diseñador web al proyecto de desarrollo de una página y que influye en gran manera sobre el resultado del proyecto.	agradable, se optará por un diseño sencillo basado en una retícula modular en la que se pueda incluir tanto texto como fotografías. Se tomarán en cuenta los principios de usabilidad (Jakob Nielsen) para lograr que la navegación sea intuitiva y relajada, pudiendo el usuario encontrar la información que desea.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Figura 6. Programa de diseño. Elaboración propia (2022).

Concepto gráfico

Para la conceptualización gráfica de este sistema señalético, se busca generar un diseño sencillo y concreto que sea fácil de identificar pero que no irrumpa con el paisaje. Se tomarán como referencia los elementos identificatorios que distinguen a la Ciudad de Cosquín y la posicionan como un destino turístico: su historia y leyenda, su famoso Festival Nacional de Folklore, su paisaje y sus ríos, el Cerro Pan de Azúcar y la guarda coscoína. Predominarán las formas orgánicas y los colores contrastantes basados en una paleta cromática específica para que existan en armonía con el contexto en el que se hallará inmerso este sistema. Todo esto estará acompañado por infra signos identitarios que logren unidad en el aspecto gráfico del proyecto.

El objetivo es satisfacer no solo la necesidad informativa sino también generar una experiencia de usuario completa para el turista. Es por esto que la cartelería contará

con información básica para cubrir una necesidad inmediata de ubicación y datos importantes, con la opción de escanear un código QR que te redirigirá a una *landing page* donde se brindarán más detalles sobre el lugar.

Cronograma de trabajo

A continuación, se presenta el cronograma de trabajo estipulado para la realización del presente proyecto. Como se mencionó anteriormente, las dos últimas fases o etapas (Supervisión de implementación y Evaluación) no se llevarán a cabo debido a este esquema de tiempo propuesto a fin de presentar el debido proyecto. Sin embargo, se mencionan ya que son aspectos fundamentales para la realización del mismo si este se llevase a cabo.

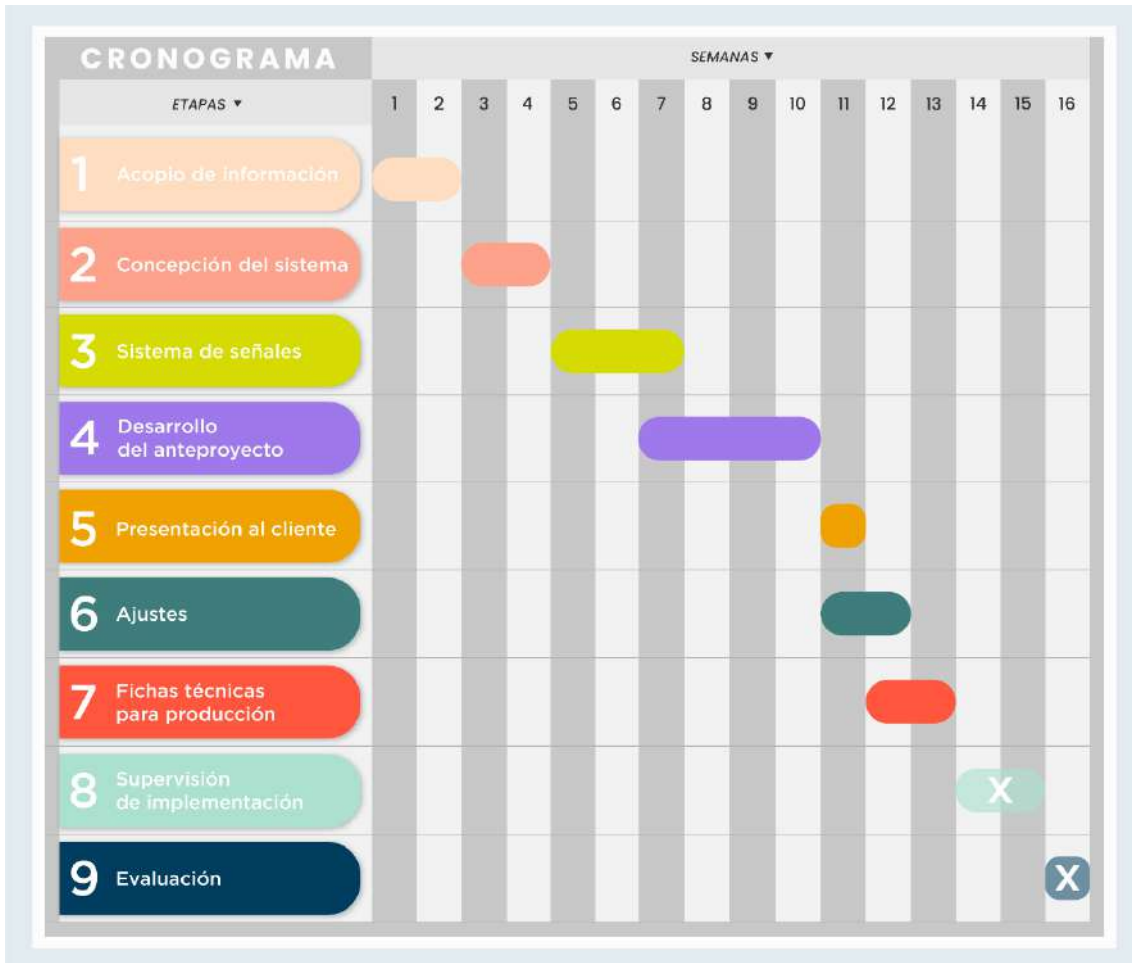


Figura 7. Cronograma de trabajo. Elaboración propia (2022).

GENERACIÓN DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

A continuación, se muestra el proceso de generación de propuestas y su respectivo proceso creativo teniendo en cuenta las premisas mencionadas anteriormente. Se buscó reunir en todos los bocetos los objetivos tanto estéticos como funcionales y los infra signos identitarios de la ciudad.

Moodboard

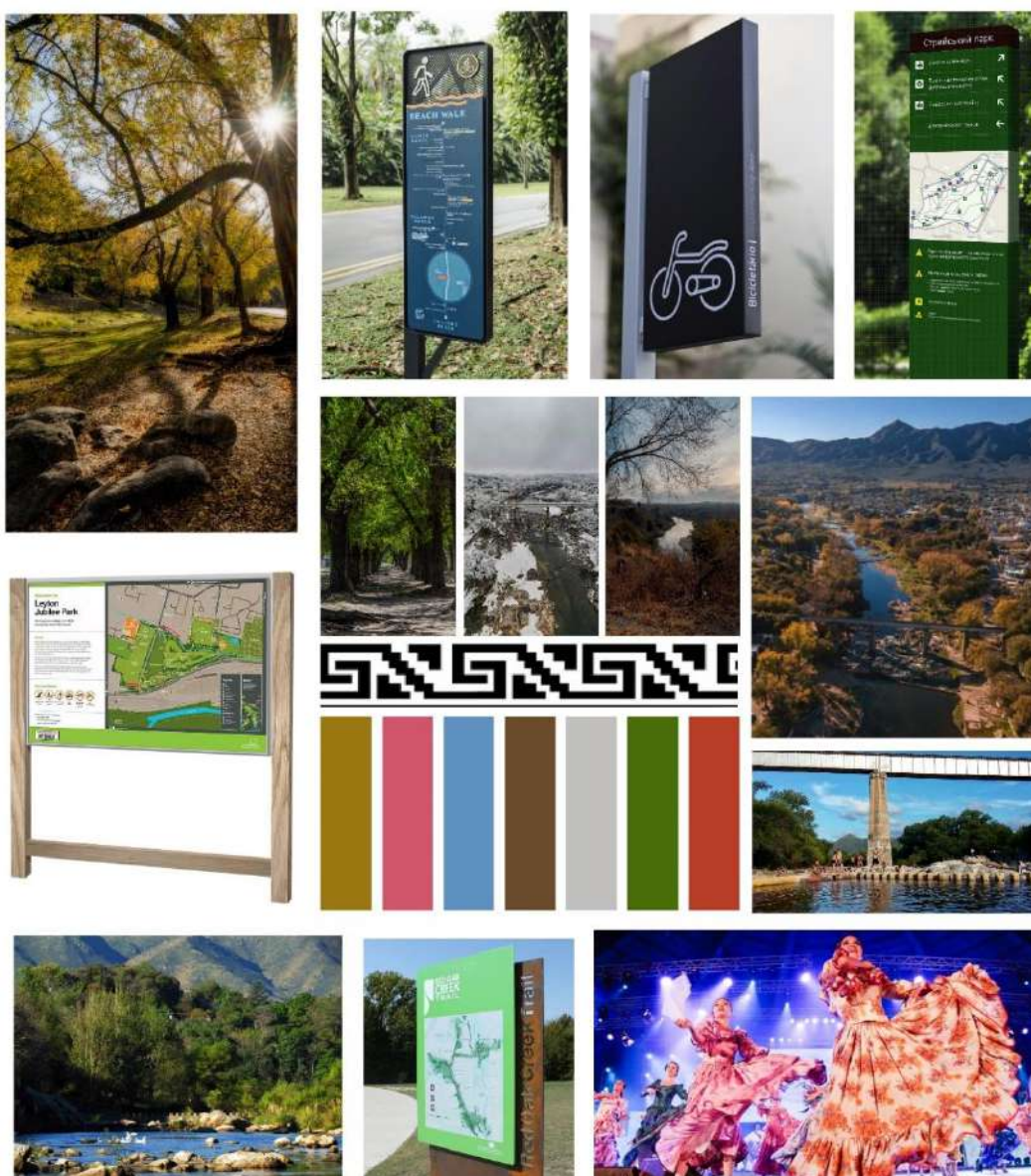
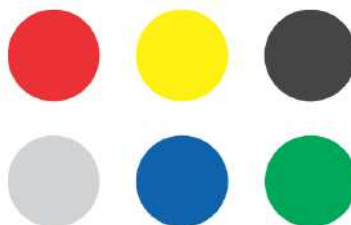


Figura 8. Moodboard. Elaboración propia (2022).

COLORES INSTITUCIONALES/CORPORATIVOS



Escudo de Cosquín



Portada de Facebook de la página oficial de la Municipalidad de Cosquín



Figura 9. Colores institucionales de la Municipalidad de la Ciudad de Cosquín. Elaboración propia (2022).

PRUEBAS CROMÁTICAS DE ENTORNO

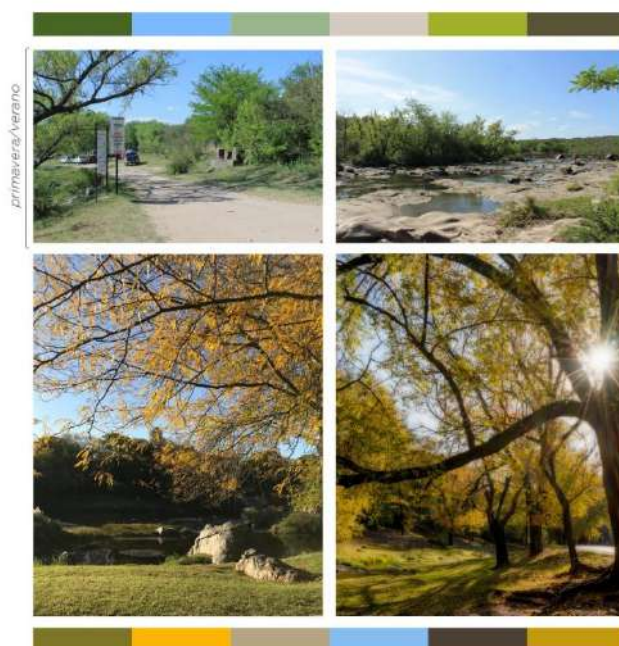


Figura 10. Pruebas cromáticas de entorno. Elaboración propia (2022).

PRUEBAS TIPOGRÁFICAS

Balneario Uranga ¡Bienvenidos! Escanee el QR

Frutiger

Balneario Uranga ¡Bienvenidos! Escanee el QR

Univers

Balneario Uranga ¡Bienvenidos! Escanee el QR

Lato

Balneario Uranga ¡Bienvenidos! Escanee el QR

Helvetica

Balneario Uranga ¡Bienvenidos! Escanee el QR

Roboto

Figura 11. Pruebas tipográficas. Elaboración propia (2022).

Primera prueba estética de pictogramas



Figura 12. Primeras pruebas estéticas de pictogramas. Elaboración propia (2022).

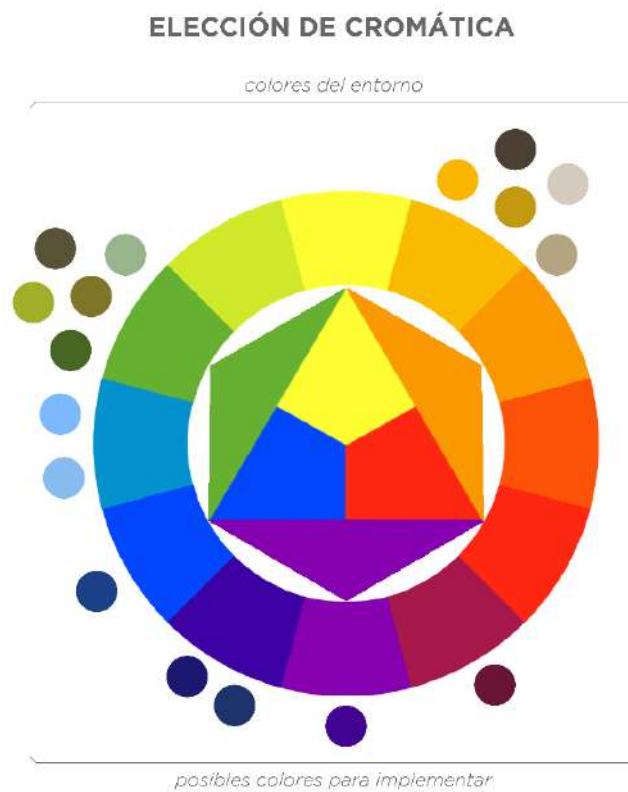


Figura 13. Elección de cromática. Elaboración propia (2022).

Mapa de balnearios a señalar

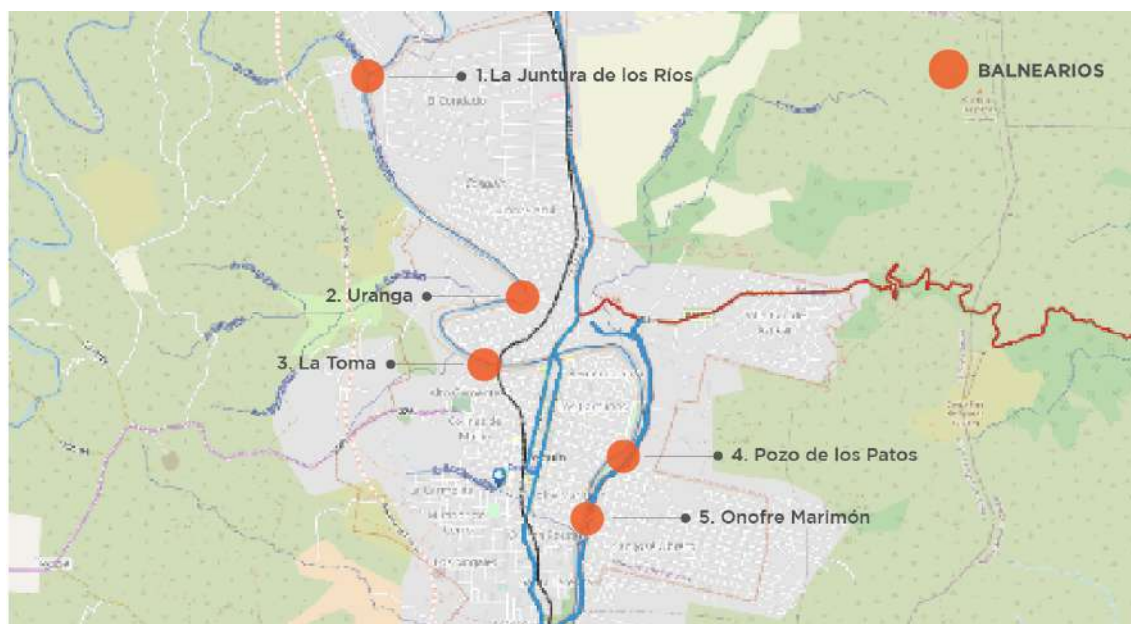


Figura 14. Vista satelital con balnearios principales señalados. Elaboración propia (2022).

Bocetos

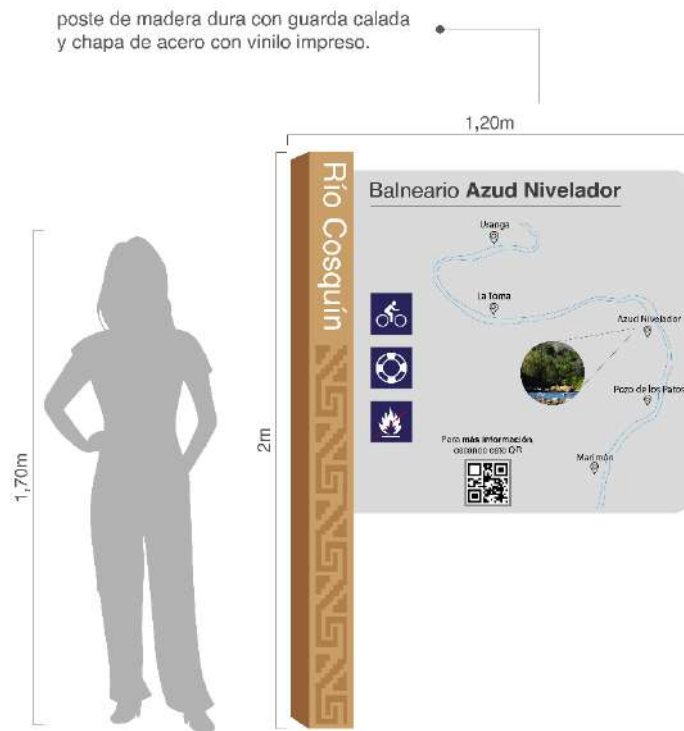


Figura 15. Boceto de cartelería exterior. Elaboración propia (2022).

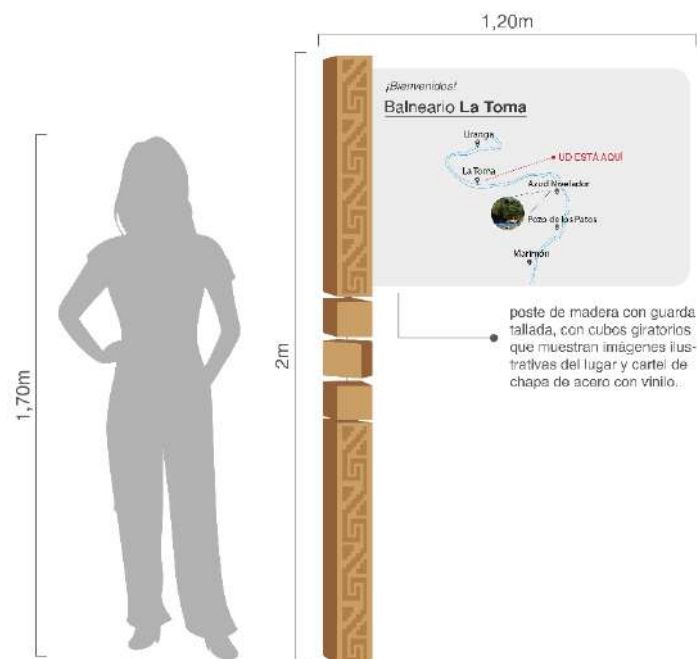


Figura 16. Boceto de cartelería exterior. Elaboración propia (2022).



Figura 17. Boceto de cartelería exterior. Elaboración propia (2022).

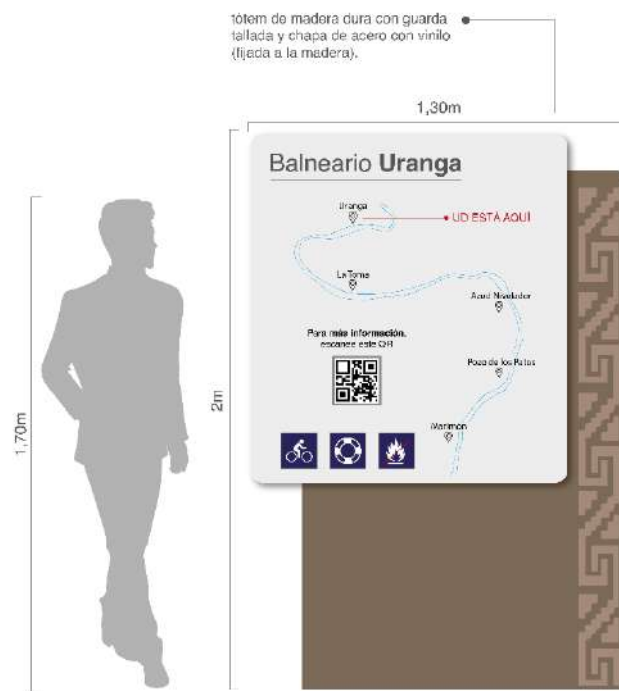


Figura 18. Boceto de cartelería exterior. Elaboración propia (2022).

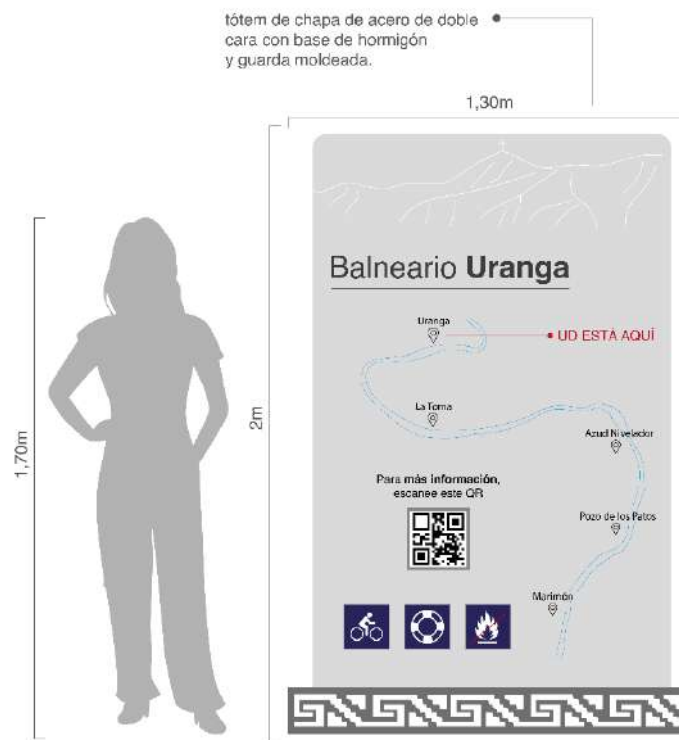


Figura 19. Boceto de cartelería exterior. Elaboración propia (2022).

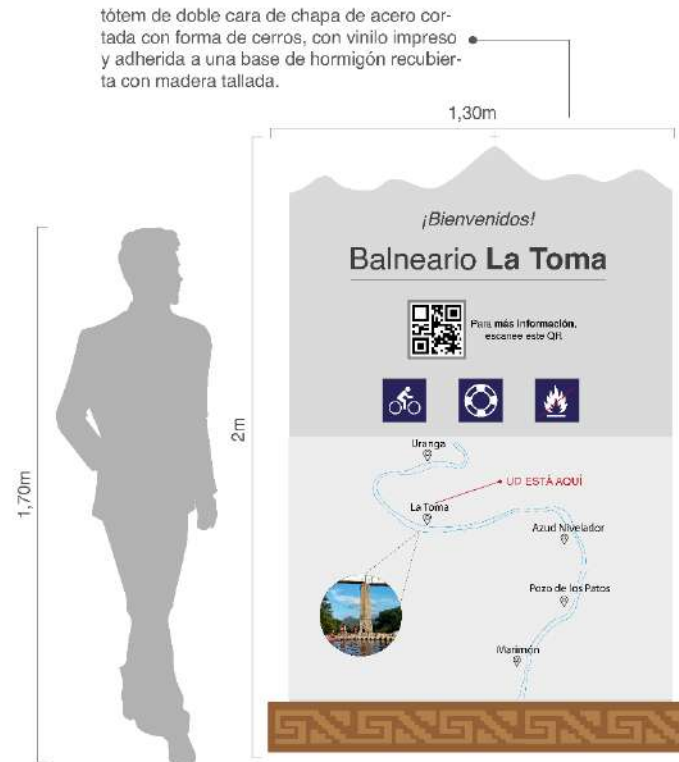


Figura 20. Boceto de cartelería exterior. Elaboración propia (2022).

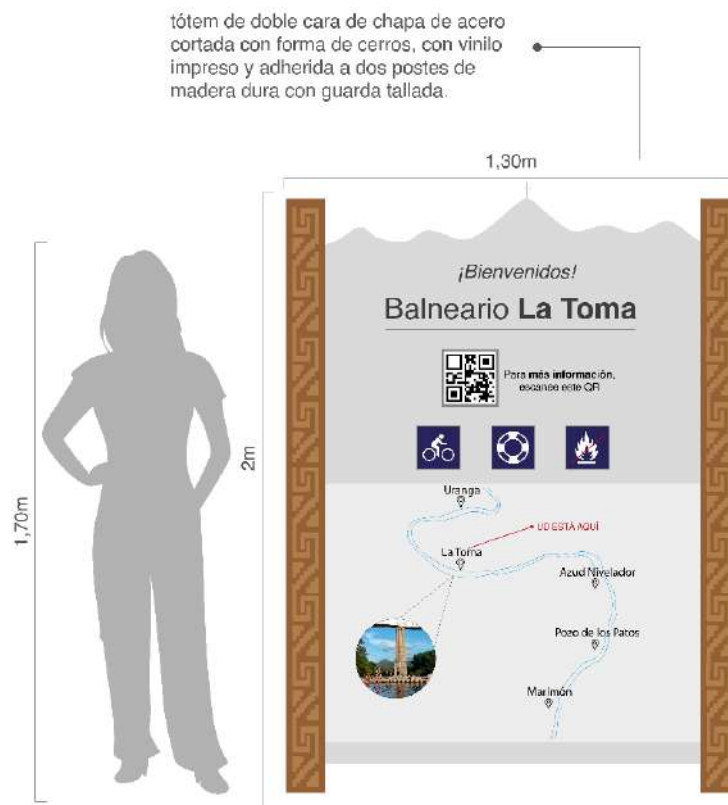


Figura 21. Boceto de cartelería exterior. Elaboración propia (2022).

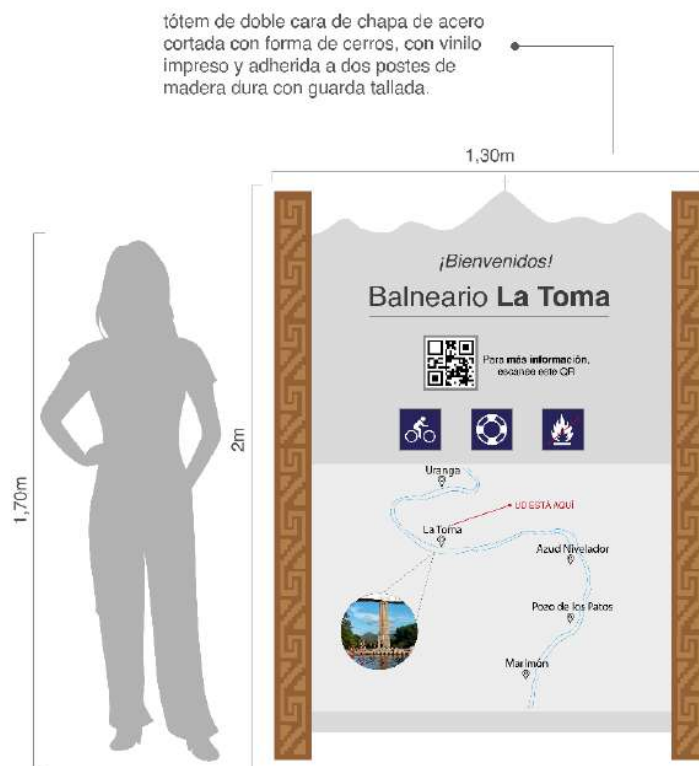


Figura 22. Boceto de cartelería exterior. Elaboración propia (2022).

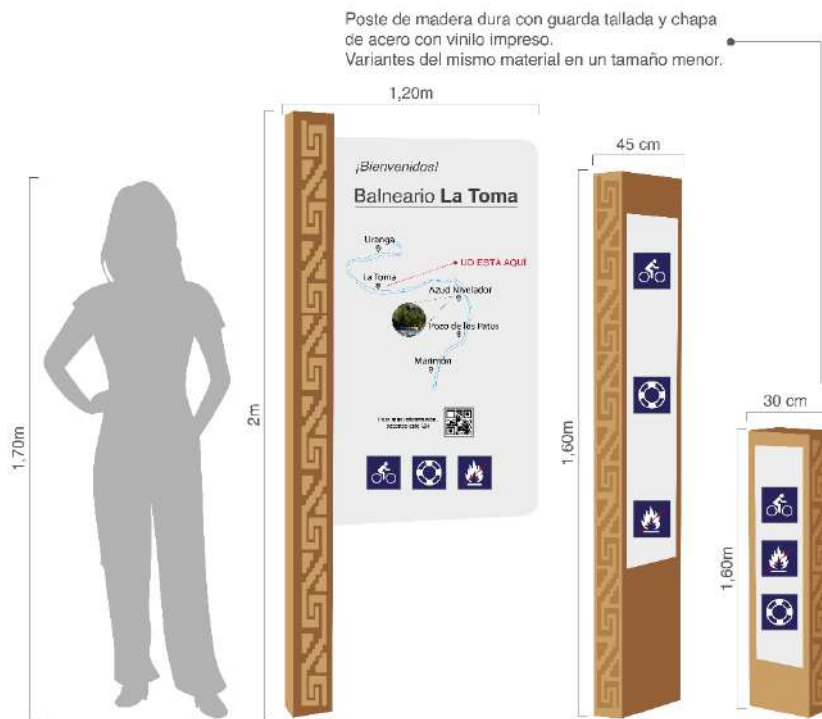


Figura 23. Boceto de cartelaría exterior. Elaboración propia (2022).

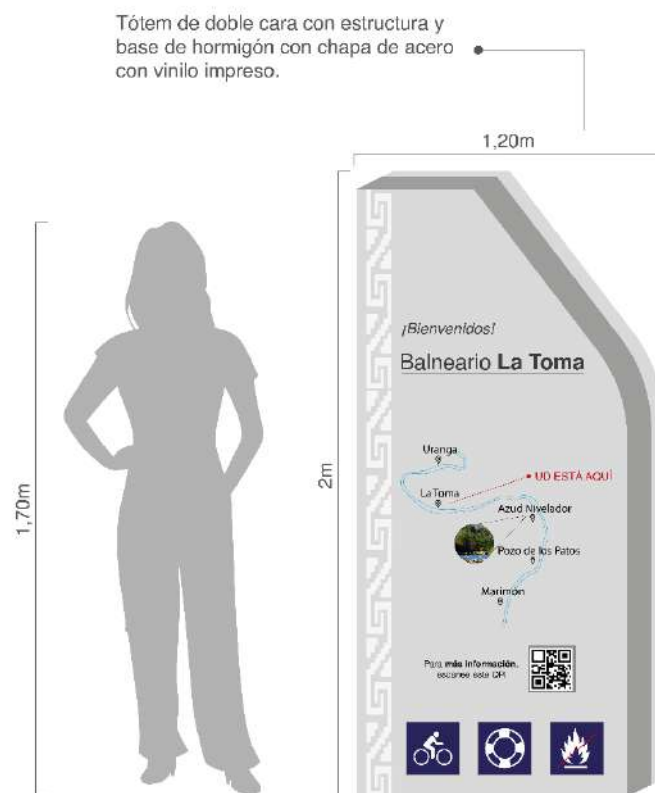


Figura 24. Boceto de cartelaría exterior. Elaboración propia (2022).

Primera definición de la propuesta

Se elaboró una primera propuesta de cartelería con los posibles colores y tipografías a utilizar. La misma fue desestimada debido a que, contrario a como se esperaba, no se logró una armonía con el contexto. Sus colores y morfología no eran acordes al espacio en el que estaría inserto el sistema y además dificultaban su legibilidad.

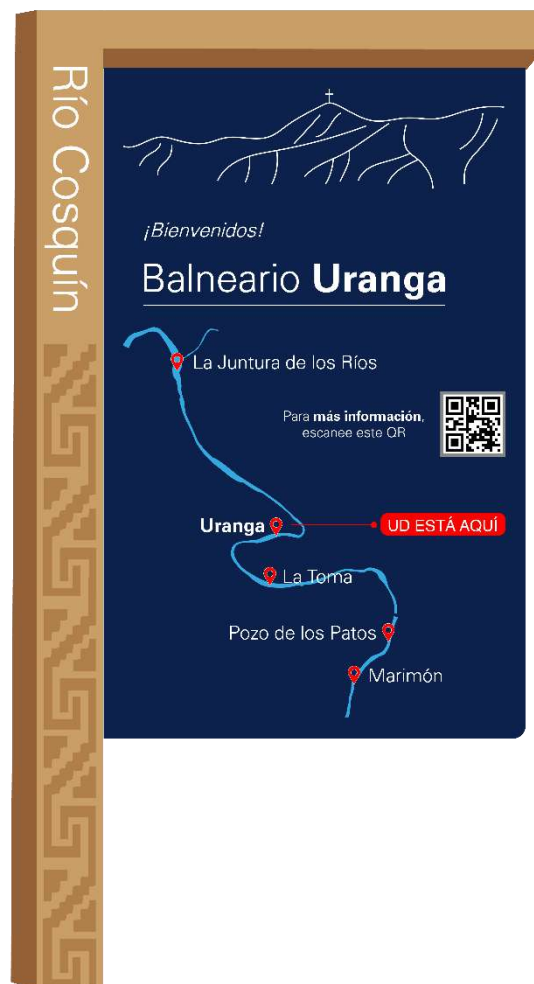


Figura 25. Primera definición de la propuesta. Elaboración propia (2022).



Figura 26. Primera definición de la propuesta. Aplicación. Elaboración propia (2022).



Figura 27. Primera definición de la propuesta. Aplicación. Elaboración propia (2022).

PROPUESTA FINAL DE DISEÑO

Definición técnica

Para el desarrollo del presente trabajo, se llevaron a cabo distintos elementos gráficos que, en su conjunto, cooperarán a la creación de la propuesta final del sistema señalético. A continuación, se detalla cada uno de ellos.

Paleta cromática

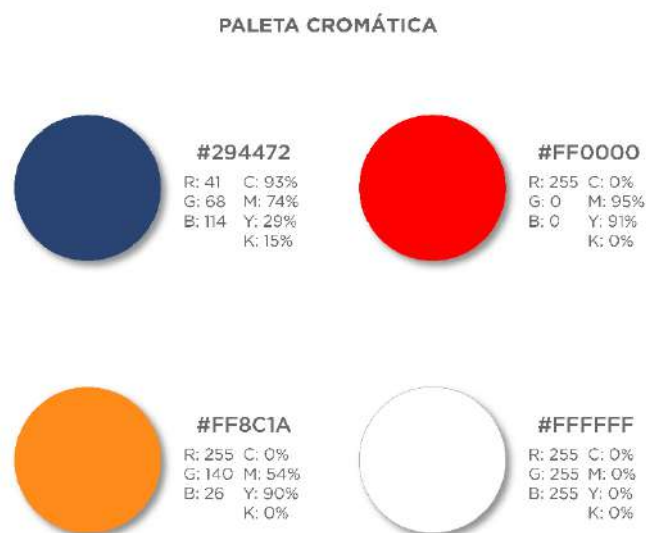


Figura 28. Paleta cromática elegida. Elaboración propia (2022).

La elección de los colores surgió luego de un previo análisis de la cromática del entorno donde estará situado el sistema señalético. Posteriormente, se compararon esos colores con el círculo cromático presentado anteriormente, donde se puede observar que en el entorno predominan los colores cálidos, por lo tanto, se decidió

utilizar colores fríos y principalmente, en este caso, el azul acompañado del naranja como color secundario y rojo y blanco para texto y detalles.

Paleta tipográfica



Figura 29. Familia tipográfica elegida. Elaboración propia (2022).

La tipografía elegida fue *Univers* ya que posee una apertura de ojo lo suficientemente amplia que facilita su legibilidad en diversos tamaños. Además, es una familia tipográfica con la cantidad de variables necesarias para lograr la jerarquización de la información utilizando solo una fuente.

Grilla constructiva y pauta modular de pictogramas

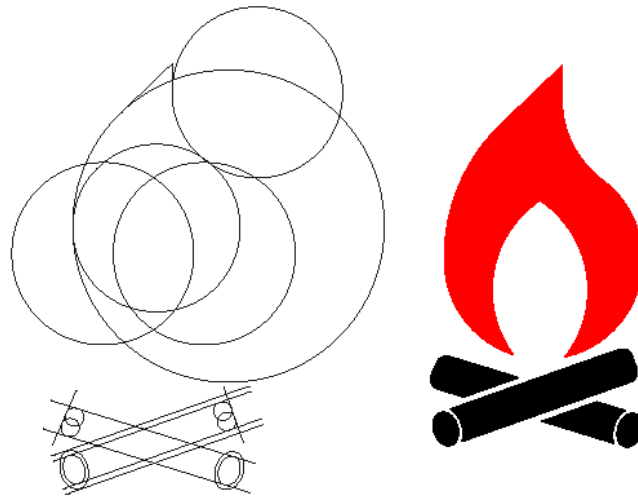


Figura 30. Grilla constructiva. Pictograma FUEGO. Elaboración propia (2022).

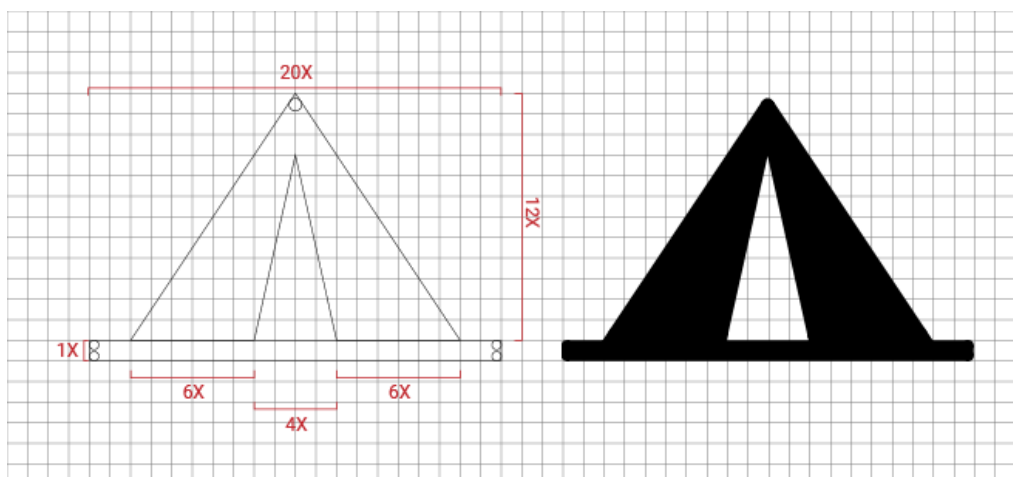


Figura 31. Pauta modular. Pictograma ACAMPAR. Elaboración propia (2022).

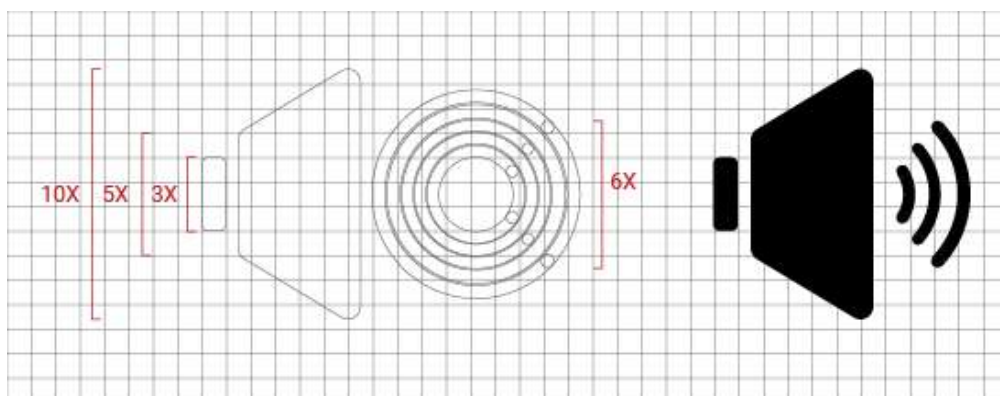


Figura 32. Pauta modular. Pictograma RUIDO. Elaboración propia (2022).

Para el diseño de la mayoría de los pictogramas se utilizó una pauta modular donde la unidad mínima fue 1x. En el caso del pictograma para señalar la prohibición de hacer fuego, se diseñó en base a una grilla constructiva con círculos y líneas. La característica distintiva de todos los pictogramas es su borde redondeado que hace a la noción de sistema.

Pictogramas

Aquí se detallan los pictogramas diseñados para este sistema señalético, enfocado en las necesidades y situaciones del usuario en el contexto y las prohibiciones o sugerencias requeridas para su grata experiencia.



Figura 33. Pictogramas. Elaboración propia (2022).

Presentación del proyecto

A continuación, se exhiben las piezas diseñadas para este proyecto señalético de la Costanera del Río Cosquín.

Se utilizó el Cerro Pan de Azúcar como infrasigno identitario del lugar realizado sobre la chapa como una caladura a fin de generar un efecto entre la figura hueca y la luz solar. La información se organizó basada en la pauta modular para lograr la noción de sistema en todas las piezas.

PROCESO GRÁFICO DEL INFRASIGNO



Figura 34. Proceso gráfico del infrasigno identitario. Elaboración propia (2022).



Figura 35. Cartel orientativo. Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).



Figura 36. Cartel orientativo. Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).



Figura 37. Cartel orientativo. Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).



Figura 38. Cartel orientativo. Bañerío Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).



Figura 39. Cartel orientativo. Balneario Marimón. Elaboración propia (2023).



Figura 40. Cartel regulatorio. Elaboración propia (2023).



Figura 41. Cartel regulatorio. Elaboración propia (2023).

Fichas técnicas

A continuación se presentan las fichas técnicas correspondientes a cada señal, donde se detallan aspectos característicos para su ejecución, su uso y función.

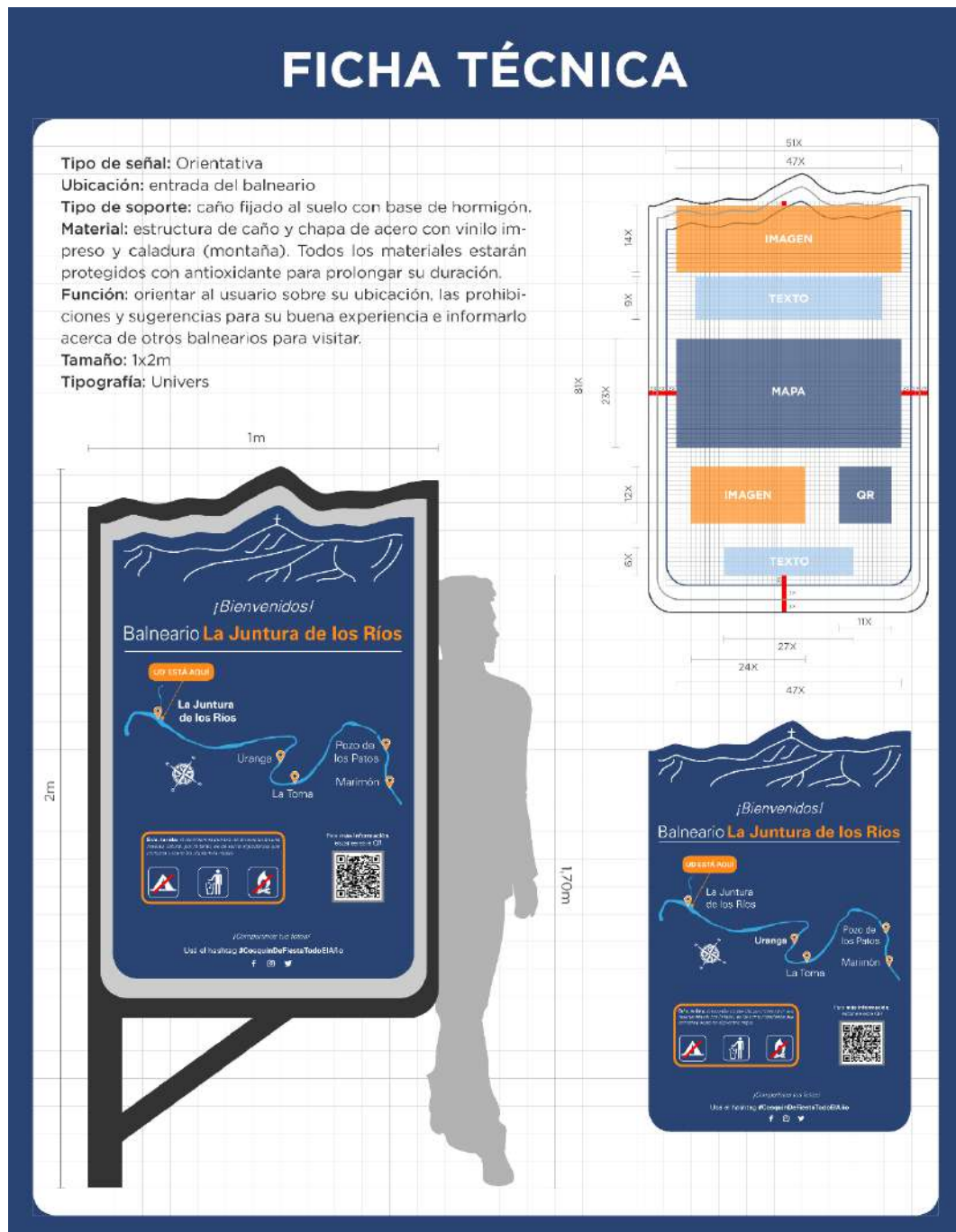


Figura 42. Ficha técnica. Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).

FICHA TÉCNICA

Tipo de señal: Orientativa

Ubicación: entrada del balneario

Tipo de soporte: caño fijado al suelo con base de hormigón.

Material: estructura de caño y chapa de acero con vinilo impreso y caladura (montaña). Todos los materiales estarán protegidos con antioxidante para prolongar su duración.

Función: orientar al usuario sobre su ubicación, las prohibiciones y sugerencias para su buena experiencia e informarlo acerca de otros balnearios para visitar.

Tamaño: 1x2m

Tipografía: Univers

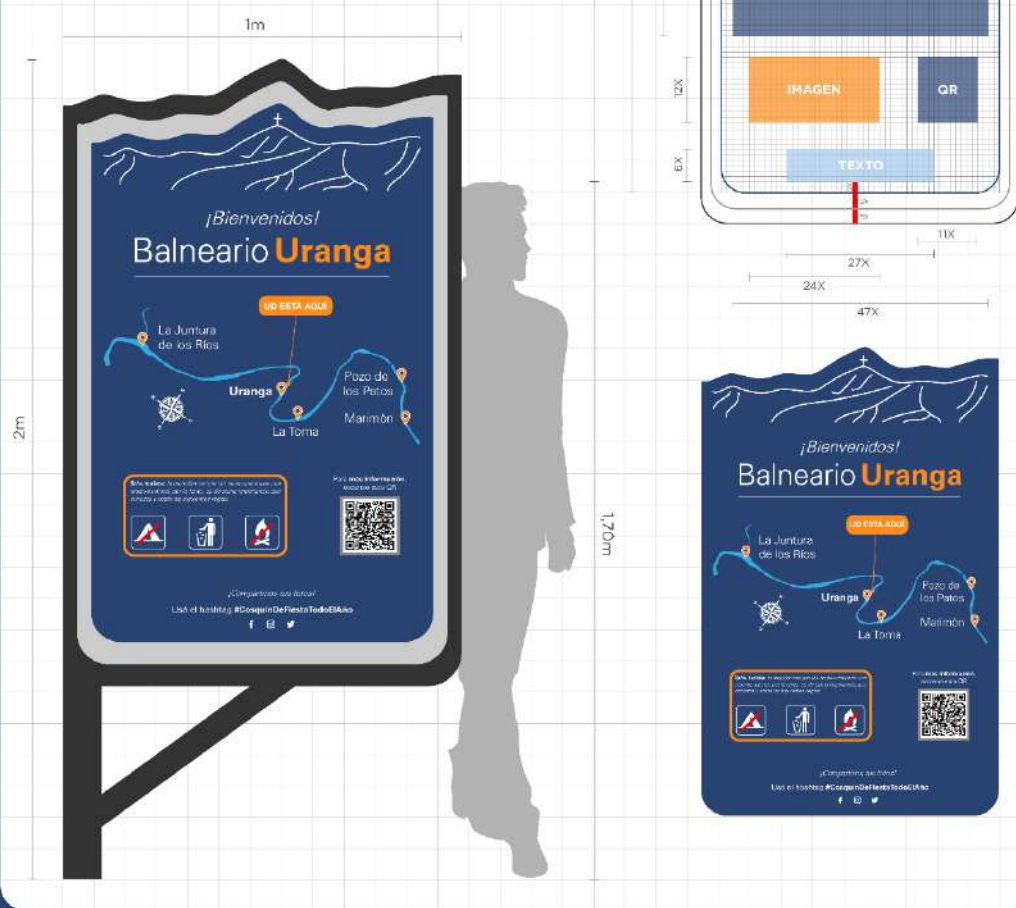


Figura 43. Ficha técnica. Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).

FICHA TÉCNICA

Tipo de señal: Orientativa

Ubicación: entrada del balneario

Tipo de soporte: caño fijado al suelo con base de hormigón.

Material: estructura de caño y chapa de acero con vinilo impreso y caladura (montaña). Todos los materiales estarán protegidos con antioxidante para prolongar su duración.

Función: orientar al usuario sobre su ubicación, las prohibiciones y sugerencias para su buena experiencia e informarlo acerca de otros balnearios para visitar.

Tamaño: 1x2m

Tipografía: Univers

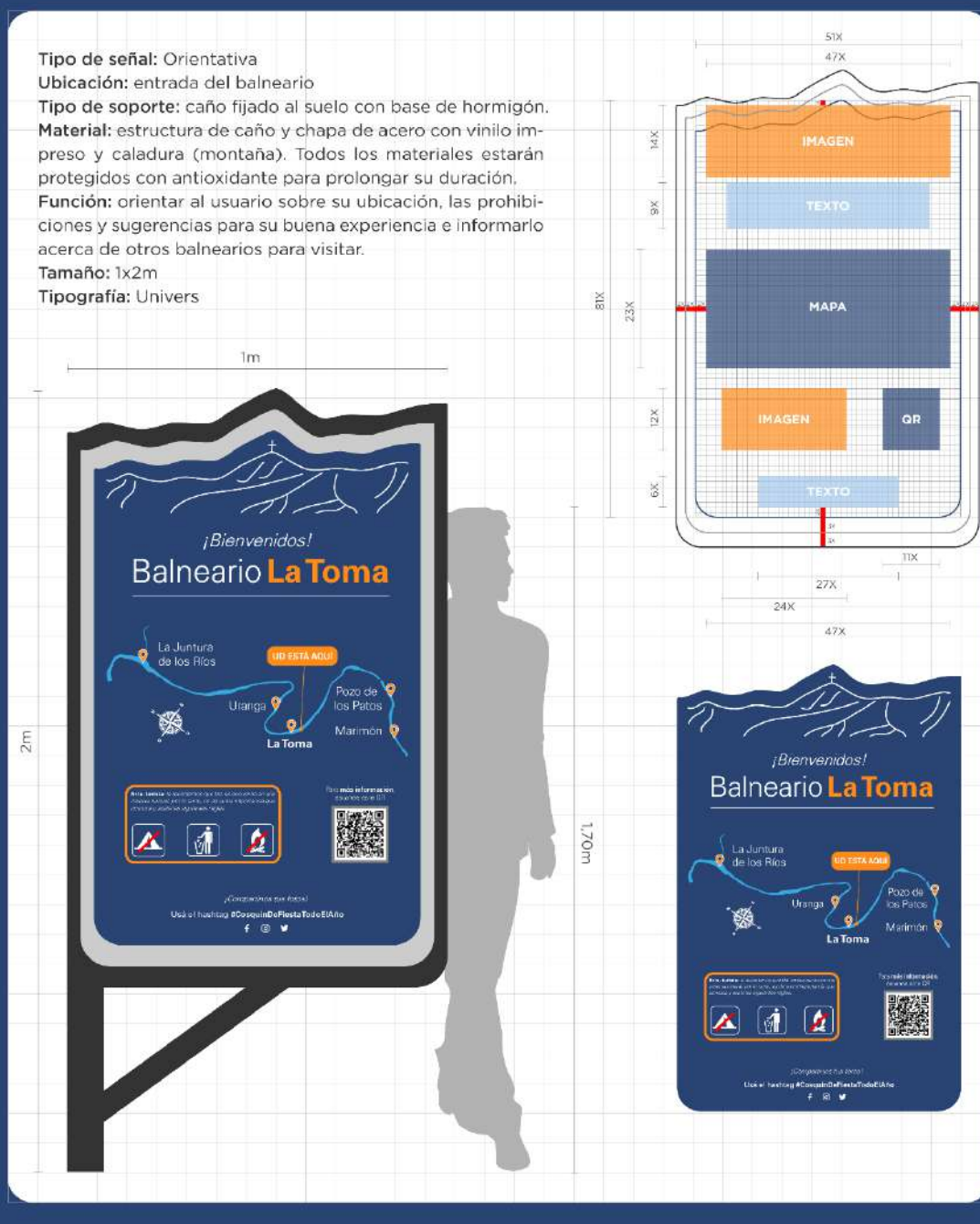


Figura 44. Ficha técnica. Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).

FICHA TÉCNICA

Tipo de señal: Orientativa

Ubicación: entrada del balneario

Tipo de soporte: caño fijado al suelo con base de hormigón.

Material: estructura de caño y chapa de acero con vinilo impreso y caladura (montaña). Todos los materiales estarán protegidos con antioxidante para prolongar su duración.

Función: orientar al usuario sobre su ubicación, las prohibiciones y sugerencias para su buena experiencia e informarlo acerca de otros balnearios para visitar.

Tamaño: 1x2m

Tipografía: Univers

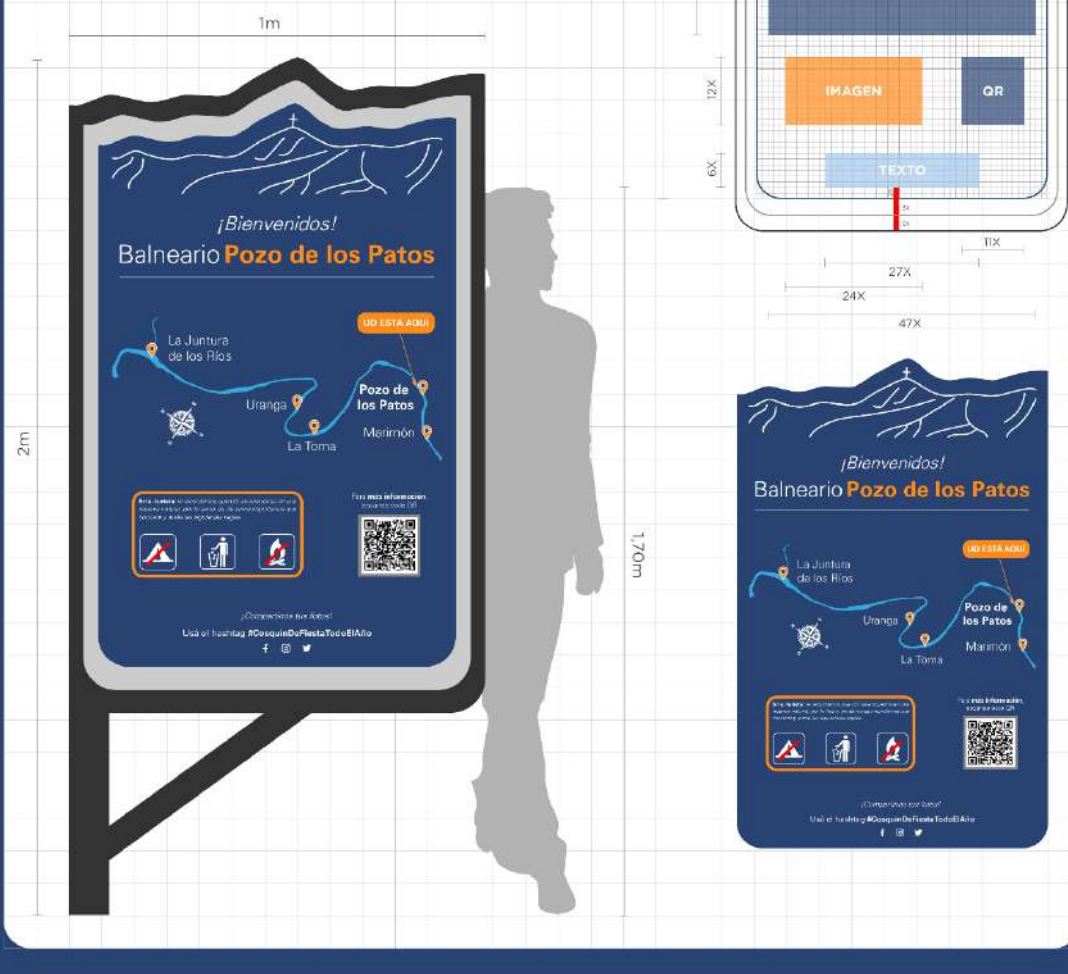


Figura 45. Ficha técnica. Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).

FICHA TÉCNICA

Tipo de señal: Orientativa

Ubicación: entrada del balneario

Tipo de soporte: caño fijado al suelo con base de hormigón.

Material: estructura de caño y chapa de acero con vinilo impreso y caladura (montaña). Todos los materiales estarán protegidos con antioxidante para prolongar su duración.

Función: orientar al usuario sobre su ubicación, las prohibiciones y sugerencias para su buena experiencia e informarlo acerca de otros balnearios para visitar.

Tamaño: 1x2m

Tipografía: Univers

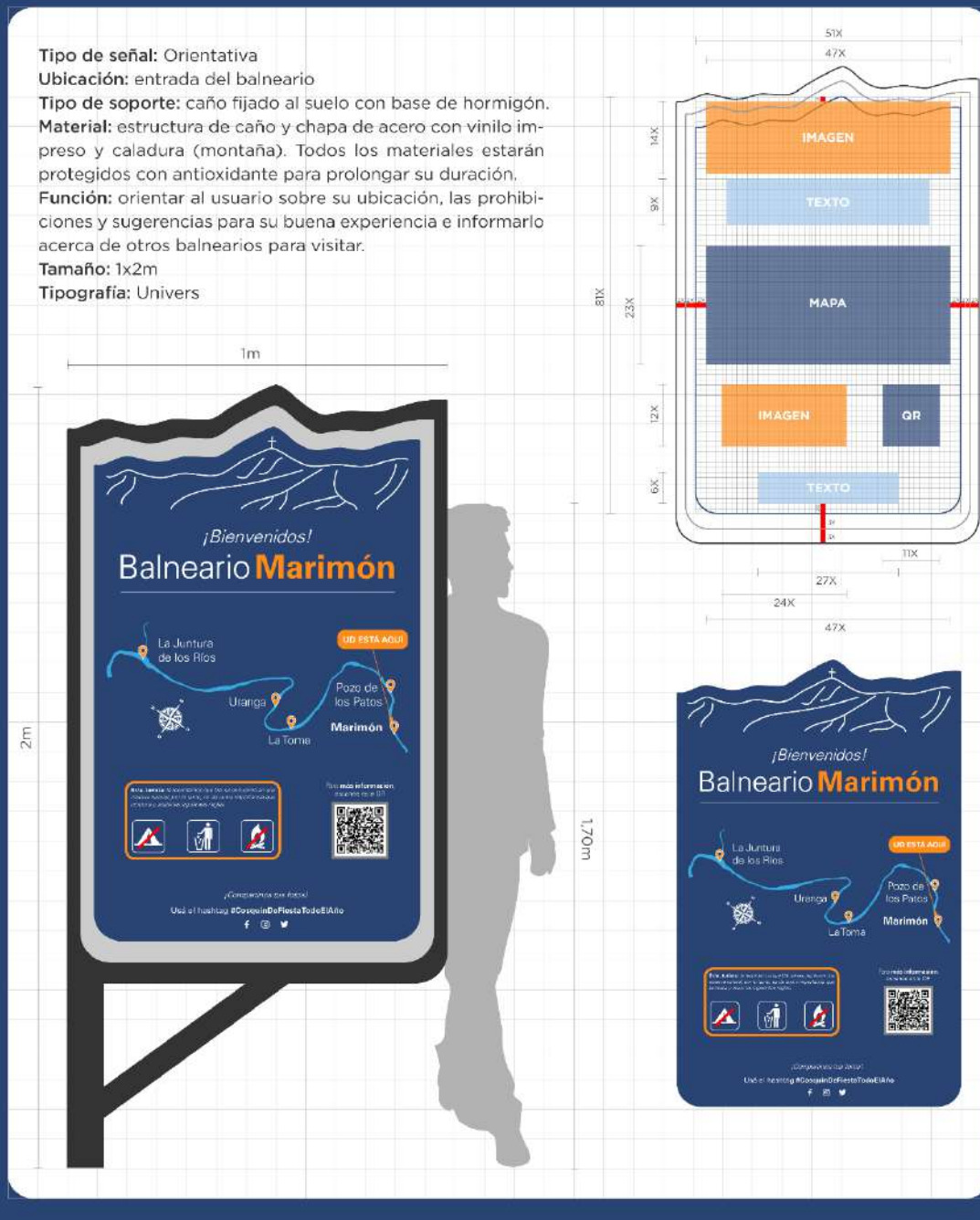


Figura 46. Ficha técnica. Balneario Marimón. Elaboración propia (2023).

FICHA TÉCNICA

Tipo de señal: Regulatoria

Ubicación: entrada del balneario

Tipo de soporte: caño fijado al suelo con base de hormigón.

Material: estructura de caño y chapa de acero con vinilo impreso. Todos los materiales estarán protegidos con antioxidante para prolongar su duración.

Función: indicar las prohibiciones y sugerencias para la buena experiencia del usuario

Tamaño: 1,80m x 90cm

Tipografía: Univers



Figura 47. Ficha técnica. Cartel regulatorio. Elaboración propia (2023).

FICHA TÉCNICA

Tipo de señal: Regulatoria

Ubicación: entrada del balneario

Tipo de soporte: caño fijado al suelo con base de hormigón.

Material: estructura de caño y chapa de acero con vinilo impreso. Todos los materiales estarán protegidos con antioxidante para prolongar su duración.

Función: indicar las prohibiciones y sugerencias para la buena experiencia del usuario

Tamaño: 1m x 40cm

Tipografía: Univers



Figura 48. Ficha técnica. Cartel regulatorio. Elaboración propia (2023).

FICHA TÉCNICA

Tipo de señal: Direccional.

Ubicación: caminos de ingreso al balneario.

Tipo de soporte: estructura de chapa con fijación a poste de alumbrado público.

Material: estructura de caño y chapa de acero con vinilo impreso. Todos los materiales estarán protegidos con antioxidante para prolongar su duración.

Función: indicar la distancia y dirección al balneario.

Tamaño: 80x45cm

Tipografía: Univers

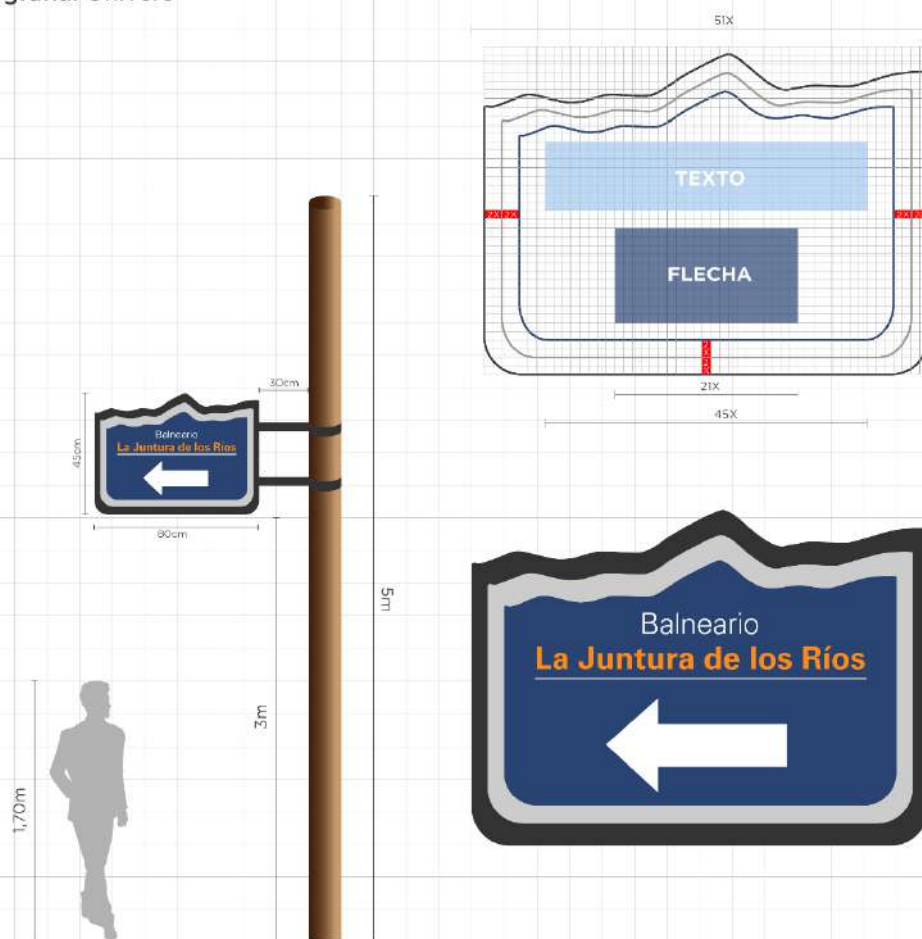


Figura 49. Ficha técnica. Cartel direccional. Elaboración propia (2023).

FICHA TÉCNICA

Tipo de señal: Direccional.

Ubicación: caminos de ingreso al balneario.

Tipo de soporte: estructura de chapa con fijación a poste de alumbrado público.

Material: estructura de caño y chapa de acero con vinilo impreso. Todos los materiales estarán protegidos con antioxidante para prolongar su duración.

Función: indicar la distancia y dirección al balneario.

Tamaño: 80x45cm

Tipografía: Univers

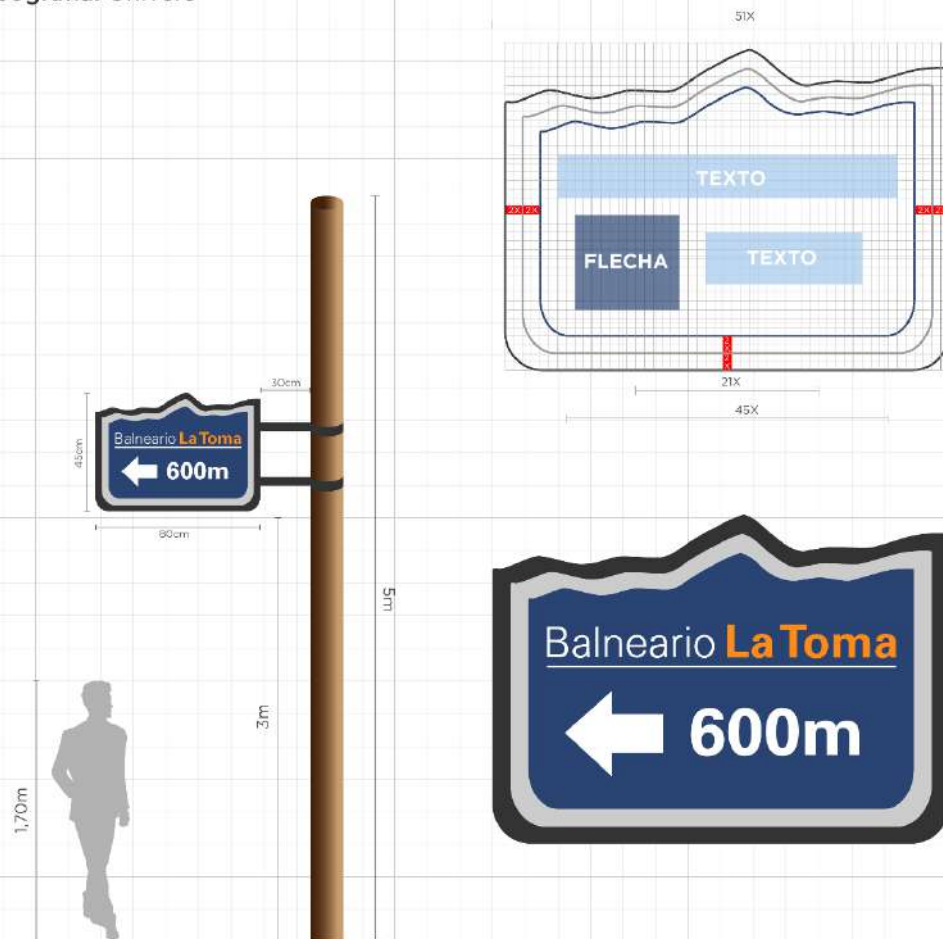


Figura 50. Ficha técnica. Cartel direccional. Elaboración propia (2023).

Aplicaciones

A continuación, se presentan las aplicaciones o *mock-ups* de los carteles y los mapas donde se detalla la ubicación de los mismos y los posibles recorridos que realizarán los turistas para llegar a los diferentes balnearios.



Figura 51. Mapa con la ubicación de los carteles. Elaboración propia (2023).



Figura 52. Mapa con la ubicación de los carteles. Elaboración propia (2023).



Figura 53. Mapa con la ubicación de los carteles. Elaboración propia (2023).

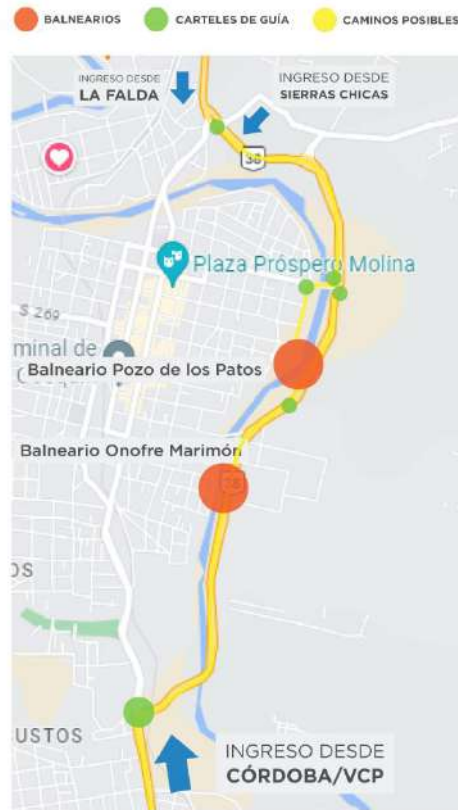


Figura 54. Mapa con la ubicación de los carteles. Elaboración propia (2023).

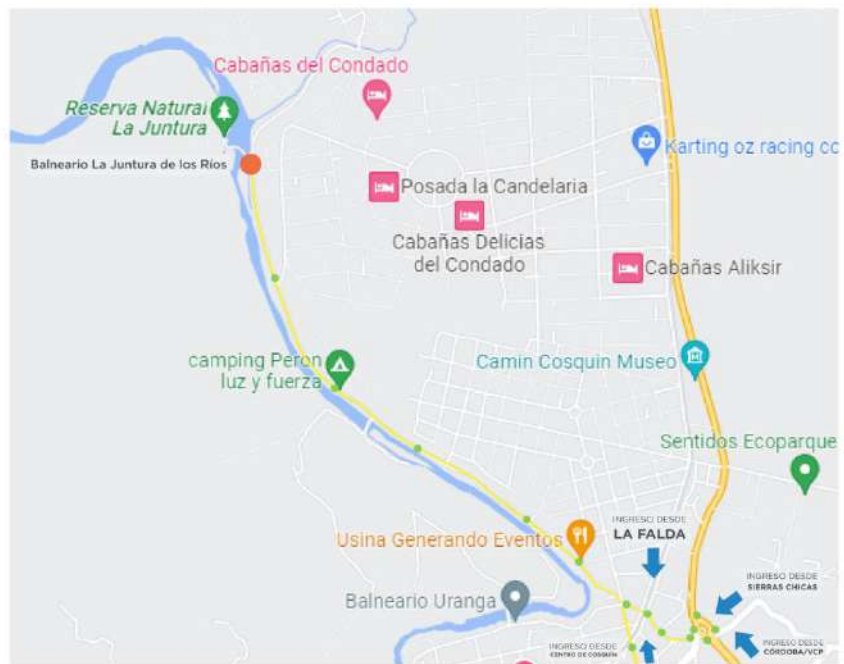


Figura 55. Mapa con la ubicación de los carteles. Elaboración propia (2023).



Figura 56. *Mock-up* Bañerío La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).



Figura 57. *Mock-up* Bañerío La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).



Figura 58. *Mock-up* Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).

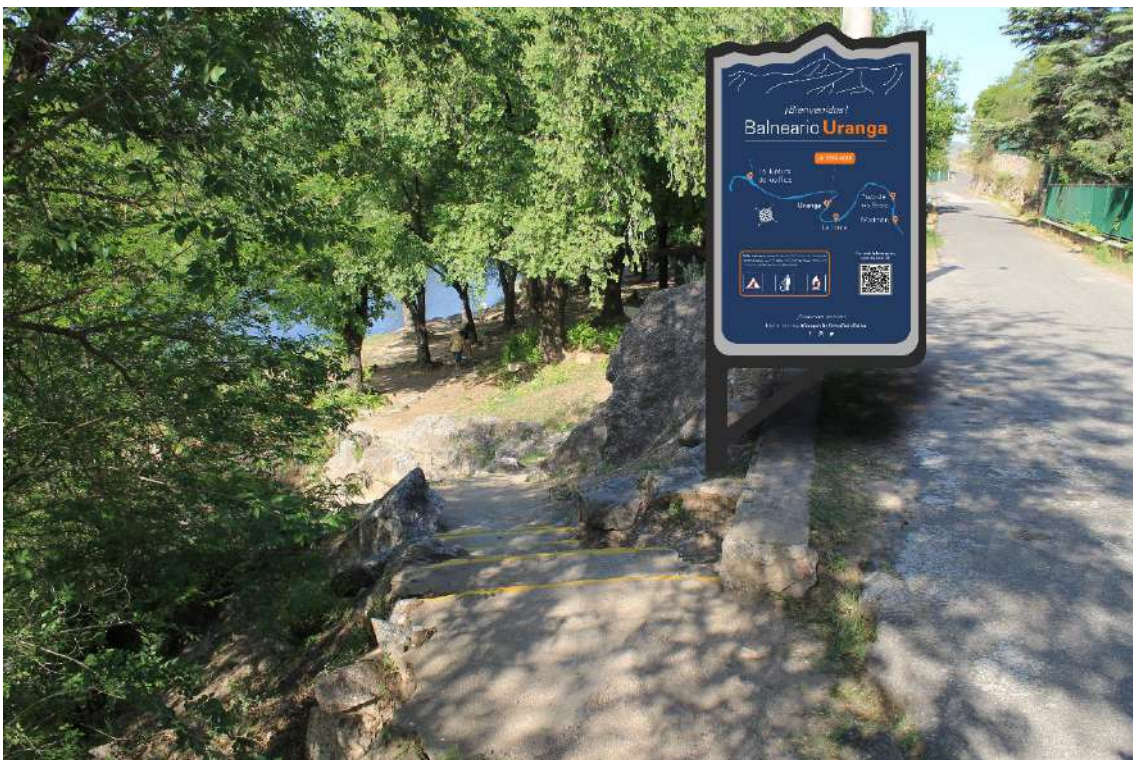


Figura 59. *Mock-up* Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).



Figura 60. *Mock-up* Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).



Figura 61. *Mock-up* Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).



Figura 62. *Mock-up* Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).

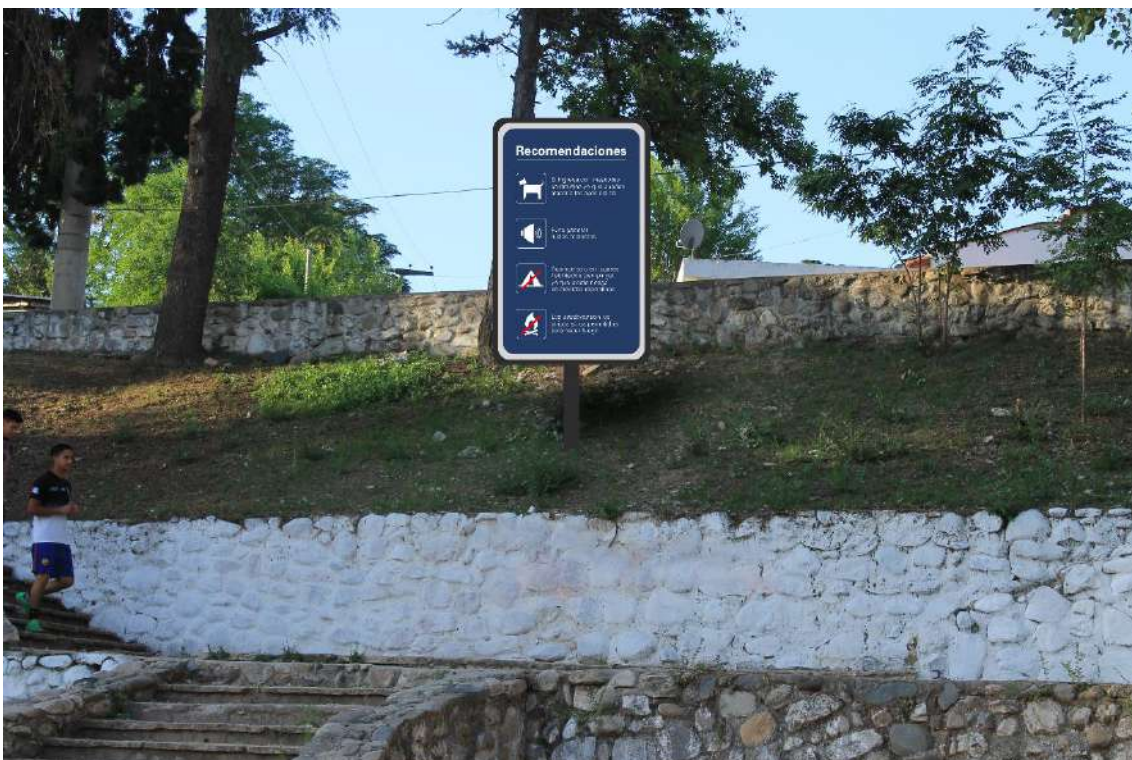


Figura 63. *Mock-up* Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).



Figura 64. *Mock-up* Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).



Figura 65. *Mock-up* Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).

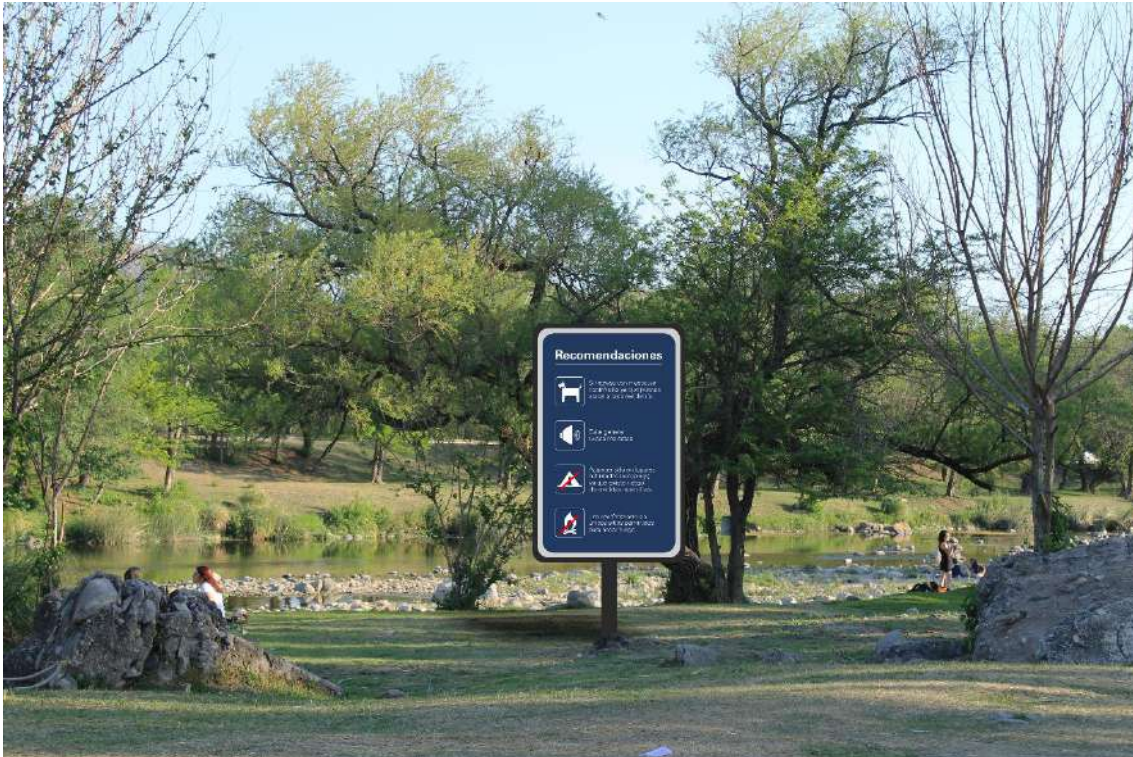


Figura 66. *Mock-up* Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).



Figura 67. *Mock-up* Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).



Figura 68. *Mock-up* Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).



Figura 69. *Mock-up* Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).



Figura 70. *Mock-up* cartel direccional Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).



Figura 71. *Mock-up* cartel direccional Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).



Figura 72. *Mock-up* cartel direccional Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).



Figura 73. *Mock-up* cartel direccional Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).



Figura 74. *Mock-up* cartel Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).



Figura 75. *Mock-up* cartel direccional Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).



Figura 76. *Mock-up* cartel direccional Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).



Figura 77. *Mock-up* cartel direccional Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).



Figura 78. *Mock-up* cartel direccional Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).



Figura 79. *Mock-up* cartel direccional Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).

Responsive landing page

A continuación, se presentan las pantallas diseñadas, su retícula correspondiente (que consta de cuatro columnas y ocho módulos separados por un medianil de 18 píxeles) y los espacios que ocupa cada elemento en ella.

Al ser *responsive*, está adaptada para celulares y computadoras. Como se mencionó anteriormente, el usuario puede acceder a esta web en la situación de uso del cartel (cuando esté en el balneario y escanee el QR) como también desde su hogar para planificar su viaje (ingresando al link que lo redireccionará a la página, el cual se encontrará en las redes sociales del municipio). El QR para visitar el prototipo de la *landing page* se encuentra en el anexo del presente proyecto.

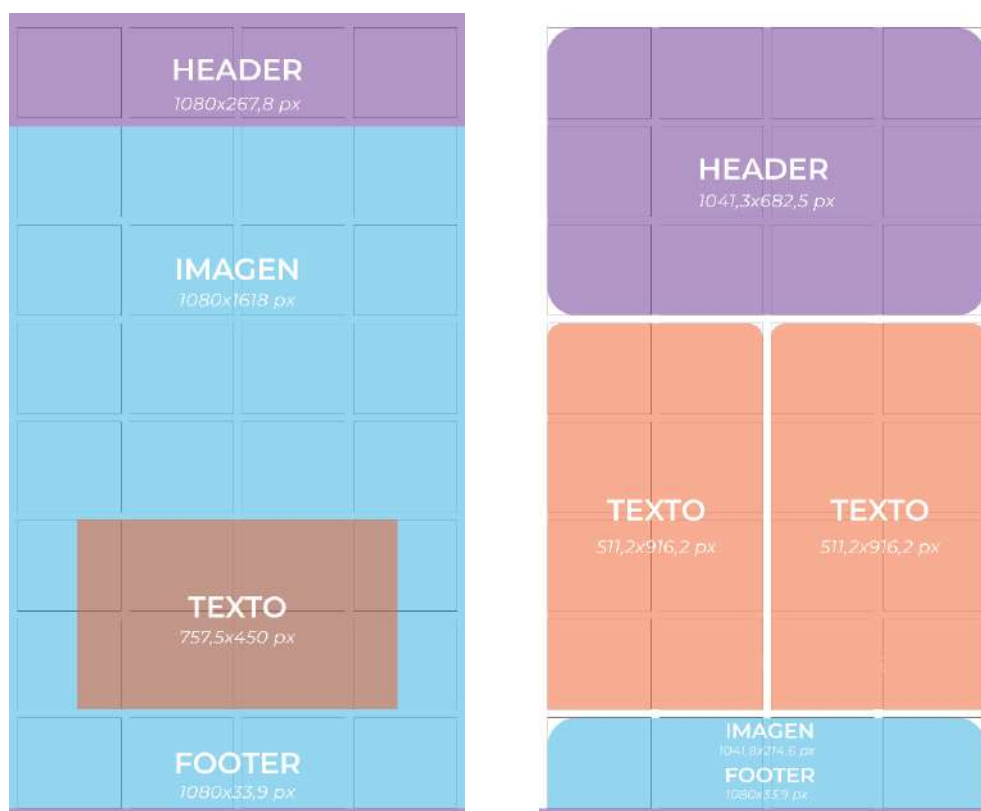


Figura 80. Retícula para celular y espacios ocupados. Elaboración propia (2023).

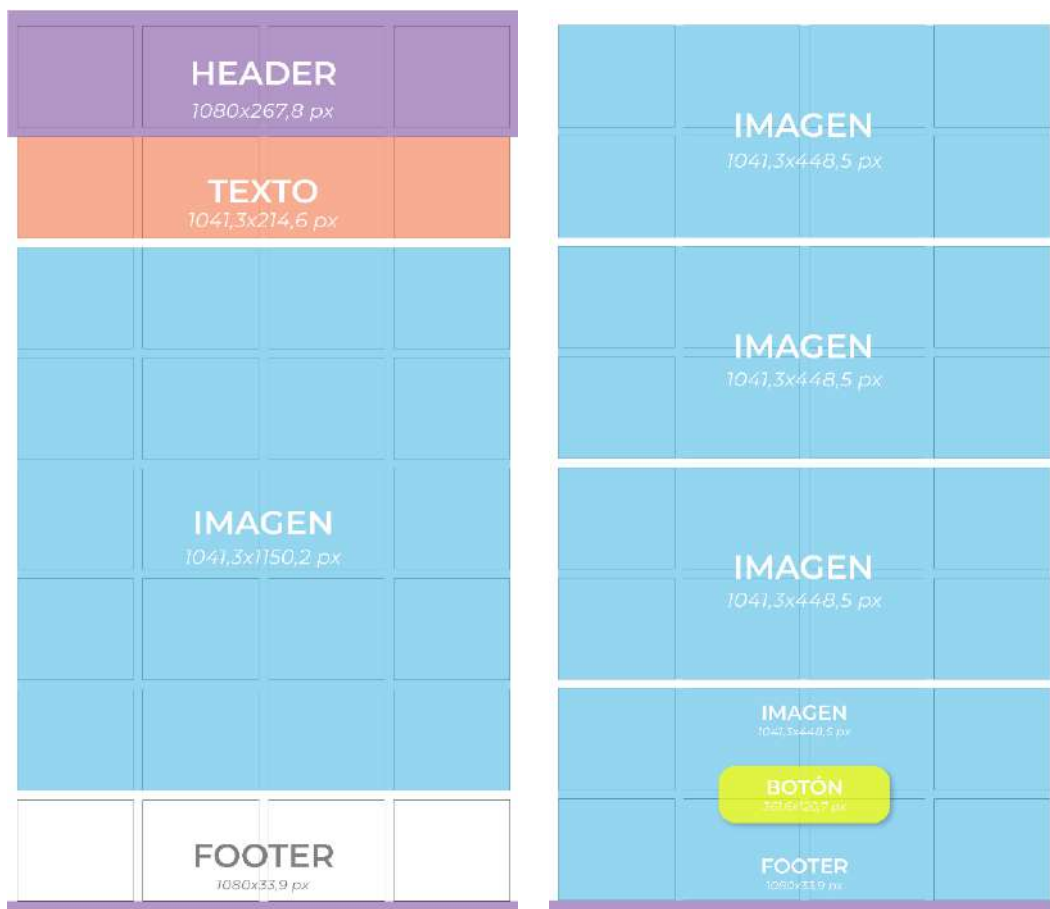


Figura 81. Retícula para celular y espacios ocupados. Elaboración propia (2023).

Para el diseño de la interfaz gráfica de la *landing page* en sus dos versiones, se utilizó la misma tipografía de la página web oficial del Municipio de Cosquín, así como su paleta cromática.



Figura 82. Tipografía utilizada, sus tamaños y paleta cromática. Elaboración propia (2023).

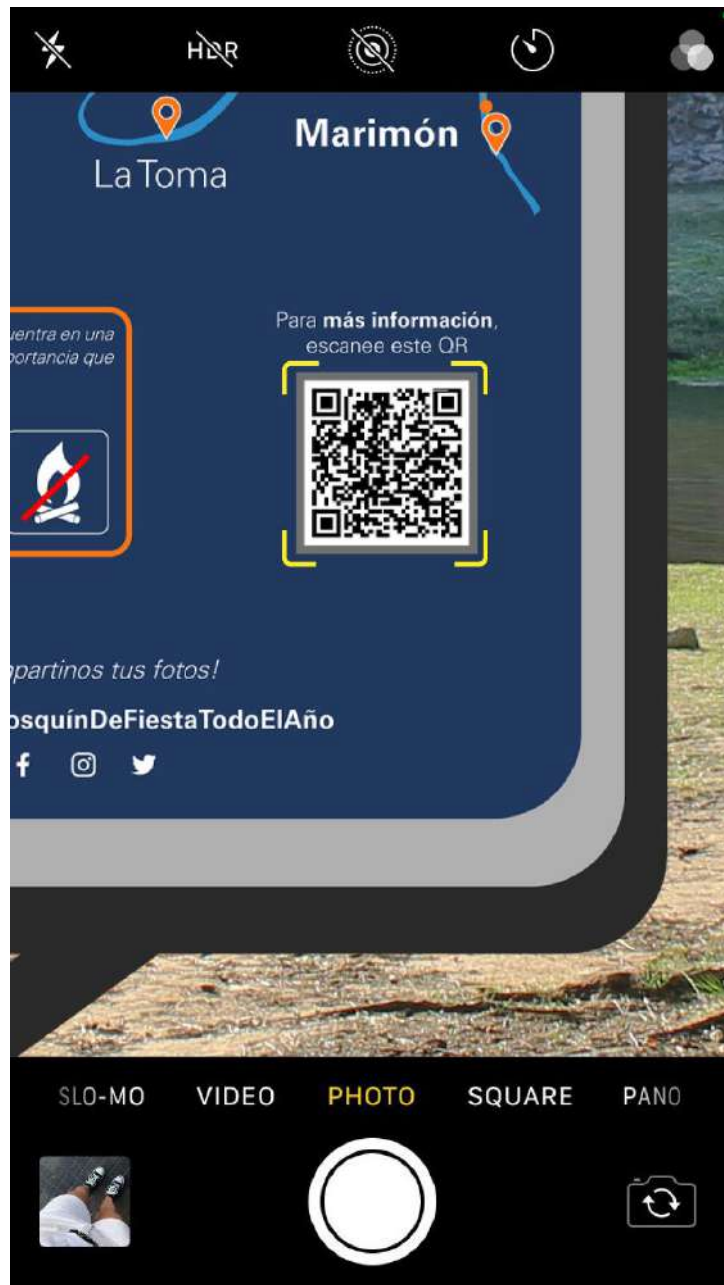


Figura 83. Pantalla. Escaneo de QR. Elaboración propia (2023).

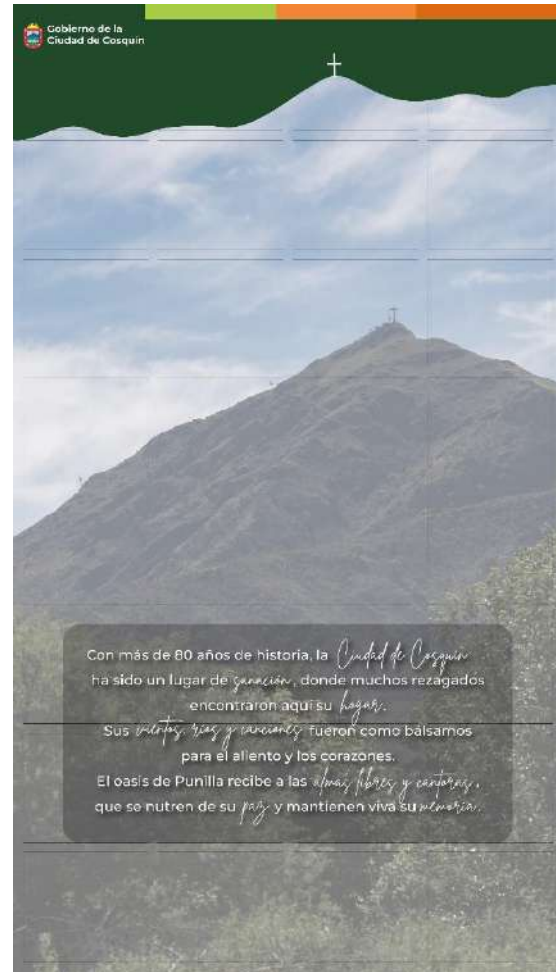
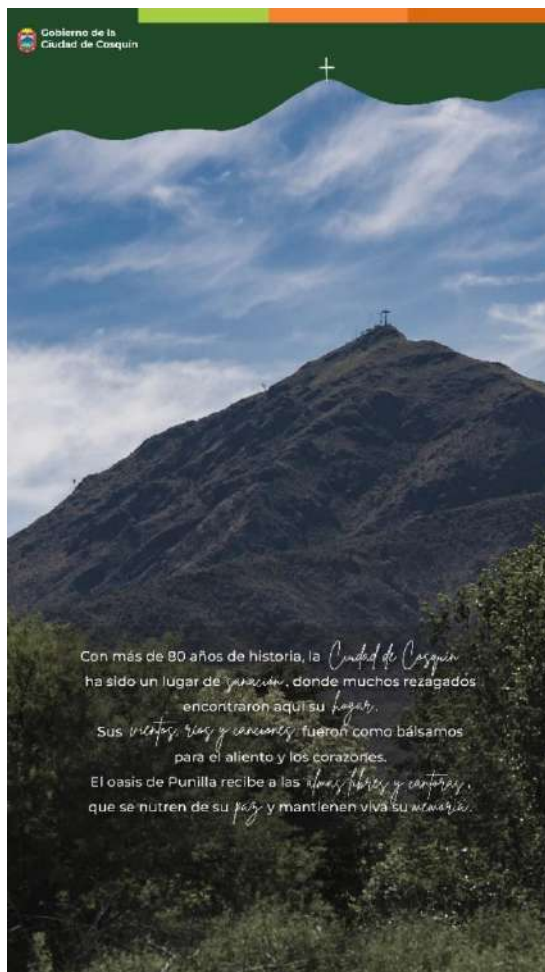


Figura 84. Pantalla principal. Elaboración propia (2023).

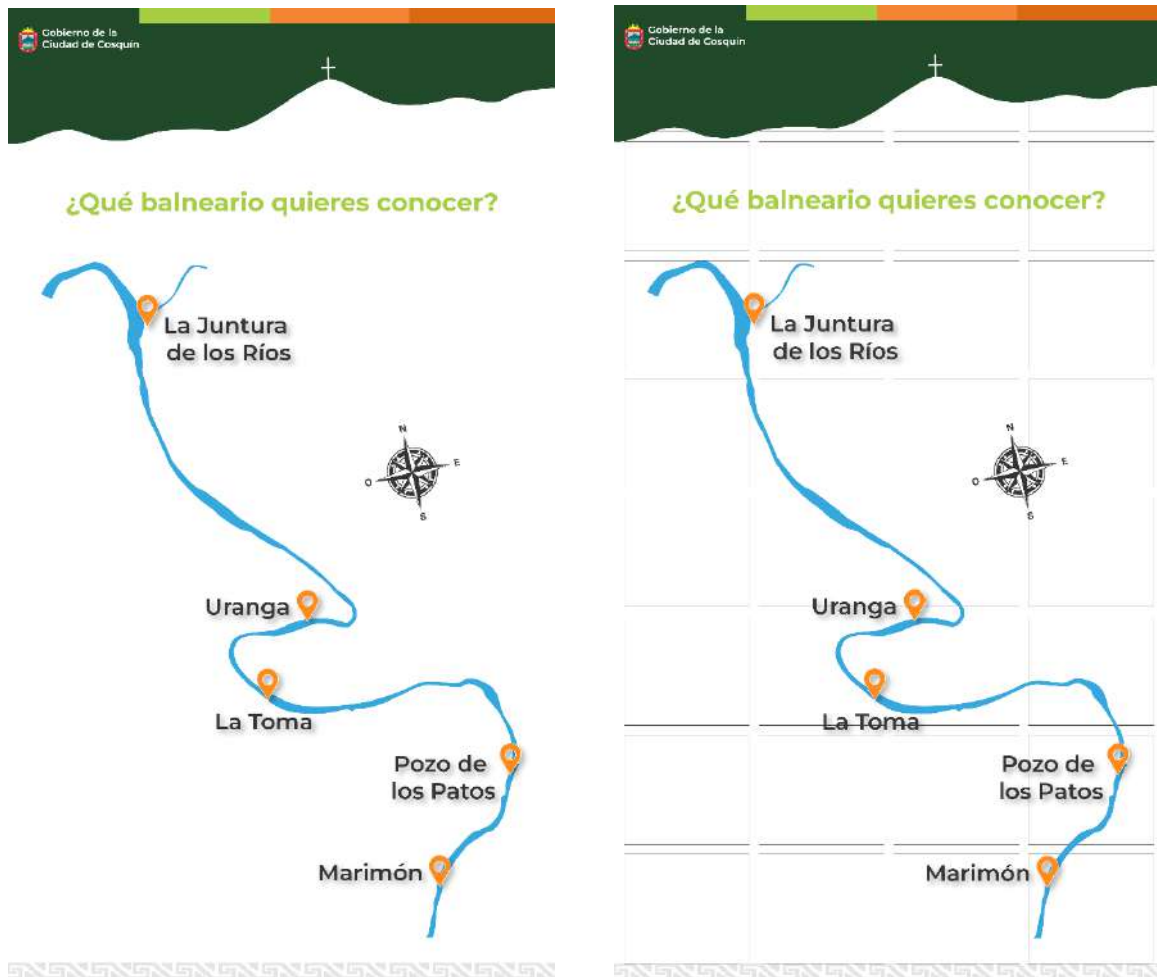


Figura 85. Pantalla de mapa de balnearios. Elaboración propia (2023).



La Juntura de los Ríos

INFORMACIÓN

La Reserva Natural Juntura de los Ríos está ubicada en la Av. Costanera s/n a las afueras de la Ciudad de Cosquín. Su nombre se debe a que en ese punto se encuentran los dos afluentes que luego se convertirán en el Río Cosquín: Río Yuspe y Río San Francisco (proveniente de La Falda).

Al ser una reserva, está prohibido hacer fuego en lugares no autorizados, pescar, alimentar y/o cazar animales salvajes y destruir o extraer la flora autóctona.

El camino es de ripio pero es accesible para llegar en auto. Para quienes elijan la travesía, se puede realizar a pie o en bicicleta recorriendo 3,3km (desde que empieza el ripio hasta la reserva).

DATOS & TIPS

- Es un lugar muy tranquilo y alejado de la ciudad, ideal para descansar del ruido.
- Tiene bastante profundidad para quienes deseen nadar y zonas menos profundas más seguras para niños.
- Hay lugar para estacionar, asadores habilitados y presencia de guardavidas en verano.
- Al igual que en todos los balnearios, está prohibido acampar a la orilla del río ya que existen riesgos de crecidas repentinas.
- Es un lugar natural que requiere del cuidado y el respeto de quienes lo visitan. Por favor, no dejes residuos en el río.
- ¿Cosquín te espera todo el año! ¿Venís?



La Juntura de los Ríos

INFORMACIÓN

La Reserva Natural Juntura de los Ríos está ubicada en la Av. Costanera s/n a las afueras de la Ciudad de Cosquín. Su nombre se debe a que en ese punto se encuentran los dos afluentes que luego se convertirán en el Río Cosquín: Río Yuspe y Río San Francisco (proveniente de La Falda).

Al ser una reserva, está prohibido hacer fuego en lugares no autorizados, pescar, alimentar y/o cazar animales salvajes y destruir o extraer la flora autóctona.

El camino es de ripio pero es accesible para llegar en auto. Para quienes elijan la travesía, se puede realizar a pie o en bicicleta recorriendo 3,3km (desde que empieza el ripio hasta la reserva).

DATOS & TIPS

- Es un lugar muy tranquilo y alejado de la ciudad, ideal para descansar del ruido.
- Tiene bastante profundidad para quienes deseen nadar y zonas menos profundas más seguras para niños.
- Hay lugar para estacionar, asadores habilitados y presencia de guardavidas en verano.
- Al igual que en todos los balnearios, está prohibido acampar a la orilla del río ya que existen riesgos de crecidas repentinas.
- Es un lugar natural que requiere del cuidado y el respeto de quienes lo visitan. Por favor, no dejes residuos en el río.
- ¿Cosquín te espera todo el año! ¿Venís?



Figura 86. Pantalla de información del Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).



Figura 87. Pantalla de fotos del Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).

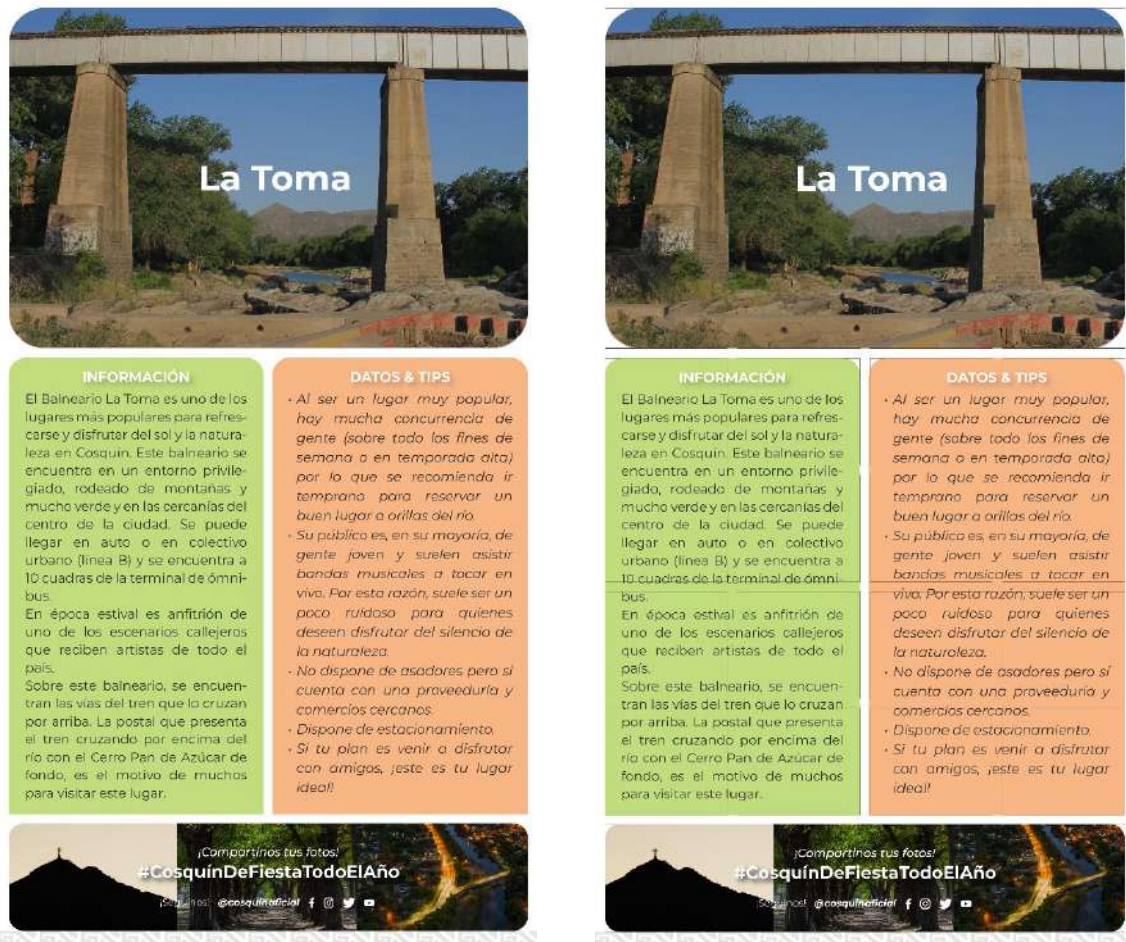


Figura 88. Pantalla de información del Bañerío La Toma. Elaboración propia (2023).

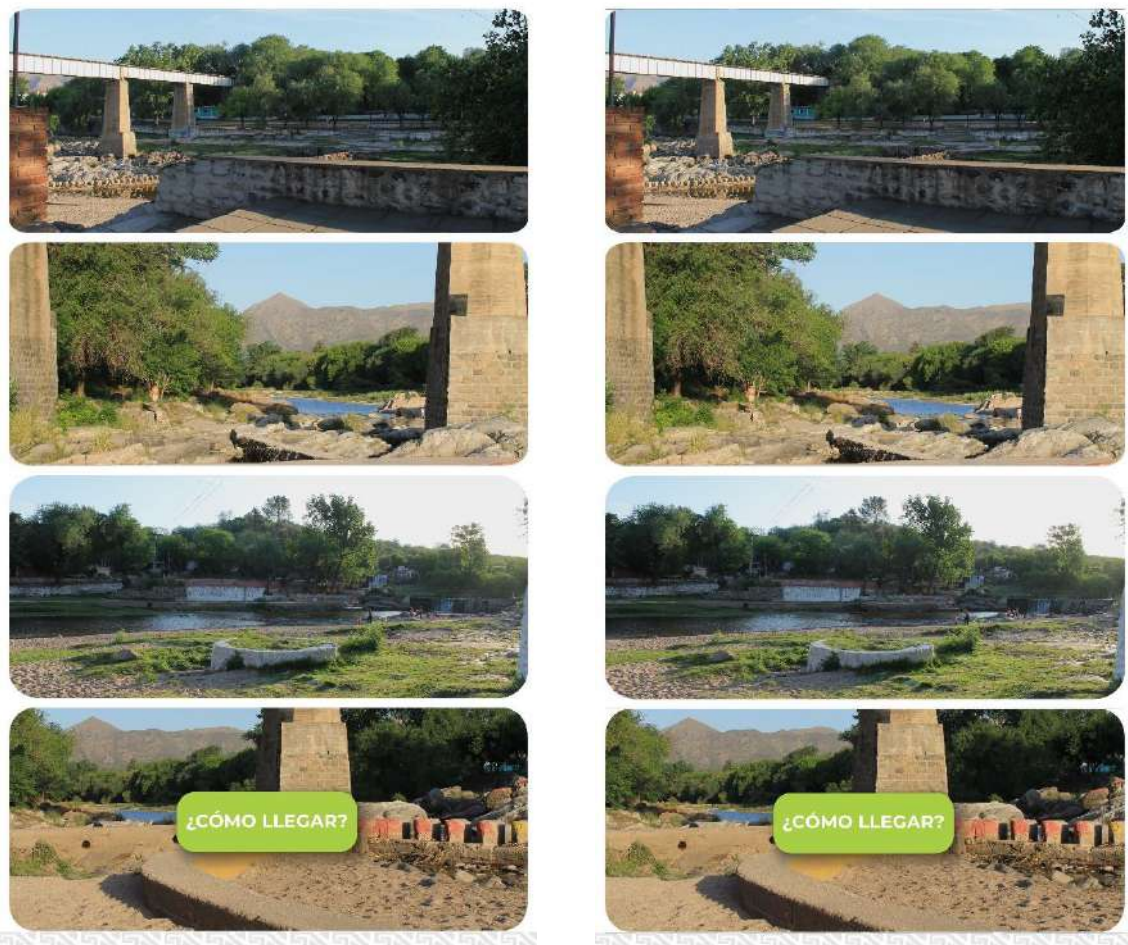


Figura 89. Pantalla de fotos del Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).



Pozo de los Patos

INFORMACIÓN

El Balneario Pozo de los Patos se encuentra sobre la costanera de la RN38 (Av. Cap. Aviador Omar Castillo) y cerca del puente Néstor Kirchner. Es uno de los más populares de la ciudad y anfitrión de uno de los escenarios callejeros que da lugar a la presentación de muchos artistas en época de verano.

Está a pocas cuadras del centro y se puede llegar tanto en auto como en colectivo urbano (línea B).

Su paisaje es privilegiado ya que está rodeado de naturaleza y enmarcado por el Cerro Pan de Azúcar de fondo. La postal que significa esta imagen es la razón de muchos para visitar este balneario.

DATOS & TIPS

- Cuenta con playas de arena y agua de poca profundidad, por lo que es ideal y seguro para asistir con niños.
- Al ser un lugar muy popular, hay mucha concurrencia de gente (sobre todo los fines de semana o en temporada alta) por lo que se recomienda ir temprano para reservar un buen lugar a orillas del río.
- Suelen asistir bandas musicales a tocar en vivo. Por esta razón, suele ser un poco ruidoso para quienes deseen disfrutar del silencio de la naturaleza.
- Cuenta con asadores, comercios cercanos y foodtrucks.
- Dispone de estacionamiento y presencia de guardavidas en época estival. ¿Venís?



Pozo de los Patos

INFORMACIÓN

El Balneario Pozo de los Patos se encuentra sobre la costanera de la RN38 (Av. Cap. Aviador Omar Castillo) y cerca del puente Néstor Kirchner. Es uno de los más populares de la ciudad y anfitrión de uno de los escenarios callejeros que da lugar a la presentación de muchos artistas en época de verano.

Está a pocas cuadras del centro y se puede llegar tanto en auto como en colectivo urbano (línea B).

Su paisaje es privilegiado ya que está rodeado de naturaleza y enmarcado por el Cerro Pan de Azúcar de fondo. La postal que significa esta imagen es la razón de muchos para visitar este balneario.

DATOS & TIPS

- Cuenta con playas de arena y agua de poca profundidad, por lo que es ideal y seguro para asistir con niños.
- Al ser un lugar muy popular, hay mucha concurrencia de gente (sobre todo los fines de semana o en temporada alta) por lo que se recomienda ir temprano para reservar un buen lugar a orillas del río.
- Suelen asistir bandas musicales a tocar en vivo. Por esta razón, suele ser un poco ruidoso para quienes deseen disfrutar del silencio de la naturaleza.
- Cuenta con asadores, comercios cercanos y foodtrucks.
- Dispone de estacionamiento y presencia de guardavidas en época estival. ¿Venís?



Figura 90. Pantalla de información del Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).



Figura 91. Pantalla de fotos del Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).



Marimón

INFORMACIÓN

El Balneario Onofre Marimón está situado a unas cuadras del ingreso a la Ciudad de Cosquín, sobre la ruta nacional 38 (Av. Capitán Aviador Omar Castillo). Es un lugar muy popular donde concurren los vecinos del barrio en cualquier momento del año, sobre todo en verano. Cuenta con pasarelas y trampolines y es una zona profunda donde se puede nadar.

En época estival, se pueden presenciar shows durante el día de los artistas invitados a los escenarios callejeros; en este caso, el escenario Jorge Cafrune. Es una gran opción para quienes desean hacer un paseo corto y disfrutar de la naturaleza de Cosquín.

DATOS & TIPS

- Al ser un lugar muy popular, hay mucha concurrencia de gente (sobre todo los fines de semana o en temporada alta) por lo que se recomienda ir temprano para reservar un buen lugar a orillas del río.
- Cuenta con asadores habilitados para hacer fuego.
- Hay lugar para estacionar.
- Si venís en colectivo, podés descender en la parada más cercana y llegar caminando en unos minutos.
- Si estás con niños, recomendamos tener cuidado ya que se encuentran al lado de la ruta, por lo tanto, hay mucho tráfico.
- Hay carros gastronómicos, kioscos y despensas cerca del balneario para poder consumir.

¡Compartí tus fotos!

#CosquínDeFiestaTodoElAño

¡Cosquín! @cosquínoficial f @ cosquín



Marimón

INFORMACIÓN

El Balneario Onofre Marimón está situado a unas cuadras del ingreso a la Ciudad de Cosquín, sobre la ruta nacional 38 (Av. Capitán Aviador Omar Castillo). Es un lugar muy popular donde concurren los vecinos del barrio en cualquier momento del año, sobre todo en verano. Cuenta con pasarelas y trampolines y es una zona profunda donde se puede nadar.

En época estival, se pueden presenciar shows durante el día de los artistas invitados a los escenarios callejeros; en este caso, el escenario Jorge Cafrune. Es una gran opción para quienes desean hacer un paseo corto y disfrutar de la naturaleza de Cosquín.

DATOS & TIPS

- Al ser un lugar muy popular, hay mucha concurrencia de gente (sobre todo los fines de semana o en temporada alta) por lo que se recomienda ir temprano para reservar un buen lugar a orillas del río.
- Cuenta con asadores habilitados para hacer fuego.
- Hay lugar para estacionar.
- Si venís en colectivo, podés descender en la parada más cercana y llegar caminando en unos minutos.
- Si estás con niños, recomendamos tener cuidado ya que se encuentran al lado de la ruta, por lo tanto, hay mucho tráfico.
- Hay carros gastronómicos, kioscos y despensas cerca del balneario para poder consumir.

¡Compartí tus fotos!

#CosquínDeFiestaTodoElAño

¡Cosquín! @cosquínoficial f @ cosquín

Figura 92. Pantalla de información del Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).



Figura 93. Pantalla de fotos del Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).

A continuación, se presentan las aplicaciones o mock-ups de las pantallas anteriormente expuestas.

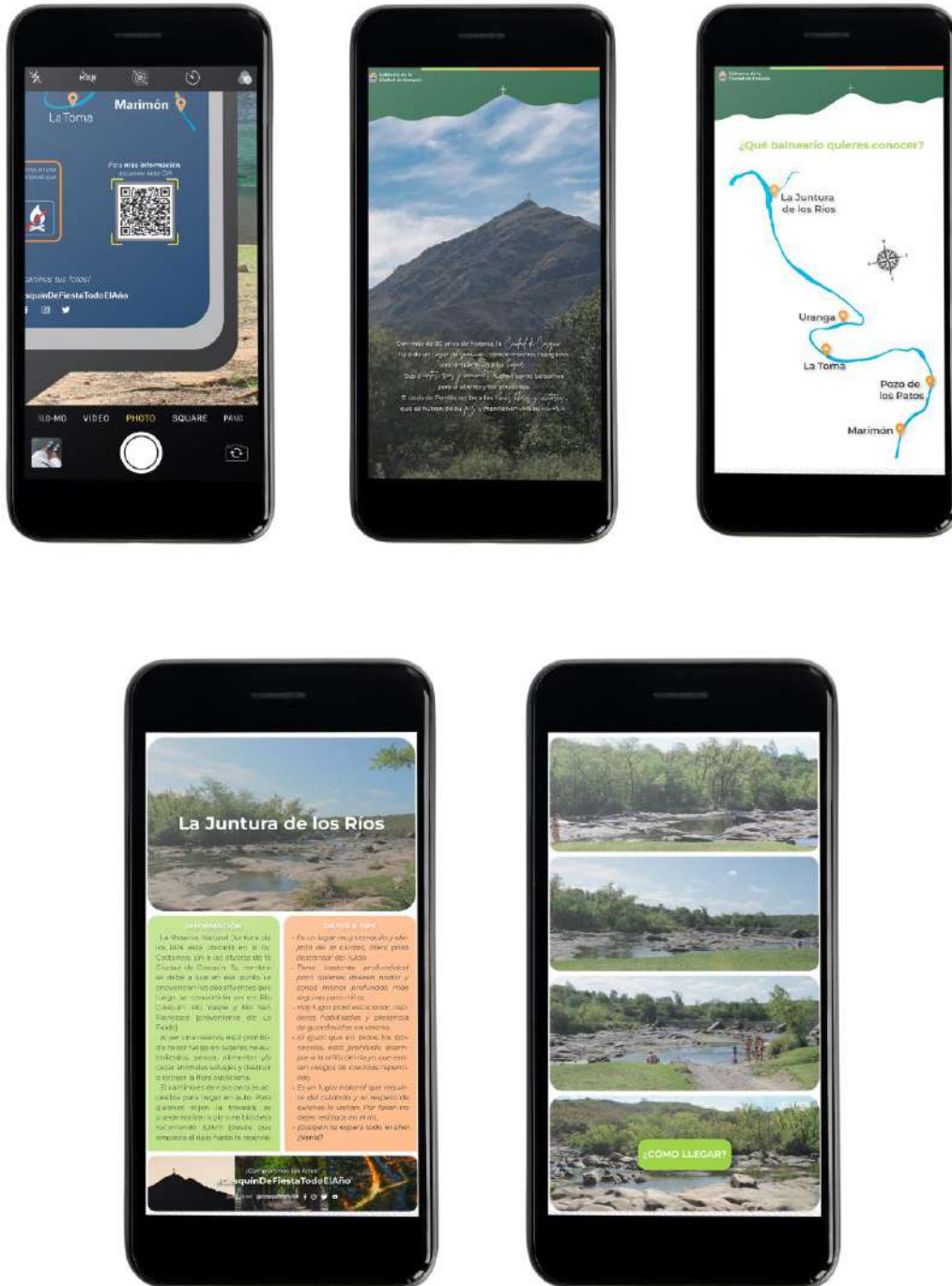


Figura 94. Mock-up de landing page en celular. Elaboración propia (2023).



Figura 95. Mock-up de landing page en celular. Elaboración propia (2023).

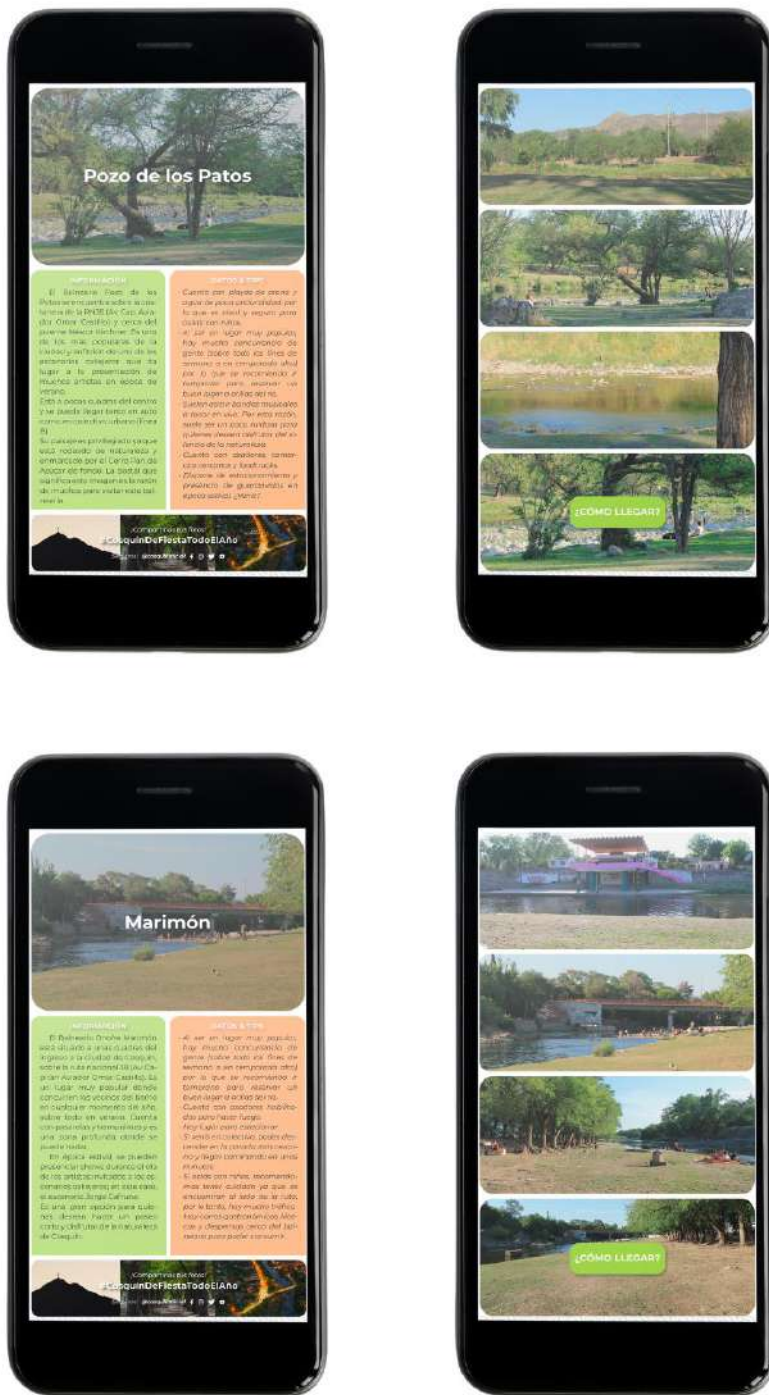


Figura 96. Mock-up de landing page en celular. Elaboración propia (2023).

A continuación, se presentan las pantallas de la *landing page* versión computadora, su respectiva retícula (de 12 columnas, 9 filas y un medianil de 10px) con sus aplicaciones o *mock-ups*.

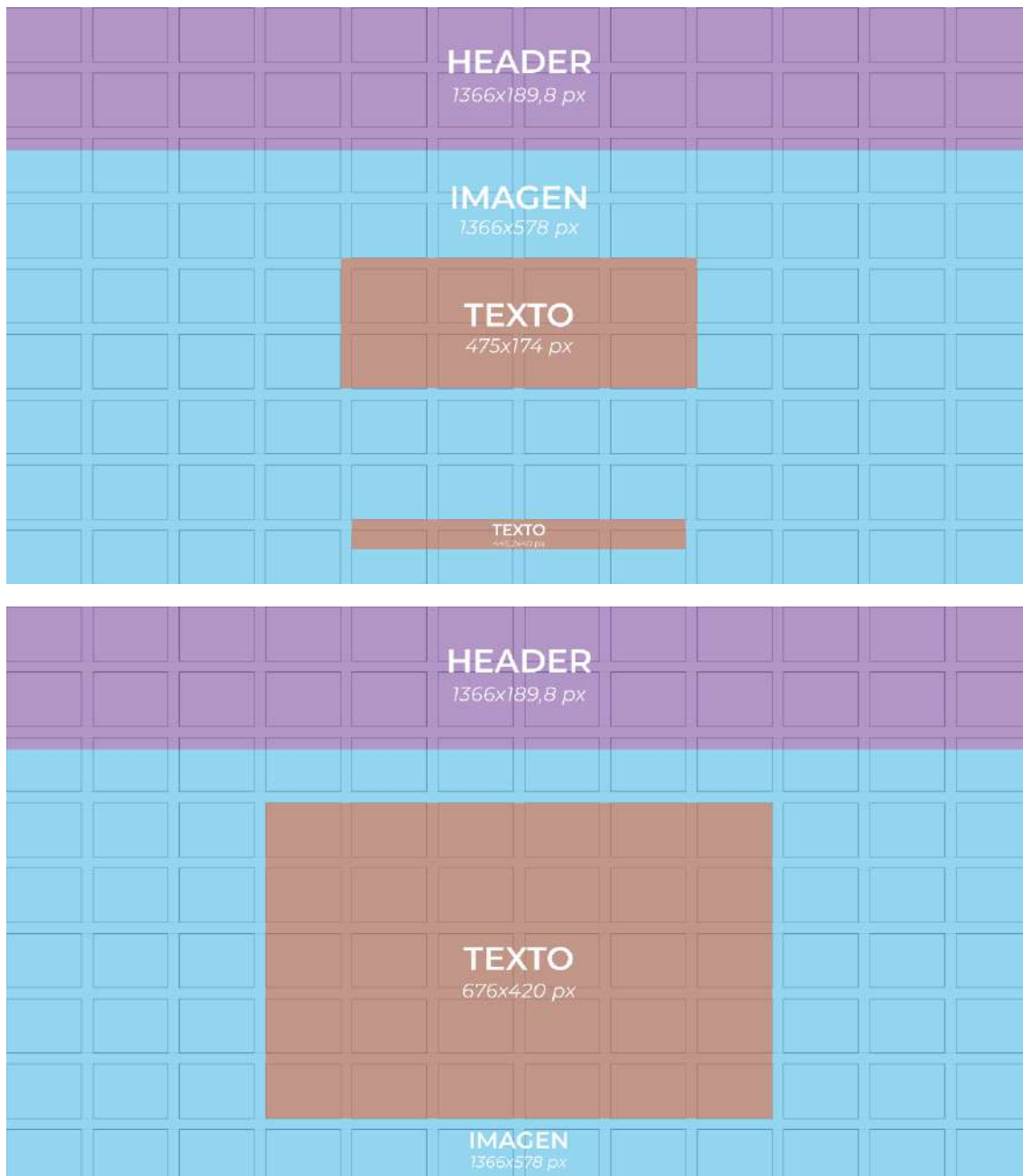


Figura 97. Retícula para computadora y espacios ocupados. Elaboración propia (2023).

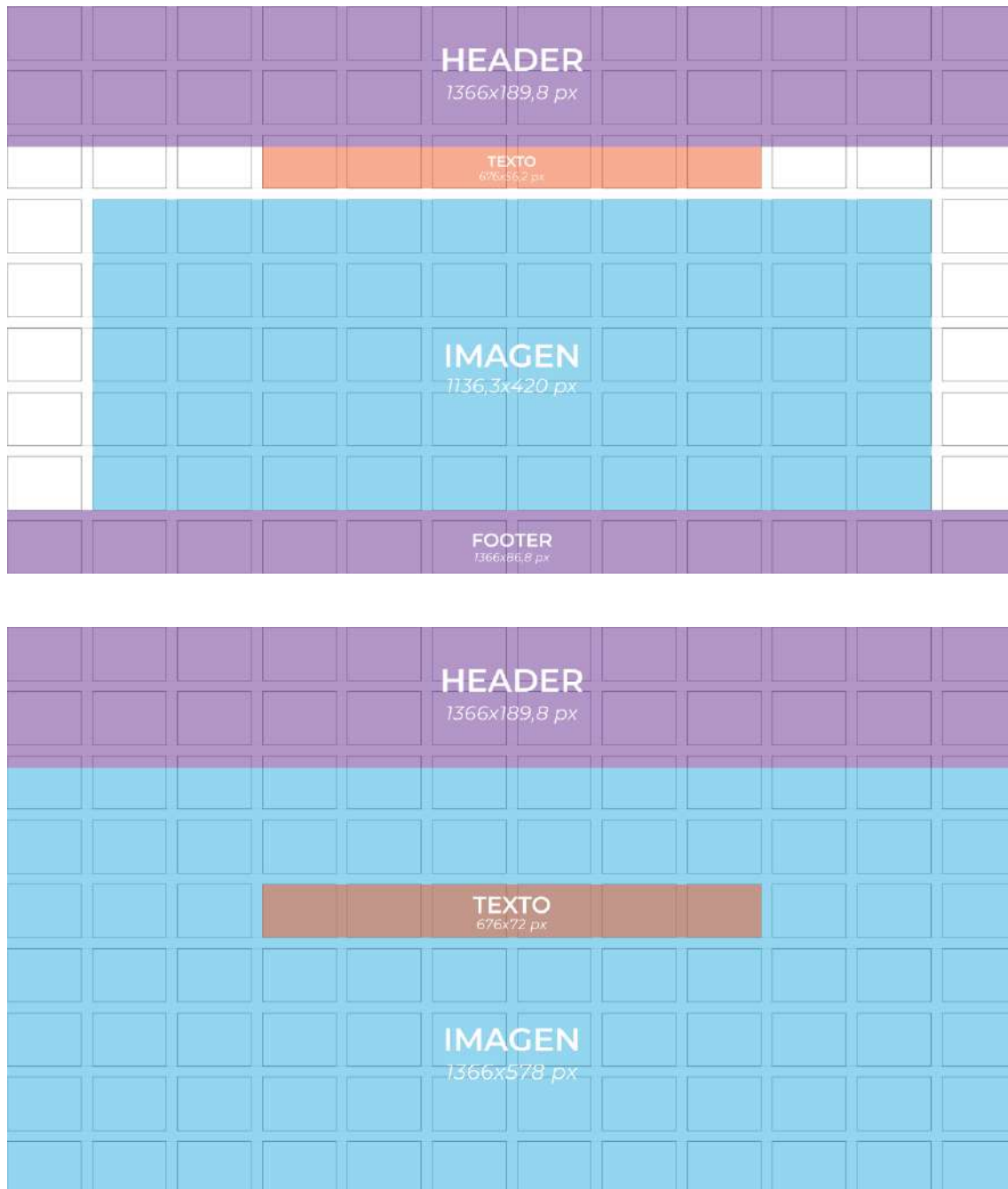


Figura 98. Retícula para computadora y espacios ocupados. Elaboración propia (2023).

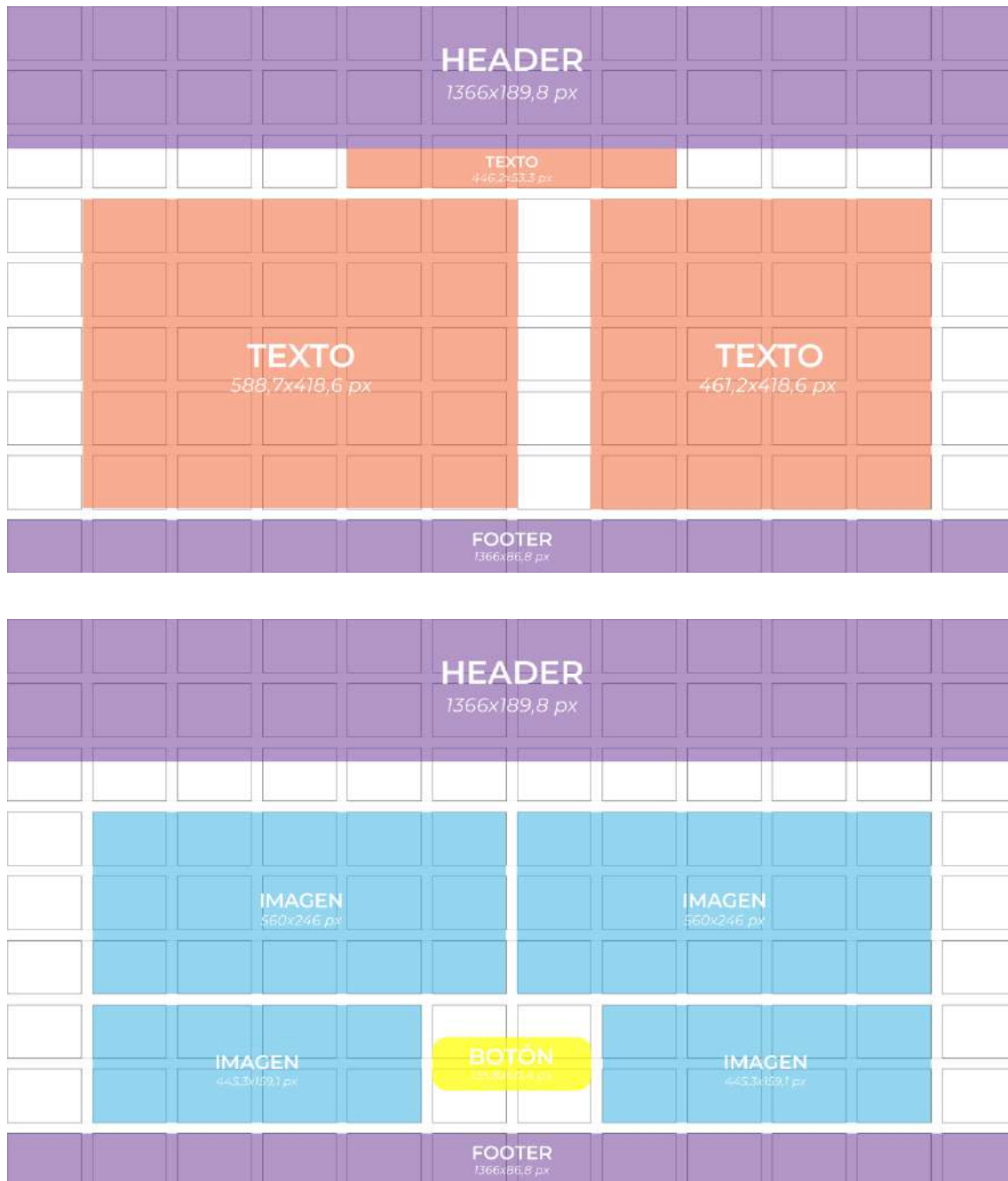


Figura 99. Retícula para computadora y espacios ocupados. Elaboración propia (2023).



Figura 100. Tipografía utilizada, tamaños y paleta cromática. Elaboración propia (2023).



Figura 101. Pantalla principal de *landing page*. Elaboración propia (2023).

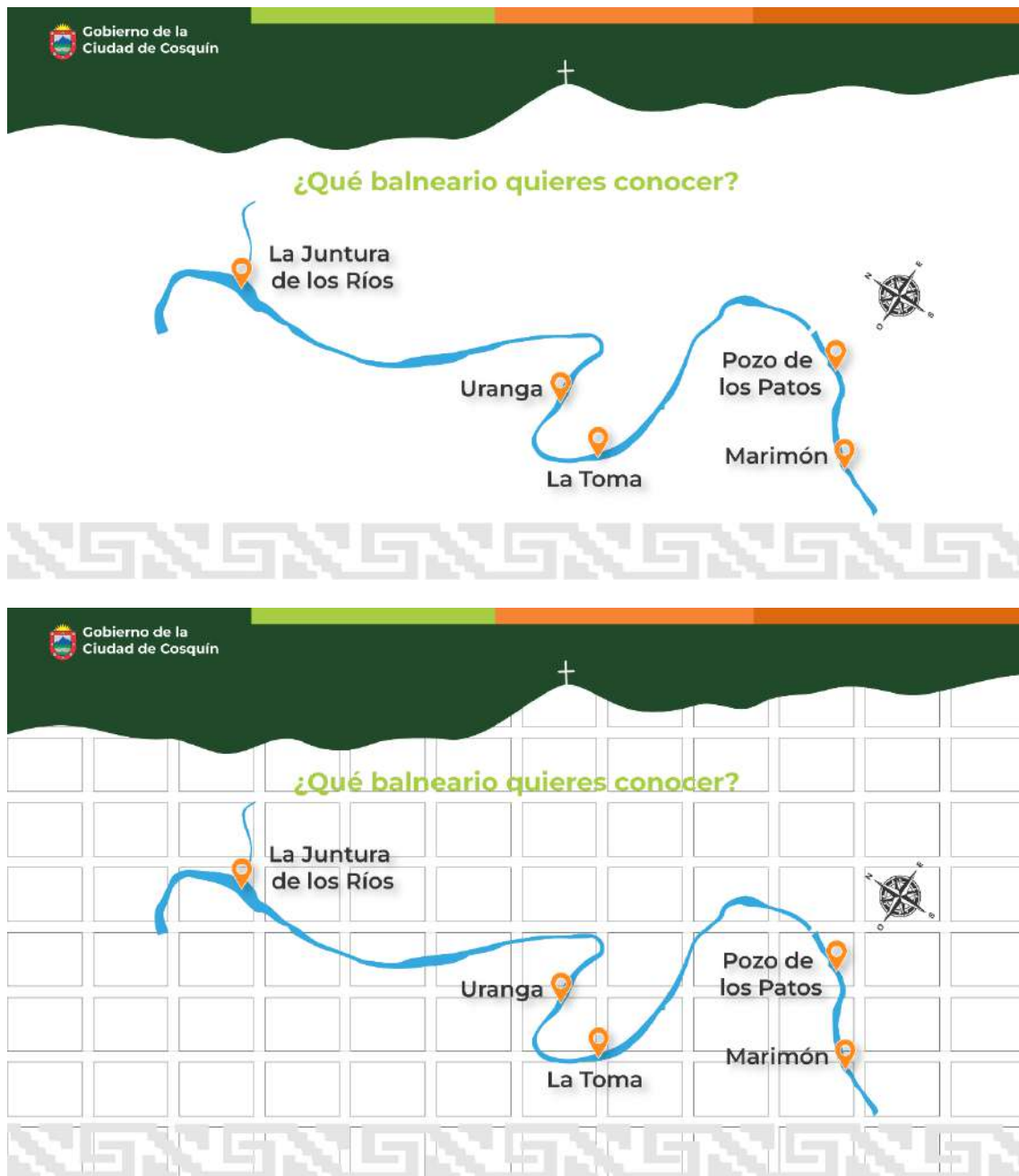


Figura 102. Mapa de los balnearios. Elaboración propia (2023).

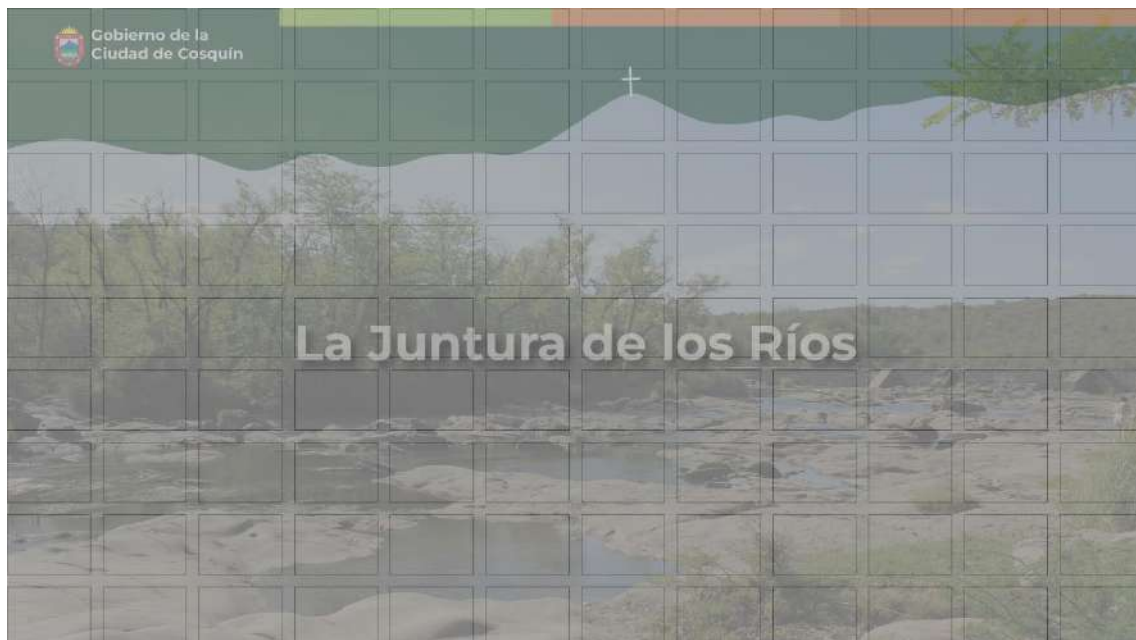


Figura 103. Pantalla principal del Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).



Figura 104. Pantalla de información del Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).



Figura 105. Pantalla de fotos del Balneario La Juntura de los Ríos. Elaboración propia (2023).



Figura 106. Pantalla principal de Bañerario Uranga. Elaboración propia (2023).



Figura 107. Pantalla de información del Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).

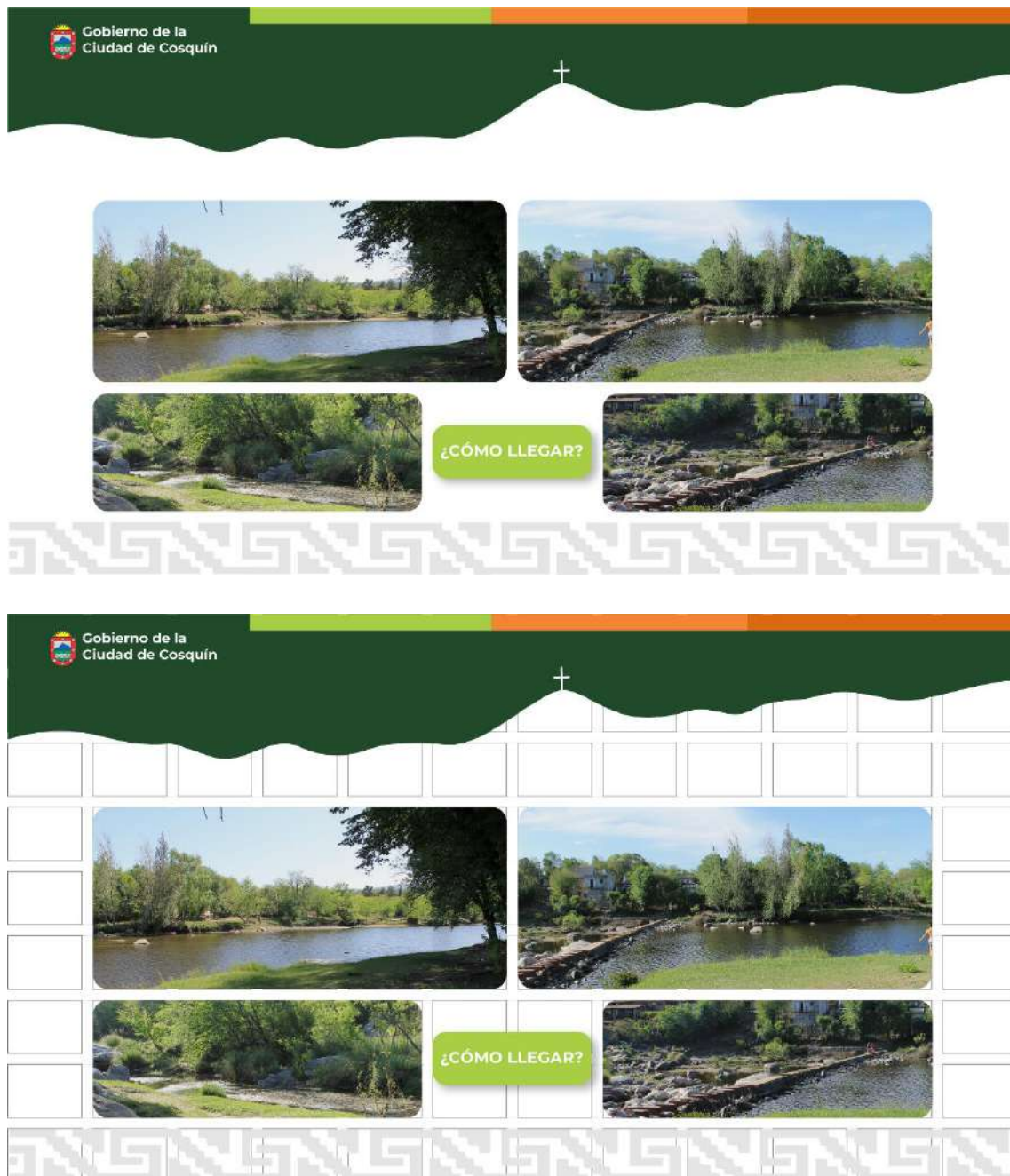


Figura 108. Pantalla de fotos del Balneario Uranga. Elaboración propia (2023).

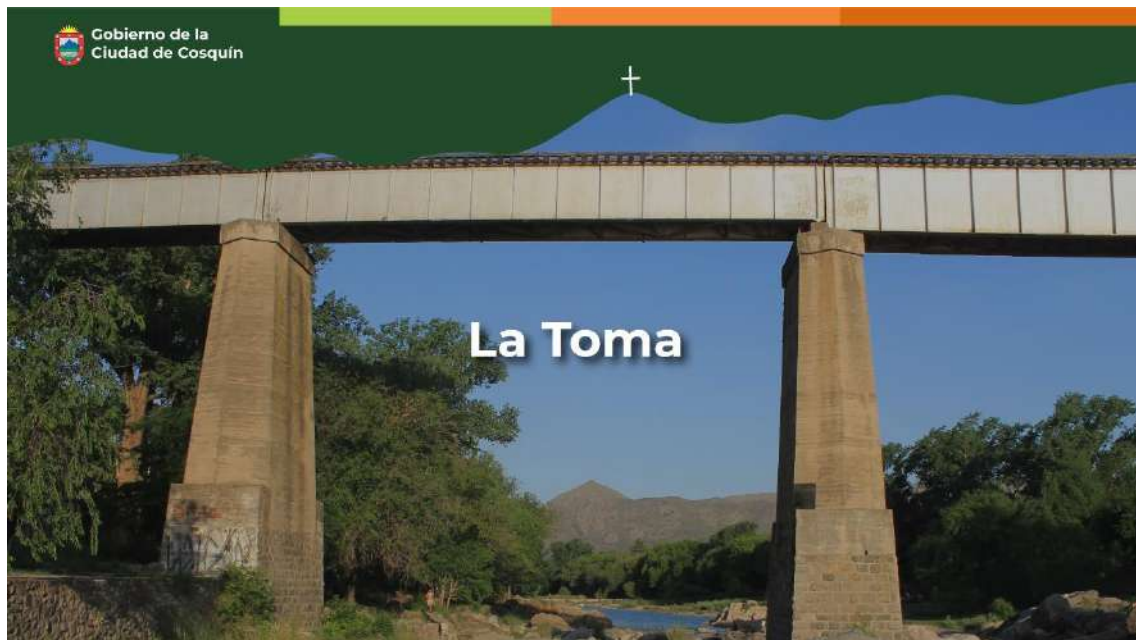


Figura 109. Pantalla principal de Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).

Gobierno de la Ciudad de Cosquín

La Toma

INFORMACIÓN

El Balneario La Toma es uno de los lugares más populares para refrescarse y disfrutar del sol y la naturaleza en Cosquín. Este balneario se encuentra en un entorno privilegiado, rodeado de montañas y mucho verde y en las cercanías del centro de la ciudad. Se puede llegar en auto o en colectivo urbano (línea B) y se encuentra a 10 cuadras de la terminal de ómnibus.

En época estival es anfitrión de uno de los escenarios callejeros que reciben artistas de todo el país.

Sobre este balneario, se encuentran las vías del tren que lo cruzan por arriba. La postal que presenta el tren cruzando por encima del río con el Cerro Pan de Azúcar de fondo, es el motivo de muchos para visitar este lugar.

DATOS & TIPS

- Al ser un lugar muy popular, hay mucha concurrencia de gente (sobre todo los fines de semana o en temporada alta) por lo que se recomienda ir temprano para reservar un buen lugar o orillas del río.
- Su público es, en su mayoría, de gente joven y suelen asistir bandas musicales o tocar en vivo. Por esta razón, suele ser un poco ruidoso para quienes deseen disfrutar del silencio de la naturaleza.
- No dispone de asadores pero sí cuenta con una proveeduría y comercios cercanos.
- Dispone de estacionamiento y presencia de guardavidas.
- Si tu plan es venir a disfrutar con amigos, ¡este es tu lugar ideal!

Gobierno de la Ciudad de Cosquín

La Toma

INFORMACIÓN

El Balneario La Toma es uno de los lugares más populares para refrescarse y disfrutar del sol y la naturaleza en Cosquín. Este balneario se encuentra en un entorno privilegiado, rodeado de montañas y mucho verde y en las cercanías del centro de la ciudad. Se puede llegar en auto o en colectivo urbano (línea B) y se encuentra a 10 cuadras de la terminal de ómnibus.

En época estival es anfitrión de uno de los escenarios callejeros que reciben artistas de todo el país.

Sobre este balneario, se encuentran las vías del tren que lo cruzan por arriba. La postal que presenta el tren cruzando por encima del río con el Cerro Pan de Azúcar de fondo, es el motivo de muchos para visitar este lugar.

DATOS & TIPS

- Al ser un lugar muy popular, hay mucha concurrencia de gente (sobre todo los fines de semana o en temporada alta) por lo que se recomienda ir temprano para reservar un buen lugar o orillas del río.
- Su público es, en su mayoría, de gente joven y suelen asistir bandas musicales o tocar en vivo. Por esta razón, suele ser un poco ruidoso para quienes deseen disfrutar del silencio de la naturaleza.
- No dispone de asadores pero sí cuenta con una proveeduría y comercios cercanos.
- Dispone de estacionamiento y presencia de guardavidas.
- Si tu plan es venir a disfrutar con amigos, ¡este es tu lugar ideal!

Figura 110. Pantalla de información del Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).

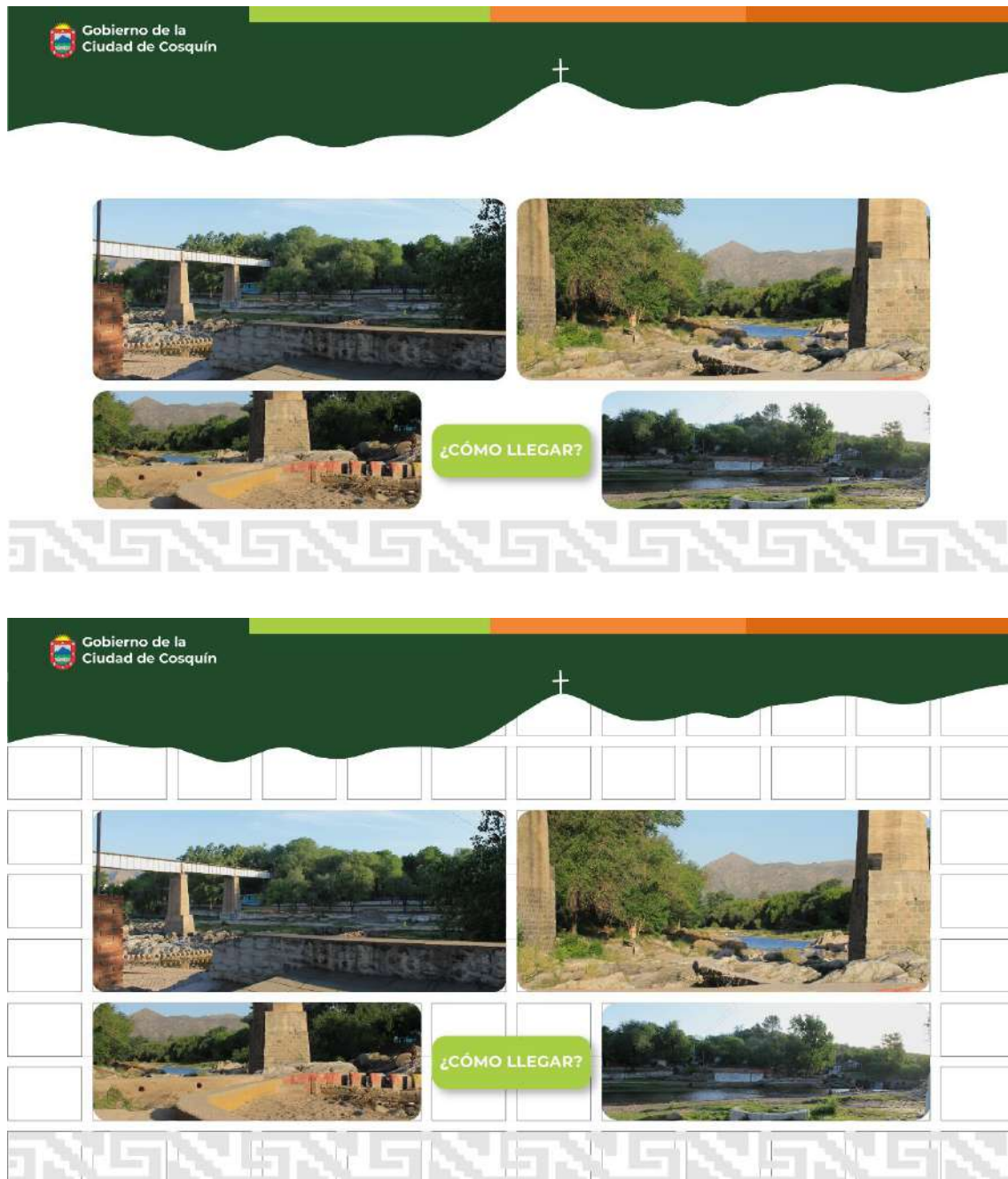


Figura 111. Pantalla de fotos del Balneario La Toma. Elaboración propia (2023).



Figura 112. Pantalla principal del Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).



Figura 113. Pantalla de información del Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).



Figura 114. Pantalla de fotos del Balneario Pozo de los Patos. Elaboración propia (2023).



Figura 115. Pantalla principal del Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).



Figura 116. Pantalla de información del Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).

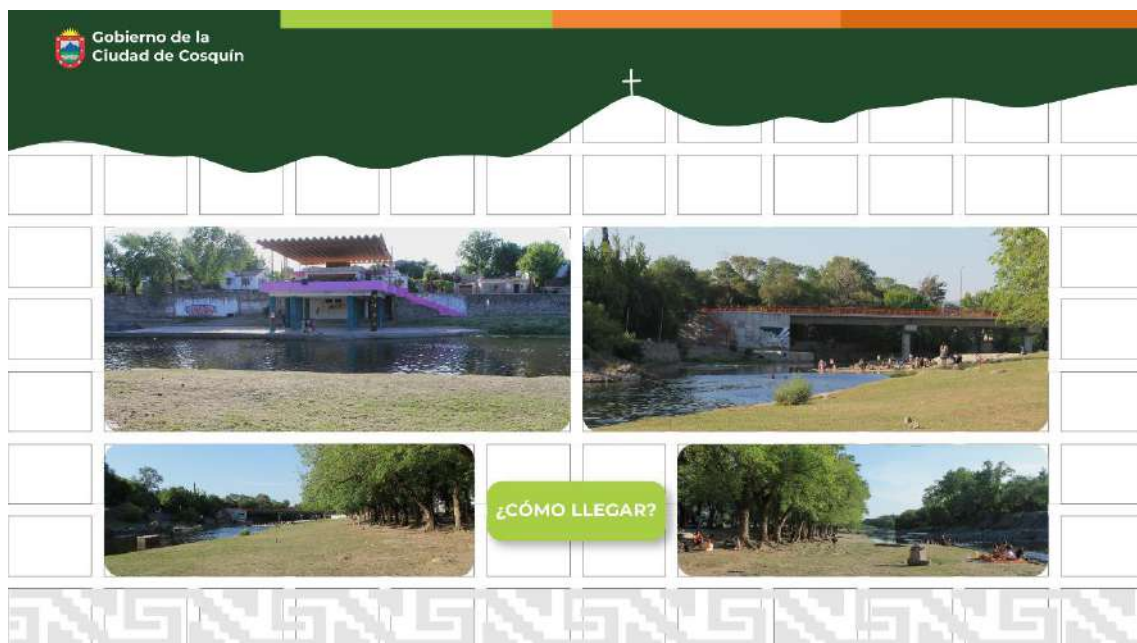


Figura 117. Pantalla de información del Balneario Onofre Marimón. Elaboración propia (2023).



Figura 118. Pantalla final. Elaboración propia (2023).

A continuación, se presentan las aplicaciones o mock-ups de las pantallas anteriormente expuestas.



Figura 119. *Mock-up de la landing page* versión computadora. Elaboración propia (2023).



Figura 120. Mock-up de la landing page versión computadora. Elaboración propia (2023).

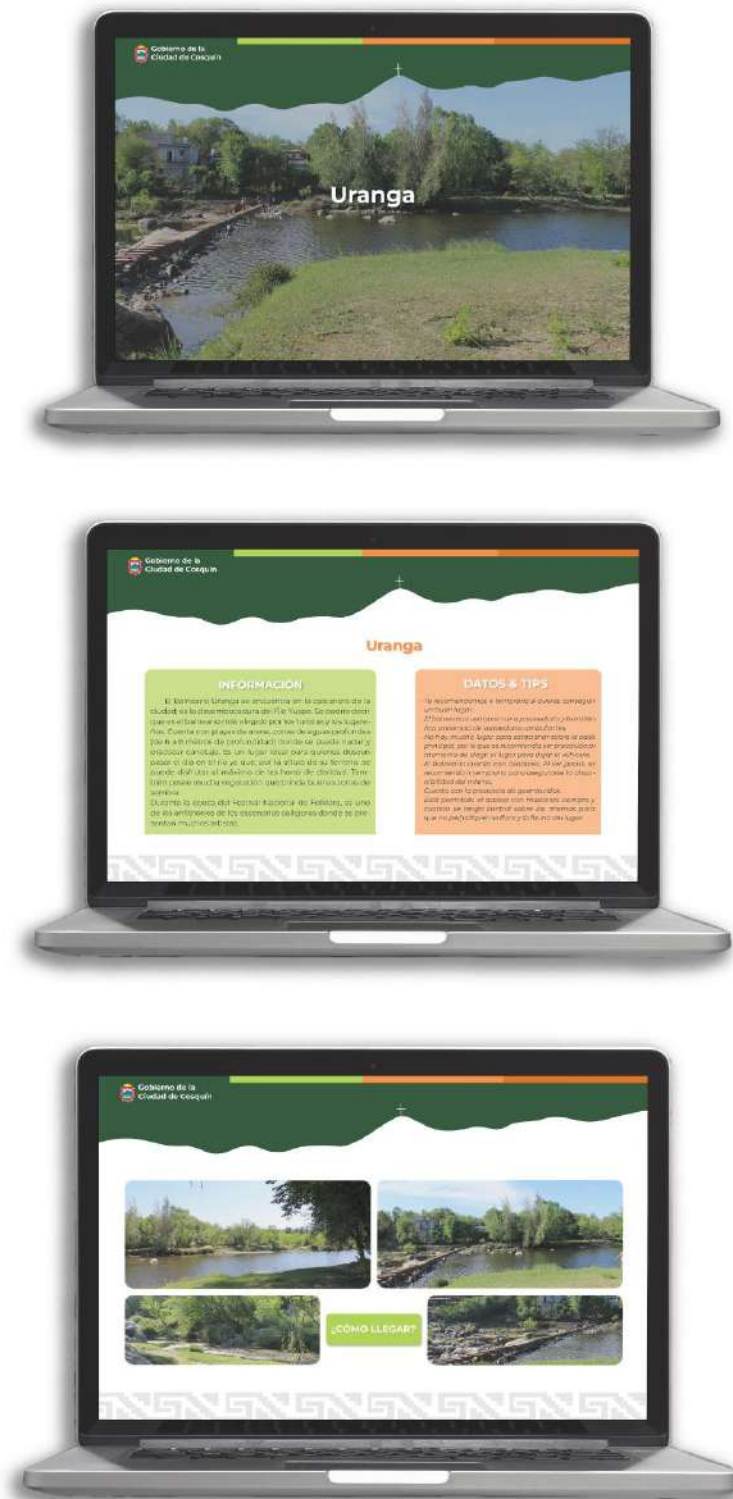


Figura 121. Mock-up de la landing page versión computadora. Elaboración propia (2023).

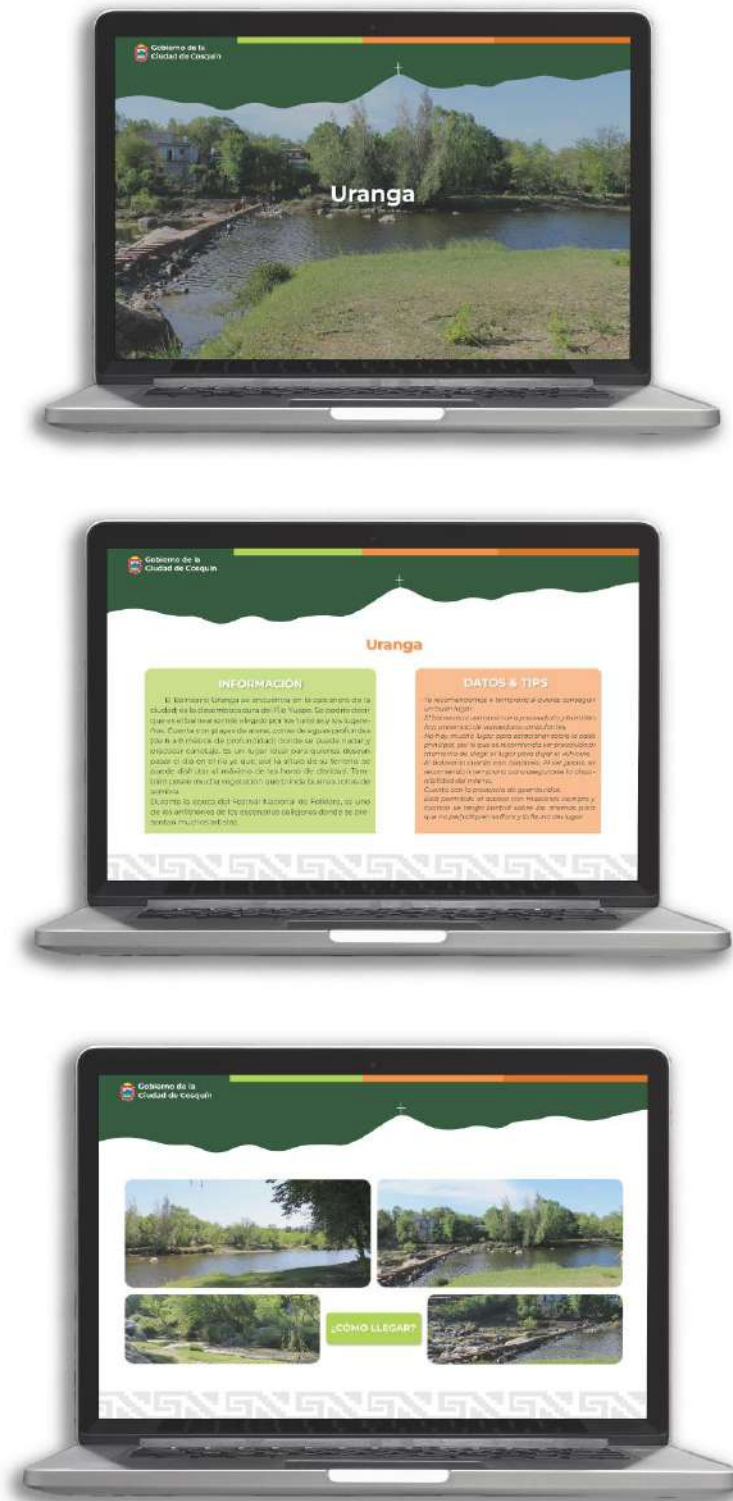


Figura 122. Mock-up de la landing page versión computadora. Elaboración propia (2023).



Figura 123. Mock-up de la landing page versión computadora. Elaboración propia (2023).



Figura 124. Mock-up de la landing page versión computadora. Elaboración propia (2023).



Figura 125. *Mock-up* de la *landing page* versión computadora. Elaboración propia (2023).



Figura 126. *Mock-up* de la *landing page* versión computadora. Elaboración propia (2023).

Campaña de promoción en redes sociales

A continuación, se presenta una posible campaña de promoción en redes sociales y sus aplicaciones para dar a conocer la nueva posibilidad de planear tu visita desde casa. La misma fue realizada en Instagram y Facebook ya que son las redes sociales más utilizadas por el promedio de la gente.



Figura 127. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).



Figura 128. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).



Figura 129. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).



Figura 130. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).



Figura 131. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).



Figura 132. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).



Figura 133. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).



Figura 134. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).



Figura 135. Posteo para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).

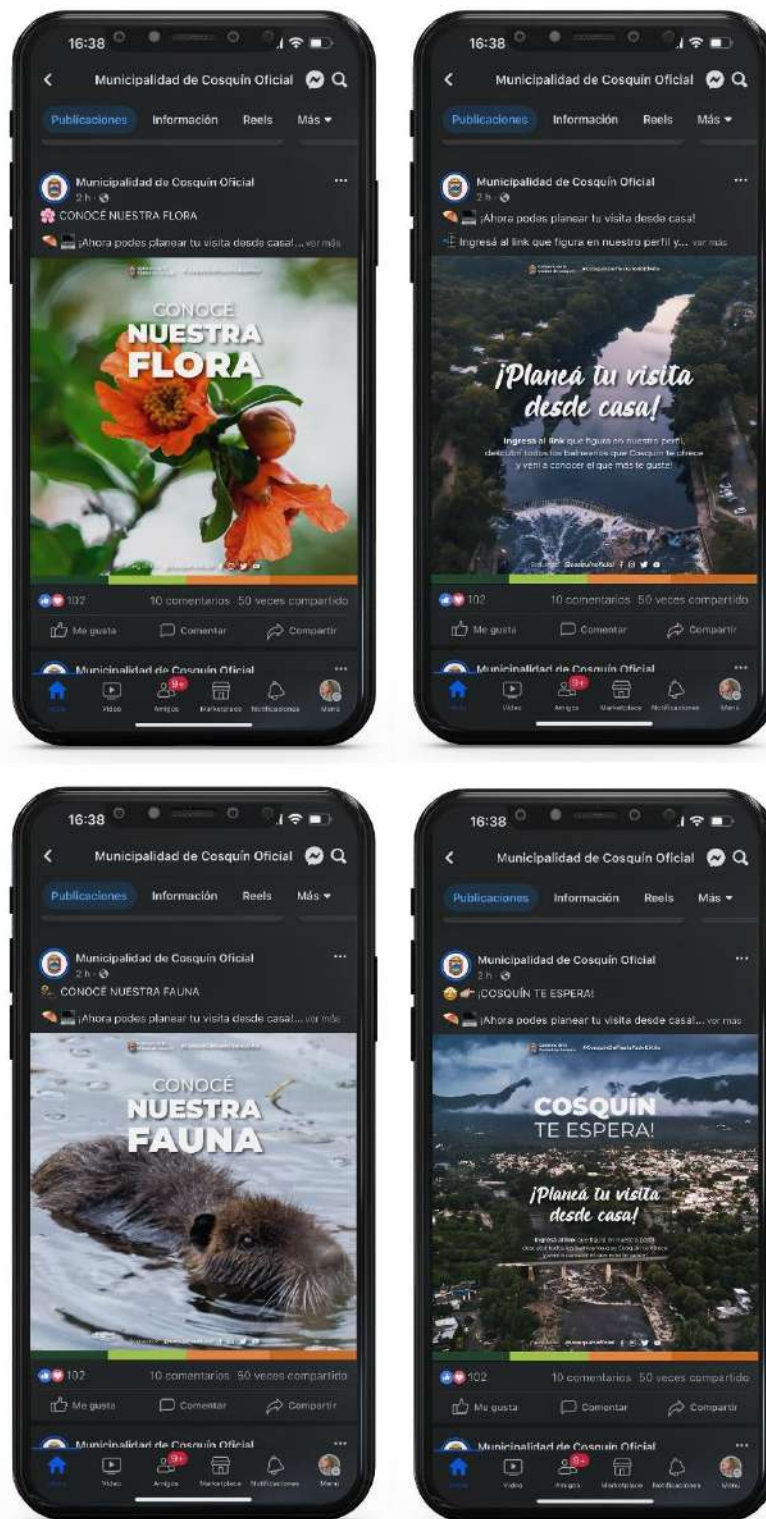


Figura 136. *Mock-up* de Facebook para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).

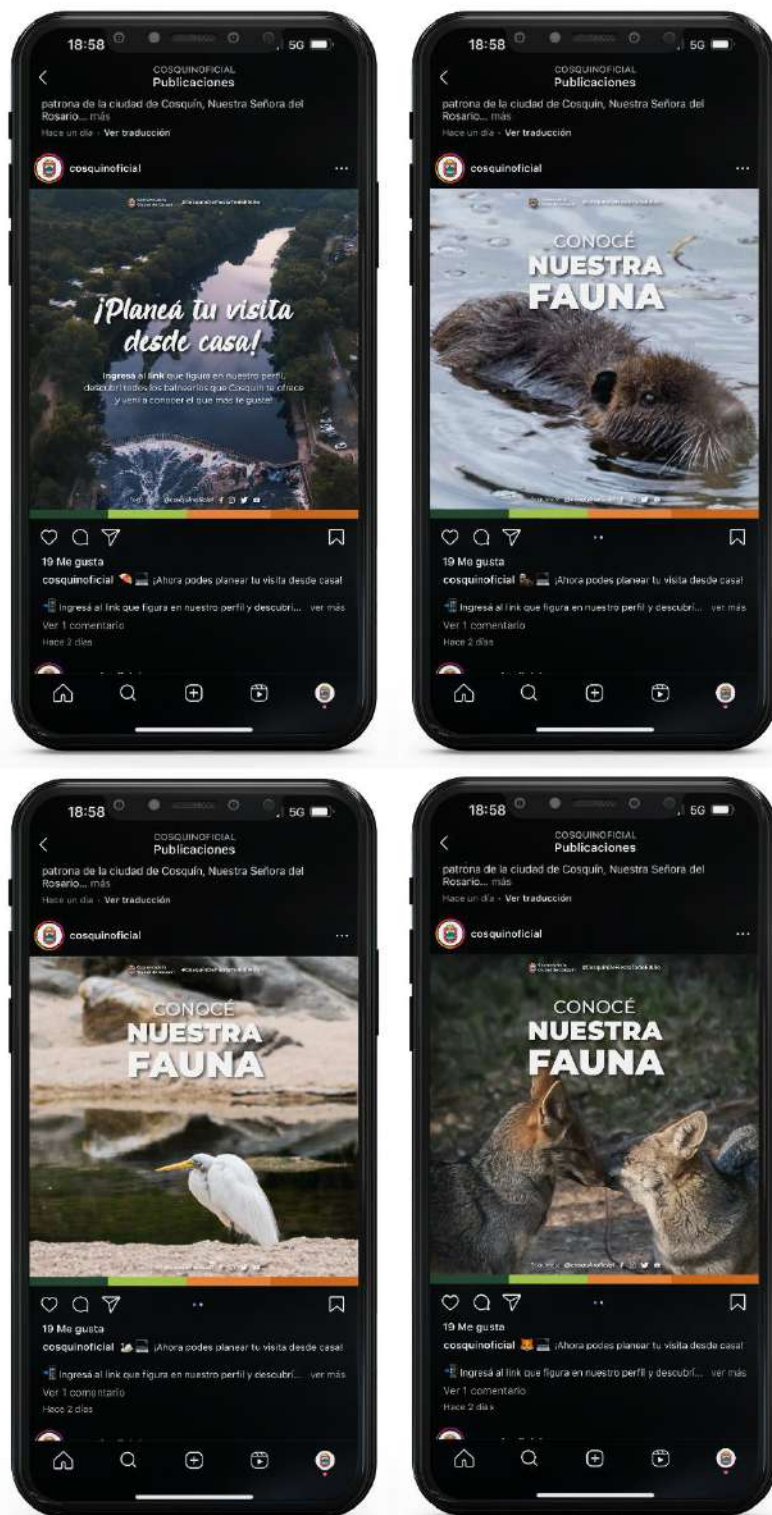


Figura 137. *Mock-up* de Instagram para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).

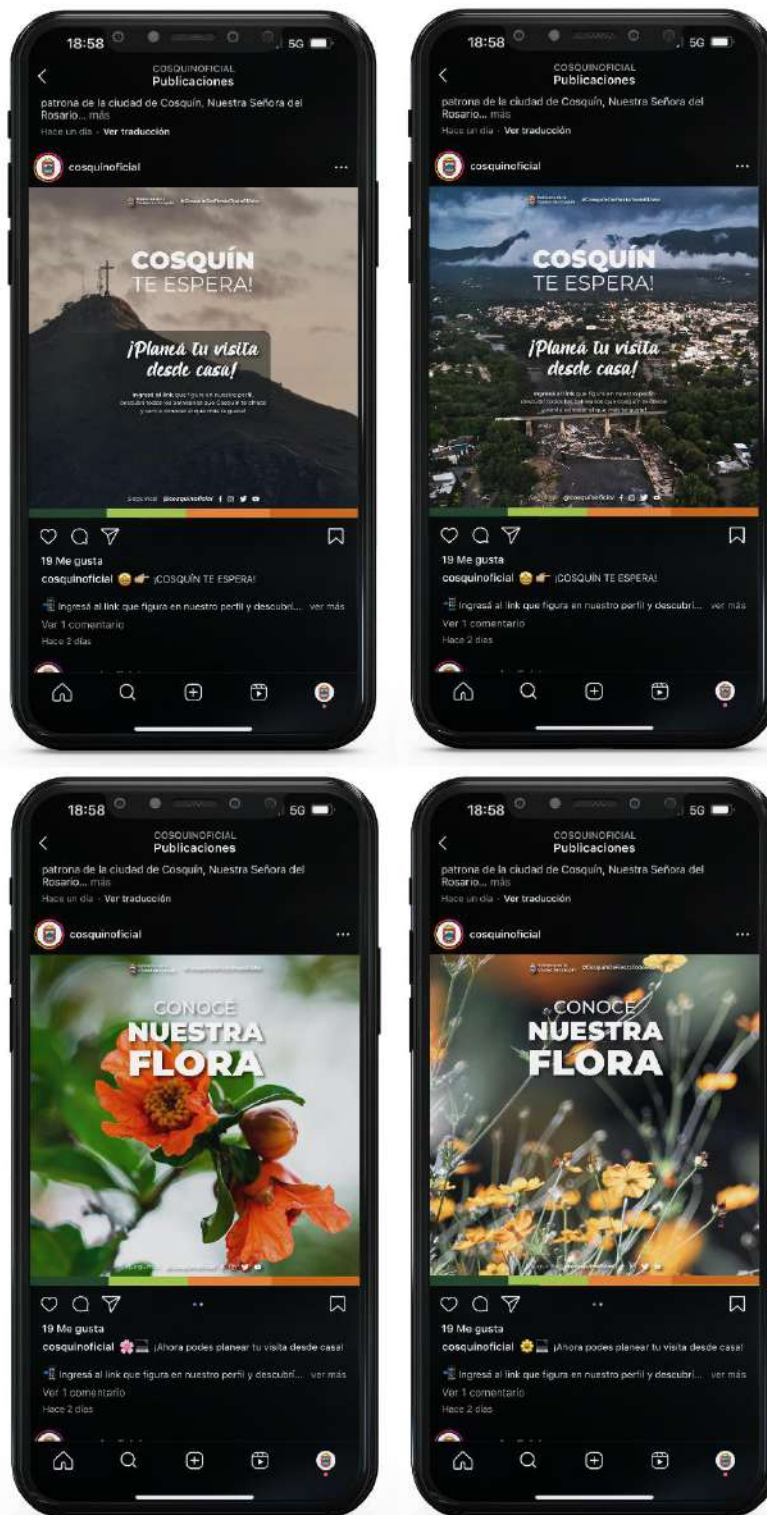


Figura 138. *Mock-up* de Instagram para campaña de promoción en redes sociales. Elaboración propia (2023).

Análisis de costos

Precio de venta	
Costo primo	\$ 1.199.600
Costo de conversión	\$ 1.203.347
Costo total de conversión	\$ 1.204.974
CTP	\$ 1.209.224
Utilidad S/PV	15%
PV sin impuestos	\$ 1.727.463
IVA S/PV	\$ 0
PV con impuestos	\$ 1.810.209
ESTADO DE RESULTADO	
Ingresos +	\$ 1.727.462
Costos de los prod. vendidos	\$ 1.204.974
UTILIDAD BRUTA=	522.488
Gastos en operación -	\$ 4.250
UTILIDAD EN OPERACIÓN	\$ 518.238

ÍTEM	VALOR	PRODUCTO	MOD	MPD	CIF	NO PRODUCTO	FIJO	VARIABLE
Honorarios	\$ 896.000	\$ 896.000	\$ 896.000					
Internet	\$ 2.000	\$ 2.000			\$ 2.000			
Diseñador web	\$ 232.000	\$ 232.000	\$ 232.000					
Luz	\$ 12.000					\$ 12.000		\$ 12.000
Agua	\$ 1.000					\$ 1.000		\$ 1.000
Gas	\$ 220					\$ 220		\$ 220
Obra Social	\$ 3.000					\$ 3.000	\$ 3.000	
Transporte	\$ 3.374	\$ 3.374			\$ 3.374			
Chapa	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000					
Gráfica	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000					
Herrero	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000					
Software	\$ 2.000	\$ 2.000		\$ 2.000				
TOTAL	\$ 1.541.594	\$ 1.525.374	\$ 1.518.000	\$ 2.000	\$ 5.374	\$ 16.220	\$ 3.000	\$ 13.220

MANO DE OBRA DIRECTA		
MOD	HORAS	PRECIO X HORA
Diseñadora	640 horas	\$ 1.400
Diseñador web	200 horas	\$ 1.160
Herrero	40 horas	\$ 5.000
Gráfica		

Tabla 1. Análisis de costos. Elaboración propia (2023).

CONCLUSIÓN

La Ciudad de Cosquín está ubicada al centro de la provincia de Córdoba. Se caracteriza por sus paisajes y atributos naturales; su principal fuente económica es el turismo. Sin embargo, hace ya varios años, la actividad turística ha comenzado a decaer debido a la falta de inversión de los servicios hoteleros y los distintos hospedajes que se ofrecen, el descuido de los espacios de recreación (como la costanera del río) y la escasa promoción del lugar. Esto afectó notablemente el posicionamiento de la ciudad en las opciones para vacacionar de los turistas.

En el presente trabajo se tuvo en cuenta esta problemática y se buscó darle una solución mediante la creación de un sistema señalético innovador que no solo suple las necesidades inmediatas de información y ubicación del usuario en el sitio, sino que también puede ser utilizado desde la ubicación particular del mismo. Esto propicia una grata experiencia en el usuario que, además de ubicarse en tiempo y espacio, tiene la información necesaria a su alcance en todo momento para poder decidir dónde ir.

Para el diseño de este sistema, se contemplaron los infra-signos identitarios de la Ciudad de Cosquín como son el Cerro Pan de Azúcar y la guarda coscoína. El entorno fue tomado como referencia para la elección de la paleta cromática, ya que todas las piezas del sistema contrastan de su contexto, pero sin generar disonancia. Los materiales

fueron seleccionados teniendo en cuenta la ubicación de los mismos y los factores que podrían afectarlos (en este caso, factores meteorológicos).

Teniendo en cuenta la situación mental del usuario y sus necesidades, se diseñó una estrategia de información que cubra todas las posibles dudas del mismo. El gráfico del cauce del río ayuda al turista a poder ubicarse en el espacio sin conocimiento previo y poder decidir cuál será su próximo destino a visitar si es que así lo quiere. La característica distintiva de este sistema yace en la posibilidad de poder escanear un código QR que redirige hacia una *landing page* del municipio de la ciudad que provee la información necesaria de cada balneario, por ejemplo, sus características y prohibiciones.

Con todo lo nombrado anteriormente, se puede mencionar que se ha alcanzado el objetivo principal del presente proyecto ayudando a turistas y residentes a poder conocer los atributos turísticos de la ciudad logrando una autogestión de los mismos gracias a la información brindada.

ANEXO

- QR escaneable para dirigirse al prototipo de la *landing page*.



- <https://xd.adobe.com/view/84bf3c6a-49a6-447b-a168-8dcce5f4203a-d1ec/?fullscreen> link para dirigirse al prototipo de la *landing page*.
- Contenido visual (fotografías) cortesía de Carlos Garzaniti.

REFERENCIAS

Costa, J. (2022). *Señalética Corporativa*. Barcelona, España: Costa Punto Com Editor.

Dabner, D., Stewart, S. & Zempol, E. (2021). *Fundamentos y prácticas del diseño gráfico*. Barcelona, España: BLUME.

Davidek, C.A. y Santarsiero H.M. (2012). *Comunicación en la vía pública*. CABA, Argentina: Producciones Gráficas.

Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.

Lidwell, W., Holden y Butler J. (2011). *Principios universales de diseño*. Barcelona, España: Blume.

Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Glosario de términos de turismo*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Royo, J. (2004). *Diseño digital*. Barcelona, España: Paidós Ibérica Diseño.

Tselentis, J. (2012). *Typo, forma y función*. Barcelona, España: Promopress.