



# Universidad Nacional de San Juan

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño

**TEMA DEL PROYECTO**

IDENTIDAD VISUAL, SEÑALÉTICA Y DIFUSIÓN DE UN PARQUE PROVINCIAL

**TÍTULO**

PARQUE PROVINCIAL ISCHIGUALASTO

**POR: GONZALO ALDANA**

Trabajo final presentado a la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de San Juan, para optar al título de profesional de **DISEÑADOR GRÁFICO**.

**CÁTEDRA:**

**PROFESOR TITULAR:** D.I.LEONARDO FICCARDI

**PROFESORAS ADJUNTO:** D.G. VIVIANA LILLO  
D.G. SANDRA PEREYRA

**JEFE DE TRABAJOS PRÁCTICO:** D.G.EMILIO CARRIZO

**AÑO 2019**  
**SAN JUAN, ARGENTINA**

# ÍNDICE

## 1. DIAGNÓSTICO / INVESTIGACIÓN

- 1.1 Tema del proyecto
- 1.2 Título del proyecto
- 1.3 Planteamiento del problema / Necesidad
- 1.4 Justificación / Factibilidad
- 1.5 Marco Teórico
- 1.6 Briefing (estudio del cliente y destinatario)
- 1.7 Recopilación y análisis de antecedentes
  - Antecedentes Indirectos
  - Antecedentes Directos
- 1.8 Definición de objetivos
  - General / Específicos

## 2. PRESCRIPCIÓN

- 2.1 Estrategias
  - Estrategia de comunicación
  - Estrategia creativa
  - Estrategia de medios / Programa de diseño / Plan de acción

## 3. SOLUCIÓN

- 3.1 Anteproyecto

## 4. REALIZACIÓN

- 4.1 Proyecto
- 4.2 Informe Técnico
- 4.3 Contextualización
- 4.4 Bibliografía

# 1. DIAGNÓSTICO

### 1.1. TEMA DEL PROYECTO

Identidad visual, señalética y difusión de un parque provincial.

### 1.2. TÍTULO DEL PROYECTO

Parque Provincial Ischigualasto.

### 1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA / NECESIDAD

El Parque Provincial Ischigualasto entró el 29 de noviembre del año 2000 en la selecta lista de patrimonios de la humanidad, destacado como un tesoro geológico y paleontológico por la Unesco.

Actualmente no cuenta con un sistema de comunicación visual que lo posicione al nivel que se requiere para formar parte del patrimonio de la humanidad. Carece de una identidad única ya que en sus piezas suele aparecer la marca para turismo y del ente autárquico. La señalética, que encontramos en cada estación/paradas no forma parte de un sistema de comunicación visual.

### 1.4. JUSTIFICACIÓN / FACTIBILIDAD

Este proyecto de diseño es necesario para generar orden en cuanto a la parte turística y concientizar sobre lo importante que es conocer y cuidar el Parque Provincial Ischigualasto por su historia.

Como es un lugar reconocido mundialmente, necesita de una imagen que lo acompañe y refleje todo lo que el parque nos enseña.

Para la realización del proyecto, contará con la financiación de la Subsecretaría de Medio Ambiente del Gobierno de San Juan.

### 1.5. MARCO TEÓRICO

#### UNESCO

Significa "Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura". Se trata de un organismo de la ONU que fue fundado en 1945 y que tiene su sede en París (Francia).

Se dedica a ayudar a las naciones a gestionar su desarrollo mediante la preservación de los recursos naturales y culturales. La intención es que cada pueblo pueda modernizarse e insertarse en el panorama mundial sin perder su propia identidad.

La UNESCO se encarga de nominar y confirmar aquellos sitios que son declarados Patrimonio de la Humanidad. Tiene como principal objetivo la preservación y difusión de lugares de importancia natural o cultural excepcional, que se consideran como parte de la herencia común de la Humanidad y que deben ser protegidos.

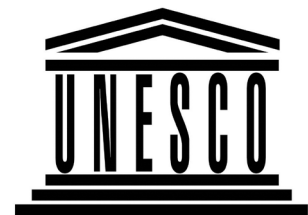
*(De Gardey y Pérez Porto, 2010.)*

#### PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

Es el título conferido por la Unesco a sitios específicos del planeta (sean bosque, montaña, lago, cueva, desierto, edificación, complejo arquitectónico, ruta cultural, paisaje cultural o ciudad) que han sido propuestos y confirmados para su inclusión en la lista mantenida por el Programa Patrimonio de la Humanidad.

El objetivo del programa es catalogar, preservar y dar a conocer sitios de importancia cultural o natural excepcional para la herencia común de la humanidad.

Cada sitio pertenece al país en el que se localiza, pero se considera en el interés de la comunidad internacional y debe ser preservado para las futuras generaciones.





## **PATRIMONIOS DE LA HUMANIDAD DE ARGENTINA**

Argentina es miembro de la UNESCO desde el 15 de septiembre de 1948 y desde 1981 ha sido distinguida con la incorporación a la Lista del Patrimonio Mundial de sitios naturales y culturales de relevancia. Los lugares de Argentina que fueron declarados Patrimonio Mundial de la Humanidad por la Unesco son:

- Parque Nacional Los Glaciares (Santa Cruz, 1981)
- Misiones Jesuíticas Guaraníes (Misiones, 1983)
- Parque Nacional Iguazú (Misiones, 1984)
- Cueva de las Manos, Río Pinturas (Santa Cruz, 1999)
- Península Valdés (Chubut, 1999)
- Parques naturales de Ischigualasto y Talampaya (San Juan y La Rioja, 2000)
- Manzana y Estancias Jesuíticas (Córdoba, 2000)
- Quebrada de Humahuaca (Jujuy, 2003)
- Qhapaq Ñan, sistema vial andino - Camino del Inca (Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán, La Rioja, San Juan, Mendoza, 2014)

## **ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS DE ARGENTINA**

La República Argentina es uno de los países con mayor cantidad de eco regiones del mundo y por ello cuenta con parques y reservas naturales que pertenecen al Estado Nacional argentino y que forman un sistema nacional de áreas protegidas por ley nacional. A 2017 Argentina cuenta con 437 áreas protegidas que cubren el 11,9 % de la superficie terrestre y el 4,9 % de la superficie marina.

Aunque la cantidad de parques nacionales, reservas y monumentos es numerosa, la cifra puede incrementarse dado que existen sitios de gran valor paisajístico natural, valor ecológico natural, o ambas cuestiones a la vez, que les ameritan para ser integrados dentro del Sistema Nacional Argentino de Áreas Protegidas.

## **PARQUES PROVINCIALES**

Los parques provinciales gozarán de protección absoluta, por lo que deberán conservarse en estado natural, sin más alteraciones que las necesarias para su control y atención del visitante. Son aquellos que administrativamente dependen de alguno de los gobiernos provinciales y no de la Administración de Parques Nacionales.

Los Parques suelen ser áreas naturales de especial belleza paisajística o en su defecto, áreas de alto valor ecológico. Son zonas para proteger en su estado natural, representan una región geográfica de la fauna o la flora en particular y tienen un gran interés científico.

## **LEY NACIONAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA**

Ley 22.351

Buenos Aires, 5 de diciembre de 1980

Boletín Oficial, 12 de diciembre de 1980

Título I: de los Parques Nacionales, Monumentos Naturales y Reservas Nacionales

Capítulo II: de los Parques Nacionales

Artículo 6: La infraestructura destinada a la atención del visitante de los Parques Nacionales y Monumentos Naturales se ubicará en las Reservas Nacionales. De no ser posible prestar desde éstas una adecuada atención, la que se sitúe, con carácter de excepción, en los Parques Nacionales se limitará a lo indispensable para no alterar las condiciones del estado natural de éstos. A tales fines y siempre que

resulte justificado en virtud de un interés general manifiesto, el Poder Ejecutivo Nacional a propuesta de Parques Nacionales que exprese que no significará una modificación substancial del ecosistema del lugar, podrá acordar, mediante Decreto singular, autorización para construir edificios o instalaciones destinados a la actividad turística, y, en tal caso, se faculta al Poder Ejecutivo Nacional a otorgar con todos los mencionados recaudos concesiones de uso, de hasta TREINTA (30) años.

#### **DIGESTO JURÍDICO DE LA PROVINCIA DE SAN JUAN**

LP-3666 VIGENTE

Texto consolidado N° LP-118-L

Se crea la Dirección de Parques y Paseos, dependiente de la Secretaría de Producción, Industria y Comercio. Se crea los Parques Naturales 'Valle Fértil' e 'Ischigualasto', estableciendo sus límites.

LP-118-L CONSOLIDADA VIGENTE

Texto consolidado

Antes Ley N° LP-3666

Se crean los Parques Naturales 'Valle Fértil' e 'Ischigualasto'.

LP-7891 REFUNDIDA

Texto consolidado N° LP-1180-A

Se declara de utilidad pública y sujeto a expropiación, un inmueble en el Departamento Jáchal, con destino a la Colonización de tierras y desarrollo de actividades turísticas.

LEY 7.474 DEL AÑO 2004

Se crea la Administración del Parque Provincial Ischigualasto, como ente autárquico del Gobierno de la Provincia de San Juan.

La ley 7474/04, establece las pautas para la administración del Parque Provincial Ischigualasto.

La Creación de la Administración del Parque Provincial Ischigualasto, como ente autárquico del Gobierno de la San Juan, cuya relación con el Poder Ejecutivo Provincial a través de la Subsecretaría de Medio Ambiente. Esta Administración tendrá como objetivo cumplir las pautas y disposiciones de la UNESCO, para mantener la categorización de "SITIO NATURAL DE PATRIMONIO MUNDIAL", teniendo en cuenta:

- La preservación, conservación, vigilancia y control del patrimonio natural, cultural y científico del Parque, en acuerdo con la legislación ambiental provincial, con las políticas ambientales provinciales, planes de manejo existente o que se elaboren en el futuro y que contribuyan a su óptimo funcionamiento.
- Promover el crecimiento económico, social y cultural de las personas y comunidades asociadas a su ámbito territorial y área de influencia, garantizando la participación de las mismas en el proceso y desarrollo de las actividades de conservación.
- Respetar y cumplir las disposiciones expresadas en los documentos de zonificación para el uso público, así como las resoluciones que regulan su actividad y que constituyen elementos del Plan de Manejo, elaborados en un todo de acuerdo con la Administración de Parques Nacionales de Argentina.
- Realización de estudios generales e investigaciones en el territorio del Parque bajo la custodia y supervisión científica del Instituto y Museo de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de San Juan.

## GEOFORMA

Una geoforma es un cuerpo tridimensional: tiene forma, tamaño, volumen y topografía, elementos que generan un relieve.

El primer paso para reconocerlas es identificar las geoformas con su topografía, drenaje, textura, tono, vegetación natural y uso del suelo.

Una geoforma está compuesta por materiales: como grava, arena, limo, arcilla o cuerpos de rocas; tiene una génesis y por lo tanto una dinámica que explica los materiales que la forman.

Por fotografías aéreas se puede inferir que el tono y la textura van a depender de la vegetación, que las formas de erosión permiten deducir el grado de consolidación de los materiales y el origen. La topografía a su vez, está relacionada con la pendiente, y puede ser: plana, ondulada, quebrada o escarpada; donde existen entrantes o salientes del terreno son factibles los cambios litológicos.

*“A grandes rasgos las geoformas pueden ser producto de procesos de construcción ó de destrucción de la superficie terrestre. Ejemplos de la primera pueden ser los conos volcánicos o los deltas de los ríos, mientras que de las segundas serán los valles fluviales o los acantilados marinos.”*

*(Monti, 2004,p.17)*

*“Son un producto de la naturaleza que a través de miles y millones de años va degradando las rocas; nadie puede predecir ni caídas ni formaciones”.*

*(Martínez, 2016)*

## IDENTIDAD CORPORATIVA

Se define como un conjunto de atributos y valores que toda entidad u organización posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma.

La **imagen visual** es uno de los medios más utilizados para transmitir una identidad al público. La imagen que refleje la hará distinguirse de las demás. Para mantenerla, se deben homogeneizar y reglamentar las expresiones y las presentaciones en las que se utiliza la imagen. El **enfoque del diseño** es la representación icónica de una entidad, que manifiesta sus características y particularidades. Esta noción vincula la identidad corporativa con “lo que se ve” de una organización. En el campo de la comunicación esta noción se ha redefinido claramente hacia la idea de identidad visual, que es la plasmación o expresión visual de la identidad o personalidad de una organización. El estudio de la identidad visual se vincula al análisis de todo lo relacionado con sus elementos constitutivos: el símbolo (la figura icónica que representa a la organización); el logotipo y tipografía corporativa (el nombre de la organización escrito con una tipografía particular y de una manera especial); y los colores corporativos (o gama cromática, es decir, aquellos colores que identifican a la organización). También en la aplicación de la identidad visual a través del diseño gráfico, audiovisual, industrial, ambiental o arquitectónico.

El **enfoque organizacional** vincula la Identidad Corporativa no sólo con los aspectos gráficos de la organización, sino que la concibe como los rasgos distintivos de una organización a nivel de creencias, valores y atributos. Es no solo es mayoritario en la actualidad a nivel académico, y si no también a nivel profesional.

*“La identidad corporativa es el conjunto coordinado de signos visuales por medios de las cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución.*

*Los signos que integran el sistema de identidad corporativa tiene la misma función, pero cada uno posee características comunicacionales diferentes. Estos signos se complementan entre si, con lo que provocan una acción sinérgica que aumenta su eficiencia en conjunto.”*

*(Costa, 2001, p.125).*

## **SEÑALÉTICA**

El ser humano se hace consciente del espacio que le rodea y siente la necesidad de tener puntos de referencia para ubicarse en un lugar y recordar dónde tenía que ir para no perderse.

Aparece el lenguaje de signos con función señalética (marcas o señales que los primeros individuos emplearon para orientarse o para poder dar testimonio de su presencia).

*“Es una técnica de la comunicación visual, que se encarga del estudio de las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos ante ellos. [...] Además busca una mejor y más rápida accesibilidad a distintos lugares y servicios.”*

*(Costa, 2007, p.18)*

### **Características fundamentales**

**Finalidad:** organizar. Deben ser legibles.

**Funcionamiento:** mensaje automático, preciso e instantáneo.

**Orientación:** carácter informativo y didáctico.

**Procedimiento:** el mensaje es estrictamente visual, con imágenes, símbolos o signos de fácil reconocimiento.

**Código:** signos simbólicos estilizados y sencillos.

**Lenguaje icónico:** con el fin de evitar la desinformación o la ambigüedad, las señales se desarrollan en un ámbito de reconocimiento universal.

**Presencia física:** Han de ser discretas pero visibles y deben distribuirse de manera puntual en los lugares necesarios.

### **Elementos de un sistema señalético**

**El lenguaje escrito:** Tipografía

Se selecciona en relación a las características formales y espaciales del entorno (morfología del espacio), las condiciones de iluminación del lugar, las distancias de visión respecto al individuo, la imagen de marca y, en ciertos casos, la imagen corporativa.

#### **No**

Escritura manual, abreviaturas ni cortes de palabras.

Tipografía de fantasía, ornamentales, ornamentados.

Tipografías con mucha mancha, con letras demasiado abiertas o demasiado cerradas.

#### **Sí**

Caracteres lineales de trazo prácticamente uniforme,

## **PICTOGRAMAS**

Los iconos, símbolos y pictogramas se utilizan para comunicar sin necesidad de palabras. Son signos portadores de significado que reconocemos y decodificamos con un simple golpe de vista. Indican conceptos, contenidos, acciones o servicios de interés para el usuario de diferentes culturas e idiomas.

*“Los iconos, símbolos y pictogramas se utilizan para comunicar información sin necesidad de palabras. Son signos portadores de significado que reconocemos y decodificamos con un simple golpe de vista. Indican conceptos, contenidos, acciones o servicios de interés para el usuario de diferentes culturas e idiomas”.*  
(González-Miranda y Quindós, 2015, p.10)

### **Clasificación de los mensajes**

Para facilitar el desarrollo de nuestra familia de pictogramas, podemos ordenar los signos según su función, su grado de aprendizaje, su área de aplicación o su morfología.

- **Servicios públicos:** Mensajes que hacen referencia a los servicios. Algunos ejemplos de este caso serían teléfono, aseos de hombres, aseos de mujeres, información o agua potable.

- **Concesiones:** Mensajes relativos a actividades comerciales. Como por ejemplos de esta categoría son restaurante, cafetería, tiendas o alquiler de coches.

- **Actividades de procesamiento:** Mensajes que hacen referencia a procedimientos relevantes relacionados con los pasajeros. Como ejemplos ,compra de billetes, aduana o salida de vuelos.

- **Reglamentaciones:** Estos mensajes comunican procedimientos obligatorios. No fumar, estacionamiento prohibido o extintor de incendios, etc.

(González-Miranda y Quindós, 2015, p.40)

### **SISTEMA DE PICTOGRAMAS POR LA ADMINISTRACIÓN DE PARQUES NACIONALES**

El lenguaje de pictogramas se basa en la abstracción. Esta es un proceso mental que pretende ignorar lo individual de aquello que se observa para apoyarse más en la categoría a la que lo observado pertenece. Se centra no en caracteres particulares si no en los que son genéricos y esenciales.

### **CÓDIGO CROMÁTICO**

La elección de colores puede reducirse al mínimo número y combinaciones o bien constituir un código visual más desarrollado. En este caso la codificación por colores permite diferencia e identificar diferentes recorridos, zonas, servicios, departamentos, infraestructuras, etc. Un factor que condiciona la elección del color de un sistema, es el razonamiento psicológico, que considera a los colores no por su impacto visual, si no por sus connotaciones. Internacionalmente, las señales viales de prevención o peligro incluyen el color rojo y las de atención el amarillo.

### **CLASIFICACIÓN DE LAS SEÑALES**

De acuerdo con las distintas características de uso, las señales pueden tener una clasificación (depende de la problemática específica a tratar), que se puede agrupar dentro de los siguientes ítems:

- **Señales informativas:** son aquellas que brindan información, ya sea puntual o general, en relación con la identificación o denominación.
- **Señales de orientación:** son aquellas que permiten determinar orientaciones de localizaciones, accesos, salidas de emergencia, direccionamiento, etc.

- **Señales normativas:** Determinan conductas específicas en relación al sistema que las comprende, es decir, guardan relación entre el sistema particular para las que fueron generadas.

**Otros tipos son:** Señales de prohibición  
 Señales de atención  
 Señales de obligación  
 Señales de prevención  
 Señales de seguridad  
 Señales viales

*(Administración de Parques Nacionales, 2013, p.5)*

## **DISEÑO DE LA CARTELERIA INFORMATIVA POR ADMINISTRACIÓN DE PARQUES NACIONALES**

### **Objetivo Generales**

- Captar la atención del usuario y generar el respeto por las normas establecidas
- Transmitir un mensaje claro y simple
- Proporcionar un tiempo adecuado para la lectura del mensaje y la consiguiente respuesta

### **Pautas Generales**

Para lograr los objetivos precedentemente señalados se han establecido las siguientes pautas generales:

- **Imagen:** tamaño, contraste, color, forma y composición deben combinarse de tal manera que atraigan la atención del usuario, asegurando a su vez, su claro significado.
- **La informalidad:** La cartelería se resuelve como un sistema uniforme que favorece la toma de conciencia del tratamiento especial que merecen dichas áreas y el inmediato reconocimiento de la APN como organismo administrador.
- **El mensaje:** deben ser claros, precisos y en la medida de lo posible estar formulados en un tono ameno y cordial, no imperativo.

En los mapas es conveniente que exista una correspondencia directa entre la ubicación de los datos señalados en el gráfico y la disposición de los mismos en el paisaje, para facilitar la orientación del visitante.

- **La ubicación:** una buena ubicación asegura que el cartel esté en un rango de visión que permita su adecuada lectura.

La elección donde se colocara un cartel debe ser muy cuidadosa, contemplando la necesidad de no producir en las áreas naturales contaminación visual.

*(Tegaldo, Da Re, Hasenclever y Furcade, 2013, p.2)*

## **1.6. BRIEFING**

### **PARQUE PROVINCIAL ISCHIGUALASTO**

El parque provincial fue declarado Lugar Histórico Nacional, en la tipología de "Sitio arqueológico, paleontológico y ecológico", mediante Decreto n°. 712 del año 1995. Posteriormente fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, el 29 de noviembre de 2000.

El Parque se encuentra en el extremo norte de la provincia de San Juan, en el Departamento Valle Fértil, es un área protegida célebre a nivel científico, ya que resguarda una importante reserva paleontológica.

Es el único lugar donde puede verse al descubierto y perfectamente diferenciado todo el periodo triásico en forma completa y ordenada. Se calcula que las formaciones geológicas de este sitio tienen una antigüedad entre 200 y 250 millones de años.

Ubicado a 273 kilómetros de la ciudad de San Juan, con un acceso alternativo a través de la nueva traza de la RN 150, el parque ofrece un paisaje donde la escasez de vegetación, la más variada gama de colores de sus suelos y las formas de los montes lo hacen ser un lugar predilecto para turistas, tanto nacionales como extranjeros. Se puede recorrer de forma guiada en vehículos particulares, con un guía del Parque que acompaña por cada estación explicando sobre el sitio visitado. Dicha excursión dura 3 horas aproximadamente. En su base está instalado un centro de interpretación, que funciona a modo de museo, donde se explica los diferentes procesos para la extracción de un fósil.

Allí se visitan cinco estaciones, que representan los sectores más importantes del circuito principal. La imaginación de las personas ha identificado cada una con un nombre que las caracteriza.

**1º Estación: El Valle Pintado.** Una extensión armoniosa de formas, sinuosidades y colores, atrapan la vista. El colorido de estas rocas se intensifican o apagan de conformidad con las horas.

**2º Estación: La Cancha de Bochas.** La erosión de materiales areniscos produjo rodados perfectamente esféricos y de variado calibre. Con el pasar del tiempo estas bochas quedaron englobadas en una masa detrítica que las retuvo conservadas en su interior. Al reactivarse la erosión asoman progresivamente hasta que aparecen diseminadas en un área del parque.

**3º Estación: El Submarino.** La erosión formó figuras consideradas, desde el punto de vista estético. De grandes dimensiones, recuerda a un submarino con sus enormes periscopios elevados a gran altura.

**4º Estación: Museo de Sitio Dr. William Sill.** Tiene como objetivo, que los turistas, puedan observar el trabajo que los especialistas realizan in situ. Allí se mostrarán los procesos investigativos que permiten acceder al conocimiento de las especies fósiles del lugar y su hábitat. Además también cuenta con servicio de apoyo al visitante que incluye un área de sanitarios y una confitería.

**Quinta Estación: El Hongo.** Producto de la erosión ejercitada por el viento, aparecen estas rocas asociadas imaginativamente a distintas formas. Puesto que la erosión es un fenómeno progresivo, estas estructuras caen con el tránsito del tiempo, en tanto se generan otras nuevas. *(Kichquie, 2005, p.35)*

## **SIGNIFICADO**

El nombre Ischigualasto es de origen diaguita, que significa "sitio en donde no existe la vida" o "lugar de la muerte". Otras versiones significan "lugar donde se posa la luna"

## **ATRACCIÓN**

Con la creación del «Ente Autárquico Ischigualasto» el Gobierno de la Provincia de San Juan ha tomado la iniciativa para mantener intacta la nominación conferida al Parque por Unesco como Sitio Patrimonio Natural de la Humanidad, además de poner en práctica un proyecto de puesta en valor turístico de todos sus atributos.

El parque estará asentada sobre dos ejes fundamentales:

**Eje vivencial:** incluye al Valle de la Luna como producto turístico tradicional, que resalta su extraordinario paisaje incluyendo el uso iconográfico y distintivo de las geoformas. Por otra parte, también se considera la inclusión de otro sub eje, el natural y cultural, que incluye la valoración de la flora y la fauna autóctonas protegida y todas las evidencias culturales pre y post hispánicas que se encuentran dentro de los límites del Parque y su área de amortiguación.

**Eje ciencia – turismo:** revaloriza al parque como uno de los yacimientos geológico - paleontológico Triásicos más importantes del mundo.

Este eje se divide naturalmente en sus dos aspectos más relevantes:

- Paleontológico: en la importancia evolutiva, cantidad y variedad de fósiles de vertebrados.

- Geológico: pone en valor los más de 200 km de afloramientos de rocas que constituyen una secuencia ininterrumpida única que documentan la historia geológica, biológica y climática en el período Triásico.

El uso turístico: hacer accesible al público más de cuarenta años de investigación científica, se ha montado una exhibición de casi 700m cubiertos en la que se cuenta la historia completa de un fósil, desde su hallazgo hasta su preparación en laboratorios especiales, aunque sobre todo se exhiben una gran variedad de los mejores fósiles.

## **EL MUSEO**

La muestra del Museo de Ciencias Naturales del Parque Ischigualasto tiene como objetivo mostrar los aspectos paleontológico del lugar, los cuales no son mostrados al turista en su visita interna al circuito.

En esta exhibición, se describe la tarea paleontológica, desde la búsqueda de los fósiles en el campo, pasando por diferentes tareas de preparación e investigación, hasta la preparación de los montajes para ser exhibidos al público.

En todo momento los visitantes son acompañados por un guía, quien los instruirá y ayudará a comprender las diferentes estaciones dentro de la muestra.

La muestra también incluye la exhibición de sus piezas más importantes colectadas en Ischigualasto, una de ellas es la del Eoraptor, un dinosaurio muy primitivo encontrado en el año 1991 por el Dr. Ricardo Martínez.

## **FLORA Y FAUNA**

La flora del parque es muy poco abundante, entre las especies se encuentran la sampa, jarillas, falsa jarilla, “manca potrillos” o rosetilla, verdolaga, cactus, chilca, cortadera y fique.

La fauna incluye guanacos, zorros grises, maras, culebras ratoneras, lagartijas chaqueñas, gekos y tortugas terrestres.

Entre las aves, se han observado ñandú, choique, cóndor andino, el águila coronada y el aguilucho común.



## **1.7. RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS DE ANTECEDENTES**

### **ANTECEDENTES INDIRECTOS**

#### **PARQUES NACIONALES ARGENTINOS**

##### **ANÁLISIS SINTÁCTICO**

Los emblemas por parte de la Administración de Parques Nacionales presentan ilustración del lugar, flora y fauna. Estos dentro de un círculo contenedor.

Presenta una extensa variedad de recursos y técnicas gráficas (ilustraciones, fotografías, tipografías, elementos visuales).

En la señalética se observa el uso de la tipografía Helvética, pintada sobre el material.

La A.P.N utiliza color amarillo para los textos, y marrones para el material en la señalización, debido a su gran contraste.

La utilización del paisaje es de gran uso, está presente en todas sus piezas, ya sea de forma fotográfica, como ilustrativas.

La folletería no tiene una diagramación fija, en el cuerpo de texto, pero se respeta la posición de lectura horizontal en las tapas.

##### **ANÁLISIS SEMÁNTICO**

El objetivo es difundir y comunicar tanto su valor científico como la belleza paisajística del parque.

Su imagen en general dependerá del encargado en el área de difusión de cada parque.

##### **ANÁLISIS PRAGMÁTICO**

El emblema se pensó para dar a conocer al receptor sobre cada parque, donde incluye la fauna, flora y clima.

EMBLEMAS DE LOS PARQUES DE ARGENTINA



# FOLLETERÍA DE LOS PARQUES DE ARGENTINA



**Patrimonio cultural**

El Patrimonio cultural está conformado por los elementos tangibles e intangibles heredados de nuestros antepasados y que representan un testimonio de la cultura y la historia de una comunidad, grupo social o humanidad.

En las tierras altas de las montañas calileguas, el viento levanta el polvo y el sol ilumina las montañas. En las montañas calileguas, el viento levanta el polvo y el sol ilumina las montañas. En las montañas calileguas, el viento levanta el polvo y el sol ilumina las montañas.

**Sugerencias**

- El primer Parque Nacional creado en Argentina.
- Una gran variedad de paisajes.
- Una gran variedad de paisajes.
- Una gran variedad de paisajes.

**Recuerde que NO está permitido**

- Realizar actividades que pongan en riesgo la integridad del patrimonio cultural.
- Realizar actividades que pongan en riesgo la integridad del patrimonio cultural.
- Realizar actividades que pongan en riesgo la integridad del patrimonio cultural.

**Parque Nacional Calilegua**

Información general

Comando en Jefe: General de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Subcomando en Jefe: Coronel de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Comando en Jefe: General de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Subcomando en Jefe: Coronel de Brigada Juan Carlos Rodríguez

**Las Altas Cumbres de la Provincia de Córdoba vinculan diferentes ambientes, constituyen un reservorio de agua para toda la región, poseen animales y plantas únicas y han generado culturas diferentes a lo largo del tiempo. Hoy la región nos ofrece la posibilidad de disfrutar de estas vivencias.**

**Una Piedra fundamental**

Parque de Altas Cumbres es un espacio natural de belleza, que reúne paisajes y vida silvestre en un ambiente único. Constituye un reservorio de agua para toda la región, poseen animales y plantas únicas y han generado culturas diferentes a lo largo del tiempo. Hoy la región nos ofrece la posibilidad de disfrutar de estas vivencias.

**Lugar de encuentros**

Parque de Altas Cumbres es un espacio natural de belleza, que reúne paisajes y vida silvestre en un ambiente único. Constituye un reservorio de agua para toda la región, poseen animales y plantas únicas y han generado culturas diferentes a lo largo del tiempo. Hoy la región nos ofrece la posibilidad de disfrutar de estas vivencias.

**Un reservorio de agua**

Parque de Altas Cumbres es un espacio natural de belleza, que reúne paisajes y vida silvestre en un ambiente único. Constituye un reservorio de agua para toda la región, poseen animales y plantas únicas y han generado culturas diferentes a lo largo del tiempo. Hoy la región nos ofrece la posibilidad de disfrutar de estas vivencias.

**Recuerdo ...**

Por no olvidar los momentos que vivimos en este lugar, recordamos los momentos que vivimos en este lugar, recordamos los momentos que vivimos en este lugar.

**P. N. Quebrada del Condorito**

Información general

Comando en Jefe: General de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Subcomando en Jefe: Coronel de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Comando en Jefe: General de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Subcomando en Jefe: Coronel de Brigada Juan Carlos Rodríguez

**Para disfrutar mejor:**

- Planificar el viaje con anticipación.
- Planificar el viaje con anticipación.
- Planificar el viaje con anticipación.

**+ Vale para Volando por 100 años**

Parque de Altas Cumbres es un espacio natural de belleza, que reúne paisajes y vida silvestre en un ambiente único. Constituye un reservorio de agua para toda la región, poseen animales y plantas únicas y han generado culturas diferentes a lo largo del tiempo. Hoy la región nos ofrece la posibilidad de disfrutar de estas vivencias.

**Parque Nacional Calilegua**

Información general

Comando en Jefe: General de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Subcomando en Jefe: Coronel de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Comando en Jefe: General de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Subcomando en Jefe: Coronel de Brigada Juan Carlos Rodríguez

**LOS PIOS DE LA SELVA LA OFERTAN UN MUNDO VITAL**

**LA EXPLOTACIÓN MADERERA EN LA SELVA ES UN RIESGO PARA LA VIDA**

**LAS AVES Y LOS MURCIÉLAGOS: HEREDEROS DE LA SELVA**

**EL AGUA EN LA SELVA ES UN RECURSO VITAL**

**RECOMENDACIONES**

Parque de Altas Cumbres es un espacio natural de belleza, que reúne paisajes y vida silvestre en un ambiente único. Constituye un reservorio de agua para toda la región, poseen animales y plantas únicas y han generado culturas diferentes a lo largo del tiempo. Hoy la región nos ofrece la posibilidad de disfrutar de estas vivencias.

**Parque Nacional Campo de los Alisos**

Información general

Comando en Jefe: General de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Subcomando en Jefe: Coronel de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Comando en Jefe: General de Brigada Juan Carlos Rodríguez

Subcomando en Jefe: Coronel de Brigada Juan Carlos Rodríguez



CARTELERIA Y SEÑALÉTICA DE LOS PARQUES DE ARGENTINA



## PARQUES DE ECUADOR

### ANÁLISIS SINTÁCTICO

Para los isologos de cada Parque, utiliza como recurso un animal ilustrado para diferenciarlos entre sí, el uso de una tipografía san serif, geométrica está presente en todos los isologos.

Presenta señalética con estilo rústico, de tal manera que no generen ruido visual estando en el parque.

La forma de plasmar los mensajes es por medio del calado y pintado sobre el mismo material.

La utilización de mapas es primordial, ya que sirve para que el receptor pueda ubicarse en el lugar.

### ANÁLISIS SEMÁNTICO

El objetivo es difundir e informar sobre el parque.

Siguen una misma línea que es la de no estropear el paisaje, sino más bien acompañarlo.

El uso de la fauna del lugar es muy característico en sus piezas, y la realización de las mismas es de forma manual, o que asemeje el estilo rústico.

Presentan una gama de color muy variada.

### ANÁLISIS PRAGMÁTICO

Los parques de Ecuador están a cargo del Ministerio de Ambiente de Ecuador y Áreas Protegidas.

Sus piezas gráficas presentan un lenguaje formal en sus mensajes, utilizando el inglés como segundo idioma.



Parque Nacional  
**Yasuní**



Reserva Ecológica  
**Antisana**



Reserva Ecológica  
**Los Ilinizas**



Reserva Parroquial  
**Amuicha Entsa**



Parque Nacional  
**Galápagos**



CARTELERIA Y SEÑALÉTICA DE LOS PARQUES DE ECUADOR



## PARQUES NACIONALES DE ESPAÑA

### ANÁLISIS SINTÁCTICO

Los parques poseen un sistema de idéntico, no hay gran diferencia en cuanto a sus isologos. A partir de Red de Parques Nacionales, los demás isologos varían en el nombre de cada parque.

El isologo es una ilustración en síntesis muy abstracta del lugar, y la combinación de dos tipografías, serif y san serif con rasgos display. Sus piezas graficas varían en cuanto al uso de recursos (fotografías, ilustración, infografías)

La utilización de carteles nomencladores para guiar al turista, de metal, calado para los textos, acompañado de pictogramas.

Acompaña los recorridos con mesas interactivas, son infografías, cabe resaltar que son utilizadas como medio de comunicación.

### ANÁLISIS SEMÁNTICO

Presentan un carácter formal y una gama de color muy variada.

El objetivo es difundir e informar sobre los parques.

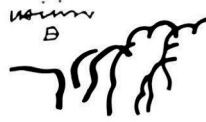
Tienen como objetivo guiar e informar a los turistas.

### ANÁLISIS PRAGMÁTICO

La Red de Parques Nacionales es un sistema integrado que se encarga de la protección y gestión, la finalidad es asegurar la conservación, y posibilitar su uso público de los parques.

Sus piezas gráficas presentan un lenguaje formal en sus mensajes.





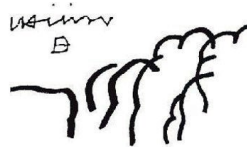
RED DE  
PARQUES NACIONALES



PARQUE NACIONAL MARÍTIMO TERRESTRE  
DE LAS ISLAS ATLÁNTICAS  
DE GALICIA



PICOS DE EUROPA  
PARQUE NACIONAL



TEIDE  
PARQUE NACIONAL



ORDESA Y  
MONTE PERDIDO  
PARQUE NACIONAL

CARTELERIA Y SEÑALÉTICA DE LOS PARQUES DE ESPAÑA



## CAÑÓN DE TALAMPAYA – LA RIOJA

### ANÁLISIS SINTÁCTICO

El parque posee un logotipo por parte de una empresa de turismo.

La empresa concesionaria de las excursiones, se encarga de las piezas de difusión presentando una variedad de recursos y técnicas gráficas (ilustraciones, fotografías, tipografías, elementos visuales).

El logotipo se forma partir de una tipografía de estilo informal y moderno, inspirada en la escritura manual.

Para la parte de difusión, por medio de flyers, utiliza dos tipografías, una san serif y una tipografía informal para destacar palabras claves.

El uso de tipografías es variado, utiliza varias familias tipográficas.

Los colores se encuentran dentro de la misma gama en todas sus publicaciones, colores cálidos, que se asemejan al parque.

La utilización del paisaje es de gran uso, está presente en todas sus piezas, ya sea de forma fotográfica como ilustrativas.

### ANÁLISIS SEMÁNTICO

El objetivo es difundir, persuadir y comunicar tanto su valor científico como la belleza paisajística del parque.

Su imagen en general es muy moderna, utiliza muchos plenos de color, estos llamativos para captar la atención del público.

### ANÁLISIS PRAGMÁTICO

El sistema que utiliza apunta al ámbito comercial, destinado a personas interesadas en conocer el parque.

Sus piezas gráficas presentan un lenguaje informal y la fotografías es de gran uso.





## PARQUE NACIONAL IGUAZÚ – MISIONES

### ANÁLISIS SINTÁCTICO

El parque posee un logotipo por parte de una empresa Concesionaria encargada de los servicios del mismo.

Presenta variedad de recursos y técnicas gráficas (ilustraciones, fotografías, tipografías, collages).

El logotipo, es a base de una tipografía display, san serif.

Para difusión en forma digital la utilización del paisaje, flora y fauna del parque es de gran uso, está presente en todas sus piezas, ya sea de formas fotográficas e ilustrativas.

Utiliza varias familias tipográficas, san serif para textos y display para destacar palabras claves.

Los colores se encuentran dentro de la misma gama de verde, en todas sus publicaciones.

Para la señalización de ítems y/o senderos en publicaciones utiliza colores que generen contraste.

El diseño de la web se destaca un estilo limpio lo que genera una lectura fácil.

### ANÁLISIS SEMÁNTICO

En sus piezas predomina lo reglamentado por la A.P.N.

El objetivo es difundir e informar sobre el parque.

### ANÁLISIS PRAGMÁTICO

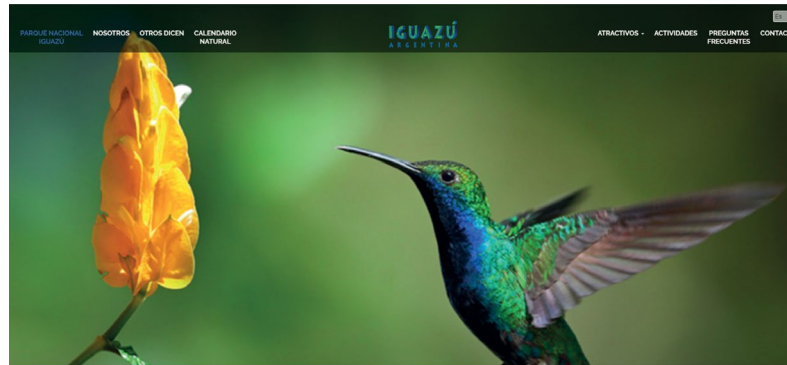
El logotipo presenta un concepto de clima tropical, apunta al ámbito comercial destinado a personas interesadas en conocer el parque.

Sus piezas gráficas presentan un lenguaje formal en sus mensajes.

PROPUESTAS DE DISEÑO POR EMPRESA

# IGUAZÚ

## ARGENTINA®



### PARQUE NACIONAL IGUAZÚ

MARAVILLA DEL MUNDO

PATRIMONIO NATURAL DE LA HUMANIDAD

Las majestuosas Cataratas del Iguazú se encuentran en el interior del Parque Nacional Iguazú, un área de preservación de la naturaleza que abarca 67.720 hectáreas en el extremo norte de la Provincia de Misiones, en la República Argentina.

Se trata de un sistema de 275 saltos de agua en plena Selva Paranaense, ubicados a 27 kilómetros de la desembocadura del Río Iguazú en las aguas del Río Paraná, punto en el cual se encuentran las fronteras de Argentina, Brasil y Paraguay; y en el que se engloban las ciudades de Puerto Iguazú, en el lado argentino, Foz de Iguazú en el lado brasileño y el conglomerado urbano Ciudad del Este/Presidente Franco, del lado paraguayo.

Datos Cifrados:

- Las Cataratas tienen un ancho de 2,7 kilómetros (o 1,7 millas). Su altura varía entre los 60 metros (200 pies) y 82 metros (269 pies) y su caudal de agua promedio es de 2.800 m<sup>3</sup>/s.
- Una gran parte del agua de las Cataratas cae en la Garganta del Diablo- un largo abismo que es de 82 metros de altura, 150 metros de ancho y 700 metros de largo. Este abismo es en forma de "U".
- Dos tercios de las Cataratas del Iguazú están en el lado de Argentina.
- Las Cataratas del Iguazú se formaron como resultado de una erupción volcánica.
- Las Cataratas del Iguazú pueden ser vistas en muchas películas, incluyendo "La Misión", "Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull", "Mc Magoo", "Miami Vice" y muchas más.
- Durante 2017 visitaron el Parque Nacional Iguazú 1.500.000 visitantes.



## ANTECEDENTES DIRECTOS

### Áreas naturales protegidas en San Juan

San Juan dispone de 2.248.416 hectáreas bajo distintas categorías de conservación. De éstas, una parte están bajo jurisdicción nacional, en tanto dependen de la provincia. Algunas son de propiedad privada. En la Argentina, San Juan es la provincia con mayor porcentaje de superficie bajo normas especiales de conservación .

Denominación	Fecha de creación	Figura de protección
Valle Fértil	1971	Reserva de Uso Múltiple
Ischigualasto (o Valle de La Luna)	1971	Parque Provincial
San Guillermo	1972	Reserva de biosfera
Parque Presidente Sarmiento	1980	Reserva de uso múltiple / Parque provincial
Embalse Quebrada de Ullúm	1981	Paisaje Protegido
Cerro Alcázar	1993	Monumento Natural
Don Carmelo	1993	Reserva Privada de Uso Múltiple
Los Morrillos	1993	Refugio Privado de Vida Silvestre
Pedernal	2000	Paisaje protegido
Limo Arcilloso	2002	Paisaje protegido
La Ciénaga	2005	Área natural
Médano Grande		Régimen de gestión privada
El leoncito		Parque Nacional
Lagunas de huanacache		Humedal, Sitio Rasmarr

### ANÁLISIS SINTÁCTICO

Presenta una acotada variedad de recursos, en los carteles como la utilización de materiales naturales (madera, piedra).

Destaca el uso de tipografías con serif, caladas sobre el material.

Para los textos el color amarillo se utiliza en sus piezas de señalética, ya que garantiza un mayor contraste con la superficie oscura de la madera.

En sus piezas predomina el uso del material natural.

### ANÁLISIS SEMÁNTICO

El objetivo es de informar al turista que está en una área natural.

### ANÁLISIS PRAGMÁTICO

En los carteles solo aparece el nombre del lugar, su figura de protección y la ley que la contempla.

La folletería depende de cada lugar, esto quiere decir que existe un sistema único de diseño.



CARTELERIA DE LAS ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS EN SAN JUAN





## **2. PRESCRIPCIÓN**

## 1.8. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

### OBJETIVOS GENERAL

Diseñar un sistema complejo de identidad visual para el Parque Provincial Ischigualasto.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Construir una identidad única al parque, generar la señalética necesaria, y una mejor difusión del lugar.

Generar piezas de comunicación que promocionen el Parque Provincial Ischigualasto al turismo provincial, nacional y mundial.

Ordenar y señalizar los senderos.

## 2. PRESCRIPCIÓN

### ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El concepto principal del proyecto es la representación abstracta del paisaje de Ischigualasto, por medio de siluetas. Como segundo concepto la representación del cielo para mostrar los diferentes momentos en el que se puede visitar.

### ESTRATEGIA CREATIVA

Se pensó trabajar con las geoformas, ya que es uno de los elementos que hace al Parque reconocido. A partir de esto se logró generar tres grupos: Geoformas del circuito, que se perdieron y nuevas.

Con la abstracción de las mismas surge la idea de generar que el receptor interprete la silueta de acuerdo a su imaginación.

Para la realización de las formas, se pensó en algunos ejemplos de la fauna del lugar y objetos típicos de San Juan.

De esta manera tenemos tres grupos diferenciados:

#### ***Geológica; Social; Fauna***

Con las siluetas ya generadas, tenemos varias opciones de uso, en forma de texturas o por separado.

La paleta de colores surge a partir del propio lugar, diferentes tonos de rojos y marrones, agregando también colores del cielo en sus tres fases, amanecer, atardecer y anochecer.

## ESTRATEGIA DE MEDIOS

### Identidad Visual

- Marca: normativas de uso, variables de color, entre otros.

### Aplicaciones

- Mapa del lugar
- Cartel del museo
- Entradas
- Señalética dentro del parque

### Difusión

- Afiches publicitarios:
  - Vía Pública: verticales y horizontales
  - Digital
- Folleto informativo
- Animación publicitaria

### Productos promocionales

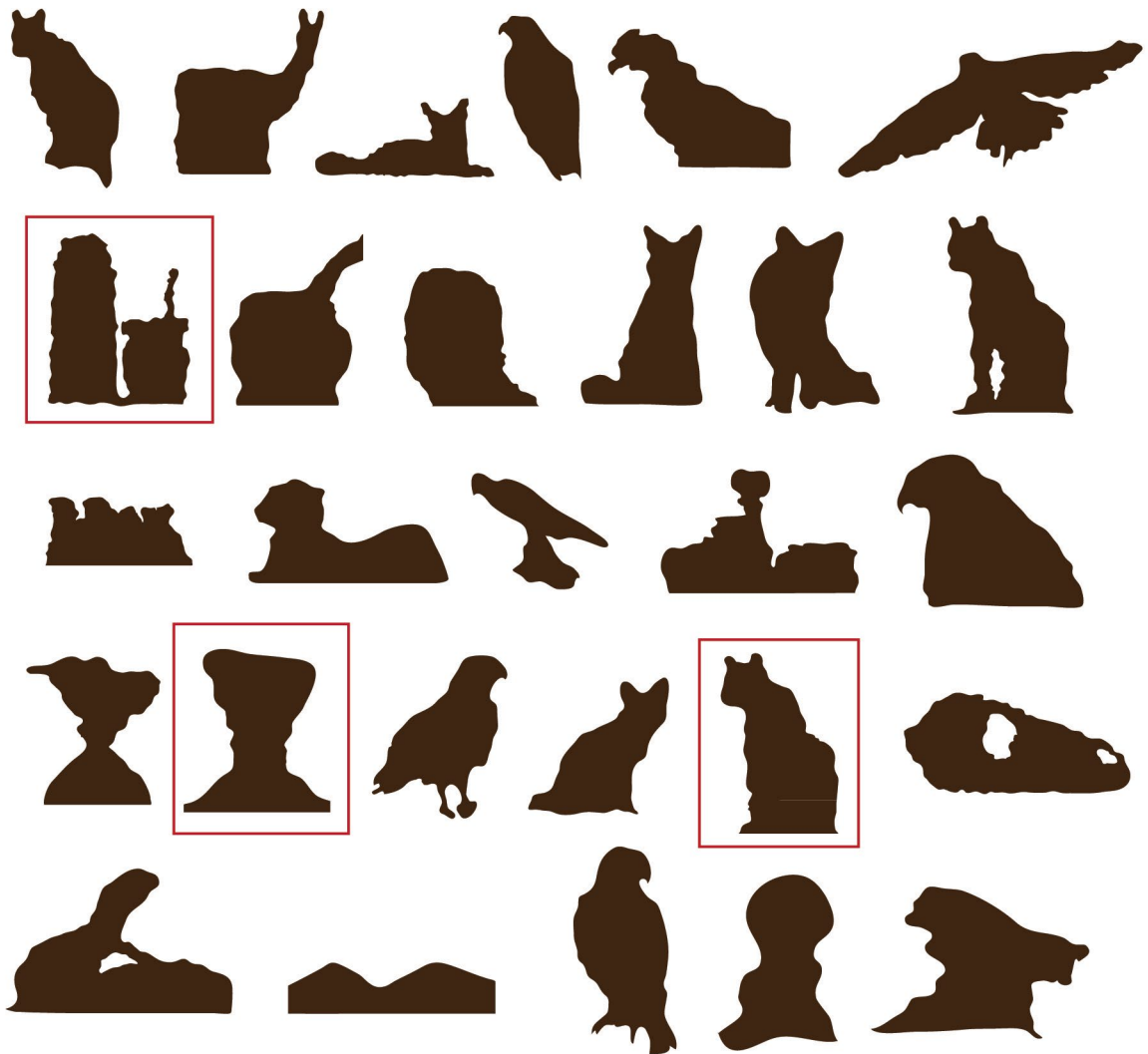
- Remeras
- Gorras
- Pines
- Mochilas
- Tazas

## 3. SOLUCIÓN

### 3.1 ANTEPROYECTO

#### PRIMEROS BOCETOS DE GEOFORMAS

Se hizo una exploración sobre el tema y visita al Parque, a partir de eso, surge la idea de utilizar las geformas, características del lugar. Para generar las geformas se utilizarón diferentes elementos, teniendo en cuenta, en primera instancia, factores como las piedras del lugar, la fauna y objetos de la provincia. Al tener una gran variedad de formas, se decidió que se utilizarían solo tres para acompañar el concepto.



En segunda instancia se decidió reemplazar y elegir más formas.  
Se modificaron parte de las siluetas para que de esta manera se refuerce el concepto de las formas y contraformas.  
Se utilizó como regla trabajar con tres grupos:



## PRIMEROS BOCETOS DE AFICHES

Las primeras propuestas de afiches se enfocaban en un elemento puesto en centro de la pieza para destacarle, acompañado con una frase de forma metafórica invitando al Parque.

La utilización del color de fondo generaba una diferencia entre los afiches, las formas y a su vez un mayor contraste de los mismos otorgándoles protagonismo.

La idea de generar formas y contraformas no se descartó; pero se descartó la elección de las frases, ya que no eran lo suficientemente llamativa y la diagramación, ya que no presentaba jeraquías en sus textos, dificultando una buena lectura.



Una segunda propuestas de afiches, se utilizó las nuevas geoformas, generando un sistema más amplio de afiches.

A los pares de elemento se les asignaron un color para diferenciarlos, acompañado con una frase de forma metafórica, haciendo referencia al elemento en sí y al parque. La utilización del color de fondo fue la misma para todos los afiches ya que el contraste era mayor.

En cuanto a la diagramación mejoró pero se descartaron las frases, ya que seguían siendo muy poco atractivas y/o las metáforas planteadas eran complejas.





En estas propuestas se probaron las frases, como también la utilización de degradé para los fondos. Se buscó que se genera efecto del cielo. Se optó que el nombre del parque esté en primera lectura, acompañada la frase en una segunda lectura.

Los mismos fueron mejorados en última instancia por decisión propia, para reforzar aún más los conceptos con los que se estaban trabajando.



## IDENTIDAD / MARCA

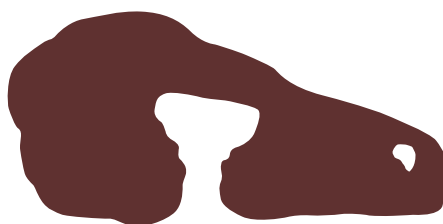
La idea se aprobó en primera instancia, pero sufrió cambios, como una mejor proporción y la lectura en primera instancia, el nombre del parque.

## PRIMER PROPUESTA



Parque Provincial  
**ISCHIGUALASTO**

## SEGUNDA PROPUESTA



**ISCHIGUALASTO**  
PARQUE PROVINCIAL

## **4. REALIZACIÓN**

## 4.1 PROYECTO

### TIPOGRAFÍA

Para la marca y textos informativos se utilizó la tipografía Montserrat por ser sans serif, moderna y geométrica con múltiples variantes en sus alturas y pesos. Es de licencia libre y gratuita para uso personal. Creada por Julieta Ulanovsky.

## MONTSERRAT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 ()%&!¿?

Estas *leyendo* un texto de prueba *donde te mostramos* **las variantes de esta fuente tipográfica 1234567890 () \$¿?!¿&**

Thin

*Thin italic*

Extra light

*Extra light italic*

Light

*Light italic*

Regular

*Italic*

Medium

*Medium italic*

Semi bold

*Semi bold italic*

**Bold**

***Bold Italic***

**Extra bold**

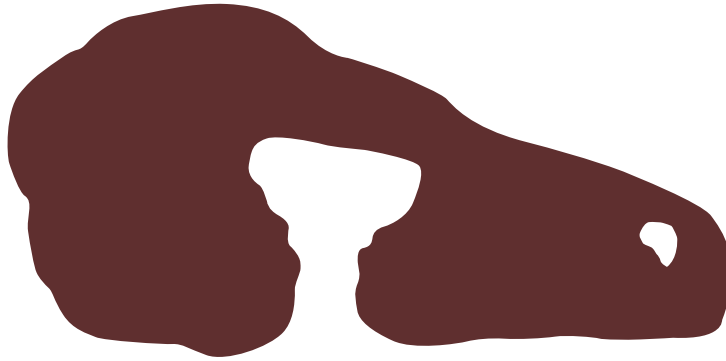
***Extra bold italic***

**Black**

***Black italic***

## MARCA

La marca está formada por dos elementos muy representativos del lugar, el Eoraptor Lunensis, primer fósil y uno de los más antiguos del mundo encontrado en el Parque y la geoforma emblemática "El Hongo".



# ISCHIGUALASTO

## Parque Provincial

## GRILLA CONSTRUCTIVA



## PARÁMETROS

Tamaños mínimos para la utilización de la marca.



## COLOR DE LA MARCA



**PANTONE P 56-15 U**  
C: 36 / M: 75 / Y: 63 / K: 52  
R: 104 / G:52 / B:49

## VARIABLES DE COLOR

Color



Escala de gris



Positivo



Negativo



## GEOFORMAS

En la mayoría de las piezas se usarán como recurso gráfico las geoformas, ya que son un elemento muy característico del parque.

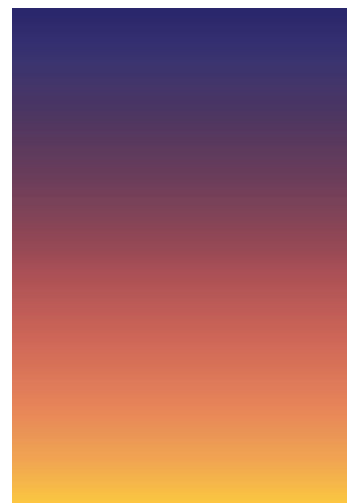
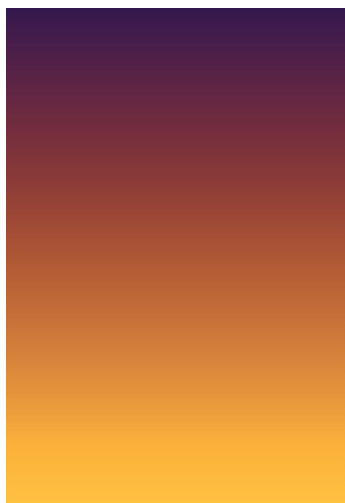
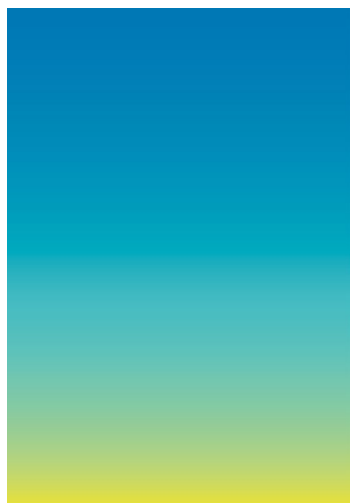
La idea es que al usarlas generen cierto misterio y a su vez el receptor pueda interpretarlas a su manera.

La abstracción de las estas generan a su vez contraformas con los fondo que se vayan a utilizar.



## CIELOS

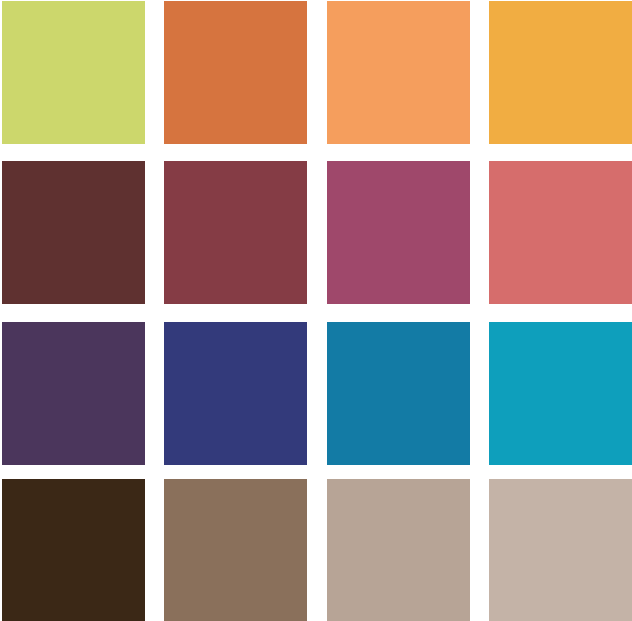
Para algunas piezas del sistema, se pensó la utilización de gradientes de colores, variando las tonalidades, a modo de representación del cielo en sus diferentes etapas: amanecer, atardecer y anochecer.





**PALETA DE COLORES PARA APLICACIONES**

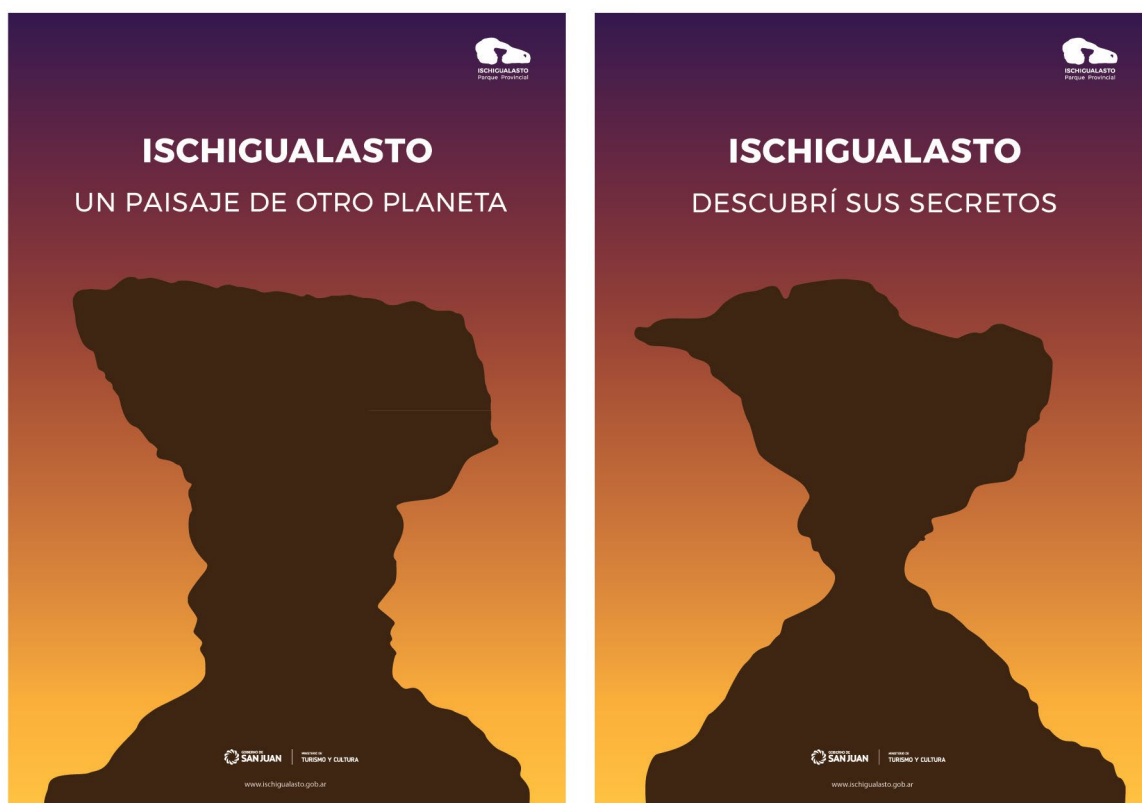
De acuerdo a la temática, la paleta surge a partir de la selección de colores tierra y del cielo, estos ya utilizados, pero esta vez, separados y saturandolos para su uso en las aplicaciones.



## AFICHES PUBLICITARIOS

Los afiches se pensaron como un sistema y que a su vez tiendan a diferenciarse uno de otros, de esta manera obtendremos un sistema abierto. Los dividimos en tres grupos de dos afiches, y cada par tendrá un degrade diferente de fondo. La información que llevará cada afiche será mínima, ya que la idea es que sea de rápida lectura y que genere en el receptor interés sobre parque.

Primer par de afiches: Geología



Soporte: papel obra 150gr  
Sistema de impresión: offset  
Post-prensa: guillotinado  
Medidas: 70cm x 100cm

Segundo par de afiches: Fauna



Soporte: papel obra 150gr  
Sistema de impresión: offset  
Post-prensa: guillotinado  
Medidas: 70cm x 100cm

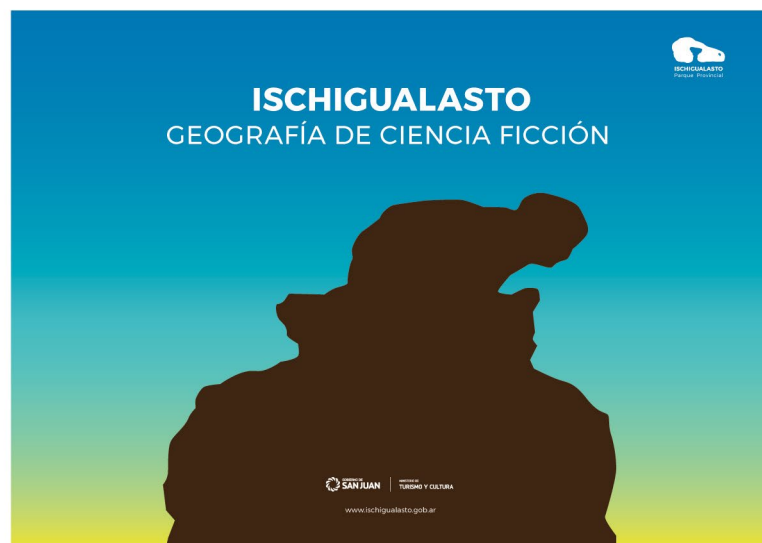
Tercer par de afiches: Social



Soporte: papel obra 150gr  
Sistema de impresión: offset  
Post-prensa: guillotinado  
Medidas: 70cm x 100cm

## VERSIÓN HORIZONTAL

En caso donde cambia el soporte, se pensó en otras dos figuras que se amoldan perfectamente al formato horizontal.



Soporte: papel obra 150gr  
Sistema de impresión: offset  
Post-prensa: guillotinado  
Medidas: 70cm x 100cm

## FOLLETO

Se realizó folleto informativo de formato cuadrado tríptico, donde se hablará sobre la historia del parque, como llegar a él, sobre los circuitos que se hacen, etc.

En la tapa sólo se usa la misma lógica que en los afiches, en primera lectura el nombre del parque, y en segunda una frase que acompañe al concepto. Como es un folleto turístico se usará varias imágenes a modo de muestra un poco el lugar.

Se podrán adquirir en el mismo parque, fiestas nacionales, eventos de turismo y en otros edificios públicos pertenecientes al gobierno.



Soporte: ilustración 115grs  
Sistema de impresión: offset  
Post-prensa: guillotinado  
Medidas: 42cm x 14cm (folleto extendido)



## ENTRADAS

Como el Parque tiene diferentes precios dependiendo del turista y para cada circuito, se decidió diferenciarlos por color y geoforma.

Para el circuito tradicional se utilizarán dos:

- Naranja: Residente sanjuanino
- Bordó: Turista

Para los demás circuitos que brinda el Parque se utilizará el morado.



Soporte: obra 115grs

Sistema de impresión: offset

Post-prensa: guillotinado

Medidas: 14cm x 6cm

## WEB

En una primer visualización de la web, vamos a ver diferentes banner con diferentes temas.

En la parte inferior se encontrará botones para las diferentes redes sociales que utilizan.

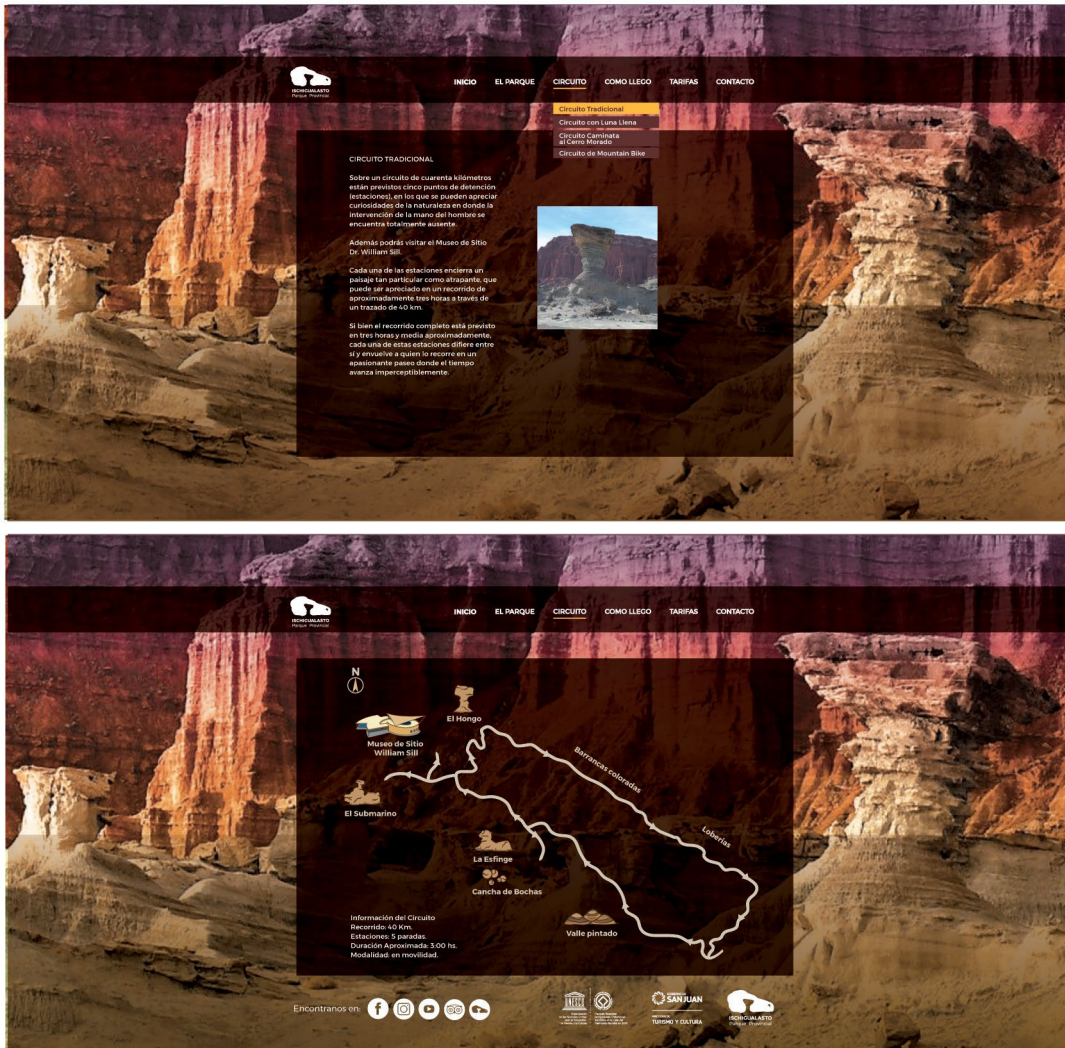
La página web contará con una interfaz fácil de utilizar, donde en la parte superior se encontrarán los botones para diferente información:

- EL PARQUE: La historia del Parque Provincial Ischigualasto.
- CUIRCUITO: Se explicará e informará sobre los diferentes circuitos que se pueden realizar, y también se mostrarán mapas ilustrativos.
- COMO LLEGO: Se explicará las direcciones para llegar al parque, ya que se puede acceder de diferentes maneras.
- TARIFAS: Se mostrarán los precios de entrada, como así también la diferencia entre ciudadanos, turista y circuitos.
- CONTACTO: Numeros de teléfono, correos electronicos, etc.



Las secciones contará con un recuadro para mostrar la información. En algunos caso, como en la seccion de circuitos se desplazará un submenú donde se podra seleccionar el circuito interesado. En el ejemplo se muestra el circuito tradicional, una fotografía y el mapa con sus estaciones.

Lo único que se modifica con la barra de scroll es el contenido dentro del recuadro. Eso quiere decir que tanto el fondo, como la barra de botones superior e inferior quedan estáticos.



## PICTOGRAMAS

Se crean los pictogramas tomando como punto de partida el repertorio utilizados universalmente. Los mismos se clasificaron dependiendo del mensaje para el que fueron pensados.

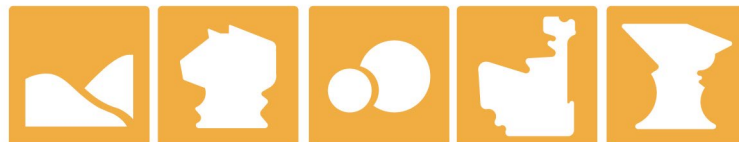
Se formaron cinco grupos diferenciados por colores:

- Orientación (marrón)
- Servicios públicos (azul)
- Actividad comercial (naranja)
- Reglamentaciones (bordó)
- Uso dentro del parque (amarillo)

Para los pictogramas se utilizó formas visualmente reconocidas, simplificando los detalles, los ángulos son suavizados con curvas y se unifican mediante la integración de un mismo formato, un cuadrado también con los ángulos redondeados.



Como las geoformas no cumplen con el requisito de los pictogramas de ser visualmente reconocida, se establece que solo se utilizarán en la señalética de cada geoforma.





## CARTEL PRINCIPAL

El cartel informativo, estará ubicado de forma estratégica, para que el turista pueda visualizarlo fácilmente al llegar al parque.

En él se encontrará a modo de infografía, ilustraciones del parque, el recorrido del circuito tradicional, las estaciones, los edificios que se encuentran e información adicional.

La función que tiene es hacer que el turista pueda ubicarse en el lugar y contemplar lo que el parque le ofrece.

Se agrega un listado de recomendaciones, de tal manera que se cumplan y respeten.

El modo de colocación será soldando el material, luego se colocará el vinilo autoadhesivo en su respectivo lugar.



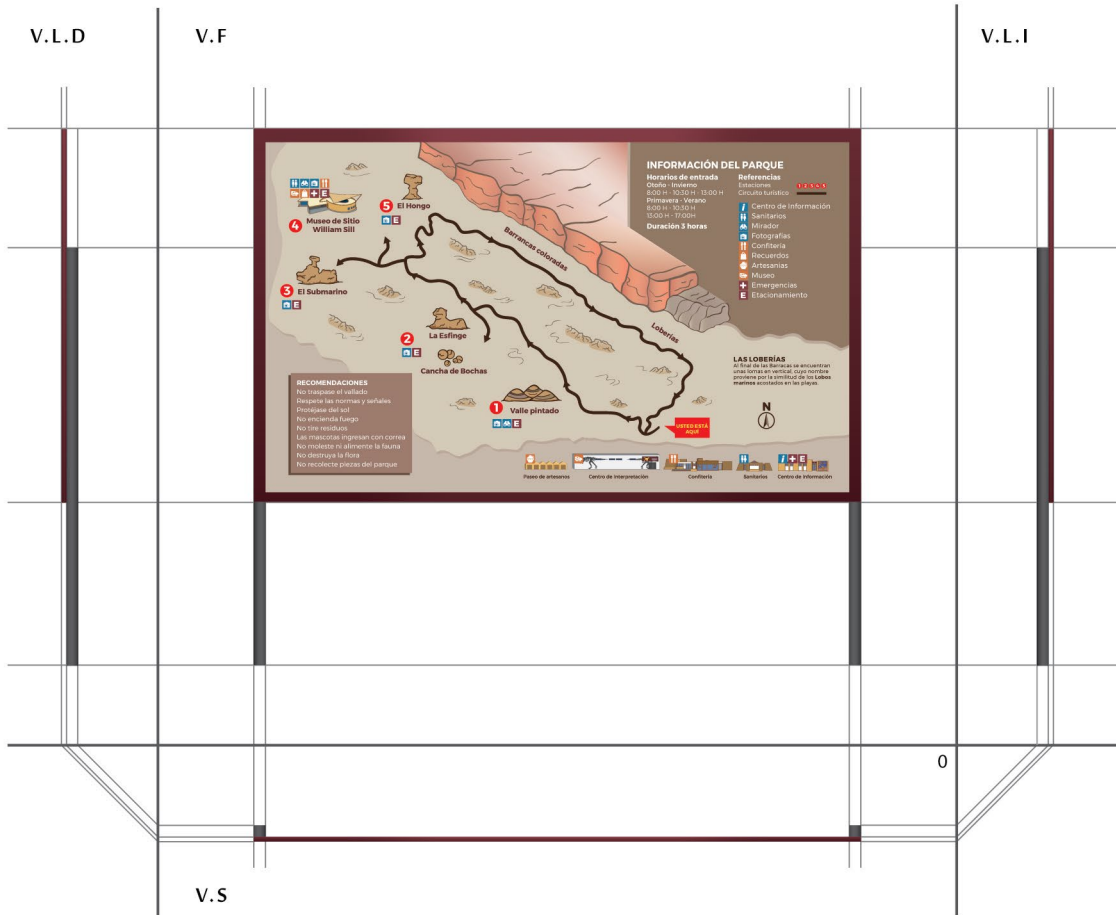
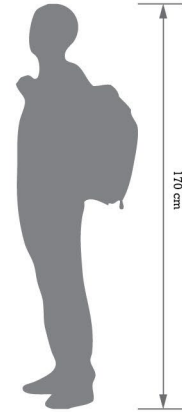
Soporte: Vinilo Autoadhesivo

Sistema de impresión: offset

Material de soporte: Metal

Medidas: 250cm x 150cm

# Escala y vistas del cartel principal



## SEÑALETICA

### SEÑALETICA DE LAS ESTACIONES

A modo de señalar dentro del parque, se pensó en un sistema de señalética que estarían ubicadas en lugares estratégicos, que serviría para transmitir un mensaje, en este caso sería los nombres de cada estación y la flora que se encuentre cerca del sendero.

El modo de colocación será soldando el material, luego se colocará el vinilo autoadhesivo en su respectivo lugar.



Soporte: Vinilo Autoadhesivo  
Sistema de impresión: offset  
Material de soporte: Metal  
Medidas: 120cm x 30cm



## SEÑALETICA DE LA FLORA

**RETAMO**  
(*Bulnesia retama*)

**ALGARROBO  
DULCE**  
(*Prosopis flexuosa*)

**CHILCA**  
(*Baccharis salicifolia*)

**CHAÑAR**  
(*Geoffroea decorticans*)

**JUME**  
(*Allenrolfea patagonica*)

**JARILLA**  
(*Larrea Cuneifolia*)

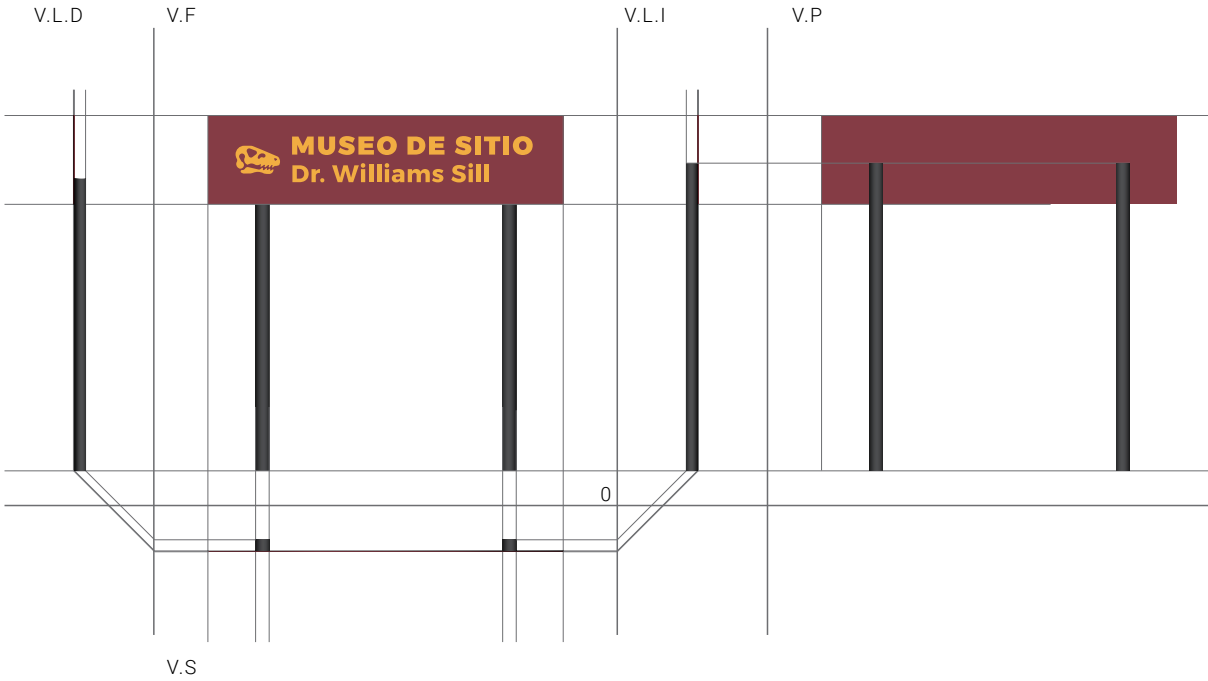
Soporte: Vinilo Autoadhesivo

Sistema de impresión: offset

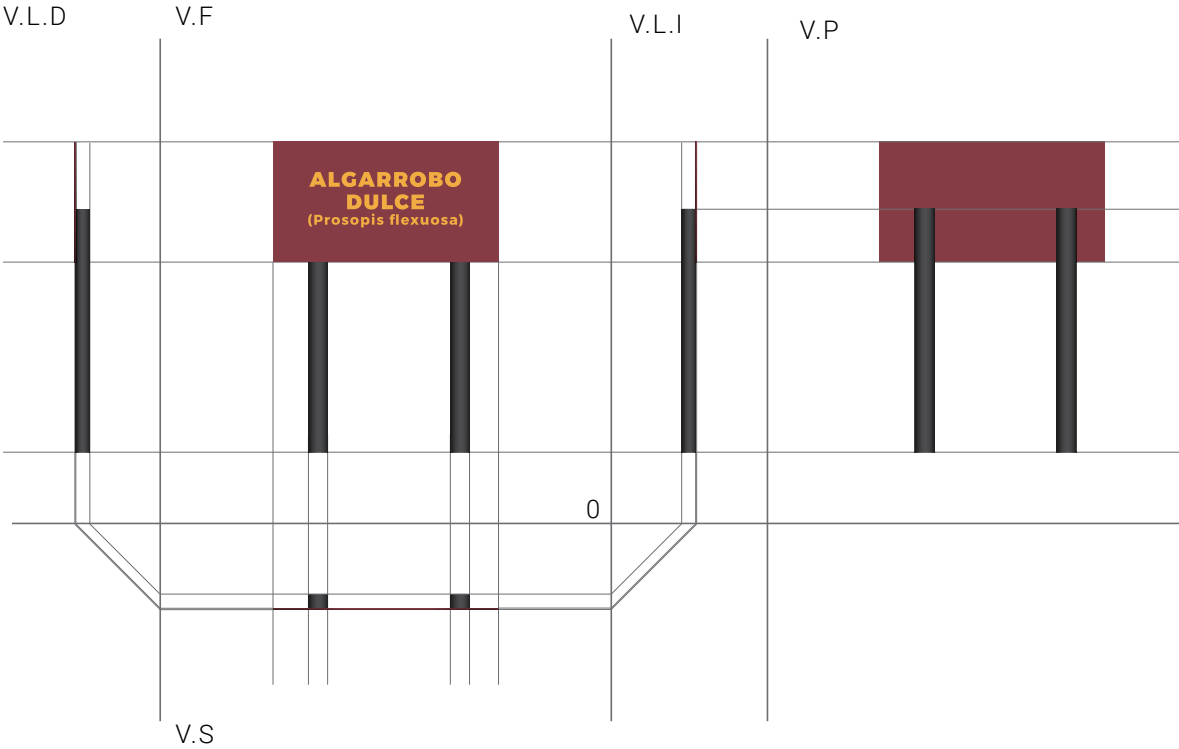
Material de soporte: Metal

Medidas: 120cm x 30cm

ESCALA Y VISTAS DE LAS SEÑALES



ESCALA Y VISTAS DE LAS SEÑALES



## DIFUSIÓN POR REDES SOCIALES

Para la difusión por medio de redes sociales se tomó como decisión el uso de la fotografía, por ser piezas con mayor carga de detalles. Se toma como elemento la gradiente de color utilizado en las piezas, fusionandolo con las fotografías de modo que genere impacto visual. La marca se posiciona en la parte inferior, junto a la de el Gobierno de San Juan y en esta sección se agrega un degradé mas oscuro que permite una mayor lectura en la información.



## MERCHANDISIGN

Consiste en productos planteados como serie.

Los productos poseen recortes y/o uniones de las geofomas utilizadas, creando nuevas formas y contraformas.

En algunos elementos se deja de lado los degradé para utilizar plenos de colores, extraídos de la paleta planteada.

## MOCHILAS



Soporte: Tropical mecánico

Prensa: sublimación

Medidas: 20cm x 30cm

## REMERAS



Soporte: Spun  
Prensa: sublimación  
Medidas: Estandar (s,m,l,xl,xxl,xxxl)

## TAZAS

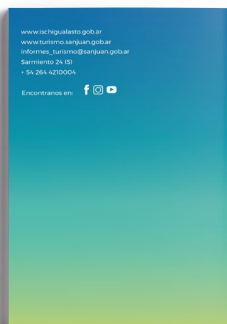
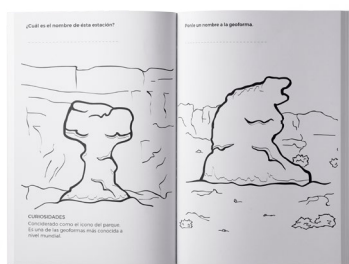
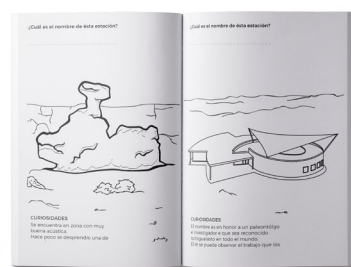
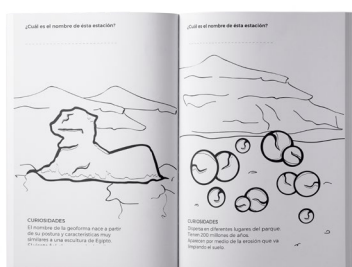


Soporte: Cerámica  
Sistema de impresión: Sublimación  
Medida: 8 cm de diametro / 9,5 cm de alto





# LIBRO PARA COLOREAR



Soporte: obra 115grs  
 Sistema de impresión: offset  
 Post-prensa: guillotinado  
 Encuadernación: Engrampado  
 Medidas: A5

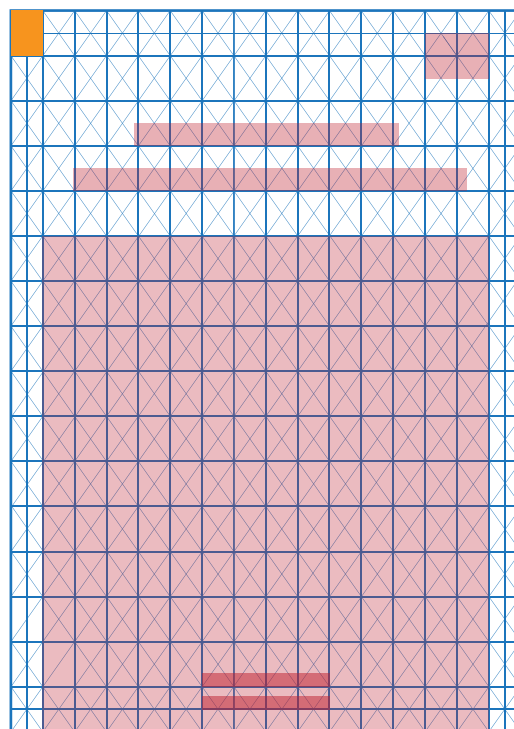
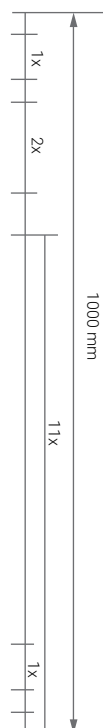
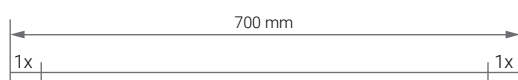
## 4.2 INFORME TÉCNICO: GRILLA MODULAR

### AFICHE VÍA PÚBLICA

El módulo de la grilla está determinado por un rectángulo obtenido del método de la doble diagonal.



Medidas: las medidas se adaptarán de acuerdo al espacio dónde se utilizará. Partiendo de una medida como base de 50 x 70 cm.

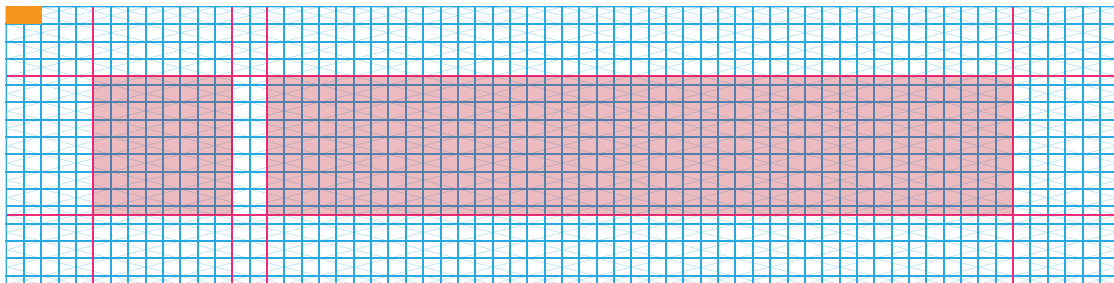
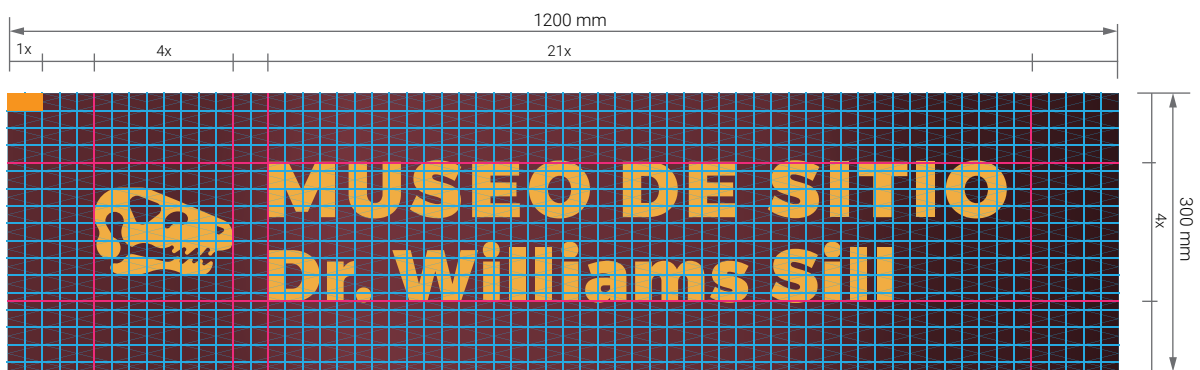


## SEÑALÉTICA PARA ESTACIONES

El módulo de la grilla está determinado por un rectángulo obtenido del método de la doble diagonal.

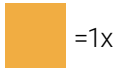


Medidas: las medidas se adaptarán de acuerdo al espacio dónde se utilizará. Partiendo de una medida como base de 120 x 30 cm.

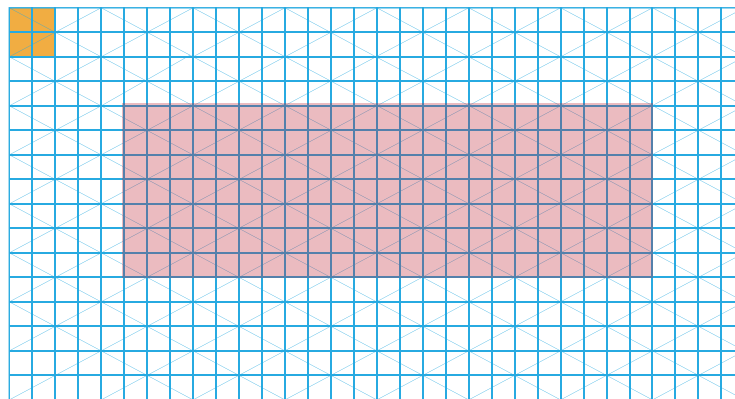
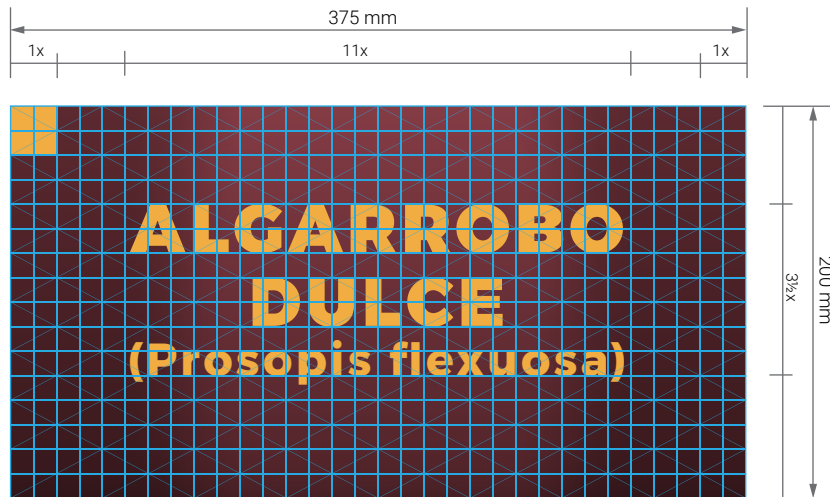


## SEÑALÉTICA PARA FLORA

El módulo de la grilla está determinado por un rectángulo obtenido del método de la doble diagonal.

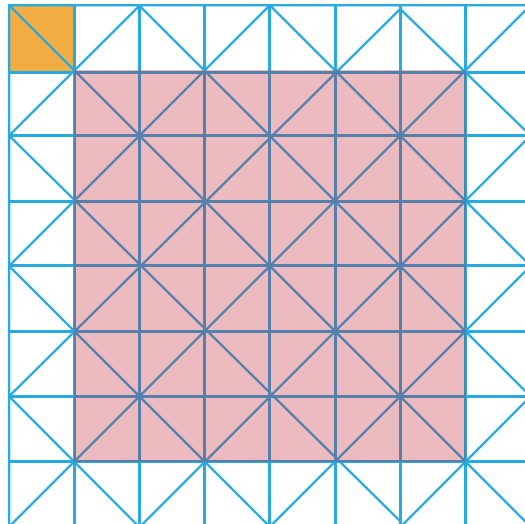
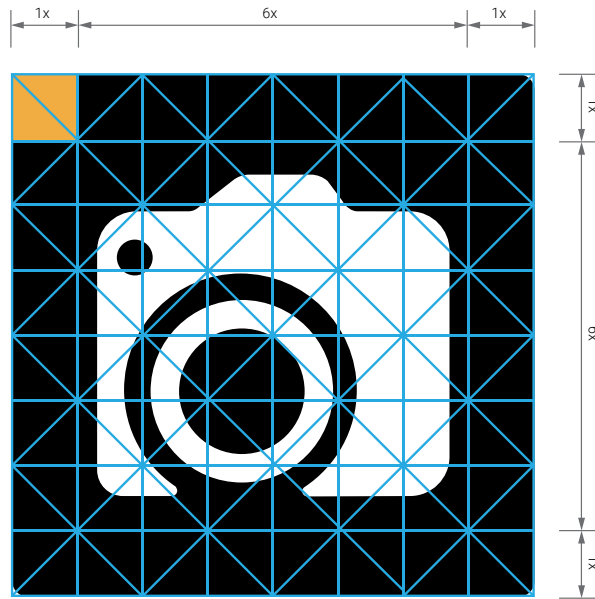
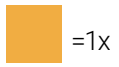


Medidas: las medidas se adaptarán de acuerdo al espacio dónde se utilizará. Partiendo de una medida como base de 37,5 x 20 cm.



## PICTOGRAMA

El módulo de la grilla está determinado por un rectángulo obtenido del método de la doble diagonal.





4.3 CONTEXTUALIZACIÓN

















#### 4.4 BIBLIOGRAFÍA

- O, Tegaldo., S, Da Re., P, Hasenclever y M, Furcade. (2013). Normas gráficas para la realización de carteles. Argentina. Editorial APN.
- Administración de Parques Nacionales. (2013). Sistema de Pictogramas de la APN. Argentina. Editorial APN.
- Costa, J. (2001). Imagen Corporativa en el siglo XXI. Argentina. Editorial La Crujía.
- Costa, J. (2007). Enciclopedia del diseño. España. Editorial Ceac
- Costa, J. (2003). Diseñar para los ojos. España. Editorial La Biblioteca De La Alhambra.
- E, González-Miranda y T, Quindós. (2014). Diseño de iconos y pictogramas. España. Editorial Campgráfic.
- A, Monti. (2004). Ambiente natural I. Recuperado de: (<http://www.biblioteca.unp.edu.ar>)
- L, Kichquie. (2005). Aporte para un mejor funcionamiento del Parque Ischigualasto. Recuperado de: (<http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC059955.pdf>)
- Parque Provincial Ischigualasto. Recuperado de: (<http://www.ischigualasto.gob.ar/sp/el-parque/>)
- La Nación. (2016). Ischigualasto, donde a las piezas las cincela el viento. Recuperado de: (<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/ischigualasto-donde-a-las-piezas-las-cincela-el-viento-nid1927510>)
- Peltzer, G. (2014). El lugar donde se posa la luna. Recuperado de: (<https://www.elterritorio.com.ar/nota4.aspx?c=9582176912800389>)
- UNESCO. Recuperado de: (<https://es.unesco.org>)
- RT. (2015). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) recuperado de: (<https://actualidad.rt.com/rtpedia/177856-organizacion-educacion-ciencia-cultura-unesco>)