

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES

CARRERA DISEÑO GRÁFICO CON MENCIÓN EN
COMUNICACIÓN VISUAL

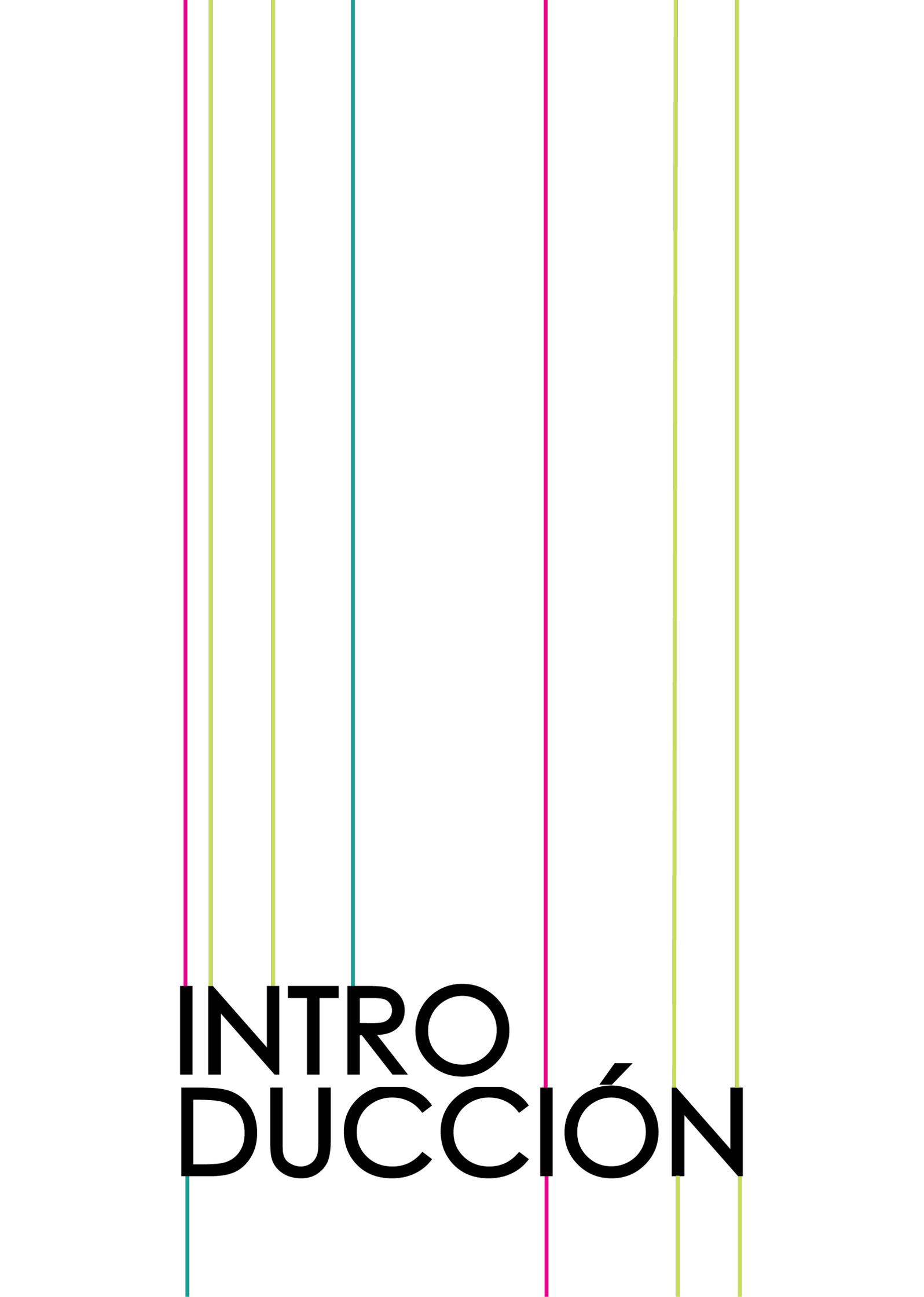
María José Ormaza Cortez

2011
Quito - Ecuador

Tema: Propuesta de configuración de una Arquitectura Visual para promocionar los productos de las comunidades circundantes a la zona “Nariz del Diablo”.

1 Introducción	4
1.1 Antecedentes	5
1.2 Problema	6
1.3 Objetivos	6
1.3.1 Objetivo principal	6
1.3.2 Objetivos específicos	7
1.4 Delimitación y Alcances	7
1.5 Justificación	8
1.6 Usuarios	8
1.7 Metodología	8
1.8 Sistematización proyectual	11
2 Marco Conceptual	12
2.1 Alausí Ciudad Patrimonial	13
2.2 Patrimonio	13
2.3 Entorno Social y Cultural en el Ecuador	14
3 Marco Teórico	16
3.1 Semiótica del Diseño	18
3.1 .1 Relación entre la semiótica Visual y aplicaciones con el Diseño Gráfico	23
3.2 Poética y Retórica del Diseño Gráfico	25
3.2.1 Retórica visual	25
3.2.2 Poética visual	25
3.3 Estructuración del lenguaje visual	26
3.3.1 Herramientas del lenguaje visual	27
3.3.2 Herramientas de configuración	27
3.3.3 Herramientas de organización	28
3.3.4 Tipos de representaciones mediante el lenguaje visual	28
3.4 Signo Visual	28
3.4.1 Tipos de signos visuales	28
3.4.2 Niveles del Signo Visual	28
3.4.3 Punctum	30
3.5 Imagen visual	30
3.5.1 La visualidad de la realidad; explicaciones históricas	30
3.5.2 Teoría de los reflejos especulares	31
3.6 El Diseño y Comunicación	33
3.6.1 La creatividad y la Comunicación	34
3.6.2 Principios de Diseño: requerimientos funcionales	34
4 Desarrollo	38
4.1 Investigación y análisis de la información	39
4.2 Análisis de los elementos existentes	42
4.2.1 Análisis Semiótico de los elementos existentes	43
4.3 Diagnóstico	50
4.4 Aplicaciones	56
4.5 Retroalimentación	77
Conclusiones & Recomendaciones	82
Bibliografía	85
Anexos	88

El tren llegó a ser uno de los mejores proyectos construidos en el Ecuador; con gran éxito permitió el intercambio de productos entre la Sierra y la Costa, el comercio para todas las comunidades mas escondidas del Ecuador fue un elemento principal para el desarrollo socio-económico-cultural de los pueblos.



INTRO DUCCIÓN

1.1 Antecedentes

A mediados del siglo XVIII, cuando el Ecuador vivía al ritmo lento de los coches y carretas de caballos, la Asamblea Constituyente de 1861, autoriza la contratación de empresas nacionales o extranjeras para que se construya el ferrocarril. Doce años después (1873) Gabriel García Moreno pone en servicio 91 Kilómetros de vía férrea entre Yaguachi y Milagro. Tras su muerte, 22 años más tarde (1895) con el triunfo de la Revolución Liberal, la obra es retomada por el General Eloy Alfaro Delgado, quien realiza contactos con varias compañías americanas; siendo el principal interesado el Ing. Archer Harman. En 1897, se conforma la Empresa “The Guayaquil and Quito Railway Company”², con la que se celebró un contrato para la ejecución de la obra por un monto de \$12'282.000,00, que debían ser pagados por el Estado en bonos graduales. Pero el costo de la monumental obra fue aún más alto; debido a la pérdida de centenares de vidas de obreros que murieron como consecuencia de enfermedades. Por ello, no era nada nuevo que en los caminos de la montaña pasen plataformas llenas de cadáveres para ser sepultados en fosas comunes. Plagas y enfermedades que no perdonaron la vida de cientos de trabajadores ni la del hermano de Archer Harman, el mayor Jhon Harman, ingeniero Jefe de la obra, ni la de sus ayudantes: George Davis y William Shunk³.

Fue así como Archer Harman se constituye en el constructor del Ferrocarril Trasandino Nacional, considerado el “Ferrocarril más difícil del mundo” con la contribución de profesionales nacionales, extranjeros y más de 4.000 Jamaíquinos. La obra concluye tras 11 años de intenso trabajo y una serie de dificultades que fueron superadas el 25 de junio de 1908 con la inauguración oficial del “Ferrocarril del Sur”⁴. La historia del ferrocarril se remarcó en 1901 en el cerro conocido desde tiempos atrás como la Nariz del Diablo (Pistishí), montaña de roca completamente perpendicular de 1.900 metros de altura sobre el nivel del mar, en donde con arduo trabajo

y dinamita se colocaron las paralelas de acero hasta completar un zig-zag de casi dos kilómetros a una altura de 800 metros con una pendiente de 45 grados. (A lo que se le denominó “Nariz del Diablo”)⁵.

El atractivo turístico de la “Nariz del Diablo” está ubicado en la provincia de Chimborazo. Por ser este tramo férreo se dio el nombre particular de “El tren más difícil del mundo”⁶ el mismo que se ha considerado como punto estratégico de turismo, Siendo además uno los cuatro tramos del ferrocarril habilitados actualmente, ya que los otros destinos ferroviarios se encuentran destruidos por la corriente de “El Niño”⁷.

Se remarcan tres estaciones principales en la línea férrea de la “Nariz del Diablo”

Primera (Punto de salida opcional, ofrece 2 horas de viaje adicional) Estación de Riobamba.

Segunda (Punto estratégico de partida al sitio turístico) Estación de Alausí.

Tercera (Ubicada en el sitio turístico) Estación de Pistishí.

Alausí es un cantón de la Provincia de Chimborazo, se sitúa en una altitud promedio de 2.340 msnm. La cota más baja del cantón es de 1.225 msnm, en la parroquia Huigra y la mayor se encuentra a 3.340 metros sobre el nivel del mar en Achupallas.

Tiene una superficie: de 1.707 km², la temperatura media es de 14 a 15 °C.

Alausí esta constituido por 10 Parroquias: 1 urbana y 9 rurales. La urbana es Alausí Central y las rurales son: Tixán, Sibambe, Huigra, Pistishi, Guasuntos, Achupallas, Sevilla, Pumallacta, y Multitud.

La población cantonal es de 42.823 habitantes, de los cuales 20.200 son hombres y 22.623 son mujeres y constituye el 10% de la población total de la Provincia de Chimborazo⁸.

De otra parte, el 25 de junio del 2004, el Centro Histórico de Alausí y sus áreas de protección, fueron declarados como bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural de la Nación por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC).

5 Ferrocarriles del Ecuador. *Historia sobre rieles*. Internet. http://www.ferrocarrilesdeecuador.gob.ec/index.php?searchword=historia+del+ferroca&ordering=&searchphrase=all&Itemid=1&option=com_search&lang=es. Acceso: 11 abril 2011.

6 Sitio Oficial de Turismo de la ciudad de Quito. *El ferrocarril mas difícil del mundo*. Internet. http://www.quito.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=219&Itemid=439. Acceso: 11 abril 2011.

7 Exploring Ecuador. *Atractivos turísticos*. Internet. http://www.exploringecuador.com/espanol/sp_ar_nariz_diablo.htm. Acceso: 13 abril 2011.

8 Entrevista Ximena Arévalo. *Departamento de información del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí*. Alausí-Ecuador. Abril 2011.

2 Avilés Pino, Efrén (Miembro de la Academia Nacional de Historia del Ecuador). *Ferrocarril*. 2004. Internet. <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=865&Let=>. Acceso: 24 enero 2010.

3 “IDEM”

4 Ministerio de Turismo. *Sistema de Información y Gestión Turística del Austro*. Internet. <http://www.turismoaustro.gov.ec/index.php/es/component/content/article/80-otro-solito/498-el-tambo-centro-ferroviario-del-austro>. Acceso: 25 enero 2010.

De conformidad con la Ley de Patrimonio Cultural, corresponde al Municipio de Alausí crear los mecanismos de protección correspondientes, como la Comisión de Centro Histórico y la Ordenanza de Protección de Centro Histórico⁹.

Tres proyectos puntuales de actual ejecución del Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural (MCPNC) involucran a Alausí:¹⁰

- Ciudades Patrimoniales del Ecuador
- Camino principal Andino Qhapaq Ñan
- Ferrocarril de la Unidad Nacional

Siendo Alausí nombrada la ciudad de los 5 patrimonios detallados a continuación:

- Patrimonio Cultural
- Patrimonio Ferroviario
- Patrimonio Arqueológico
- Patrimonio Natural
- Patrimonio Arquitectónico

Cada pueblo y/o comunidad de la provincia de Chimborazo tiene sin duda innumerables productos con alto potencial turístico competitivo (Cultura, religión, tradición, artesanías, gastronomía, paisajes, rituales, etc.).

La población ecuatoriana goza de una amplia diversidad étnica. El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE) señala que en el territorio ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afroecuatorianos.

Las Comunidades de Chimborazo tienen la concentración más alta de población indígena en Ecuador; esta provincia cuenta con 403.632 habitantes, el 30.09% representa la población urbana y el 60.91% población rural¹¹.

Los habitantes indígenas de la región adoraban al Nevado Chimborazo como un dios muchos de ellos como Tixán, Guamote, Achupallas, Totoras, Nizag, etc. Todavía preservan su manera de vivir, vestir, comer, y las tradiciones que están obviamente influenciadas por la dominación de los Incas y el enfrentamiento con la Conquista Española, religión, fusión de tradición, etc.

9 Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural. *Plan de Comunicación Alausí*. Quito, mayo 2009. pag.1.

10 Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural. *Plan de Comunicación Alausí*. Quito, mayo 2009. pag.3.

11 INEC. *VII Censo de Población y VI de Vivienda*. Ecuador 2010.

1.2 Problema

La problemática central que se ha focalizado en la falta de difusión y apoyo a las comunidades que actualmente forman parte del patrimonio ecuatoriano, mediante encuestas realizadas¹² en líneas generales se hizo notoria la desinformación existente en los turistas nacionales y extranjeros que visitan la zona turística de la Nariz del Diablo.

Cabe mencionar que se plantea un sistema de promoción turística, para resaltar la cosmovisión cultural de las comunidades acentuadas a lo largo de la vía férrea más no se pretende con este proyecto solucionar problemas sociales o mejorar la economía de los pueblos o comunidades debido que se necesitaría un nivel de mayor complejidad más del tiempo destinado para este trabajo de fin de carrera.

En gran medida, la población de Alausí sabe que es una ciudad patrimonio cultural, pero desconoce el significado y alcances de la declaratoria¹³.

Esta falta de información determina que los propios habitantes sean el primer factor de desinformación, así como la pérdida de vínculos afectivos de tradición, que los identifique como punto estratégico de turismo cultural.

Los turistas nacionales y extranjeros, en las encuestas¹⁴ mencionan que el 77% no recibió ningún tipo de información sobre las comunidades, lo cual reitera la existencia de la problemática planteada.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo principal

Desarrollar una propuesta gráfica para promocionar productos de las comunidades circundantes a la “Nariz del Diablo”, con elementos de comunicación

12 Ver anexos - Encuestas

13 Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural. *Plan de Comunicación Alausí*. Quito, mayo 2009. pag.3.

14 Ver anexos - Encuestas

visual legitimados desde el Diseño Gráfico, para la consolidación de un proyecto clave para el fortalecimiento cultural de esta zona.

1.3.2 Objetivos específicos

- Investigar, recopilar y analizar contenidos informativos que permitan una coyuntura de mensajes visuales estructurales bajo principios de diseño.
- Construir mediante elementos del diseño una imagen visual que identifique los productos de la zona con alto contenido cultural.
- Generar un lineamiento de arquitectura visual, para poder ser aplicado en la estrategia de comunicación de la zona Nariz del Diablo.

1.4 Delimitación y Alcances

Tras el análisis del problema y previo diagnóstico para apoyar la promoción turística de la zona “Nariz del Diablo” se recopiló información mediante métodos cualitativos y herramientas en las ciencias sociales para Promocionar los productos de las comunidades anexas a la misma.

El recorrido turístico parte desde la Estación de Alausí, el tiquete tiene un valor de 20 dólares para turistas nacionales y extranjeros, dicho tiquete incluye ida y vuelta en transporte ferroviario, en la estación de Pistishí (Punto exacto de ubicación de la “Nariz del Diablo”) los turistas tienen alrededor de una hora donde pueden observar danzas culturales autóctonas, el museo de la zona y una gran diversidad natural que la “Nariz del Diablo” ofrece.

Se segmenta a los usuarios en este caso los turistas nacionales y extranjeros mediante el público ya delimitado por la ENFE (Empresa Nacional de Ferrocarriles Ecuatorianos) ya que son las personas encargadas del funcionamiento total de la zona “Nariz del Diablo”.

La investigación y análisis etnográfico de datos pertinentes para el diseño se realizó en las comunidades anexas a la zona “Nariz del Diablo” con las perso-

nas que viven Alausí y con los turistas que visitan las zonas determinadas por el Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural, como zonas de inventario cultural turístico, además de Ministerios, Municipios, bibliotecas, vía Internet y en sitios relacionados con el tema.

La multidisciplinariedad del diseño hace necesaria la participación de diferentes expertos en el tema. En primera instancia, el tutor del TFC quien encaminó el proyecto investigativo para con la información obtenida mediante la Transmetodología realizar un análisis con criterio que permita desarrollar múltiples opciones de posibles soluciones de un proceso de diseño comunicativo.

Entidades públicas y privadas que facilitaron información técnica como es la Pre Cámara de Turismo San Pedro de Alausí (PRECACTUR), el Departamento de información Turística de Alausí (iTur), el Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí, se contará con el apoyo de ilustres personas que conocen sobre las comunidades aledañas a la zona.

1.5 Justificación

Existen aspectos académicos, sociales y personales que motivan al desarrollo de este proyecto de fin de carrera.

En el aspecto académico la posibilidad de comunicar gráficamente ideas, procesos y aplicaciones valoradas y sintetizados en formas, colores, significados y sentidos de un proceso de comunicación; factores económicos, culturales, sociales, estéticos y tecnológicos hacen de este TFC un proyecto transdisciplinario en el cual el estudiante construyó un proceso de desarrollo en equipo que hace que el nivel de trabajo sea enriquecedor.

En el aspecto social se aportó al fortalecimiento de la zona como eje de turismo cultural, al promocionar los productos se difunde cultura y revaloriza los productos de la zona turística.

En el aspecto personal del proyecto se involucró al estudiante ya que vivió en Alausí siete años y 5 años en la hacienda de su Padre (Ubicada a 5 minutos de Alausí, sector donde las rieles del Tren conducen a la Nariz del Diablo) ahí pudo convivir con gente de las comunidades indígenas de la zona, actualmente sus padres son propietarios de un restaurante cerca de la Estación del ferrocarril brindando atención a clientes nacionales y extranjeros, además de mantener convenios con grandes empresas de turismo; esto ha permitido tener un pleno conocimiento de la zona turística, analizar con claridad los elementos del problema y como diseñadora tener un diagnóstico correcto que permitió plantear una estrategia adecuada para solucionarla mediante el diseño.

1.6 Usuarios

El TFC tiene como usuario final a los turistas nacionales y extranjeros, quienes son la principal fuente de divulgación de los productos de las comunidades de la “Nariz del Diablo”.

El proyecto tiene como punto de atención a los diferentes profesionales quienes mediante una propuesta de una configuración de arquitectura visual podrán apoyar conceptualmente sus proyectos. De esta manera, contribuirán con la promoción de las comunidades.

Cabe recalcar que la propuesta de configuración de arquitectura visual será investigada y manejada bajo criterios y bases del diseño interdisciplinario, para poder canalizar de forma correcta la información obtenida por la investigación realizada, dicha propuesta podrá ser aplicada en proyectos que mantengan una misma estructura de significación y se pueda articularse con el objetivo general, como por ejemplo: merchandising, diseño de modas, diseño Web, diseño de interiores, producción de videos, diseño arquitectónico, diseño publicitario, entre otros.

Otro punto de atención y quizás el más significativo son las personas de las comunidades aledañas a la zona turística (quienes serán la fuente de investigación para la obtención de datos informativos necesarios para ser aplicados en el diseño.

1.7 Metodología

Para realizar un análisis proyectual, se menciona el enfoque metodológico cualitativo que permitirá establecer una comunicación acertada mediante el mismo lenguaje de signos, es decir un lineamiento de lenguajes mediante el cual el sujeto observador en este caso el Diseñador construye una decodificación al observar lo no observado; legitimando posturas epistemológicas que permiten formas de conocimiento para poder analizar el fenómeno de la realidad.

Introducción a la metodología semiótica según Juan Magariños en el que menciona los siguientes puntos¹⁵:

1. Elaboración de una definición peirceana del signo visual. Clases de imágenes visuales: perceptuales, mentales y materiales. Sus respectivas y específicas problemáticas. Etapas analíticas.

2. Identificación. Imagen material visual plástica (qualisigno icónico). Imagen material visual figurativa (sinsigno icónico). Imagen material visual conceptual (legisigno icónico). Imagen material visual por combinatoria de las anteriores.

15 Magariños, Juan. La Semiótica de la Imagen Visual. Internet. <http://maestriadicom.org/cursos/hacia-una-metodologia-semiotica-para-el-analisis-de-las-imagenes-visuales-y-de-las-exhibiciones-de-objetos-y-comportamientos/>.

Acceso: 12 abril 2012.

3. Reconocimiento. El atractor. Propuestas perceptuales normadas o conceptuales: atractor simbólico. Propuestas perceptuales existenciales o figurativas: atractor existencial. Propuestas perceptuales cualitativas o plásticas: el atractor abstractivo; los “qualia” y la semiosis visual privada.

4. Interpretación. La mostración como el efecto de sentido de las imágenes materiales visuales. Mostración de carencia, en la semiótica plástica. Mostración de semejanza/diferencia, en la semiótica figurativa. Mostración del lugar en un sistema, en la semiótica conceptual.

1. Esquema Peirceano. El signo indicial ES ALGO: un existente, o sea: un Objeto o un Comportamiento.

2. La relación. El signo indicial ESTÁ EN ALGUNA RELACIÓN.

3. El Objeto. El signo indicial ESTÁ POR ALGO.

4. El interpretante. El signo indicial ESTÁ PARA ALGUIEN.



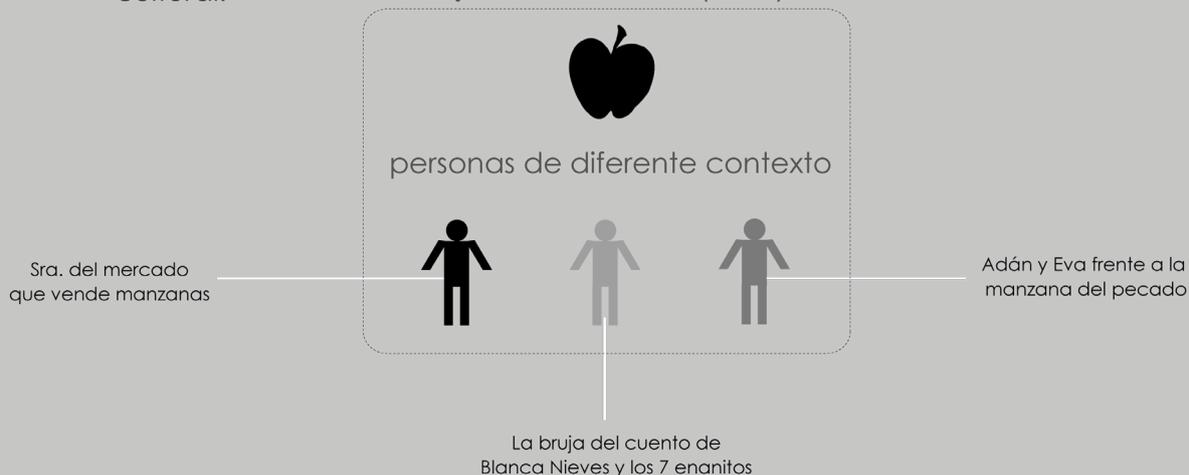
Significación

conjunto de visión constructiva

Definición
connotaciones de primer nivel convención cultural.

Concepto
apropiación de definición en concepto

Ej.: una manzana (fruta)



ANÁLISIS

Hablar el mismo lenguaje

Cuadro elaborado por: María José Ormaza

● **Ley dialógica** ————— No fragmentar la vida variabilidad correlaciones diferentes pensamientos



Multilógicas diferentes disciplinas



Interlógicas
cruzar niveles de métodos y teorías



Translógicas objeto de estudio
fusión de todas las disciplinas

● **Ley hologramática** ————— Las partes es el todo y el todo son las partes
El todo no es la suma de sus partes



CABELLO
Con un elemento se puede analizar toda la información

● **Ley recursiva** ————— Todo es una causa y efecto de si mismo



● **Ley interretroactiva** ————— Comportamiento si mismo



formas
No generalizar



cuadrados rectángulos
mencionar c/u

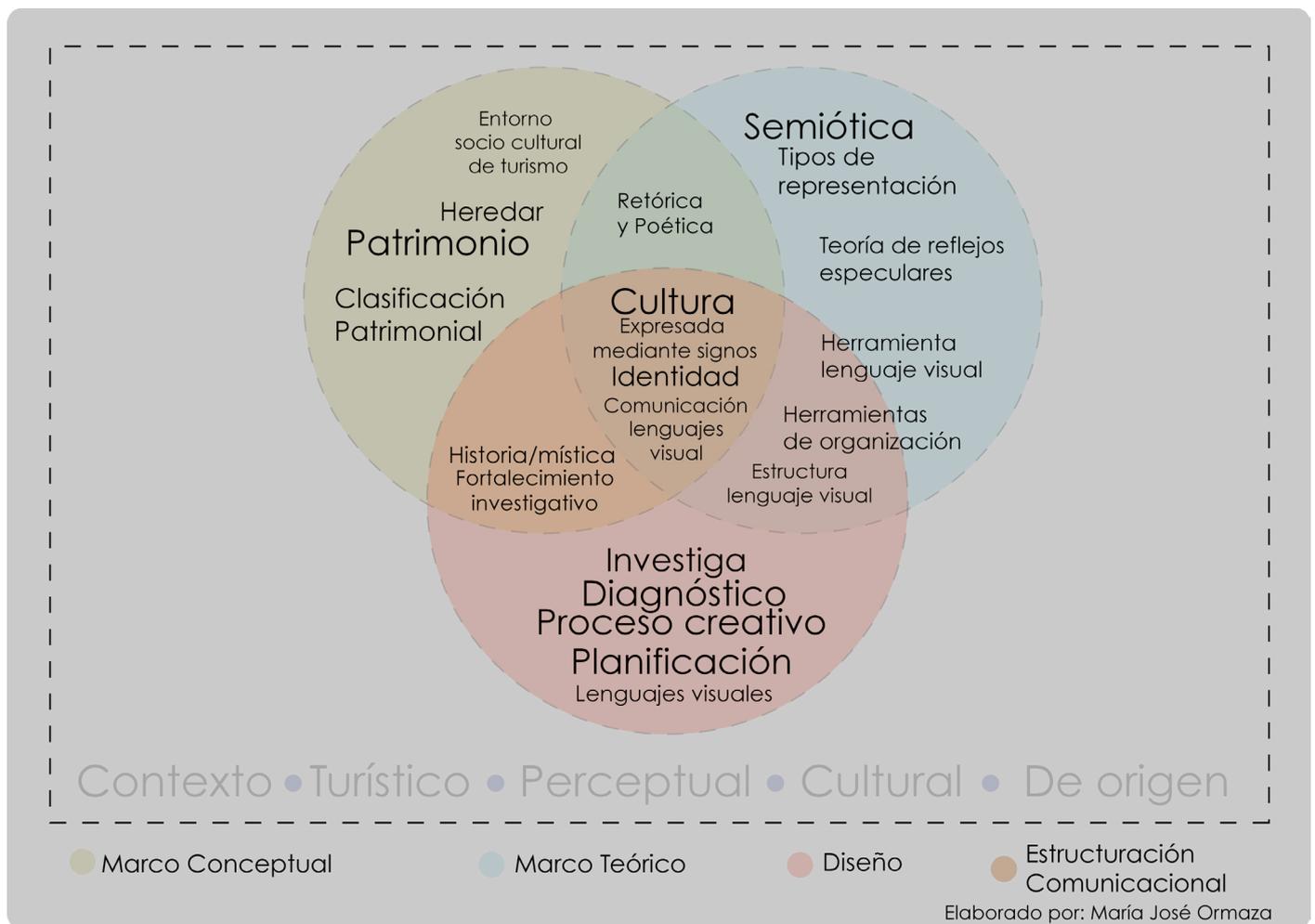
Cuadro elaborado por: María José Ormaza

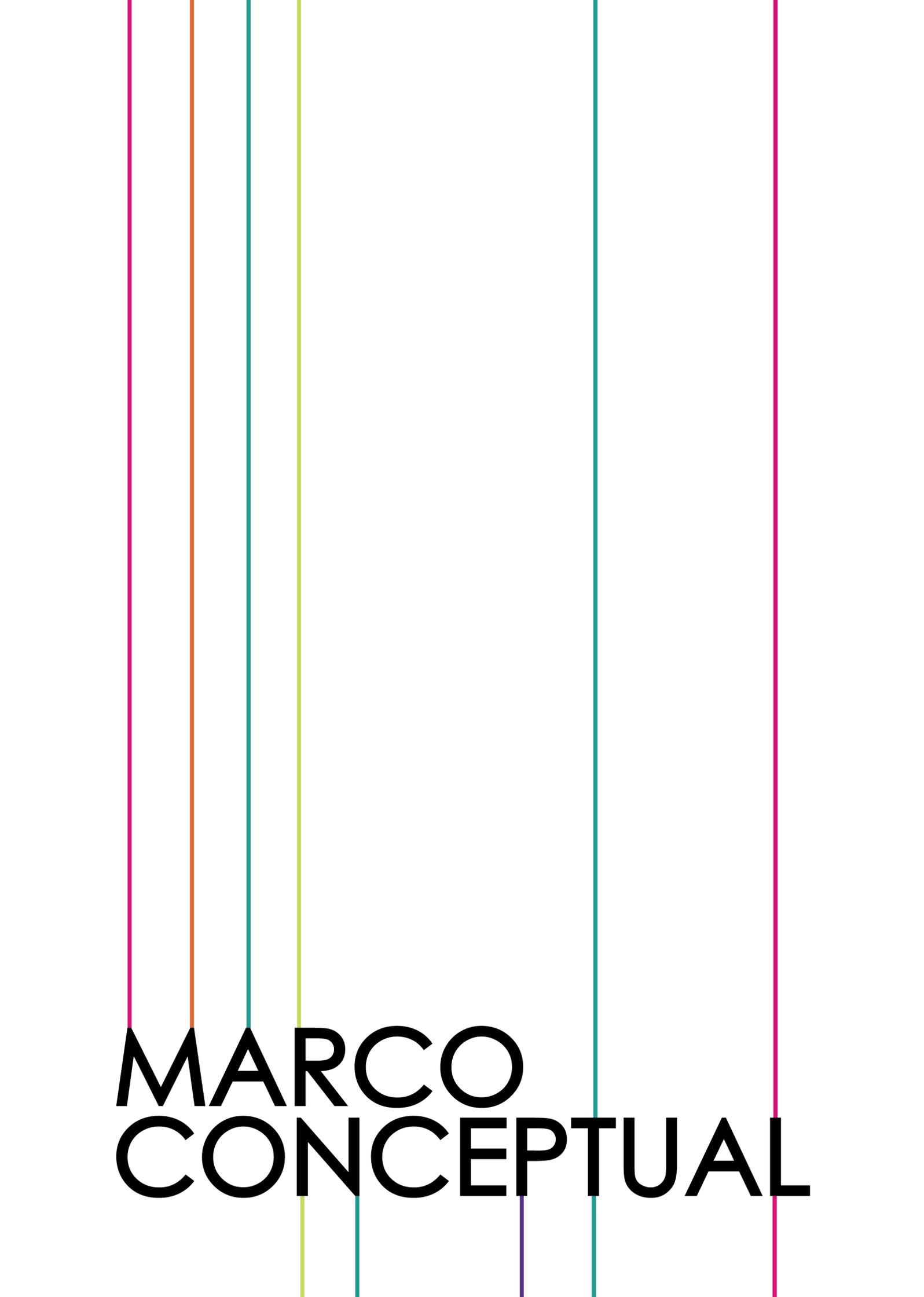
ANÁLISIS
Macro a lo específico

1.8 Sistematización

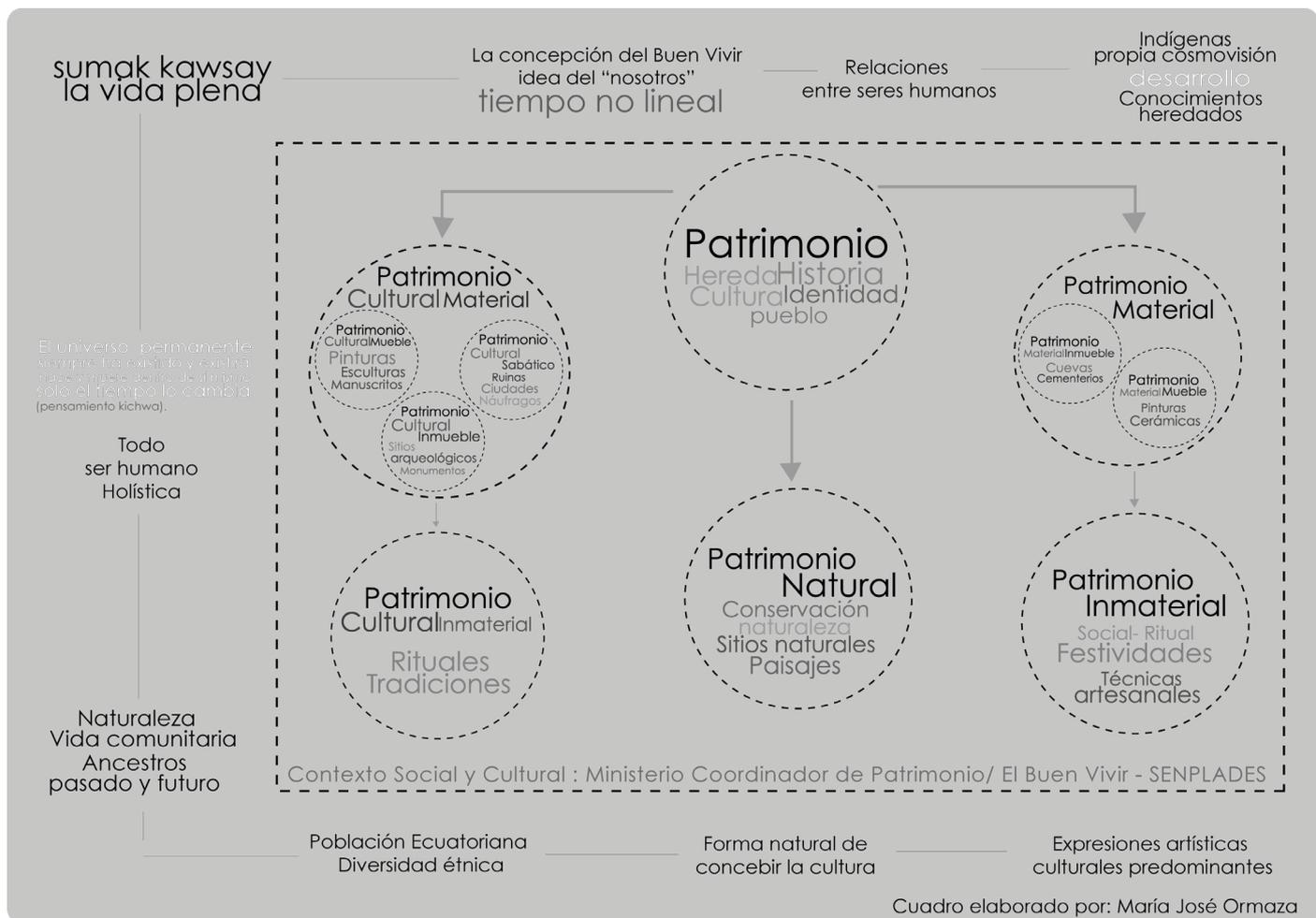
proyectual

El objetivo central se centra en el marco teórico y conceptual es que el diseñador pueda leer e interpretar las imágenes, tomando conciencia de la importancia como transmisoras de la información para tener un lineamiento acertado en los procesos comunicativos de nuestra sociedad a través de elementos gráficos, técnicos, herramientas de configuración, instrumentos y materiales componentes esenciales del Diseño Gráfico y Comunicación Visual.





**MARCO
CONCEPTUAL**



Los cinco patrimonios que Alausí posee son los siguientes:

- Arquitectónico
- Arqueológico
- Cultural
- Ferroviario
- Natural

2.1 Alausí Ciudad Patrimonial

El Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural (MCPNC) es la entidad encargada de articular las políticas y la gestión de las instituciones cuyos ámbitos de acción se relacionan con los patrimonios naturales y culturales del país.

El 25 de junio del 2004, el Centro Histórico de Alausí y sus áreas de protección, fueron declarados como bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural de la Nación por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC).

De conformidad con la Ley de Patrimonio Cultural, corresponde al Municipio de Alausí crear los mecanismos de protección correspondientes, como la Comisión de Centro Histórico y la Ordenanza de Protección de Centro Histórico¹⁶.

2.2 Patrimonio

Patrimonio es lo que se hereda de los padres y de la naturaleza y lo que queremos heredar a nuestros hijos y a las generaciones futuras. Así, es un conjunto de bienes materiales e inmateriales que caracterizan la creatividad de un pueblo y que distinguen a las sociedades y grupos sociales unos de otros, dándoles su sentido de identidad. Patrimonio Cultural abarca varias grandes categorías:

- Patrimonio Cultural Material

Abarca el *Patrimonio Cultural Mueble* (pinturas, esculturas, monedas, manuscritos, etc.); o el *Patrimonio Cultural Inmueble* (monumentos, sitios arqueológicos,

¹⁶ Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural. *Plan de Comunicación Alausí*. Quito, mayo 2009. pag.2.

entre otros.); o el *Patrimonio Cultural Subacuático* (restos de naufragios, ruinas y ciudades sumergidas.).

- Patrimonio Cultural Inmaterial

Abarca tradiciones orales, artes del espectáculo, rituales, etc.; o el *Patrimonio Natural* (sitios naturales que revisten aspectos culturales como los paisajes culturales, las formaciones físicas, biológicas o geológicas, entre otras.).

- Patrimonio Material

Está compuesto por todos los bienes culturales que conforman la riqueza de nuestro país. El Patrimonio Material se clasifica en Patrimonio Material Inmueble y Patrimonio Material Mueble.

Patrimonio material inmueble: se refiere a los bienes culturales que no pueden trasladarse y abarca tanto los sitios arqueológicos (cementerios, templos, cuevas, andenes) como las edificaciones coloniales y republicanas.

Patrimonio Material Mueble: incluye todos los bienes culturales que pueden trasladarse de un lugar a otro, es decir, objetos como pinturas, cerámicas, orfebrería, mobiliario, esculturas, monedas, libros, documentos y textiles, entre otros.

Dependiendo de la época en que fue creado, el patrimonio mueble como inmueble se divide en dos grandes categorías: *Patrimonio Arqueológico*, que son los bienes culturales provenientes de la época prehispánica; y *Patrimonio Histórico*, que son aquellos fechados a partir de la colonia.

- Patrimonio Inmaterial

Según la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, el Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) - el patrimonio vivo - es el crisol de nuestra diversidad cultural y su conservación, una garantía de creatividad permanente. La Convención afirma que el PCI se manifiesta, en particular, en los ámbitos siguientes:

- * Tradiciones y expresiones.
- * Artes del espectáculo (como la música tradicional, la danza y el teatro).
- * Usos sociales, rituales y actos festivos.
- * Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.

* Técnicas artesanales tradicionales.

- Patrimonio Natural

Es el conjunto de elementos naturales con valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia y la conservación o de la belleza natural; es el hábitat de especies animales y vegetales y fuente de vida y recursos para la humanidad.

Como legado de la naturaleza y producto de la construcción colectiva de los pueblos a lo largo de su historia, el patrimonio se caracteriza por la riqueza de su diversidad y por la complejidad de valores. Su deterioro o pérdida menoscaba su diversidad, no solo del país, sino de todos los pueblos del mundo¹⁷.

2.3 Entorno Social y Cultural en el Ecuador

La población ecuatoriana goza de una amplia diversidad étnica¹⁸, el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE) señala que en el territorio ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afroecuatorianos.

Existe una amplia gama de ciudades intermedias que vinculan sus atractivos culturales con los naturales, mientras que en la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida a pequeña escala con expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas y afroecuatorianas.

Una forma muy natural de concebir la cultura y caracterizar al indígena dejando de lado expresiones cotidianas propias de cada pueblo como sus formas de interpretar los fenómenos naturales, modos de producir y almacenar sus productos, medios de perennizar el conocimiento heredado que sumados sirven de referentes para el reconocimiento “la recreación y el fortalecimiento de su propia cultura”¹⁹.

17 Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural. *Patrimonios*. Internet. http://www.ministeriopatrimonio.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=58&Itemid=71&lang=es. Acceso: 24 abril 2011.

18 Ministerio de Turismo. *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para el Ecuador “PLAN DE TOUR 2020”*. Pag.34.

19 Ministerio de Turismo. *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para el Ecuador “PLAN DE TOUR 2020”*. Internet. <http://www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020-19.html>. Acceso: 16 mayo 2011.

Cualquier proyecto con responsabilidad social debe contener un conjunto de orientaciones éticas, utópicas y teóricas que permitan delimitar el trabajo y asegurar la factibilidad de sus sueños. El Plan Nacional para el Buen Vivir busca oponerse a la idea de que el presente es una pura fatalidad histórica a la que debemos resignarnos o acostumbrarnos, como se habitúa el peatón al paisaje que observa todos los días. La negación de la posibilidad del cambio obliga al ciudadano común a ver el futuro desde el conformismo y niega así la posibilidad de construir en el presente opciones de transformación y acuerdos colectivos que permitan creer que otras formas de vida social son posibles²⁰.

La noción de desarrollo es inexistente en la cosmovisión de estos pueblos, pues el futuro está atrás, es aquello que no miramos, ni conocemos; mientras al pasado lo tenemos al frente, lo vemos, lo conocemos, nos constituye y con él caminamos. En este camino nos acompañan los ancestros que se hacen uno con nosotros, con la comunidad y con la naturaleza. Compartimos entonces el “estar” juntos con todos estos seres. Seres que tienen vida y son parte nuestra. El mundo de arriba, el mundo de abajo, el mundo de afuera y el mundo del aquí, se conectan y hacen parte de esta totalidad, dentro de una perspectiva espiral del tiempo no lineal.

La concepción del Buen Vivir menciona que necesariamente recurre a la idea del “nosotros” porque el mundo no puede ser entendido desde la perspectiva del “yo” de occidente. La comunidad cobija, protege, demanda y es parte del nosotros. La comunidad es el sustento y es la base de la reproducción de ese sujeto colectivo que todos y cada uno “somos”. De ahí que el ser humano sea concebido como una pieza de este todo, que no puede ser entendido sólo como una sumatoria de sus partes aplicando la ley holística. La totalidad se expresa en cada ser y cada ser en la totalidad. “El universo es permanente, siempre ha existido y existirá; nace y muere dentro de sí mismo y sólo el tiempo lo cambia” (pensamiento kichwa)²¹. De ahí la conclusión según el plan del Buen Vivir que hacer daño a la naturaleza es hacernos daño a nosotros mismos. Cada acto, cada comportamiento tiene consecuencias, los cerros se enojan o se alegran, se ríen o se entristecen, sienten...piensan...existen (están). El *sumak kawsay*, o vida plena, expresa esta cosmovisión.

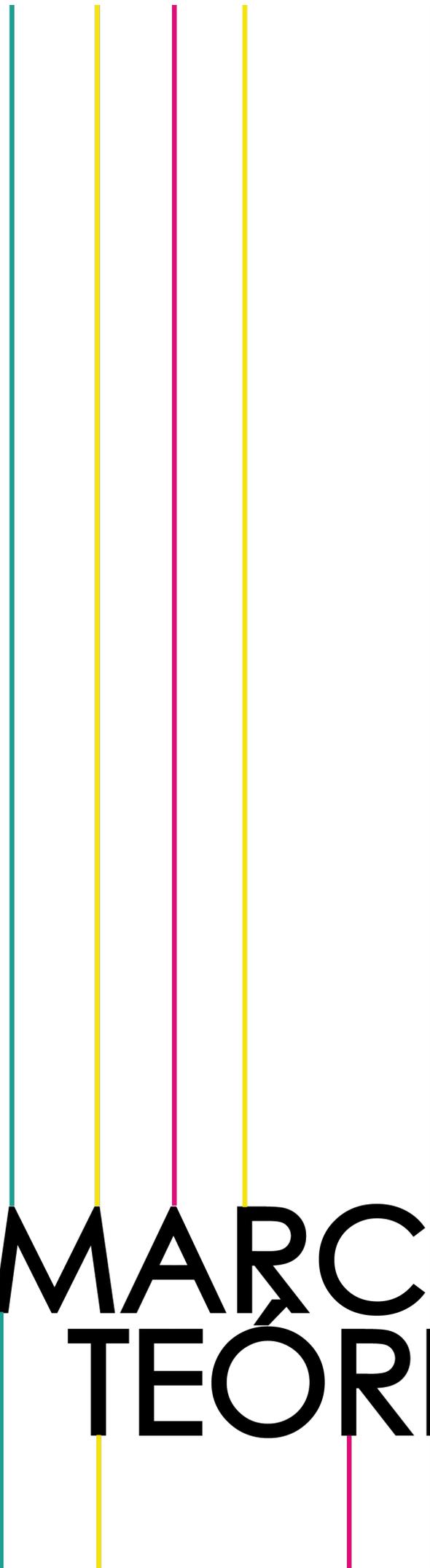
Tratar de alcanzar la vida plena es la tarea del sabio y por consiguiente consiste en llegar a un grado de armonía total con la comunidad y con el cosmos, recurriendo a la traducción cultural que sugiere Boaventura de Sousa Santos, mediante el debate sobre la construcción de una nueva sociedad, partiendo de epistemologías diversas, ya no se habla de un crecimiento económico, habla de relaciones amplias entre los seres humanos, la naturaleza, la vida comunitaria, los ancestros, el pasado y el futuro. El objetivo que convoca ya no es el “desarrollo” desde esa antigua perspectiva unilineal de la historia, sino es la construcción de la sociedad para el Buen Vivir.

*Como señala Olin (2006), se trata, entonces, de promover la construcción de una sociedad que profundice la calidad de la democracia y amplíe sus espacios de incidencia en condiciones de radical igualdad social y material. Ello apunta al fortalecimiento de la sociedad —y no del mercado (como en el neoliberalismo) ni del Estado (como en el denominado ‘socialismo real’)— como eje orientador del desenvolvimiento de las otras instituciones sociales. El fortalecimiento de la sociedad consiste en promover la libertad y la capacidad de movilización autónoma de la ciudadanía para realizar voluntariamente acciones cooperativas, individuales y colectivas, de distinto tipo. Esa capacidad exige que la ciudadanía tenga un control real del uso, de la asignación y de la distribución de los recursos tangibles e intangibles del país.*²²

20 Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*. Quito-Ecuador Pag.18.

21 Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*. Quito-Ecuador Pag.22.

22 Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*. Quito-Ecuador Pag.22.



**MARCO
TEÓRICO**

Diseñar es saber coordinar una extensa lista de factores humanos y técnicos, el Diseño concibe, proyecta, coordina, selecciona y organiza una serie de factores y elementos visuales. Diseñar implica planificar para obtener un propósito específico, cuyo objetivo no solo es la creación de formas, si no la creación de comunicaciones eficaces²³.

El diseñador trabaja en la interpretación, sistematización, ordenamiento y la representación de lenguajes visuales; su sensibilidad para crear formas debe ser paralela a su sensibilidad de crear contenidos, el trabajo del diseñador va mas allá de la estética visual, tiene relación directa con la planificación y estructuración de la comunicación.

El lenguaje del diseño parte desde el estudio y la investigación de los signos y los significados que conforman los objetos del diseño, sea éste industrial, arquitectónico o gráfico.

Estos signos y sus significados se analizarán, clasificarán, definirán y se utilizaran en el producto diseñado, mediante un proceso de diseño que busca establecer a la semiótica como una de las partes teóricas fundamentales de nuestra disciplina.

Consecuentemente, el estudio semiótico permitirá iniciar un acercamiento para comprender la lógica de la cultura. Umberto Eco menciona: “el hombre es su lenguaje, porque la cultura se constituye como un sistema de signos (...). Conocer las reglas de los signos es conocer la sociedad” y “Toda cultura se ha de estudiar como un fenómeno de comunicación”, entonces “Cualquier aspecto de cultura se convierte en una unidad semántica (significativa)”.

El acto de diseñar es una forma especial que tiene el hombre de comunicarse con su sociedad, y de manifestar así su concepción del universo. Es por ello que la producción del diseño es un sistema con lenguaje propio, que, como cualquier otro, expresa en signos su conocimiento de un determinado modelo de sociedad.

La Teoría Mediológica conocida bajo este nombre se perfila hacia mediados de los años cincuenta y los primeros años sesenta en Inglaterra, en torno al Centro Contemporáneo de Estudios Culturales de Birmingham. Este enfoque considera que la cultura no es una práctica, ni es simplemente la descripción de la suma de los hábitos y costumbres de una sociedad. Pasa a través de todas las prácticas sociales

y es la suma de sus interrelaciones. Le atribuyen a la cultura un papel que no es meramente reflexivo ni residual respecto a las determinaciones de la esfera económica: una correcta sociología de las comunicaciones de masas debe por tanto tener por objeto explicar la dialéctica que se instaura entre el sistema social, la continuidad y las transformaciones del sistema cultural, el control social.

El objetivo de este Enfoque es definir el estudio de la cultura propia de la sociedad contemporánea como un terreno de análisis conceptualmente importante, pertinente y teóricamente fundado. En el concepto de cultura caben tanto los significados y los valores que surgen y se difunden entre las clases y grupos sociales, como las prácticas efectivamente realizadas a través de las que se expresan valores y significados y en las que están contenidos²⁴.

De otra manera la Escuela de Palo Alto, teoriza su rechazo del modelo imperante (lineal, conductista, basado en el estímulo-respuesta) para fomentar un modelo circular retroactivo, en el que el receptor es tan importante como el emisor, se pide al investigador un esfuerzo descriptivo de la situación global (y no solamente de unas pocas variables)²⁵.

COMUNICACIÓN = COMPORTAMIENTOS + RELACIÓN + CONTEXTO

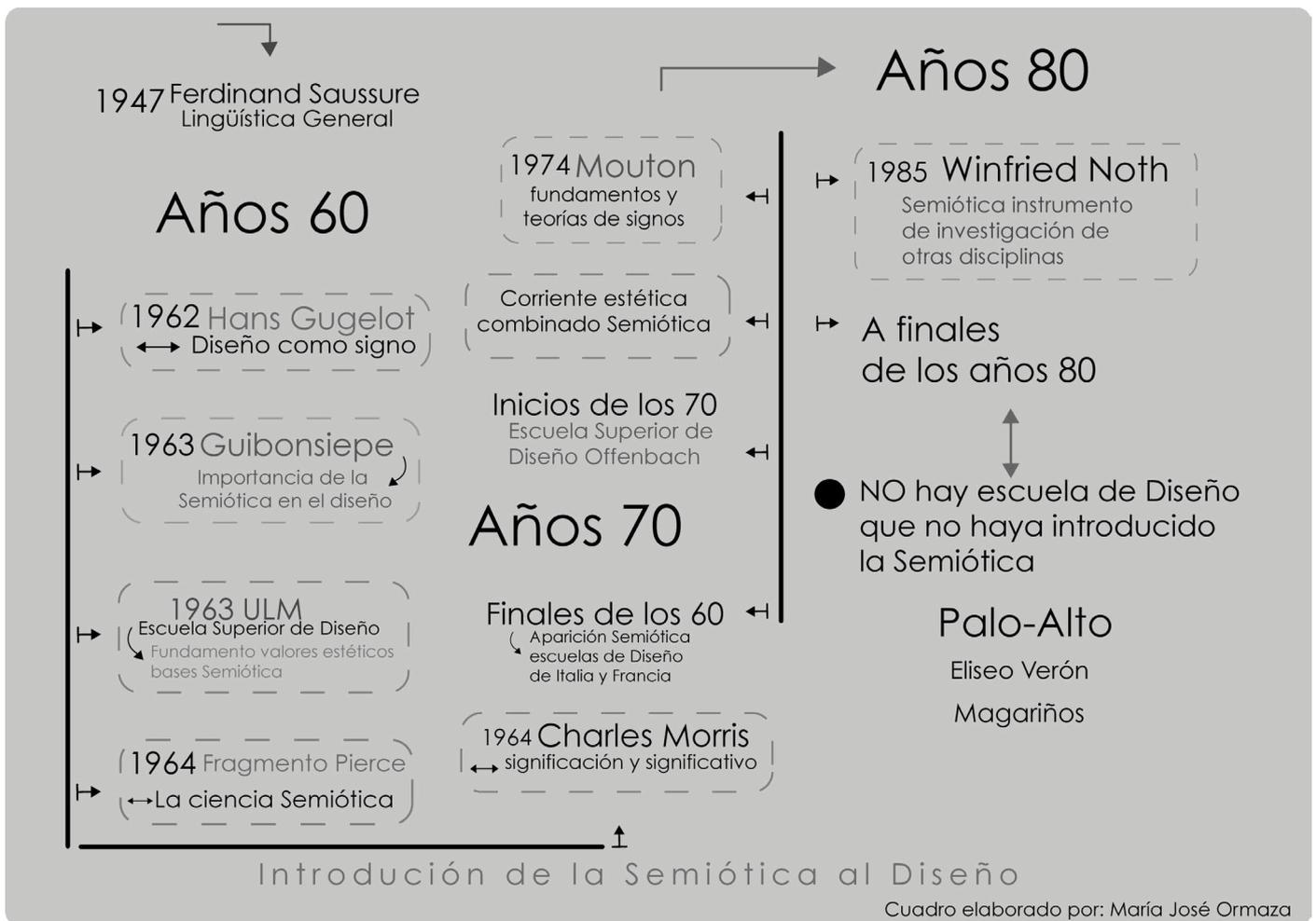
La comunicación se produce a varios niveles simultáneamente. Existe una multitud de lenguajes además de la escritura o la palabra y contribuyen todos a la comunicación. Los gestos, el tono de la voz, la mímica, los rituales y las formas de hacer las cosas son ejemplos de ello; incluso la disposición del espacio en una casa tiene efecto sobre las visitas igual que la forma de vestir.

23 Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación "Diseño Gráfico y Comunicación"*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2006. Pag.23.

24 Comunicólogos. *Comunicación y Estudios Culturales*. Internet. <http://www.comunicologos.com/teorias.php?id=55>. Acceso: 2 abril 2012.

25 González Mothelet, Mónica. *Semiótica*. Universidad de Londres. Pag.20.

3.1 Semiótica del Diseño



La semiótica hace su entrada al campo del Diseño a fines de los años 50. En 1962 *Hans Gugelot* impartió una conferencia con el tema “*Diseño como signo*”, y en 1963 *Gui Bonsiepe* señaló la importancia de la semiótica para el diseño, “*el mundo del objeto y el de los signos están estructurados de manera idéntica*”. En la misma época, la *Escuela Superior de Diseño de Ulm (Escuela Superior de Proyección, Alemania Fundada en 1953)* propuso que el diseño podría fundamentarse gracias a una escala de valores estéticos sobre las bases de la semiótica según la propuesta nacida en la *Bense Schule de Stuttgart*.²⁶

A principios de los 70 la Escuela Superior de Diseño de *Offenbach* retomó la corriente estética y semiótica desarrollada por *Jan Mukarovsky* pocos años antes. Los datos anteriores, señalan la aparición de la semiótica en las escuelas de diseño italianas y francesas a fines de los años 60 y principios de los 70.

²⁶ Beltrán, Felix. *Semiótica y Diseño (Entrevista a Juan Manuel Lopez)*. México. Pag.2.

El acercamiento de la semiótica a los países de habla castellana se ha dado recién en las últimas décadas. Pensemos, por ejemplo, que la primera traducción al castellano del “*Curso de lingüística general*” de *Ferdinand de Saussure* apareció en 1947, publicada en *Buenos Aires* por *Amado Alonso*. De otra parte, la primera traducción a nuestro idioma de un pequeño fragmento de la obra de *Peirce* fue hecha en 1964, en *Argentina*, al cuidado de *Sércovich*, y publicada en *Nueva Visión* bajo el título de “*La ciencia de la semiótica*”. “*La significación y lo significativo*” de *Charles Morris* fue publicado en *Cambridge* en 1964, y traducido al castellano 10 años después, en 1974; y sus “*Fundamentos de la teoría de los signos*” aparecieron bajo el sello de *Mouton*, en *París* y en castellano los publicó *Paidós* en 1985 por primera vez²⁷.

La semiótica se empieza a abrir paso en nuestro contexto de las escuelas de diseño dificultosamente.

²⁷ Beltrán, Felix. *Semiótica y Diseño (Entrevista a Juan Manuel Lopez)*. México. Pag.4.

Más aún, no se conocía, en general, más semiótica que la *Saussureana*, y ello con una clara inclinación que la restringía al campo del análisis literario o lingüístico, en espacios sumamente reducidos.

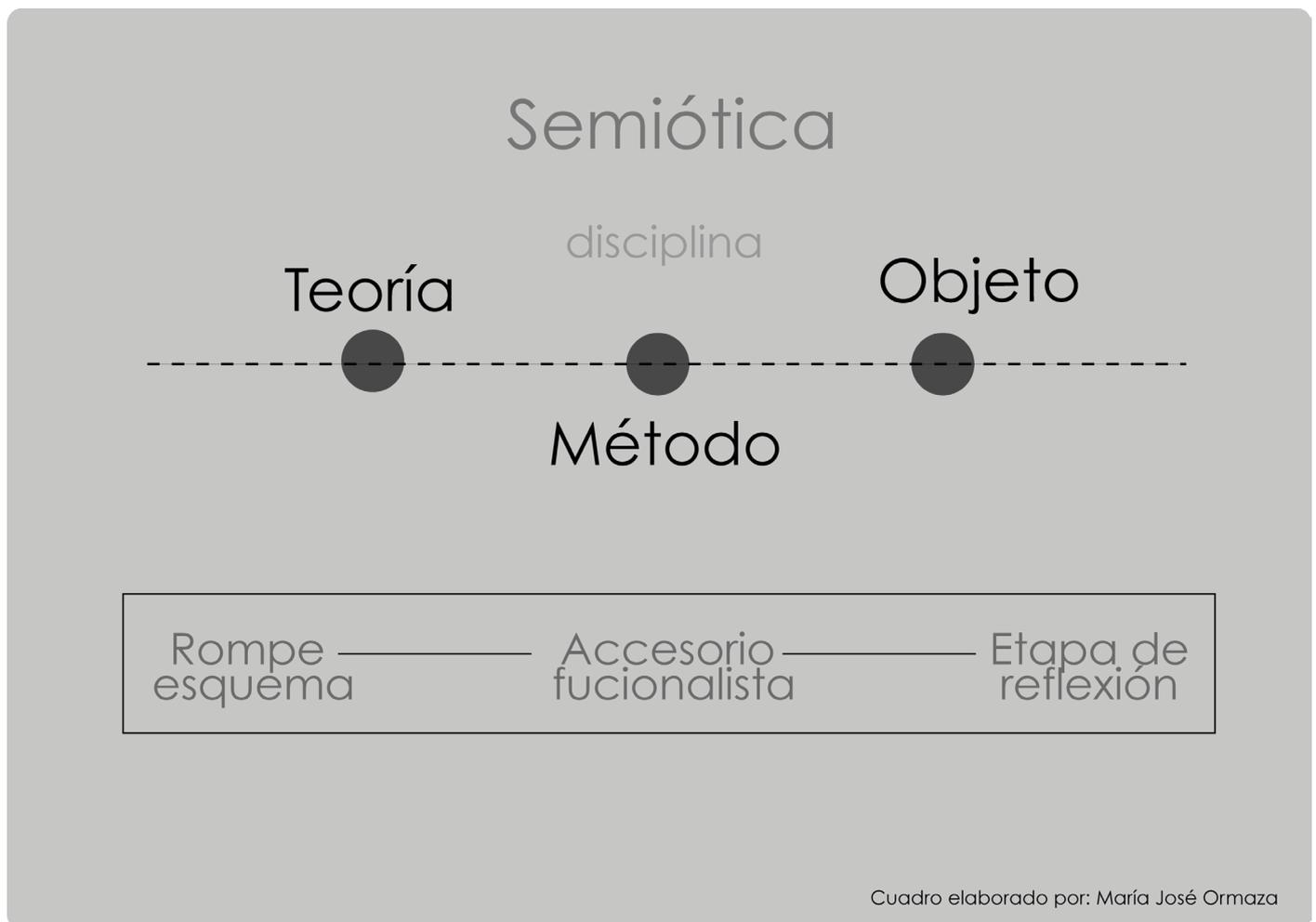
La cibernética, la inteligencia artificial, la multimedia y las ciencias exactas alcanzaron una mayor comprensión en sus campos de estudio a través de la aplicación del análisis semiótico. Las ciencias naturales, la biología, la neurociencia, la psiquiatría y la tecnología se apoyan en la semiótica para explicar diferentes fenómenos científicos. Los datos anteriores sirven para darnos una idea del crecimiento de esta disciplina durante los últimos años, y del interés que la semiótica despierta actualmente en el campo no sólo del diseño, sino en prácticamente todos los campos del conocimiento, del pensamiento, de la cultura, de la naturaleza y de la sociedad.

Las aportaciones de la semiótica a la práctica del diseño gráfico yacen desde 1985, en el centro de Europa, autores como *Winfried Nöth* (*Manual de Semiótica*, Stuttgart, 1985) ya señalaban que la semiótica se podía usar como ciencia e instrumento de investigación en las disciplinas más diversas:

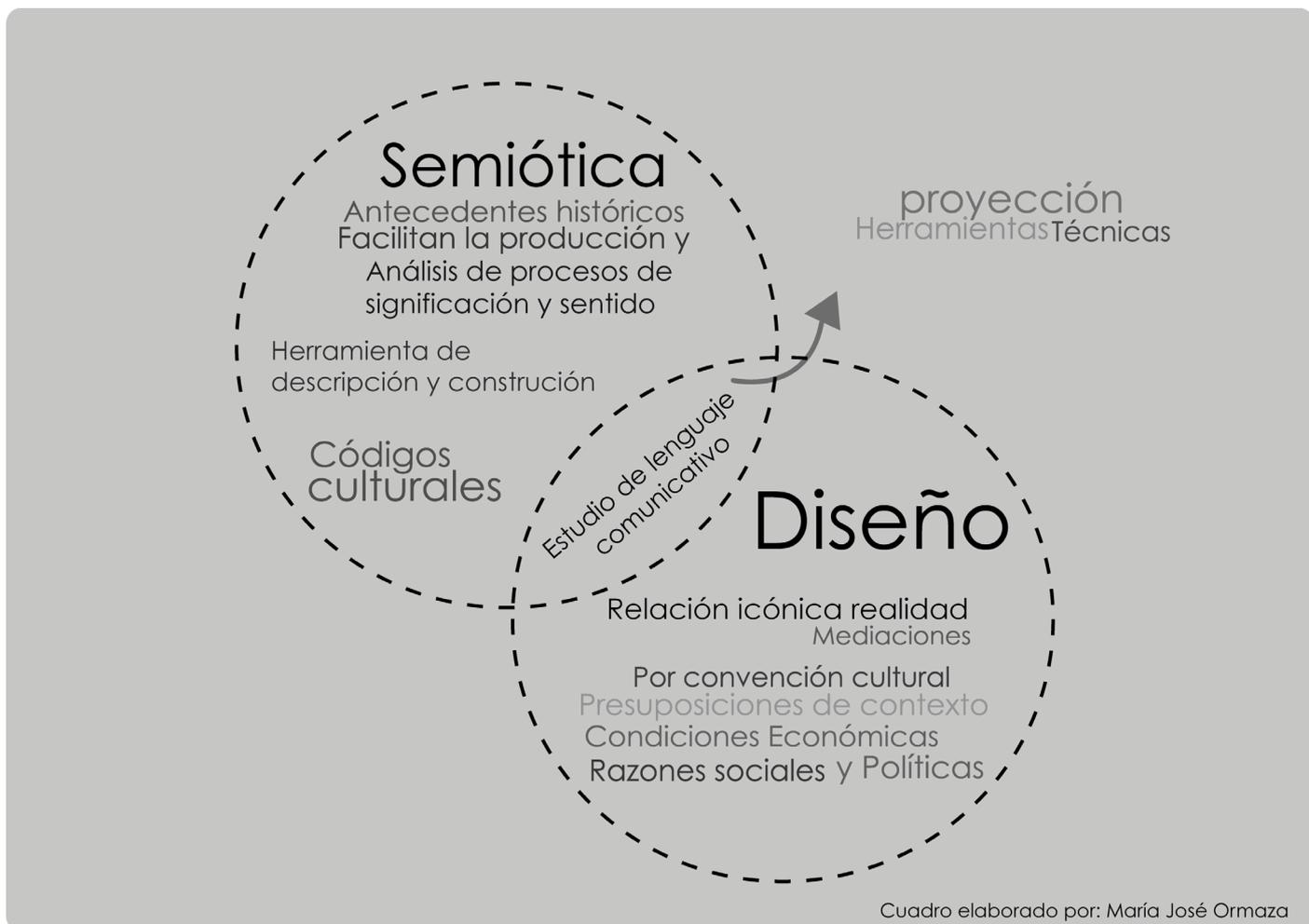
espacio, tiempo, estética, música, arquitectura, pintura, cinematografía, fotografía, comics, publicidad, textos, literatura, teatro, teología, etcétera. De hecho, hay ya suficientes publicaciones sobre los estudios semióticos de cada uno de esos campos del conocimiento que aportan satisfactoriamente al campo del Diseño Gráfico.

Cabe mencionar trabajos de autores como el mismo *Eco* (*Publicidad y Lenguajes no Verbales*), *Barthes* (*Moda, Fotografía y Cine*), *Vilches* (*El Lenguaje de la Imagen*), *Pérez Tornero* (*Publicidad*), *Moles* (*Cartel y Objetos de Uso Diario y Doméstico*), *Rodríguez Diéguez* (*Comic*), *Foucault* (*Discurso*), *Greimas* (*Semántica Estructural*).

El mundo específico del diseño, sobre todo en Italia, adoptó la semiótica como una posibilidad no sólo analítica sino metodológica para el diseño. *Ettore Sottsass* (*“El poder simbólico del objeto”*).



Cuadro elaborado por: María José Ormaza



El diseño está llamado a describir un objeto. Por tanto, la finalidad no es ante todo crear algo nuevo, sino hacer un objeto visible e inteligible, es decir, poner de relieve los procesos de dignidad en él contenido para posibilitar un proceso de comunicación.

Podemos decir que para teorizar sobre el diseño, la semiótica presupone una teoría del significado, que se origina en los sistemas culturales de los usuarios. Tanto para *Maldonado* como para *Eco*, nuestra relación icónica con la realidad nos permite interpretarla a través de operaciones por las que construimos modelos donde mencionan que “La mente construye modelos que se adecuan por semejanza a la realidad objetiva”. Cuando el usuario enfrenta un objeto diseñado, es obvio que entra en contacto con la realidad, sin contar una representación que nace de varias mediaciones, tales como las convenciones culturales, las presuposiciones de contexto, las mediaciones ideológicas y psicológicas, y las materialidades estéticas del objeto (texto) visual. Nos hemos tropezado con quienes han llegado a sostener que la semiótica y las disciplinas antes mencionadas son la misma cosa²⁸.

El vínculo entre la Semiótica y la interculturalidad, aparece cuando la civilización griega se encuentra con otra diferente, la bárbara, que utiliza signos desconocidos y que es necesario interpretar. La directora de la revista *DeSignis* y profesora en la Universidad de Lille III, también argumentó las conexiones desde los orígenes entre la semiótica y la cultura afirmando que la misma institucionalización del nombre Semiótica tiene lugar con una obra del siglo XVII, Ensayo sobre el entendimiento humano de John Locke, que la describe como la lógica de cada cultura. Será en la reciente década de los 60, contexto de Roland Barthes, cuando se institucionalice la Semiología en tanto que disciplina que estudia cómo los textos producen la realidad y, por lo tanto, la cultura.

A continuación de la secuencia histórica, Escudero remarcó que la Semiótica no estudia los signos sino su interpretación, una cuestión que derivó en la polémica de los 90 sobre los límites en la interpretación de los textos -los cuales Umberto Eco trataría de fijar posteriormente- aún presente.

Pero las dificultades que comporta la interpretación también afloran en la misma lengua y cultura. De hecho, la doctora considera que con la extensión del uso de internet, el lector se puede encontrar como

28 Beltrán, Felix. *Semiótica y Diseño (Entrevista a Juan Manuel Lopez)*. México. Pag.7.

un navegante ingenuo: “Encontramos mucha información pero descontextualizada y para poder interpretarla es necesario disponer de un marco que permita ubicar las informaciones que recibamos”. Escudero interpretó los tipos de relaciones que pueden darse entre las culturas que entran en contacto. Según la estudiosa, la dinámica puede derivar hacia la asimilación de una cultura a la otra o bien a la inversa, mantener la identidad como forma de resistencia (una reacción que estamos viviendo actualmente con casos como el uso del velo en las instituciones educativas francesas).

El objeto de estudio de la semiótica del diseño, son los signos y los significados que podemos encontrar en los distintos objetos gráficos de las comunidades, sea industrial, arquitectónico, gráfico, características de lo tradicional, rituales religiosos, etc.

El signo mantiene una relación entre el *significante* (aspecto material del signo) y el *significado* (concepto). Para Peirce, un signo sólo significa dentro de un sistema de signos y sólo en virtud de que los demás signos del sistema significan, este proceso de signos se le denomina semiosis, tiene relación de tres elementos: el signo, el objeto y el interpretante.

Magariños menciona que para intentar una construcción rigurosa de una semiótica de la imagen visual o, quizá con mayor precisión, de las diversas semióticas posibles a partir de la imagen visual, puede comenzarse esbozando las relaciones que constituirían el signo específico de dicha semiótica o de cada una de dichas semióticas, en cuanto particularización del correspondiente signo de la semiótica general.

Como primer acercamiento, es necesario ubicarse en el ámbito de las percepciones visuales. El trabajo pone especial cuidado en diferenciar a la semiótica de la imagen visual respecto de la semiótica del habla o de la lengua o, también, respecto de cualquier otro tipo de semiótica particular que no sea la visual.



Cuadro elaborado por: María José Ormaza

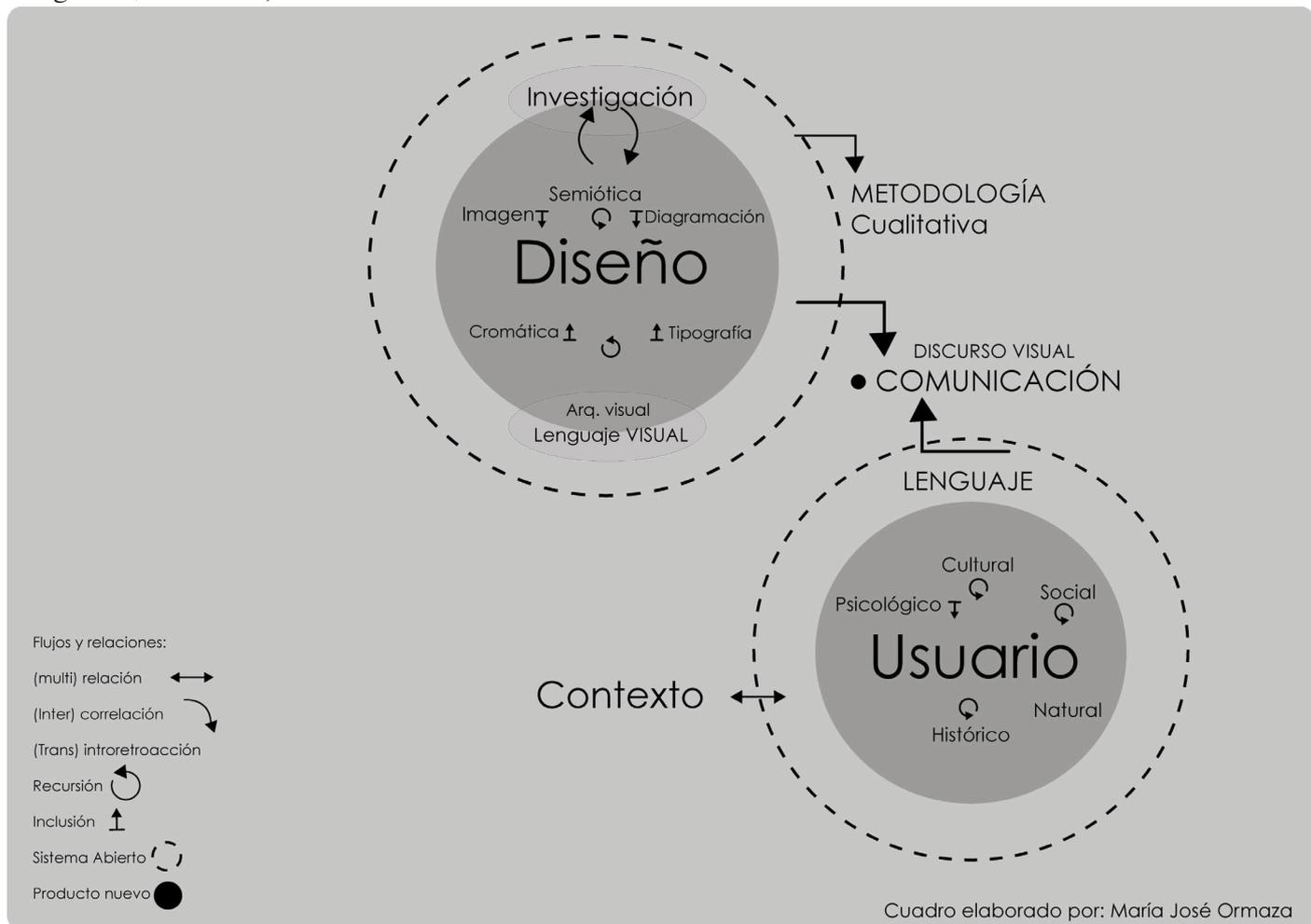
La aproximación a una definición de signo, correspondiente, de modo todavía general, a una semiótica de la imagen visual, puede formularse del siguiente modo:

A este tipo de percepción visual Magariños lo designa como “imagen material visual”²⁹. Esta exigencia de que la imagen sea material se refiere a la necesidad de un soporte físico, para admitirla como punto de partida de un análisis semiótico, sin diferenciar, al menos por el momento, entre las distintas calidades de tal soporte físico: tela, papel, pantalla, etc., ni entre los diversos sistemas de producción de la imagen: pintura al óleo, fotografía, pixels, etc. Pretendo, en cambio, dejar establecida la diferencia de estas imágenes materiales visuales, tanto respecto de las imágenes perceptuales como de las imágenes mentales.

Las imágenes perceptuales o visuales son una clase de imágenes sensoriales, teniendo en cuenta que “una experiencia sensorial primaria es un acontecimiento cognitivo evocado directamente por la estimulación de un órgano sensorial” (“A primary sensory experience is a cognitive event evoked directly by the stimulation of a sensory organ”, R. W. Langacker, 1987: 111).

De modo semejante, Kosslyn se refiere al “procesamiento visual de bajo nivel” en cuanto, “se guía exclusivamente por el input de los estímulos” (“is driven purely by stimulus input”, 1996: 53).

Las imágenes materiales son un objeto más del mundo exterior que puede ser percibido y que, por tanto, como todos los restantes objetos del mundo, puede dar lugar a una o múltiples imágenes perceptuales y puede almacenarse y transformarse en la memoria visual como una o múltiples imágenes mentales. La diferencia respecto a los restantes objetos del mundo consiste en la característica, señalada en su anterior definición, acerca de su capacidad para que un eventual perceptor considere a dicha imagen material como una representación, destinada a la configuración de una forma, para su valoración. En cambio, el perceptor considera a la percepción de los “restantes objetos del mundo” como información visual destinada a organizar algún tipo de comportamiento.



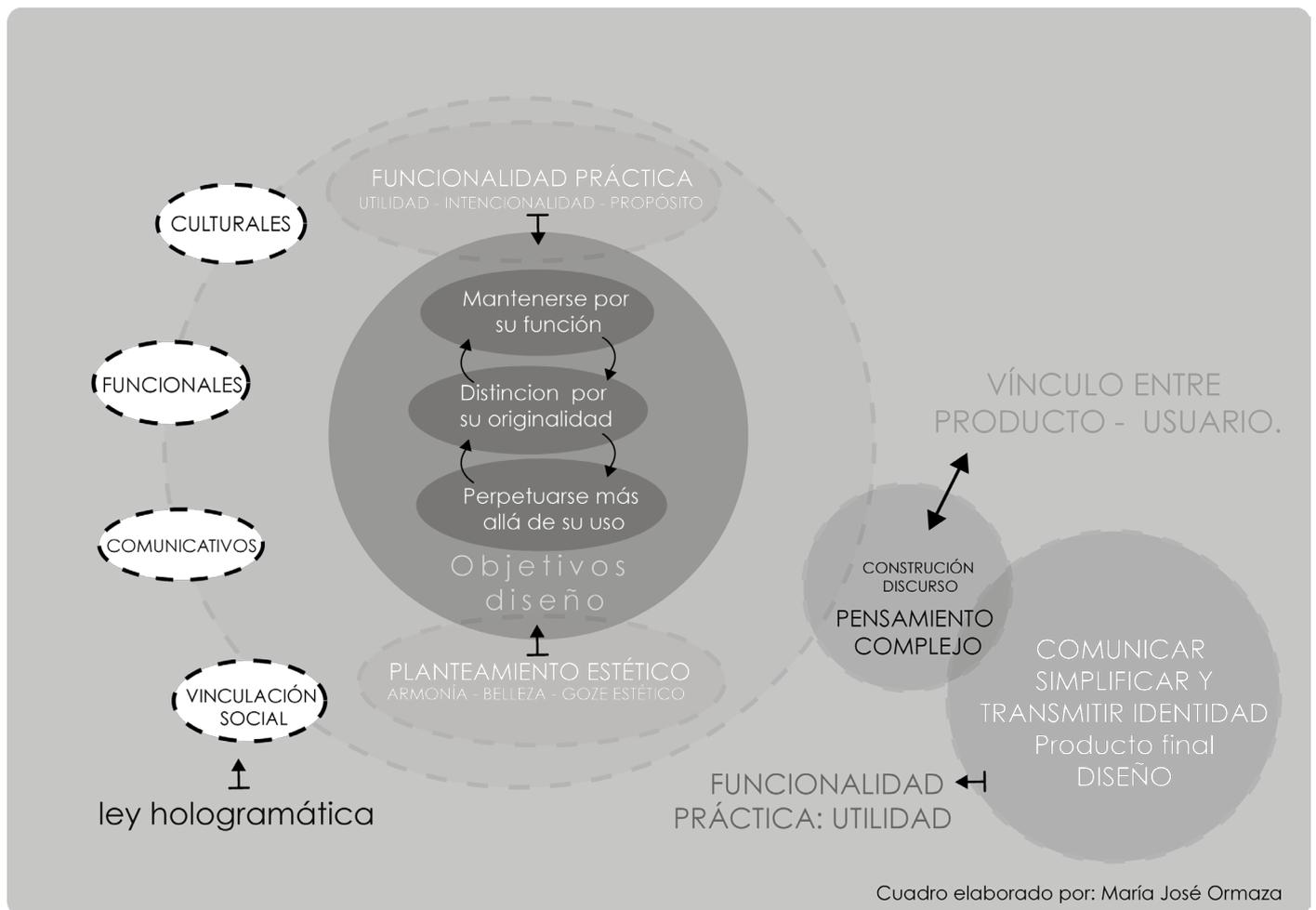
29 Magariños, Juan. *La Semiótica de la Imagen Visual*. Internet. <http://www.magariños.com.ar/VISIONWEB.htm>. Acceso: 12 abril 2012.

3.1 .1 Relación entre la semiótica Visual y aplicaciones con el Diseño Gráfico

La semiótica es la ciencia de los signos. Esta reflexión sobre los signos se confundió durante mucho tiempo con la reflexión sobre el lenguaje, *Morris* distingue entre las dimensiones semántica, sintáctica y pragmática de un signo.

Diseño significa la configuración de los objetos bi o tridimensionales. El diseñador aborda este proyecto conociendo el problema principal de las comunidades de la zona nariz del Diablo, su situación económica, cultural, étnica, las aplicaciones de la semiótica a los procesos de diseño parten desde las características, el material, el soporte, el concepto y la función del objeto o imagen.

Las premisas del diseño son³⁰:



Cuadro elaborado por: María José Ormaza

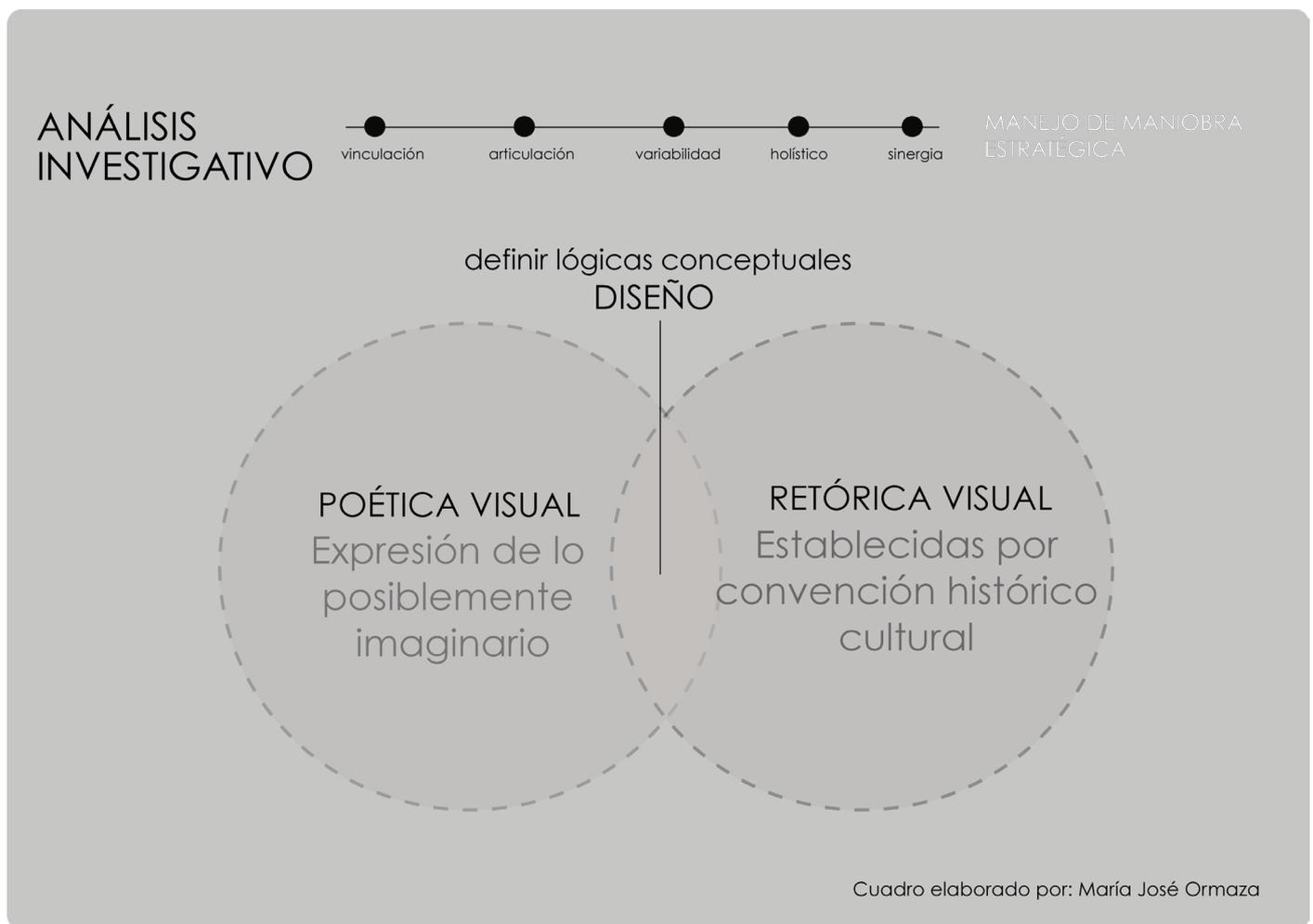
30 Bañuelos Capistrán, Jacob (Instituto Tecnológico de Monterrey). *Aplicación de la Semiótica a los procesos de Diseño*. UNED, Revista Signa 15 (2006). México. Pag.238.

Dimensiones del signo



Cuadro elaborado por: María José Ormaza

3.2 Poética y Retórica del Diseño Gráfico



El análisis semiótico se desarrolla sobre la poética y retórica visual dichos puntos enriquecen el análisis investigativo.

Los productos del diseño gráfico transitan entre un discurso poético y retórico de la imagen, el conjunto de signos visuales como resultado de su fusión e interacción pueden convertirse en otros signos de reconstrucción que percibe el espectador.

Los elementos constitutivos de las *figuras retóricas* y *poéticas*, con las que se configura el diseño gráfico, son elementos visuales como el punto, la línea, la forma, el fondo, la textura, contorno, el color, tono, luminosidad, saturación, brillo, contraste, movimiento, etc. y todos los signos visuales inmersos. Las técnicas de composición como el equilibrio, plano, armonía, ángulo, tensión, simetría, entre otros.

3.2.1 Retórica visual

(o no visual) se funda en el manejo de las figuras establecidas por convención histórica y cultural, con el fin principal de generar un discurso persuasivo.

3.2.2 Poética visual

(o no visual) es el desvío de las normas, el desvío de los signos, ya que, según la definición aristotélica, la poesía no representa las cosas realmente sucedidas, sino las cosas posibles, es decir, la expresión de lo posible (imaginario o no) es la expresión poética³¹.

Los productos de las comunidades, luego de haber pasado por una metodología deberán transitar entre un discurso poético y retórico de la imagen, como

31 Bañuelos Capistrán, Jacob (Instituto Tecnológico de Monterrey). *Aplicación de la Semiótica a los procesos de Diseño*. UNED, Revista Signa 15 (2006). México. Pag.242.

reunión diversa de signos culturales visuales, resultado de su fusión e interacción pues el signo visual puede convertirse en diferentes signos en el resultado de reacción del usuario directo.

3.3 Estructuración del lenguaje visual

Juan Magariños, en su inclusión de la semiótica al diseño plantea que; el diseñador podrá abrir un panel de posibilidades de transformación de un contenido comunicativo a través de una configuración de arquitectura visual la misma que estructura los parámetros de configuración de los mensajes sígnicos, mediante el lenguaje visual, el mismo que determina la diferenciación de las cosas por la forma, color, textura, organización, entre otras. Permitiendo que el discurso visual sea parte de la estructuración como punto de inclusión y conectividad, posterior y al desarrollo de la imagen como lenguaje visual podemos añadir que la configuración regirá una estructura de comportamiento sígnico, resultado de una interrelación de contextos primordiales para la aplicación del diseño y su comunicación estratégica.

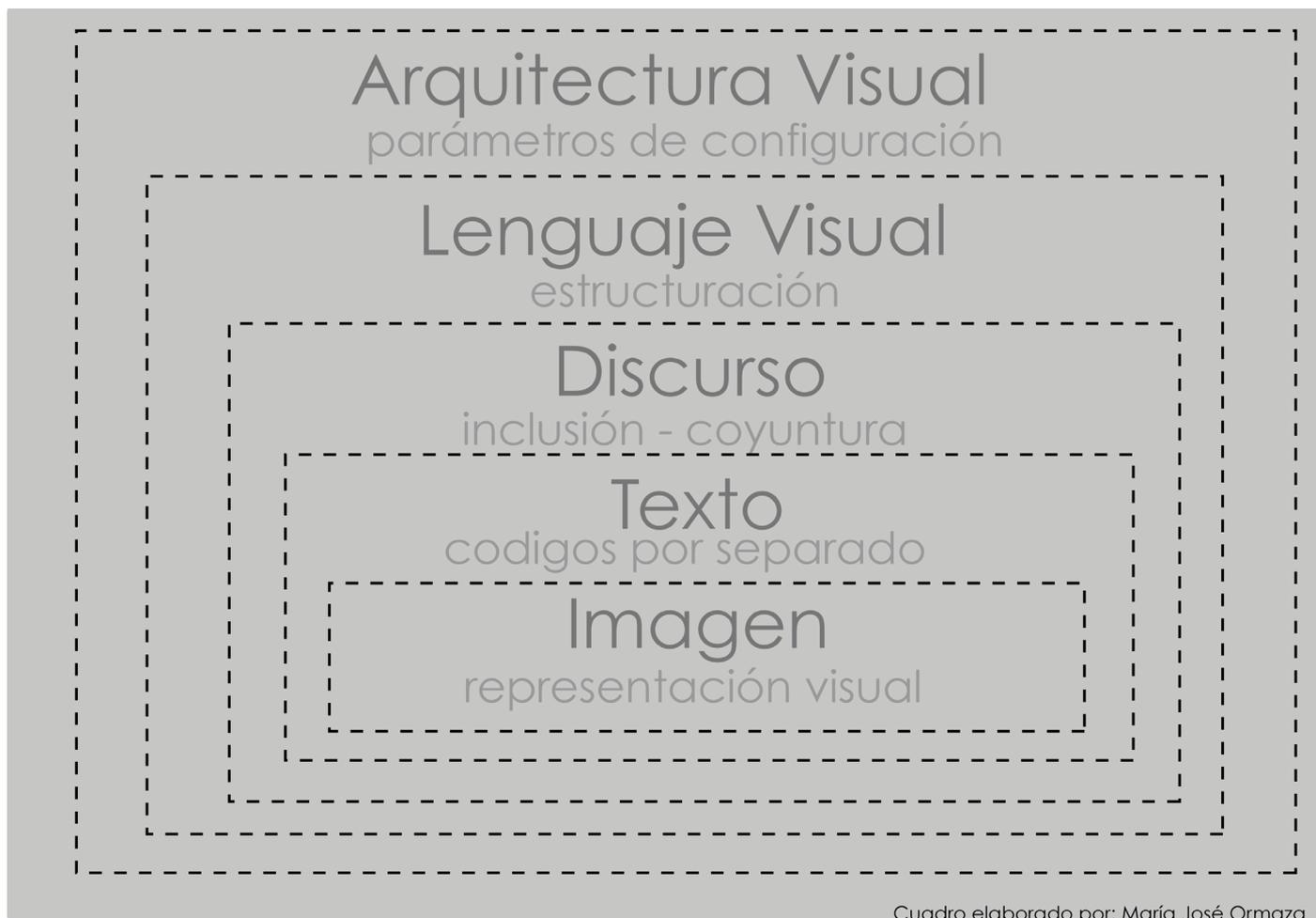
El lenguaje visual según María Acaso menciona que los principales objetivos es la identificación de cada una de las marcas y la Clasificación el producto.

Es decir, el lenguaje visual podrá lograr que en los turistas se produzca un tipo de conocimiento específico que repercutirá en actividades posteriores como por ejemplo, el reconocimiento inmediato de los productos artesanales de la zona. El tipo de conocimiento que se genera el lenguaje visual es un conocimiento identificativo ya que el turista podrá identificar si es natural o artificial, reconocerá el material y sabrá si es artesanal o industrializado.

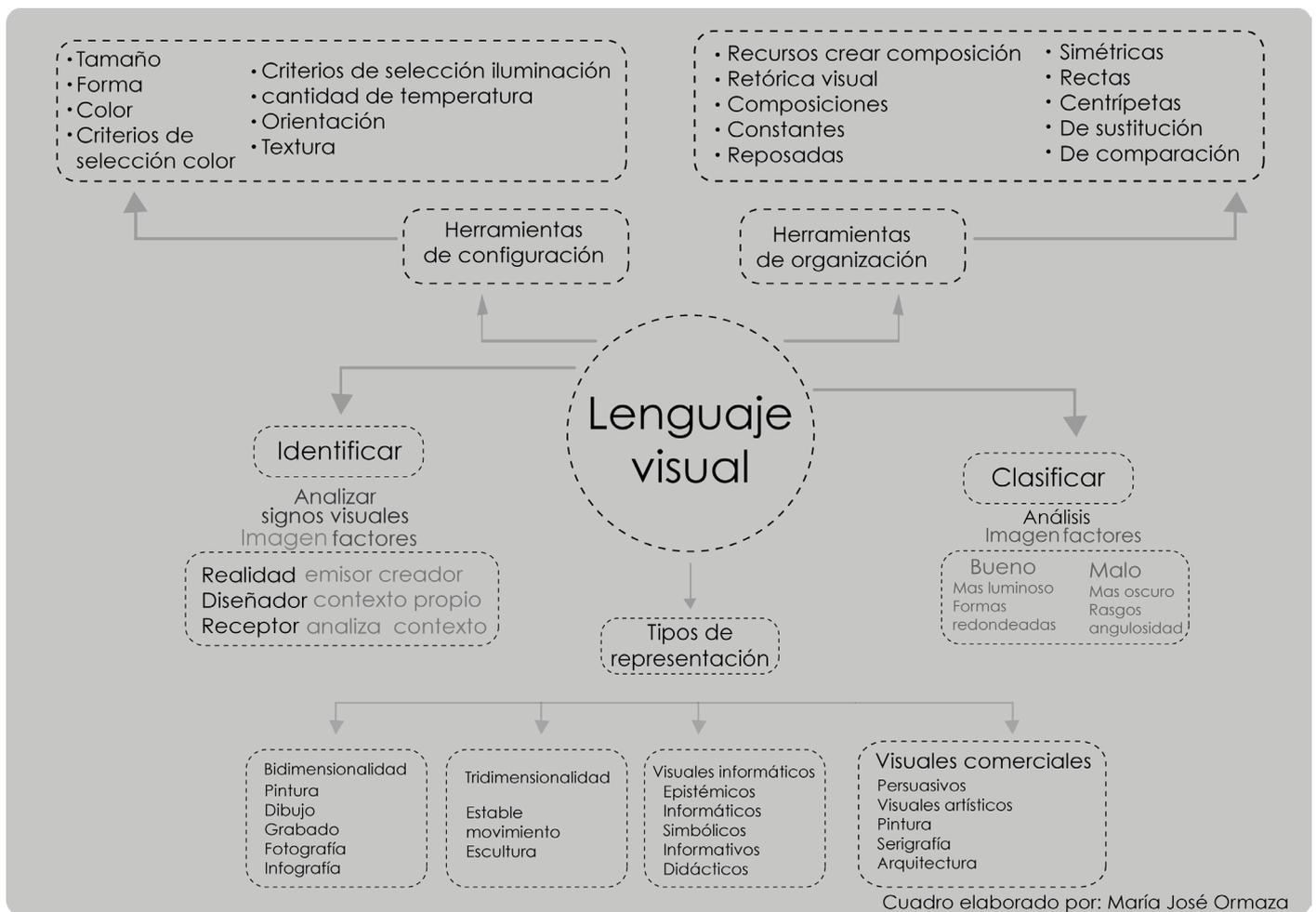
La modalidad de la comunicación visual se diferencia de las demás en dos aspectos principales:

El sentido que se utiliza para captar la información es la vista. En este caso difiere de la comunicación verbal pero funciona igual que la comunicación escrita.

La comunicación visual es un sistema de transmisión de señales cuyo código es el lenguaje visual³².



32 Acaso, María. *El Lenguaje Visual*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona 2006. Pag.22.



3.3.1 Herramientas del lenguaje visual

Las herramientas utilizadas por el diseñador delimitan los significados, por lo que, para estructurar el mensaje es importante conocer las características de cada herramienta.

Las herramientas de lenguaje visual son las siguientes³³:

- Herramientas de configuración
- Herramientas de organización

3.3.2 Herramientas de configuración³⁴

- El tamaño: criterios del impacto psicológico, efecto de notoriedad, comodidad de manejo o de ubicación.

- La forma: Formas orgánicas o naturales, formas

33 Acaso, María. *El Lenguaje Visual*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona 2006. Pag.49.

34 Acaso, María. *El Lenguaje Visual*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona 2006. Pags. 51-77

artificiales, tenemos tres niveles de selección de la forma, selección de forma del producto visual como objeto, del contenido del producto visual, del espacio que alberga al producto visual.

- El color: Esta percepción visual tenemos los Colores - pigmento de síntesis sustractivas como el Cian, amarillo, magenta y los colores - luz de síntesis aditiva: rojo, verde, azul. Los Términos de luminosidad, de saturación y desaturación, temperatura del color.

- Criterios de selección del color: Se clasifican en contenido simbólico, calendario comercial, contraste visual, identificación de marca, identificación con el público objetivo.

- Criterios de selección de iluminación. Tipo de fuente: Natural o artificial.

- Cantidad: claves altas o bajas. Temperatura: caliente o fría.

- Textura: material del soporte, materiales que se aplican al soporte. El Sistema de representación de la textura se divide en textura real, textura simulada o visual, textura ficticia.

3.3.3 Herramientas de organización³⁵

- La composición:

Recursos para crear una composición reposada, constantes, simétricos, rectos, centrípetos, completos, centrados.

Recursos para crear una composición dinámica: Inconstantes, asimétricos, oblicuos, centrífugos, incompletos, descentrados.

- La retórica visual: interconectar los significados. Sustitución: metáfora, alegoría, metonimia, calambur, prosopopeya.

Comparación: oposición, paralelismo, gradación. Adjunción: repetición, epanadiplosis, hipérbole, préstamo.

3.3.4 Tipos de representaciones mediante el lenguaje visual³⁶

Tenemos representaciones bidimensionales y las representaciones tridimensionales.

- Las representaciones bidimensionales nos referimos a que la realidad esta representada en dos dimensiones, conocidas también como imágenes fijas, tradicionalmente que están representados en la pintura, el dibujo, el grabado, la fotografía, desarrollos infográficos, entre otros.

- Las representaciones tridimensionales depende el soporte que elegimos para mostrar la realidad, como la escultura, el resultado es fijo o en movimiento.

Tipos de representaciones según su función:

- Representaciones visuales informativas: Informativos epistémicos, Informativos simbólicos, Informativos didácticos.

- Representaciones visuales artísticas: Tienen como objetivo el traspaso de la información y los productos visuales mediante, Pintura, grabado, litografía, serigrafía, arquitectura, fotografía, cine, vídeo, net art, recontextualizaciones, land art, body art.

³⁵ Acaso, María. *El Lenguaje Visual*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona 2006. Pags. 78-91.

³⁶ Acaso, María. *El Lenguaje Visual*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona 2006. Pags. 105-109.

3.4 Signo Visual

Es necesario definir al signo y al signo visual³⁷.

- Signo: Cualquier cosa que represente a otra, es una unidad de representación.

- Signo visual: Cualquier cosa que representa a otra a través del lenguaje visual y su unidad de representación es el lenguaje visual.

3.4.1 Tipos de signos visuales³⁸

- Huella o señal: Este es un signo formado a través de algún resto físico del elemento representado. Ej. Nuestra huella dactilar.

- Icono: es un signo en el cual el significado permanece conectado con el significante en algún punto, ha perdido parte de las características físicas del original pero sin dejar de mantener una relación con lo que se esta representando. Ej. El signo de la cruz.

- Símbolo: es un signo que se ha perdido por completo las características del original, de tal manera que la realidad se representa en virtud de unos rasgos que se asocian por convención socialmente aceptada. Ej. La paloma es un símbolo de paz.

3.4.2 Niveles del Signo Visual³⁹

- Nivel semántico: tiene que ver con el significante que es el aspecto material del signo, la parte física.

- Nivel de significado: es el concepto o la unidad cultural que se otorga al signo por medio de una convención socialmente establecida, el resultado de la interpretación tiene que ver con la experiencia del sujeto en el contexto de visualización.

- Discurso denotativo: Mensaje objetivo del signo, nivel físico.

- Discurso connotativo: Mensaje subjetivo del signo, nivel simbólico.

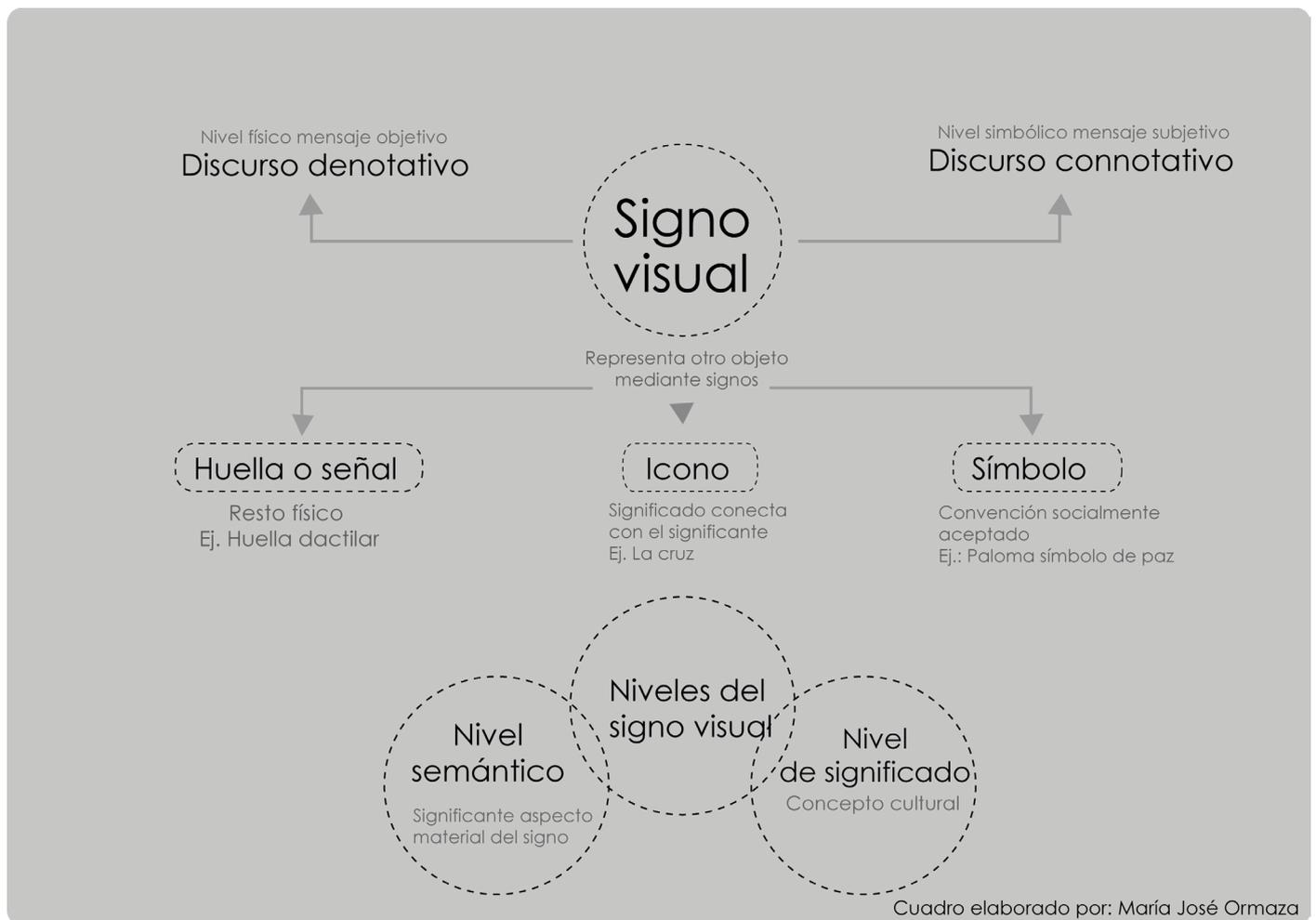
El discurso denotativo hace referencia a lo observado, es decir el usuario directo podrá apreciar

³⁷ Acaso, María. *El Lenguaje Visual*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona 2006. Pag. 38.

³⁸ Acaso, María. *El Lenguaje Visual*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona 2006. Pag. 38

³⁹ Acaso, María. *El Lenguaje Visual*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona 2006. Pags.41.

directamente el nivel físico. A diferencia del discurso connotativo que su carácter es más cultural, dependerá del contexto donde se vea la imagen, y depende también de quien la perciba. El discurso connotativo como base del lenguaje visual es evidente, el usuario directo e indirecto, el diseñador y demás personas que están en el contexto, tienen diferentes lenguajes que utilizan como seres humanos y sistemas de representación, es decir no es la realidad, pero son signos que representan a la realidad.



3.4.3 Punctum

¿Como ir del discurso denotativo al connotativo, de la parte descriptiva a la cultural?

Este proceso es de Roland Barthes, quien denominó al Punctum como el elemento del producto visual que causa reacción en el espectador, funciona como un detonante que extrae la imagen y la conecta con propias experiencias y sensaciones del usuario.

María Acoso menciona los niveles de un elemento⁴⁰:

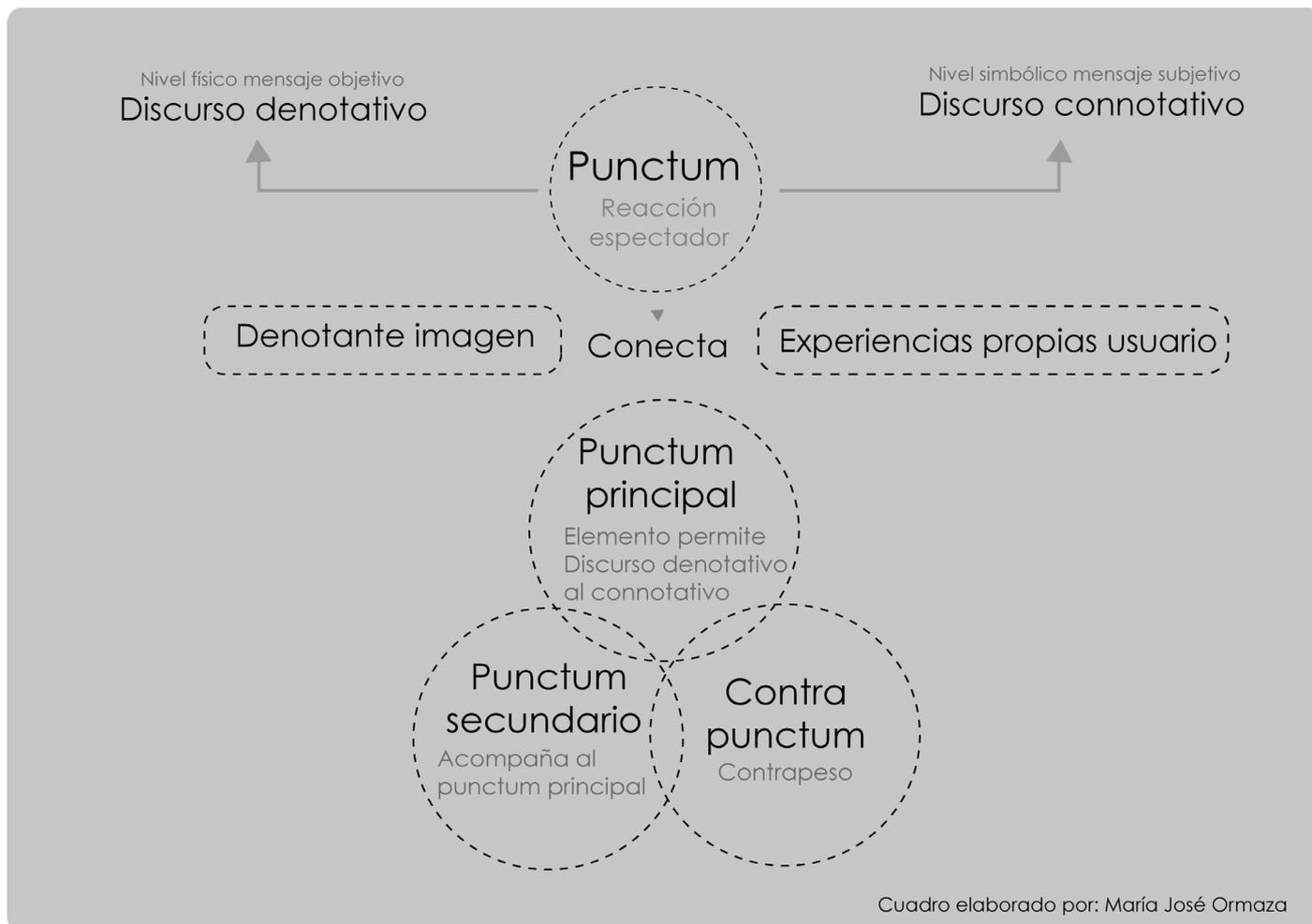
- Punctum principal: Es el elemento de la imagen que hace que el espectador pase del discurso denotativo al connotativo.
- Punctum secundario: El o los elementos que acompañan al punctum principal.
- Contrapunctum: Elemento que funciona como contrapeso del punctum.

3.5 Imagen visual

Santos Zunzunegui acota que lo primero es definir qué cosa entendemos como imagen. “Imagen: representación de un objeto en dibujo, pintura, escultura, etc.”. “Figura de un objeto formada en un espejo, una pantalla, la retina del ojo, una placa fotográfica, etc., por los rayos de luz o de otra clase que parten del objeto.”. “Esa misma figura recibida en la mente a través del ojo.” “Representación figurativa de un objeto en la mente.”⁴¹

3.5.1 La visualidad de la realidad; explicaciones históricas

En la medida en que la información visual es obtenida por medio de ciertas aptitudes y procesos físicos, biológicos y neuropsicológicos, es necesario afianzarse con las formas en que los diversos mecanismos perceptivos se relacionan con la realidad del ambiente⁴².



Cuadro elaborado por: María José Ormazá

40 Acoso, María. *El Lenguaje Visual*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona 2006. Pag. 45.

41 Zunzunegui, Santos. *Pensar la imagen. Ediciones 3, Illustrated*. Cátedra 1992. Pag. 18.

42 Zunzunegui, Santos. *Pensar la imagen. Ediciones 3, Illustrated*. Cátedra 1992. Pag. 22.

Zunzunegui plantea y analiza los diferentes medios que el ser humano utiliza para percibir la información, a continuación la descripción planteada por el mismo:

- El canal visual

El canal fisiológico de la comunicación es el ojo humano, su funcionamiento es un medio natural, entre el mensaje emitido y la sensación resultante. Canal que se puede caracterizar por disponer de un umbral de sensibilidad, uno de saturación y estar sujeto a las leyes que ligan el nivel de excitación con la sensación resultante.

- De la imagen retínica a la percepción

Más allá de los mecanismos neurofisiológicos, la visión se construye como una fase de organización final en el momento de la experiencia fenoménica. Los mensajes recibidos por el órgano de la vista – de los que la imagen retínica supone una especie de acta – no son sino el comienzo de una compleja cadena operacional destinada a elaborarlos, organizarlos y transformarlos.

- El iconismo y balance del debate

Los siglos icónicos se distinguirán de otras imágenes sígnicas por el hecho de utilizar un significante bidimensional.

3.5.2 Teoría de los reflejos especulares

Las imágenes producidas por los espejos ofrecen una serie de particularidades que deben ser consideradas: se trata de representaciones necesariamente en directo, que remiten un proceso al presente absoluto que se está mirando. El espejo funciona de umbral como lugar de articulación entre lo imaginario y lo simbólico⁴³.

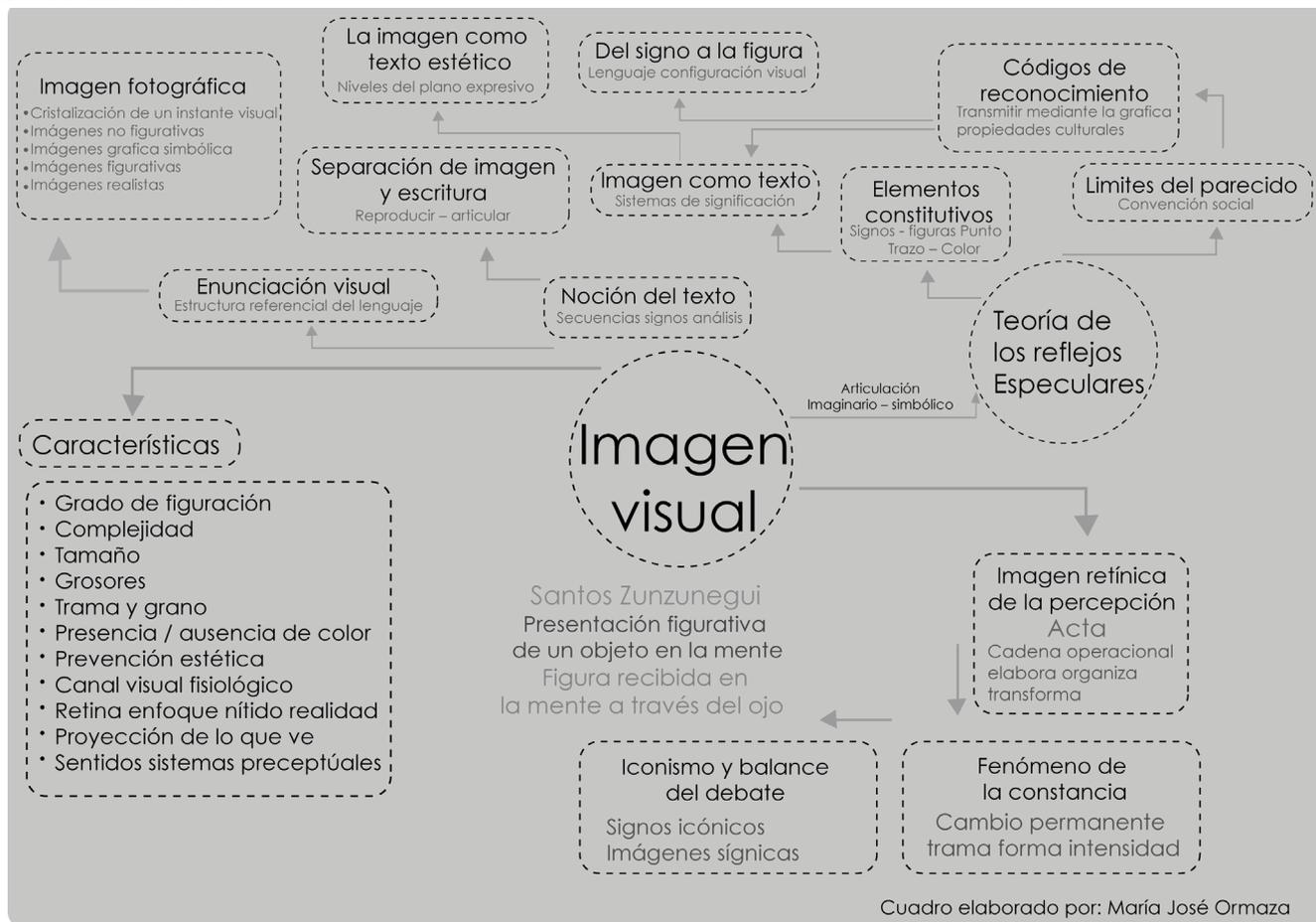
Zunzunegui analiza cada función signica descrita a continuación:

- Los límites del parecido

Los signos icónicos no deben su significación a una pretendida naturalidad sino que, al igual que los restantes tipos de signos, funcionan entorno a la idea de convención social.

- Los códigos de reconocimiento

Representar icónicamente un objeto no es si no transcribir mediante artificios gráficos (o de otra clase) las propiedades culturales que se le atribuyen.



43 Zunzunegui, Santos. *Pensar la imagen. Ediciones 3, Illustrated*. Cátedra 1992. Pag. 48.

- Elementos constitutivos, signos, figuras.

Toda imagen coloca a su potencial espectador destinatario ante la operación de fragmentación y recorte, como paso básico para el aislamiento de las configuraciones de sentido. Han sido identificadas como unidades signílicas mínimas lo que no son sino los “constitutivos del significante”, tales como el punto, el trazo o el color.

D.A Dondis (1976) han desarrollado la idea de la alfabetización visual, donde señala los elementos del vocabulario básico que define la comunicación visual como universal, ya que ignora los límites que los idiomas y las gramáticas imponen a los lenguajes naturales. Se señalan como elementos básicos de la comunicación visual el punto, la línea, el contorno, la textura, la dirección, la escala, el color, la dimensión y el movimiento.

- Del signo a la figura

Los lenguajes o configuraciones visuales dotadas de sentido suelen identificarse con la aparición de lo que se denomina figuras aisladas mediante la aplicación de los códigos de reconocimiento a la imagen. La expresión figura que abarca tanto expresiones “figurativas” como expresiones “no figurativas”, en la medida en que se trate de “figuras geométricas” que no tengan analogía directa con los objetos del mundo real.

- La imagen como texto

Los sistemas de significación que funcionan sobre la base de códigos fuertes (lenguas naturales, alfabeto, etc.) hay otros que se basan en códigos débiles (cuando las variaciones potenciales son más relevantes que los rasgos pertinentes). Este es el caso de la imagen, las configuraciones visuales dependientes del contexto e incluso de su ubicación espacial, lo que supone que las figuras icónicas o plásticas no adquieren su valor de manera inminente en relación con el sistema, sino en función del contexto. Lo que lleva a *Eco (1977, 359)* a proponer que las imágenes deben ser consideradas como textos visuales, no analizables ni en signos ni en figuras.

- La imagen como texto estético

Partiendo de la aportación de Jakobson, se pueden reconocer dos marcas que definirán la presencia de lo estético: la ambigüedad, como violación de las reglas del código, y la autorreflexión, en la medida en que un texto llama la atención sobre su propia organización semiótica. Pero es que además la imagen es especialmente sensible en un tercer nivel típica-

mente diferenciador de los textos estéticos: la gran importancia que cobra en ellos la manipulación de los niveles inferiores a su plano expresivo (soportes físicos, colores y gamas cromáticas, texturas, entre otros.)

- La enunciación visual

Cuando se habla de enunciación se concibe como un acto de lenguaje a través del cual una estructura referencial produce un discurso.

- La separación entre imagen y escritura

Los pictogramas son signos gráficos que expresan una idea relacionada materialmente con el objeto que el signo representa, el caligrama que compone las líneas que delimitan la forma del objeto con las que disponen la sucesión de las letras, haciendo decir al texto lo que el dibujo representa, en una redundancia que propone la unión del mostrar y del nombre, del figurar y del decir, del reproducir y del articular, del imitar y del significar, del mirar y del leer.

- La imagen fotográfica

Zunzunegui escribe que la fotografía se presenta como una cristalización del instante visual. Gracias al papel fotográfico fijamos la imagen. En la fotografía no existe información sonora, táctil, gustativa, olfativa. Absolutamente el predominio es óptico. La fotografía reduce lo tridimensional a bidimensional. Zunzunegui plantea una tensión entre la tendencia a la belleza y la estética como a la búsqueda de la veracidad.

Las imágenes sintéticas, que también denominadas infográficas se clasifican en cuatro categorías (*Gulbern, 1987*):

- 1) Imágenes no figurativas
- 2) Imágenes gráficas o simbólicas
- 3) Imágenes figurativas
- 4) Imágenes realistas

3.6 El Diseño y Comunicación

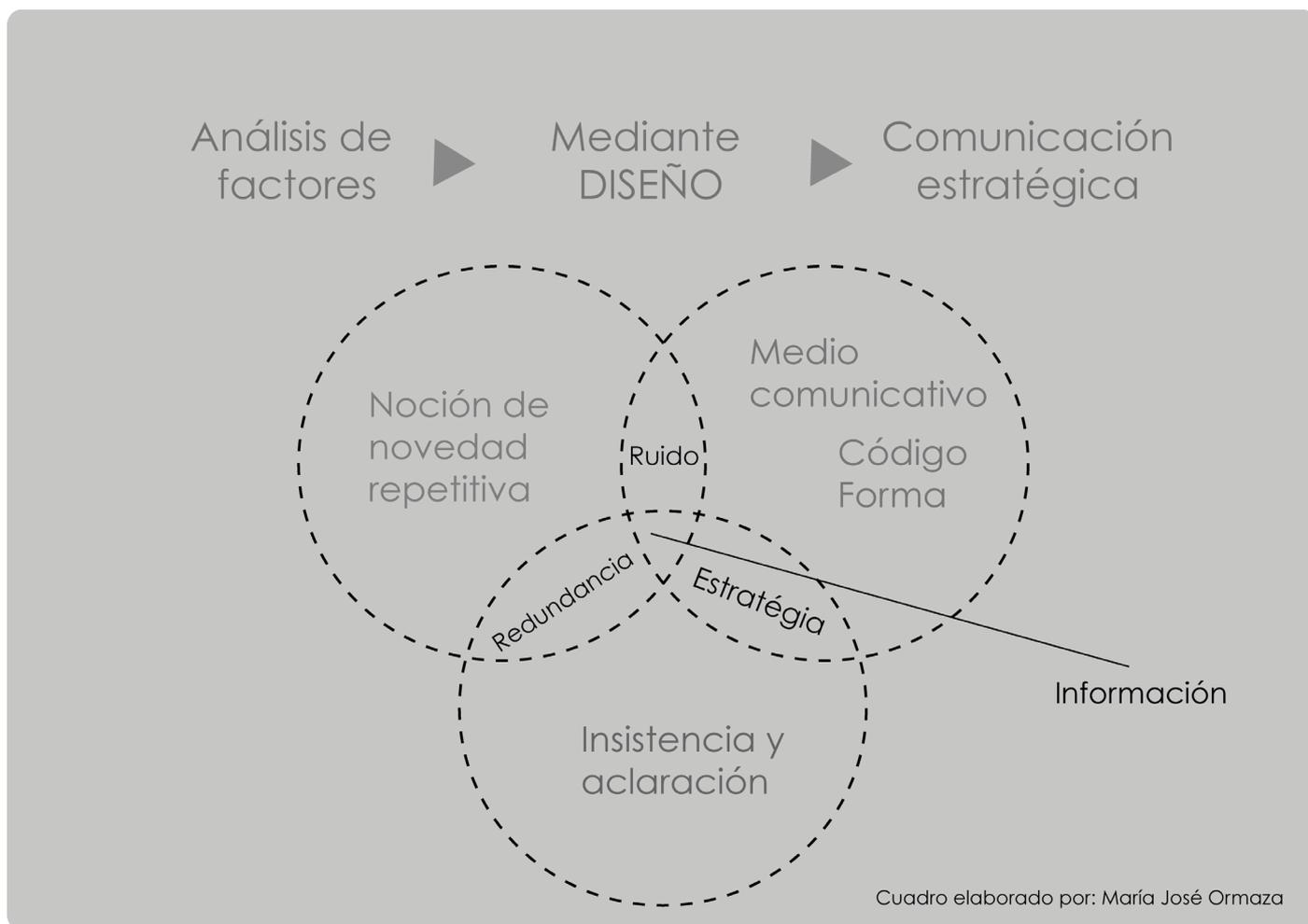
Partiendo del punto de vista de *Jorge Frascara* “*El diseño de comunicación*” cabe mencionar tres conceptos originados en la ciencia de la información que ayudan a clasificar ciertos problemas en el diseño gráfico, información, redundancia y ruido.

El concepto de información esta conectado con la noción de novedad, de acuerdo a esto, lo previsto no se constituye en información, sino en un sentido mínimo, como confirmación. Cuando más certidumbre hay de algo que ocurre, menos información habrá cuando se realice; en lugar de información tendríamos redundancia.

El nivel de información esta en relación inversa con su probabilidad, es decir si un producto tiene determinada información y los productos similares tienen el mismo mensaje, este deja de ser información y pasa a ser redundancia, desaparece en el contexto de lo inesperado y se anulan los mensajes⁴⁴.

La redundancia tiene dos funciones positivas con relación a la información: insistencia y aclaración. La insistencia en forma de repetición es un recurso teórico que persigue la memorización de la información otorgando importancia al mensaje. El uso de la repetición como aclaración se da al presentar la misma información bajo diferentes aspectos en diferentes formas, utilizando diferentes códigos de esta manera se asegura que la información sea entendida por un amplio espectro de gente⁴⁵.

El ruido puede darse en el medio (canal comunicación), el código (lenguaje), la forma (estética o estilo). El ruido también puede ser creado por información no pertinente o por la calidad técnica de la producción, como consecuencia del ruido habrá falta de claridad y de incompresibilidad de la información⁴⁶.



44 Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación “Diseño Gráfico y Comunicación”*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2006. Pag.26.

45 Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación “Diseño Gráfico y Comunicación”*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2006. Pag.28.

46 “IDEM”

3.6.1 La creatividad y la Comunicación

Según Frascara no se trata de plantear un producto final de diseño como una disyuntiva entre “ser creativo o ser entendido”, la creatividad se desarrolla cuando los mensajes complejos sean fácilmente comprensibles. La creatividad requiere una inteligencia objetiva y flexible que permita analizar cada problema desde diferentes puntos de vista. De esta manera tampoco se puede elegir entre comunicación y estética, la estética es un requisito comunicacional que debe ser satisfecho, la belleza y la sofisticación visual son puntos importantes en el trabajo del diseñador⁴⁷.

3.6.2 Principios de Diseño: requerimientos funcionales

La necesidad de comunicar hace que toda pieza gráfica compita bajo estímulos visuales, la percepción y el significado emergen del contexto en el que se encuentran, mediante el uso de contraste en forma y contenido. La imagen debe ser visualmente fuerte, debe tener una gran coherencia interna y al mismo tiempo, debe diferenciarse del contexto que lo rodea, además que el significado debe relacionarse con el interés del público.

“Mirar no es un acto pasivo, no miramos para ver, miramos para entender y para encontrar lo que queremos”⁴⁸.

La comunicación a su vez, no termina en el acto de llamar la atención, la esencia está en que la información sea comprensible, útil, de interés, y agradable de ser posible. Además la comunicación debe generar la reacción del público.

El diseñador debe ser capaz de organizar tres áreas fundamentales⁴⁹:

1.- Claridad en forma y contenido (percepción y comprensión) en:

a) La presentación de elementos individuales como las letras, números, pictogramas, diagramas, mapas, tablas, gráficos, signos, señales, símbolos o paneles de control.

b) El ordenamiento de secuencias comunicacionales, categorización de informaciones complejas.

2.- Facilitación y estímulo en la lectura en:

a) Diseño de publicaciones, libros, medios impresos como electrónicos.

3.- Consideración de los aspectos culturales, sociales, económicos, tecnológicos y ecológicos de todo proyecto.

La planificación de la comunicación está basada en varios principios⁵⁰:

- Todo elemento visual tiene significado.

- Todo ordenamiento visual tiene significado.

- Todo significado presupone un orden.

- Todo orden está basado en principios visuales de integración y segregación.

- Los principios visuales de integración y segregación se basan en semejanza, proximidad y continuidad.

- Todo mensaje visual está constituido por dos niveles: forma y significación

- La significación de un mensaje requiere un proceso de interpretación.

- Todo mensaje es producido para generar un efecto en las conductas, las actitudes o el conocimiento de cierto grupo de gente.

47 Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación “Diseño Gráfico y Comunicación”*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2006. Pág.29.

48 Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación “Diseño Gráfico y Comunicación”*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2006. Pág.67.

49 Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación “Diseño Gráfico y Comunicación”*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2006. Pág.68.

50 Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación “Diseño Gráfico y Comunicación”*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2006. Pág.73.

Los contextos

El concepto de contexto implica diferentes niveles⁵¹:

-Perceptual: El ambiente visual en el que se presenta un mensaje

-Cultural: El medio cultural del público receptor, sus valores, costumbres, sus códigos y aptitudes.

-De origen: El contexto formado por los otros mensajes producidos por el mismo emisor.

-De clase: El contexto creado por los mensajes de la misma clase y posiblemente generado por diferentes emisores, por ejemplo mensajes educativos, mensajes comerciales, mensajes regulatorios.

-Estético: El contexto formado por el estilo visual de las comunicaciones graficas.

-Medio: El contexto creado por el medio de comunicación o canal utilizado, Tv, afiche, libro revista, entre otros.

51 Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación "Diseño Gráfico y Comunicación"*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2006. Pags.75-76.

-Calidad técnica: El nivel de desarrollo técnico esperado por el público en el medio utilizado.

-Lenguaje: El contexto formado por el lenguaje cotidiano y escrito de un grupo determinado en un lugar determinado.

Todos estos conceptos influyen en el mensaje y participan del proceso de interpretación.

La estética

La estética guarda primordial importancia en el diseño de la comunicación visual por varias razones⁵²:

-Genera abstracción o rechazo "a primera vista".

-Comunica.

-Afecta a la extensión del tiempo perceptual que el observador otorga a un mensaje.

-Contribuye a la memorización de un mensaje.

-Contribuye a la vida activa en el diseño.

-Contribuye a la calidad cultural y sensorial del medio ambiente.

52 Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación "Diseño Gráfico y Comunicación"*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2006. Pag.80.



Cuadro elaborado por: María José Ormazá

Estética y Comunicación

Todo tratamiento estético tiene significado, la evolución de la calidad estética de una pieza gráfica debe analizarse teniendo en cuenta el propósito de contenido, el contexto de implementación y el público.

A continuación se explicará cada elemento de función signica y configuración del mensaje de diseño, según Jorge Frascara⁵³:

Extensión del tiempo perceptual

En la medida que el diseñador conoce mas las preferencias de su público objetivo, podrá llegar a atraer y retener su atención, no solamente la imagen será capaz de llamar la atención de un grupo determinado, será también capaz de retenerla.

Atraer, retener y comunicar, son tres funciones esenciales de todo mensaje, la estética juega un papel importante en estas funciones y hay que tener cuidado en que no se vaya transformar en distracción.

53 Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación "Diseño Gráfico y Comunicación"*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2006. Pags.88-90.

Memorización

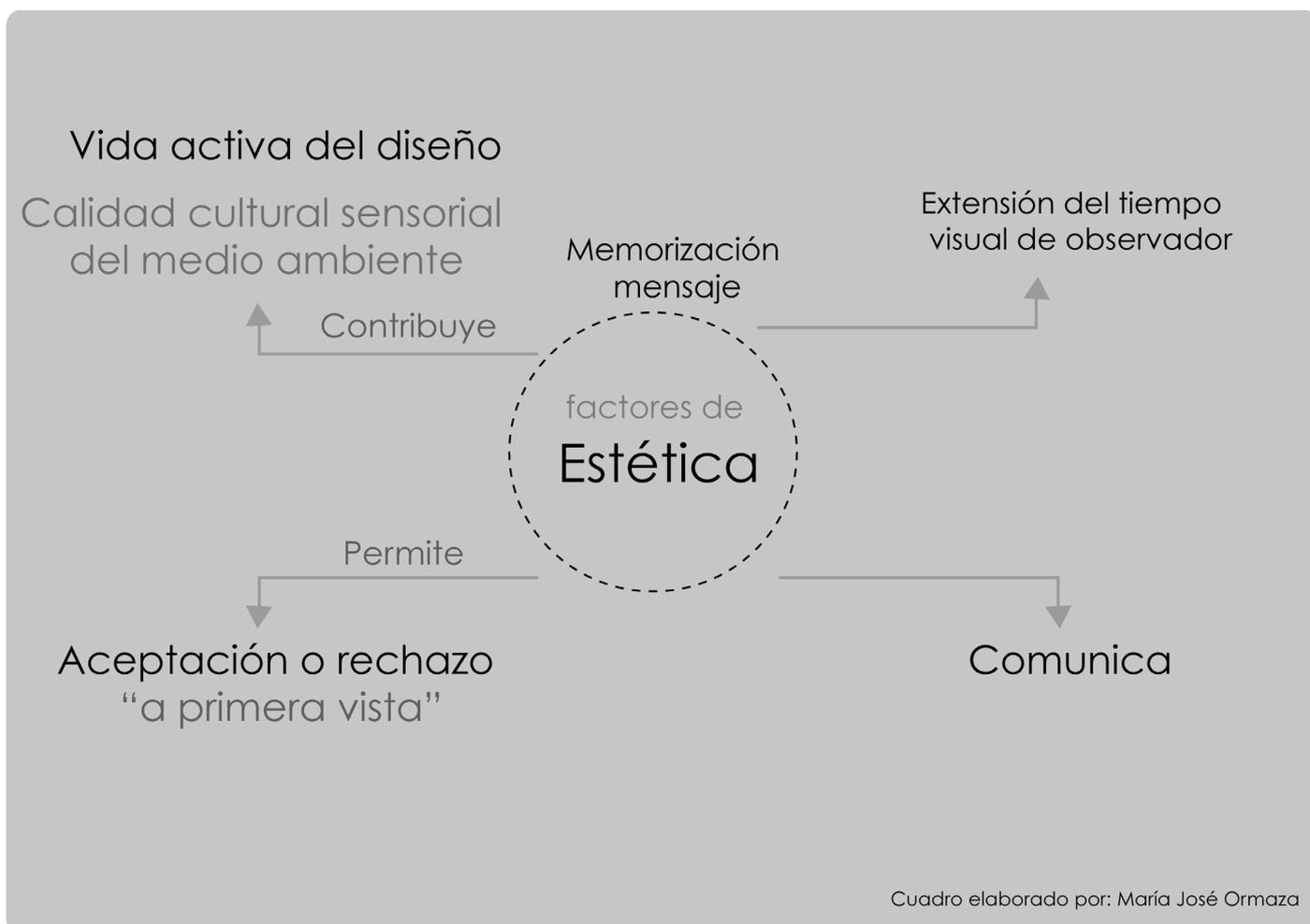
Dadas la condiciones precedentes, un mensaje que es capaz de llamar la atención, es obvio que un mensaje atractivo será mas recordado que otro menos atractivo, pero el objetivo del mensaje no solo es ser recordó por el público, lo mas importante es verificar si, además de recordarlo, el público desarrolla respuestas acordes con lo objetivos del mensaje a nivel de conducta, conocimientos y actitudes.

Vida activa de un diseño

Una buena pieza de diseño en sentido estético tiene muchas mas posibilidades de ser conservada que una pieza carente de estética, un sistema de comunicación hace que estas piezas gráficas pasen de mano en mano, se exhiben y continúan emitiendo su mensaje. Es cierto que talvez este mensaje no es el mismo que generó el diseño, pero es un contribuyente positivo del sistema comunicativo.

Calidad del medio ambiente

La calidad del medio ambiente es una responsabilidad del diseñador, un diseño puede ser reproducido cinco mil veces, expuesta en vidriarías, reproducida en diarios, miles de piezas promocionales, cientos



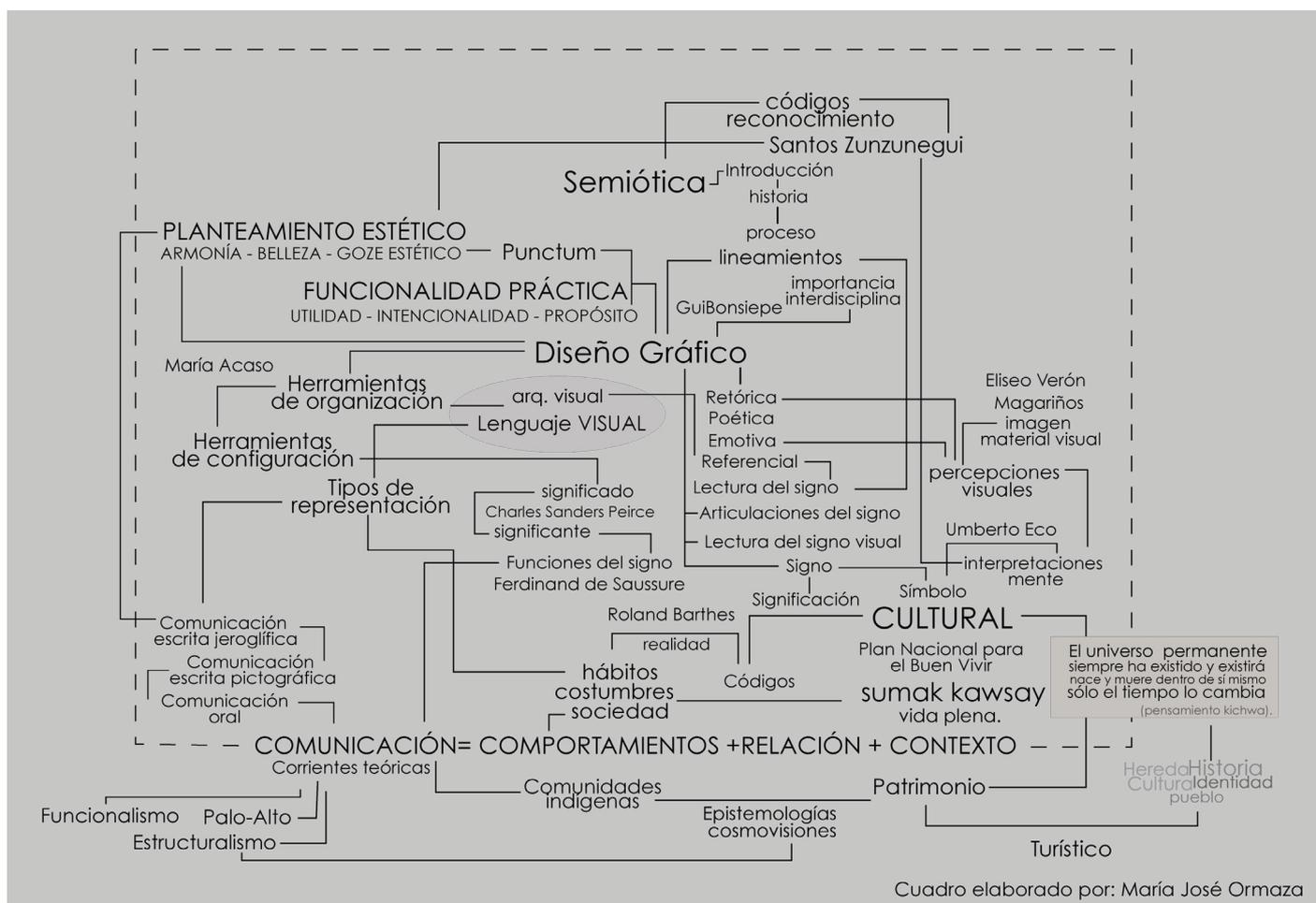
Cuadro elaborado por: María José Ormaza

de afiches, si bien, ejerce una presencia efímera, tiene una increíble capacidad de influir en la calidad del medio ambiente. Esta razón la calidad del diseño gráfico va claramente mas allá de ayudar a la función específica de la comunicación, requiere ser tratada como objeto cultural de alto impacto.

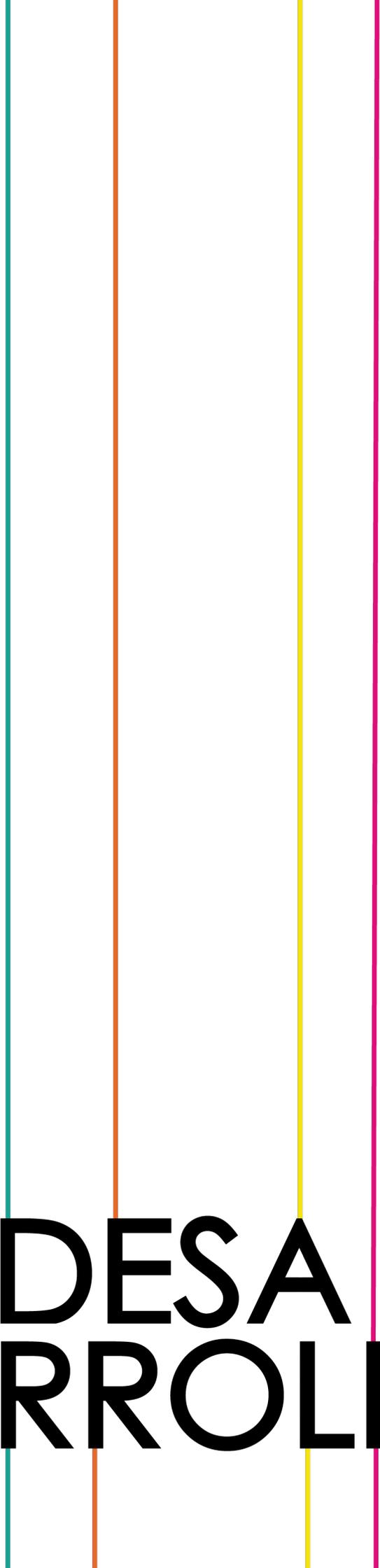
Las tendencias de diseño indican nuevos puntos de evolución que se caracterizan por la identidad de los productos; la conservación del medioambiente; la creatividad; la diferenciación de la zona; la prolongación del uso del producto, etc. Para ello es necesario una investigación de la comunidades anexas a la zona que determinará los factores de procedimientos para plantear la una propuesta de diseño de promoción de productos.

Toda propuesta de diseño de promoción turística en base a productos de las comunidades debe tener características artísticas, originalidad, identidad, rentabilidad económica, ambiental y social.

Definiendo un producto turístico Klotler menciona que “Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo... el concepto de producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas”⁵⁴



54 Gonzalez Santamaria, Pedro. *Producto turístico*. Internet. www.welton.es/El_Producto_Turistico.pdf. Acceso: 24 mayo 2011



**DESA
RROLLO**

4.1 Investigación y análisis de la información

Alausí una zona compuesta de gran diversidad natural, étnica y cultural tras su historia enriquecedora ostenta el título de *Patrimonio Cultural Del Ecuador* desde el 25 de junio de 2005, acuerdo recibido oficialmente por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

Gracias a la gran obra de ingeniería ferroviaria denominada Nariz del Diablo, el tren ecuatoriano es llamado por todo el mundo como el Ferrocarril más difícil del mundo, recibiendo a diario turistas nacionales y extranjeros.

La Nariz del Diablo se levanta entre las cordilleras oriental y occidental, clima templado, atractivos naturales, manifestaciones culturales, diversidad étnica.

Según datos proporcionados por el Gobierno Autónomo descentralizado del Cantón Alausí mediante el proyecto “Inventariación de los recursos turísticos naturales y culturales del cantón Alausí, provincia de Chimborazo” Riobamba 2007 donde consta que el cantón Alausí posee una amplia gama de recursos naturales y culturales.

Es preciso indicar que la Ley de Turismo, manifiesta que el ministerio de Turismo tiene la atribución de “Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información” (Cap. Ministerio de Turismo, Art.15, num.4)⁵⁵.

La información expuesta a continuación a sido seleccionada de acuerdo al vínculo patrimonial de cada producto inventariado.

BRAQUIÓPODOS GIGANTES de Chicho Negro (Patrimonio Arqueológico)

1.- Datos Generales

Nombre: Braquiópodos gigantes de Chicho Negro.

Categoría: Manifestaciones culturales

Tipo: Restos y lugares Arqueológicos.

Subtipo: Fósiles

2.- Ubicación

Provincia de Chimborazo, Cantón Alausí, Parroquia Achupallas, Comunidad santa Rosa de Chicho Negro.

55 Cevallos Merchán, Mauricio. *Inventariación de los recursos turísticos naturales y culturales del cantón Alausí, provincia de Chimborazo*. Riobamba 2007. Pag. 24.

3.- Características físicas del atractivo

Ubicado a 3925 m.s.n.m.

Temperatura 10 °C.

El sitio arqueológico posee fósiles de conchas gigantes petrificadas, estas fueron encontradas en Marzo del 2004 cuando se realizaban estudios para la extracción de mármol negro en la zona.

Pertencen a un grupo de invertebrados marinos denominados Braquiópodos del período Precámbrico de la era Arzoica, cuya antigüedad es de 325 millones de años.

Cada 24 de Mayo es la fiesta de la comunidad, la gente es participativa, mensualmente llegan turistas de todo el mundo para tomar fotografías y hacer filmaciones.

CENTRO HISTÓRICO DE ALAUSÍ (Patrimonio Arquitectónico)

1.- Datos Generales

Nombre: Centro histórico de Alausí

Categoría: Manifestaciones culturales

Tipo: Lugares históricos

Subtipo: Barrios

2.- Ubicación

Provincia de Chimborazo, Cantón Alausí, Parroquia Alausí

3.- Características físicas del atractivo

Ubicado a 2384 m.s.n.m.

Temperatura promedio es de 15 °C.

Entre las calles Principales Colombia, Simón Bolívar, Villalva, García Moreno, Av. 5 de junio, Eloy Alfaro y las transversales 9 de Octubre, Pedro de Loza, Chile, Ricaurte y Sucre están asentados los barrios que conforman los lugares históricos de Alausí.

El centro colonial esta conformado por casitas antiguas básicamente construidas de barro, adobe, bahareque o una combinación de todos, casas adornadas con lámparas de pedestal o incrustadas en las paredes; pisos, ventanas y puertas de madera con un estilo colonial.

La combinación de sus calles estrechas con una combinación de colores y figuras hace de estos barrios singulares lugares históricos de Alausí.

Dentro de los atractivos de la urbe se encuentran:

- El mirador de San Pedro de Alausí: Escultura

elaborada por Eddie Crespo, la escultura representa a la sagrada imagen de San Pedro de Alausí patrono del cantón, imagen de 15 metros de altura aproximadamente, conformado por 103000 piezas pequeñas de cerámica.

- El reloj Público: La construcción del edificio se realizó en el año de 1960 en la época del Teniente Coronel Ermel Gallo San Miguel, es un edificio de estilo neoclásico. El reloj fue traído en el año de 1908 desde Alemania. Existen cuatro replicas similares de este reloj en República Checa, Alemania, Argentina y en Ecuador se encuentra ubicado en Alausí. El reloj es de marca J.F. Weule la empresa fabricante llevaba en nombre de Bockenem elaborado en 1903.

- Parques recreativos: Parque de la Madre, 13 de noviembre, Simón Bolívar.

- Puente Negro: Fue construido durante las presidencias de Eloy Alfaro y Leonidas Plaza en el año de 1901 y 1902 por el contratista de puentes y bases de hormigón Carlos Catanni Squari por la empresa "The Guayaquil and Quito Railway Company". Fue el primer puente de su clase en construirse. El puente está construido de acero con durmientes de madera que sostienen a las rieles por donde el tren transita. El interés turístico es la travesía que hace el ferrocarril y la adrenalina que transmite a la gente cuando el tren tiene de pasar por el puente para librar la quebrada.

FERIADE ALAUSI (Patrimonio Cultural)

1.- Datos Generales

Nombre: Feria de Alausí

Categoría: Folklore y Gastronomía

Tipo: Ferias y mercados

Subtipo: Mercados artesanales

2.- Ubicación

Provincia de Chimborazo, Cantón Alausí, Parroquia Alausí

3.- Características físicas del atractivo

Ubicado a 2369 m.s.n.m.

Temperatura promedio es de 15 °C.

Las ferias se dan los días jueves y domingos de todo el año, empieza desde tempranas horas de la madrugada, los que aportan con más productos a la feria son los indígenas de las comunidades de Nizag.

COMUNIDAD INDÍGENA DE NIZAG (Patrimonio Cultural)

1.- Datos Generales

Nombre: Comunidad indígena de Nizag

Categoría: Manifestaciones culturales

Tipo: Pueblos

Subtipo: Pueblos tradicionales

2.- Ubicación

Provincia de Chimborazo, Cantón Alausí, Parroquia Alausí, comunidad de Nizag

3.- Características físicas del atractivo

Ubicado a 2166 m.s.n.m.

Temperatura promedio es de 16 °C.

Existen fuentes de información sin embargo no existe exactitud, seguramente se encuentran desde finales del siglo XV a medida que la conquista Inca se extendía en el país. Por mucho tiempo permanecieron aislados ya que no podían relacionarse y mucho menos emparentarse con otras comunidades por con mestizos.

La comunidad indígena de Nizag es una de las tierras más fértiles del cantón Alausí, una de las más antiguas de la cuenca del río Chanchán, ocupa una depresión de terreno que alcanza por el occidente el cerro de la Nariz del Diablo, descendiendo las tierras por debajo de los 180 m.s.n.m., con variedad de cultivos que van desde las plantas de altura, hasta los límites del sub trópico. Asentada en las faldas del cerro Cóndor Puyuna esta comunidad mantiene varias actividades como las Agricultura, ganadería, artesanía.

En la agricultura se destacan cultivos como: Maíz, trigo, cebada, vicia, lenteja, habas, col, acelga, rábano, cilantro, zambo, aguacate, frutilla, higo, yuca, papa china, papa común, cedrón, hierba luisa, guaba, caña de azúcar, capulí, guineo, granadilla, taxo, naranja, cabuya, llantén, etc.

Entre la fauna se encuentran los zorritos, raposas, pájaros brujos, chugos, abejas (criaderos de miel). Familias dedicadas a elaborar ponchos, shigras con fibra de cabuya, bolsos cintas para el cabello, fajas, anacos.

Su vestimenta es propia de la cultura Puruhá, las *mujeres* se caracterizan por llevar un sombrero de lana de borrego, bayeta sujeta con yupos, suéter de colores, faja, anaco, zapatos de caucho,

sus cuellos adornados con abundantes mullos. Los *hombres* utilizan un sombrero de la lana de borrego, camisa blanca, pantalón blanco, y zapatos de caucho o alpargatas blancas.

ESTACIÓN DEL TREN ALAUSI (Patrimonio Ferroviario)

1.- Datos Generales

Nombre: Estación del Tren Alausí

Categoría: Manifestaciones culturales

Tipo: Arquitectura y espacios Urbanos

Subtipo: Obra de ingeniería

2.- Ubicación

Provincia de Chimborazo, Cantón Alausí, Parroquia Alausí

3.- Características físicas del atractivo

Ubicado a 2357 m.s.n.m.

Temperatura promedio es de 15 °C.

Construida en el año de 1929, 27 años después de que el tren pasara por primera vez por la villa de San Pedro de Alausí en la época republicana.

Características de construcción Ecléctica, el zócalo es de piedra de sillar, adornada con almohadillo, enmarcamientos, bocel, construida para almacenar los productos que ene. Tren transportaba.

NARIZ DEL DIABLO (Patrimonio ferroviario)

1.- Datos Generales

Nombre: Nariz del diablo

Categoría: Manifestaciones culturales

Tipo: Lugares Históricos

Subtipo: Obras de Ingeniería

2.- Ubicación

Provincia de Chimborazo, Cantón Alausí, Parroquia Pistishi.

3.- Centros urbanos más cercanos al atractivo

Alausí esta ubicado a 11,4 Km. De la monumental obra.

4.- Características físicas del atractivo

Ubicado a 1933 m.s.n.m.

Temperatura promedio es de 16 °C.

Fechas de construcción.- El paso de la línea férrea por la montaña de pura roca conocida como la Nariz del Diablo fue construida durante la presencia de Eloy Alfaro (1897-1901).

Datos Históricos.- La obra se terminó de construir el 4 de agosto de 1902, se dice que costó \$1.200.000 sucres.

A 1 km. de la Nariz del Diablo se encuentran los vestigios de lo que fue Pistishi cuando el tren tenía el paso libre a la costa.

Descripción de elementos formales y estéticos.- Al llegar al lugar el tren desciende de 1933 a 1847 m.s.n.m. en un tramo en el que obligadamente tiene que retroceder 1.1 Km. para continuar de nuevo la línea férrea que se encuentra junto a la vieja estación de Pistishi.

La obra posee varios muros de contención gigantescos hechos con piedra y concreto en perfectas condiciones pese a los años que llevan desde su ejecución.

En el tramo Alausí a Pistishi se aprecian un sin número de postes metálicos que en su debido tiempo funcionaron como soportes de líneas telegráficas.

Causas de interés turístico.- La importancia del lugar radica en el zigzag de construcción por las laderas verticales del rocoso cerro.

Actualmente la Nariz del Diablo es muy visitada por turistas nacionales y extranjeros debido a la transcendencia que tiene el lugar, lo que hace el atractivo mas concurrido del cantón.

COMPLEJO LACUSTRE OZOGOCHE (Patrimonio Natural)

1.- Datos Generales

Nombre: Complejo Lacustre Ozogоче

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: ambiente Lacustre

Subtipo: Lagunas

2.- Ubicación

Provincia de Chimborazo, Cantón Alausí, Parroquia Achupallas, Comunidad Ozogоче Alto.

3.- Características físicas del atractivo

Ubicado a 3770 m.s.n.m.

Temperatura oscila entre los 4 y 10 °C.

Las lagunas se encuentran desde tiempos inmemorables, la gente afirma que siempre han estado ahí,

se alimentan de las aguas que descienden de los cerros aledaños, el complejo consta con 22 lagunas.

La laguna de Cubillín es una muestra grandiosa de agua cristalina, presencia de brisa constante que genera oleaje de 20 a 30 centímetros. En los contornos de la laguna se encuentran grandes extensiones de pajonal y algunos ciénegos típicos de la zona paramal.

Se aprecian a menudo aves rapaces, el más distinguible es el curiquingue (*Phalco boenus carunculatus*).

La laguna Magtayán por su parte presenta brisa en menor cantidad, esta ubicada a 1,5 Km. de Cubillín, el paisaje es fascinante y muy conservado por encontrarse dentro del Parque Nacional Sangay.

A estas lagunas también se las denomina “encantadas” puesto que cada año se suicidan las aves conocidas comúnmente como Cuvivis de la familia Scolopacidae y cuyo nombre científico es *Bartramia longicauda*.

Al respecto existen varias hipótesis, una de ellas es que por ser aves migratorias que al llegar a la zona de las lagunas por el intenso frío las fúrculas (huesos que permiten el vaivén de las alas) se paralizan y caen en las lagunas, esto se da en el mes de septiembre y la mayor cantidad de aves han sido encontradas en la laguna de Verdecocha.

4.2 Análisis de los elementos existentes

- Proyecto: Difusión y construcción participativa de la Ordenanza de Protección del Centro Histórico del cantón Alausí, Patrimonio Cultural de la Nación. Plan de Comunicación, Quito, mayo 2009⁵⁶.

- Diseño de papelería y material publicitario, inclusión de los patrimonios, Ilustre Municipalidad de Alausí, Administración 2009 – 2014⁵⁷.

- Promoción turística de los patrimonios, “El turismo empieza aquí” Ilustre Municipalidad de Alausí, Administración 2009 – 2014⁵⁸.

56 Ver anexos - Difusión y construcción participativa de la Ordenanza de Protección del Centro Histórico del cantón Alausí, Patrimonio Cultural de la Nación. Pag..

57 Ver anexos - Diseño de papelería y material publicitario. Pag..

58 Ver anexos - El turismo empieza aquí. Pag..

- Lanzamiento del libro “Alausí entre las puertas del cielo y la Nariz del Diablo”, Gabriela Falconí – Junio 2006⁵⁹.

- Ruta Arqueológica “Andes del Ecuador” reconstruyendo la historia de la Sabiduría Andina. Ministerio de Turismo Gerencia Regional Sierra Centro⁶⁰.

- Sistema de promoción turística del ferrocarril, elaboración de señalética y adaptación de la Estación de Alausí. Inclusión del Proyecto Tren Ecuador, ruta Nariz del Diablo⁶¹.

- Edición Chimborazo el punto más cercano al sol. Gobierno Provincial de Chimborazo⁶².

- Sistema de Promoción de Patrimonios mediante afiches. Alausí cantón de los cinco Patrimonios. Ilustre Municipalidad de Alausí, Administración 2009 – 2014⁶³.

- Adhesivos promocionales. Patrimonio Cultural del Ecuador. Ilustre Municipalidad de Alausí, Administración 2009 – 2014⁶⁴.

- Promoción de festividad CXC (191) Años de Independencia y Gesta Libertaria de Alausí. Noviembre 2011. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí, Administración 2009 – 2014⁶⁵.

59 Ver anexos – Alausí entre las puertas del cielo y la Nariz del Diablo. Pag..

60 Ver anexos – Ruta Arqueológica “Andes del Ecuador”. Pag..

61 Ver anexos – Sistema de promoción turística del Ferrocarril. Pag..

62 Ver anexos – Chimborazo el punto más cercano al sol. Pag..

63 Ver anexos – Alausí Catón de los cinco Patrimonios. Pag..

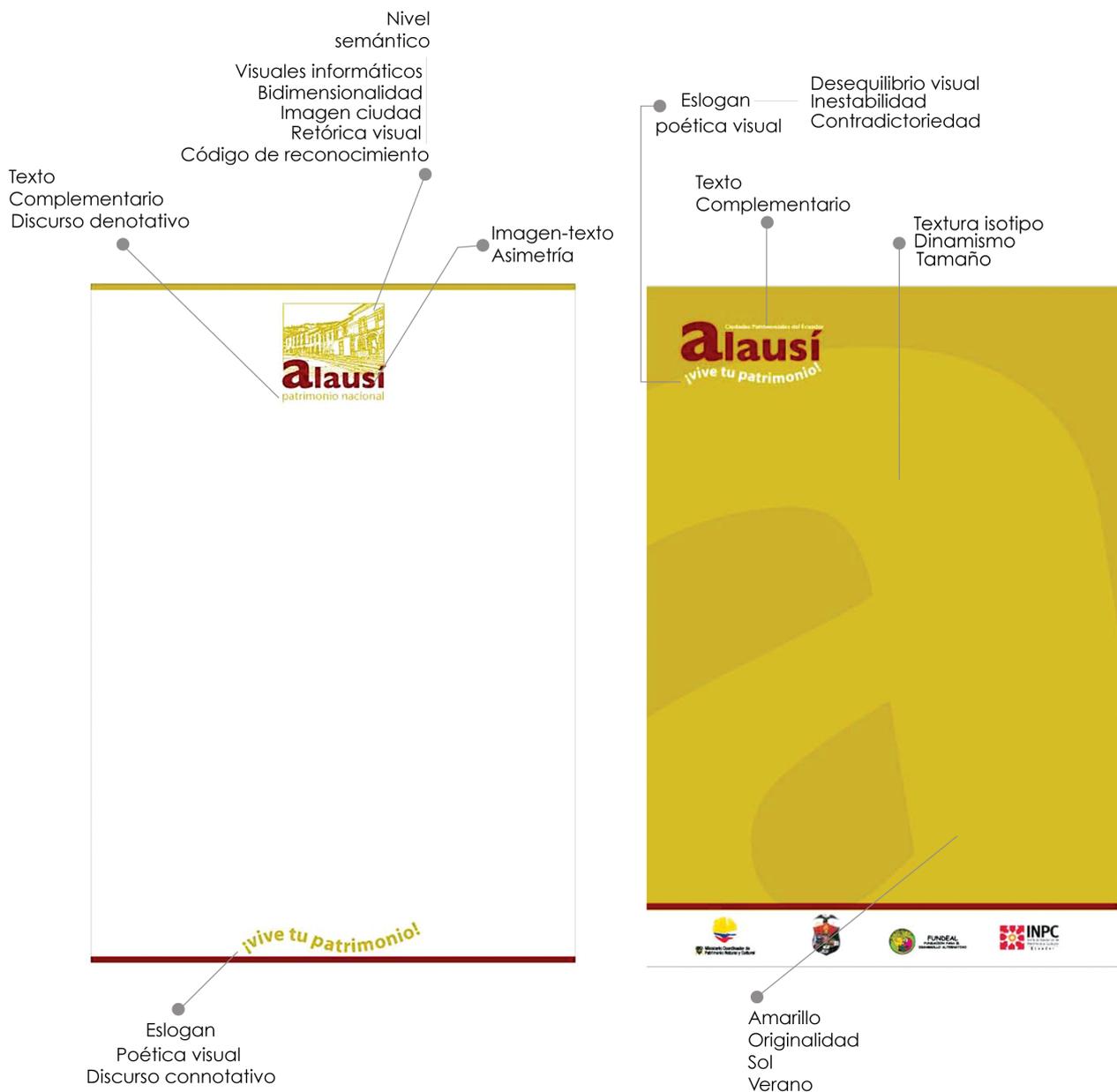
64 Ver anexos – Patrimonio Cultural del Ecuador. Pag..

65 Ver anexos – Cxc años de Independencia y Gesta Libertaria de Alausí. Pag..

4.2.1 Análisis Semiótico de los elementos existentes

Proyecto: Difusión y construcción participativa de la Ordenanza de Protección del Centro Histórico del cantón Alausí, Patrimonio Cultural de la Nación. Plan de Comunicación, Quito, mayo 2009.

- Hoja oficio

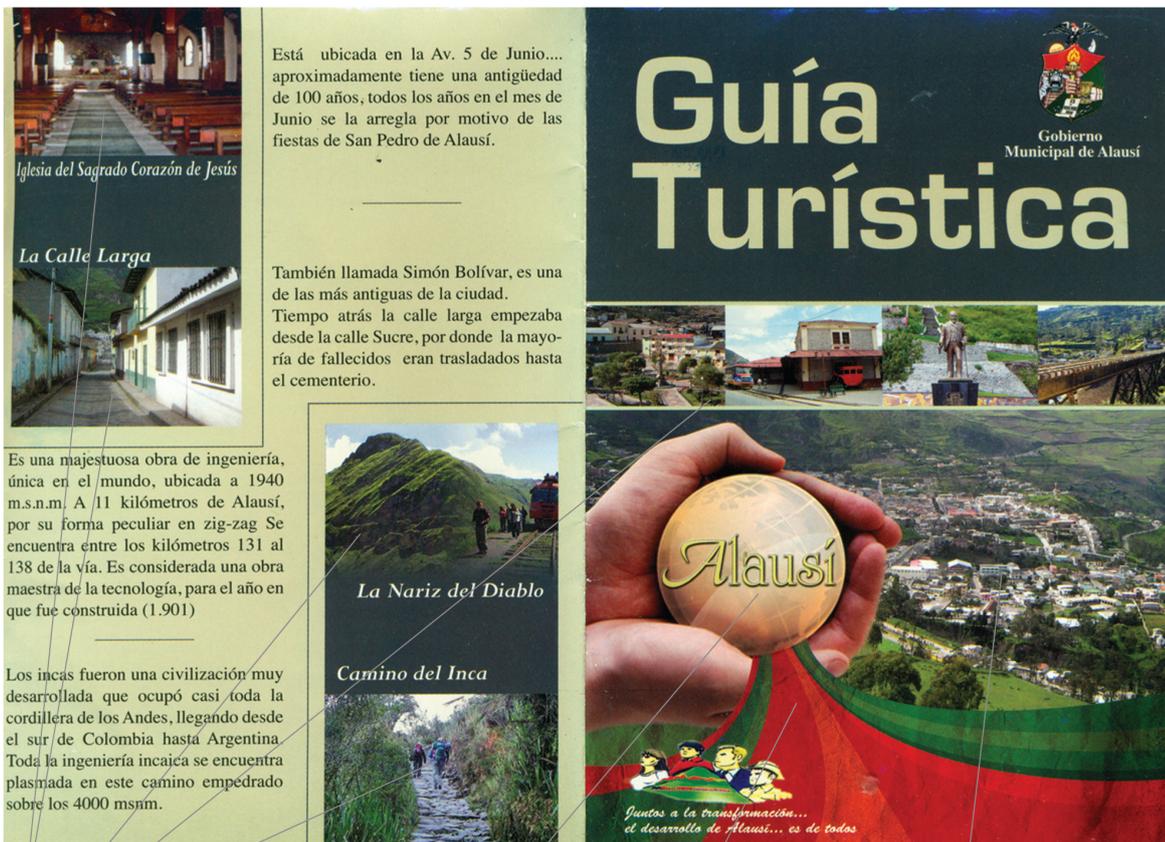


Proyecto: Difusión y construcción participativa de la Ordenanza de Protección del Centro Histórico del cantón Alausí, Patrimonio Cultural de la Nación. Plan de Comunicación, Quito, mayo 2009.

- Hablador externo



- Dptico, guía turística



● Estructura referencial del lenguaje

- Enunciación visual
- Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual

● Ausencia de eslogan
● Discurso connotativo
● Poética visual

● Ausencia de
● PLANTEAMIENTO ESTÉTICO
● ARMONÍA - BELLEZA - GOZO ESTÉTICO

● Color rojo y verde emblemáticos cantón Alausí

● Nivel semántico

● Visuales informáticos
● Bidimensionalidad
● Imagen ciudad
● Retórica visual
● Código de reconocimiento

- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
- Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia

Promoción turística de los patrimonios, “El turismo empieza aquí” Ilustre Municipalidad de Alausí, Administración 2009 – 2014
- Afiche



● Nivel Semántico
Visuales informáticos
Bidimensionalidad
Imagen brújula
Retórica visual

● Eslogan
Poética visual
Discurso connotativo

● Nivel Semántico signo

● Texto complementario
Discurso denotativo

● Redundancia
Insistencia y
Aclaración

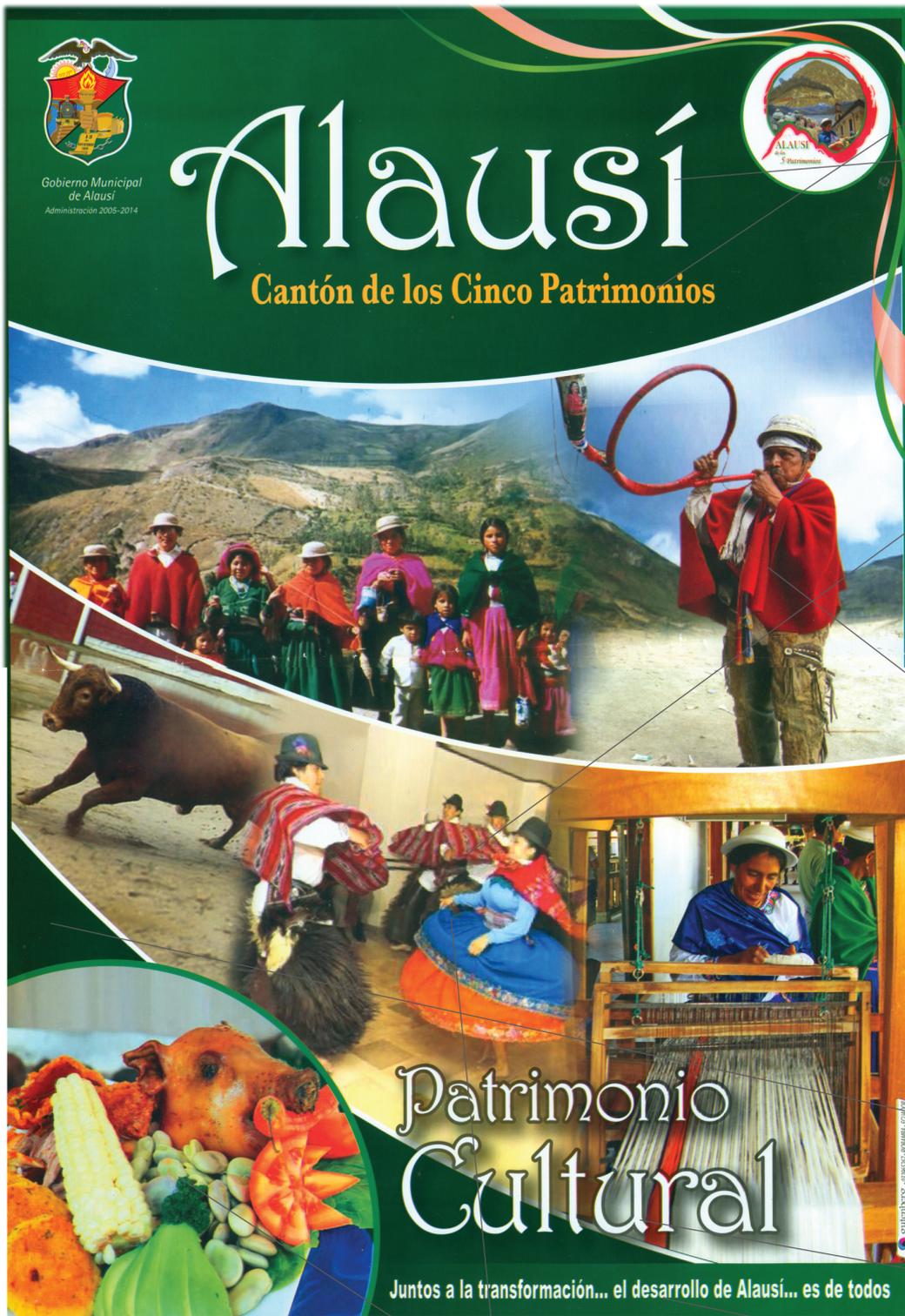
- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia

- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual
Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual

- Separación de imagen y escritura
Reproducir – articular
Código de reconocimiento

● **Punctum**
Reacción espectador

Sistema de Promoción de Patrimonios mediante afiches. Alausí cantón de los cinco Patrimonios.
 Ilustre Municipalidad de Alausí, Administración 2009 – 2014.



- Eslogan
- Retórica visual
- Discurso denotativo
- Imagen
- Texto caligráfico

- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual
- Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual
- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
- Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia

- Color verde oscuro-naturaleza
- tupida- fortaleza

- Texto categorización

- Separación de imagen y escritura
- Reproducir – articular
- Código de reconocimiento

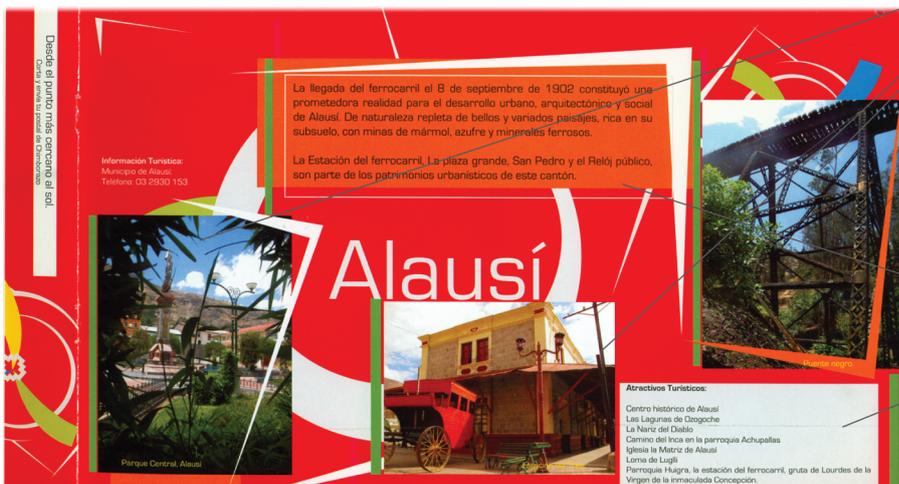
- Texto Poética visual
- Discurso connotativo



- Eslogan
Poética visual
Discurso connotativo
- Nivel Semántico
Visuales informáticos
Imagen pájaro-sol-luna- cerro
Código de reconocimiento
- Factores imagen
Mal/ Negatividad
Rasgos /Angulosidad



- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual
Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual
- Texto complementario
- Colores verde_ naturaleza
amarillo-sol- gandeza
azúl-cielo-agua
rojo-poder- sangre



- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia
- Texto descriptivo

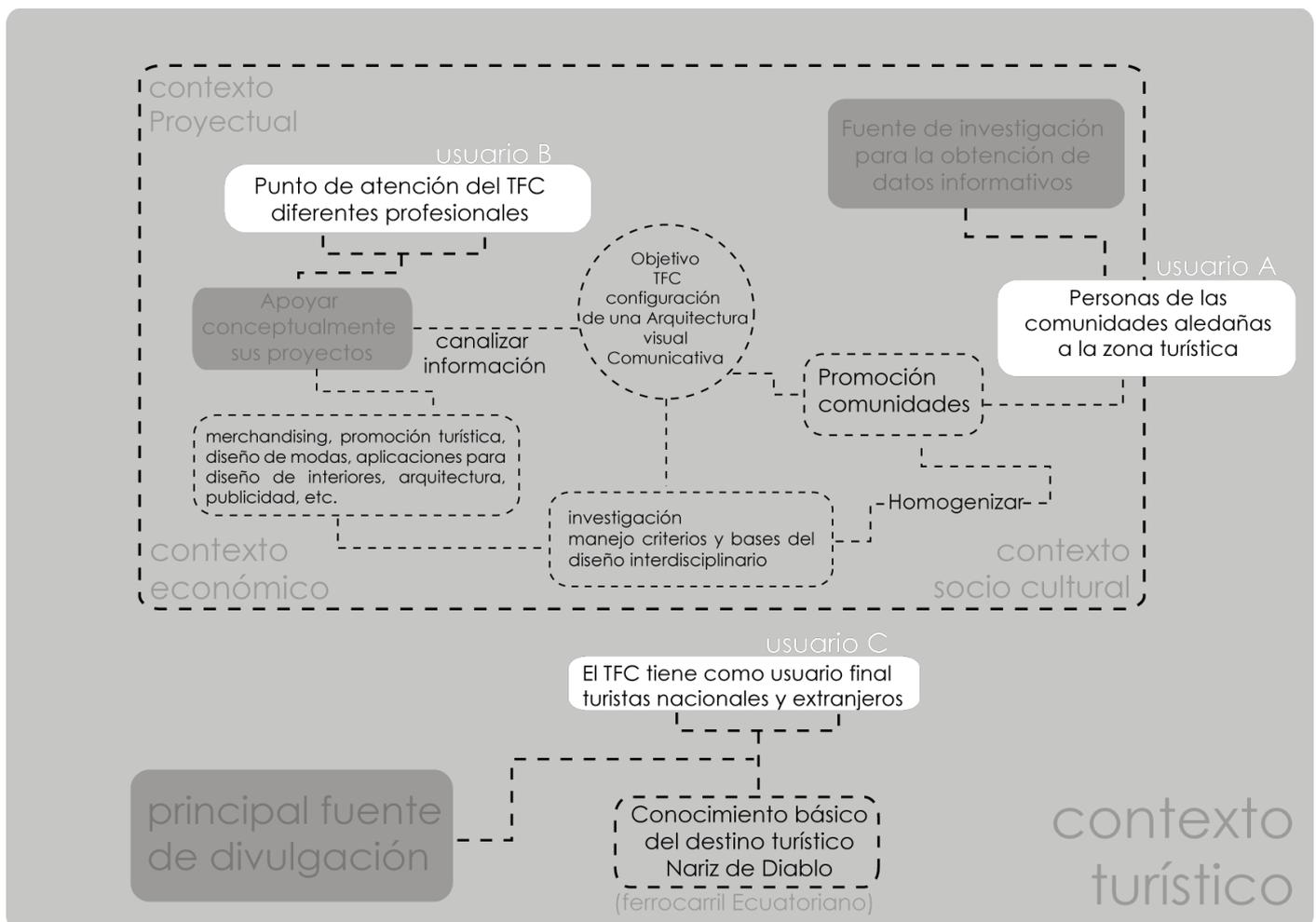


4.3 Diagnóstico

La configuración de una propuesta de arquitectura visual parte del análisis de Usuario quien permitirá determinar puntos claves para el desarrollo del proyecto de TFC:

- Análisis del contexto turístico actual
- Fuente de investigación (contexto histórico, cultural, social, económico)
- Apoyo promoción de la comunidades (Contexto proyectual mediante diferentes profesionales)
- Canalizar un sistema de promoción turística base, que permita la homogenización de información para una positiva aceptación y memorización por parte del usuario final.

Partiendo desde el punto de vista de un producto turístico según Klotler definimos que el concepto de producto no se limita a objetos físicos, incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas, calidad de un servicio, entre otros.



Análisis de la información recopilada

Nombre del producto turístico:	Patrimonio Arqueológico	
Determinación:	<ul style="list-style-type: none"> - Bienes culturales que no pueden trasladarse - Bienes culturales provenientes de la época prehispánica 	
Atributos:	<ul style="list-style-type: none"> - Fuerte componente histórico - Braquiópodos del período Precámbrico de la era ARZOICA - Antigüedad es de 325 millones de años. 	
Reconocimiento:	<p>Nacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio Cordinador de Patrimonio 	<p>Internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ningún registro
Diferenciación significativa respecto a los existentes:	<ul style="list-style-type: none"> - Estuvieron en esas latitudes cuando el planeta estuvo cubierto de agua. 	
Concepto del producto:	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo científico - Trekking - Biking - Fotografía experimental 	
Canal de distribución:	<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones de Rutas Arqueológicas - Mapas turísticos - Piezas Gráficas de promoción turística 	

Nombre del producto turístico:	Patrimonio Arquitectónico	
Determinación:	<ul style="list-style-type: none"> - Manifestaciones culturales - Lugares históricos 	
Atributos:	<ul style="list-style-type: none"> - Fuerte componente histórico - Centro de la ciudad estilo colonial 	
Reconocimiento:	<p>Nacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio Cordinador de Patrimonio 	<p>Internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ningún registro
Diferenciación significativa respecto a los existentes:	<ul style="list-style-type: none"> - Escultura representa a la sagrada imagen de San Pedro de Alausí patrono del cantón, conformado por 103000 piezas pequeñas de cerámica. - El reloj Público de marca J.F. Weule la empresa fabricante llevaba en nombre de Bockenem elaborado en 1903, existen cuatro en el mundo. - Puente Negro, Fue el primer puente de su clase en construirse. El interés turístico es la travesía que hace el ferrocarril y la adrenalina que transmite a la gente cuando el tren tiene de pasar por el puente para librar la quebrada. 	
Concepto del producto:	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo Histórico Cultural - Fotografía experimental - Mirador 	
Canal de distribución:	<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones de Rutas ciudad Alausí - Mapas turísticos - Piezas Gráficas de promoción turística de cada lugar arquitectónico. 	

Nombre del producto turístico:	Patrimonio Cultural	
Determinación:	Abarca tradiciones orales, artes del espectáculo, rituales, etc. las formaciones físicas, biológicas o geológicas.	
Atributos:	<ul style="list-style-type: none"> - Folklore y Gastronomía, ferias y mercados - Manifestaciones culturales, pueblos y comunidades tradicionales 	
Reconocimiento:	Nacional <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio Cordinador de Patrimonio - Ministerio de Turismo 	Internacional <ul style="list-style-type: none"> - Turismo ferroviario
Diferenciación significativa respecto a los existentes:	<ul style="list-style-type: none"> - Acentuada en el cerro Pistishi, Nariz del Diablo - Riqueza cultural, beneficio del Cóndor Puyuna - Pueblos más cerca del sol - Productos de la zona - Gran cantidad de población Indígena 	
Concepto del producto:	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo Cultural y Comunitario - Fotografía experimental - Identificación cultural - Diversidad étnica 	
Canal de distribución:	<ul style="list-style-type: none"> - Cóndor Puyuna y Ruta Ferrocarril - Mapas turísticos - Piezas Gráficas de promoción turística. - Ruta Ferrocarril - Tren Ecuador 	

Nombre del producto turístico:	Patrimonio Ferroviario	
Determinación:	<ul style="list-style-type: none"> - Bienes culturales que conforman la riqueza ferroviaria de nuestro país - Manifestación cultural 	
Atributos:	<ul style="list-style-type: none"> - Lugar histórico - Obra de ingeniería - Historia socio económica del país 	
Reconocimiento:	<p style="text-align: center;">Nacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio Cordinador de Patrimonio - Ministerio de Turismo - usuarios 	<p style="text-align: center;">Internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agencias de viajes - Tren Ecuador
Diferenciación significativa respecto a los existentes:	<ul style="list-style-type: none"> - Acentuada en el cerro Pistishi, Nariz del Diablo - Denominado el Ferrocarril más difícil del mundo - Unión de la Sierra con la Costa - Obra de ingeniería atrevida - Historia mitológica 	
Concepto del producto:	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo Histórico Cultural - Fotografía experimental - Ruta ferrocarril - Ingeniería atrevida 	
Canal de distribución:	<ul style="list-style-type: none"> - Minsterio de Turismo - Tren Ecuador - Piezas Gráficas de promoción turística. - Canales de tv, radio, periódicos - Agencias de turismo - Canales internacionales - Redes sociales 	

Nombre del producto turístico:	<h2>Patrimonio Natural</h2>		
Determinación:	<ul style="list-style-type: none"> - Elementos naturales con valor excepcional - Ciencia y la conservación - Belleza natural - Hábitat de especies animales y vegetales y fuente de vida y recursos para la humanidad. 		
Atributos:	<ul style="list-style-type: none"> - Ambiente Lacustre - Diversidad - Historia Mitológica 		
Reconocimiento:	<table border="0" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top; border-right: 1px solid black; padding-right: 10px;"> <p style="text-align: center; margin: 0;">Nacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio Cordinador de Patrimonio - Ministerio de Turismo </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top; padding-left: 10px;"> <p style="text-align: center; margin: 0;">Internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe registro </td> </tr> </table>	<p style="text-align: center; margin: 0;">Nacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio Cordinador de Patrimonio - Ministerio de Turismo 	<p style="text-align: center; margin: 0;">Internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe registro
<p style="text-align: center; margin: 0;">Nacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio Cordinador de Patrimonio - Ministerio de Turismo 	<p style="text-align: center; margin: 0;">Internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe registro 		
Diferenciación significativa respecto a los existentes:	<ul style="list-style-type: none"> - Lagunas encantadas - Lagunas de cuvivís - Lugar posee mas de 22 lagunas 		
Concepto del producto:	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo Histórico Cultural - Turismo Natural - Fotografía experimental - Ruta de lagunas - Paisajismo 		
Canal de distribución:	<ul style="list-style-type: none"> - Minsterio de Turismo - Piezas Gráficas de promoción turistica. - Agencias de turismo 		

4.4 Aplicaciones

Origen de la Marca

- ▶ Ecuador, el centro del mundo
- ▶ Chimborazo, punto más cercano al sol
- ▶ Alausí, matriz de la provincia de chimborazo

Conceptualización

- ▶ Centro de la tierra
- ▶ Intiyaya el Dios sol
- ▶ Estrella alrededor de la cual gira la Tierra

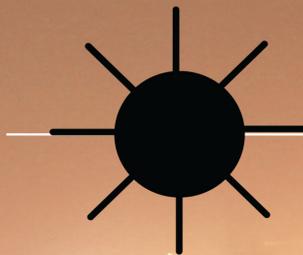
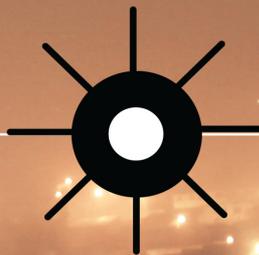
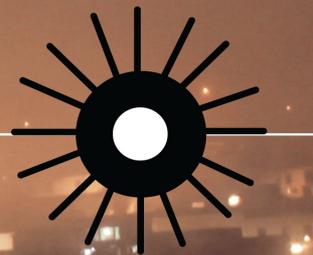


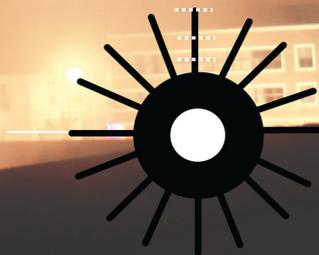
Imagen básica del sol



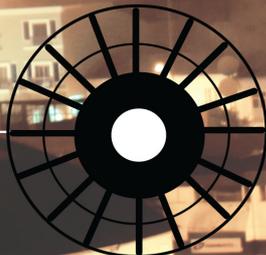
Punto centro



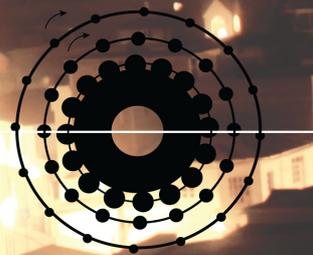
Simetría división
Giro de 11,25



Segmentación
diversidad



Segmentación continua



Movimiento



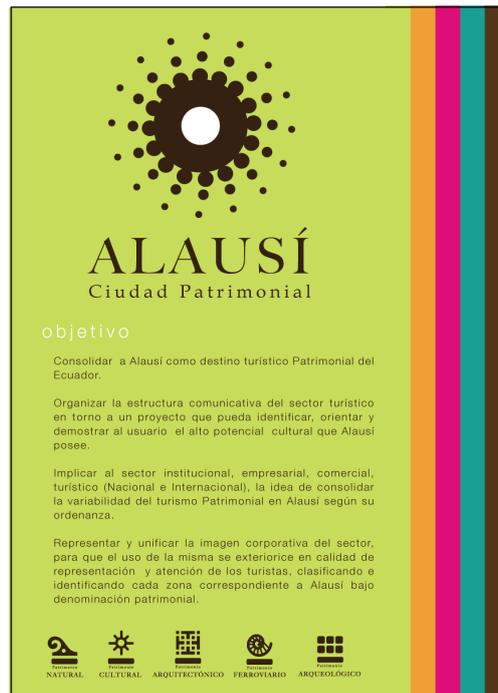
ALAUSÍ
Ciudad Patrimonial

Propuestas de Aplicaciones

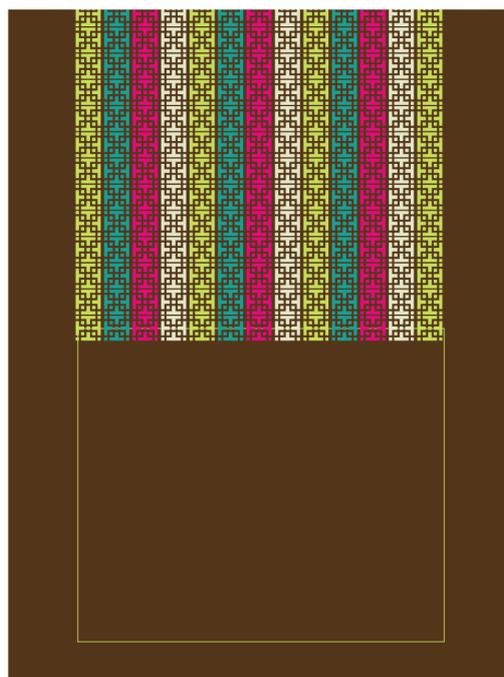
Promoción de los productos de la comunidades bajo el decreto del Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural y Natural.

- Alausí, Ciudad Patrimonial

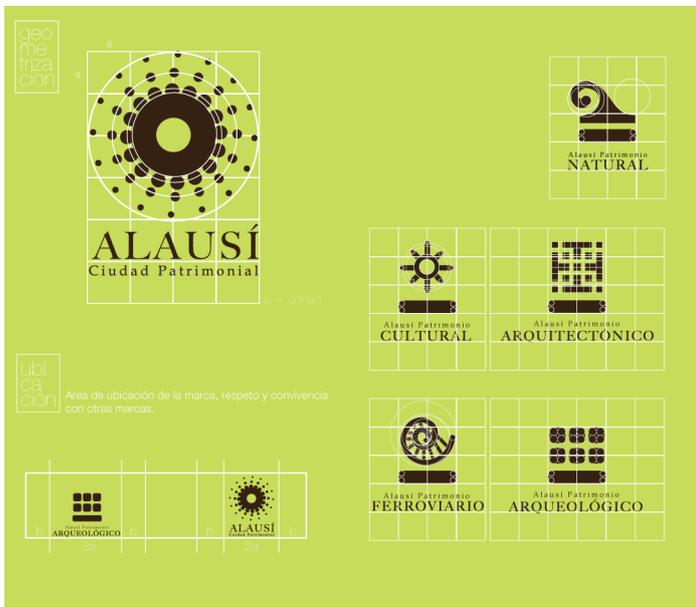
Manual de Marca



Manual -portada



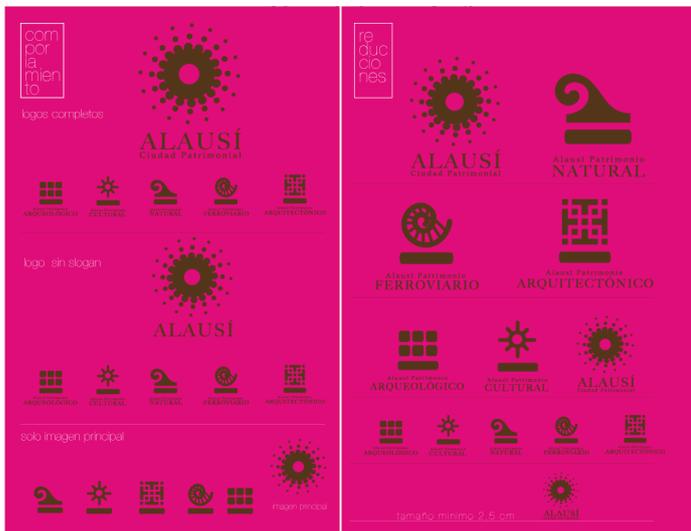
Manual -contraportada



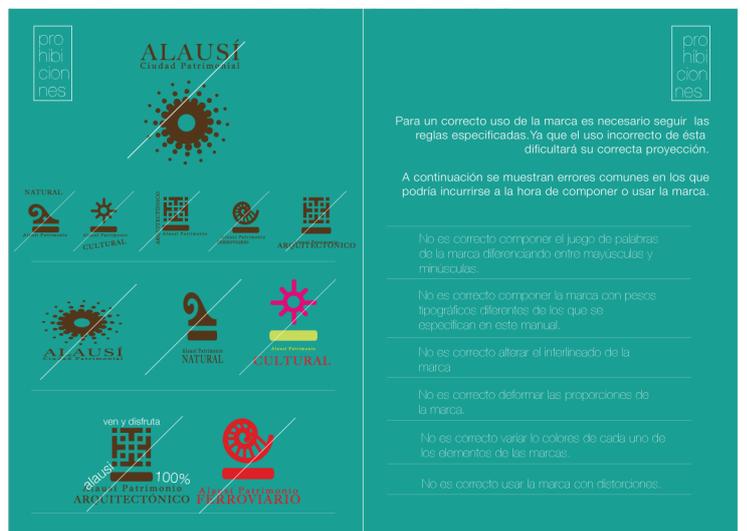
Manual - interna 1 y 2



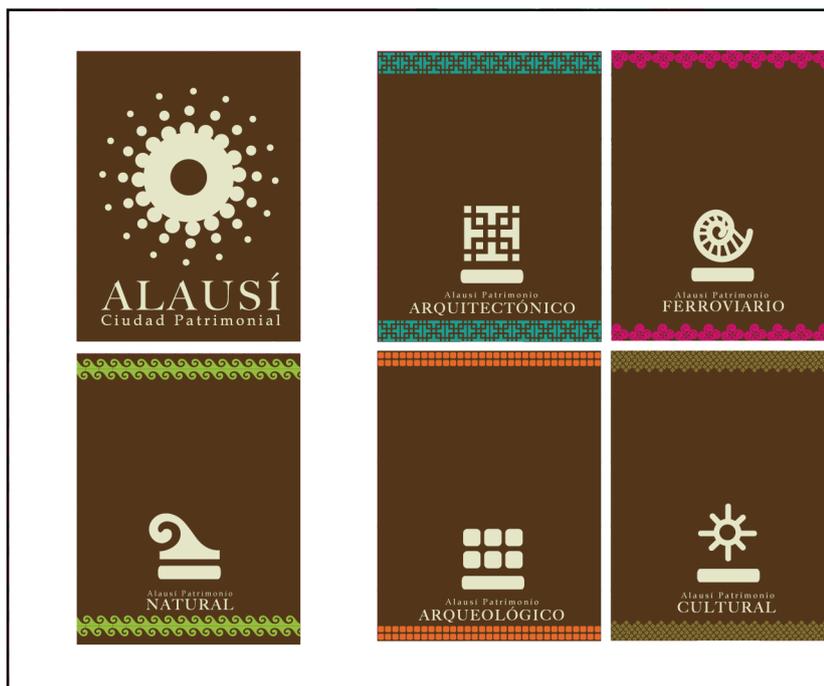
Manual - interna 3 y 4



Manual - interna 5 y 6



Manual - interna 7 y 8



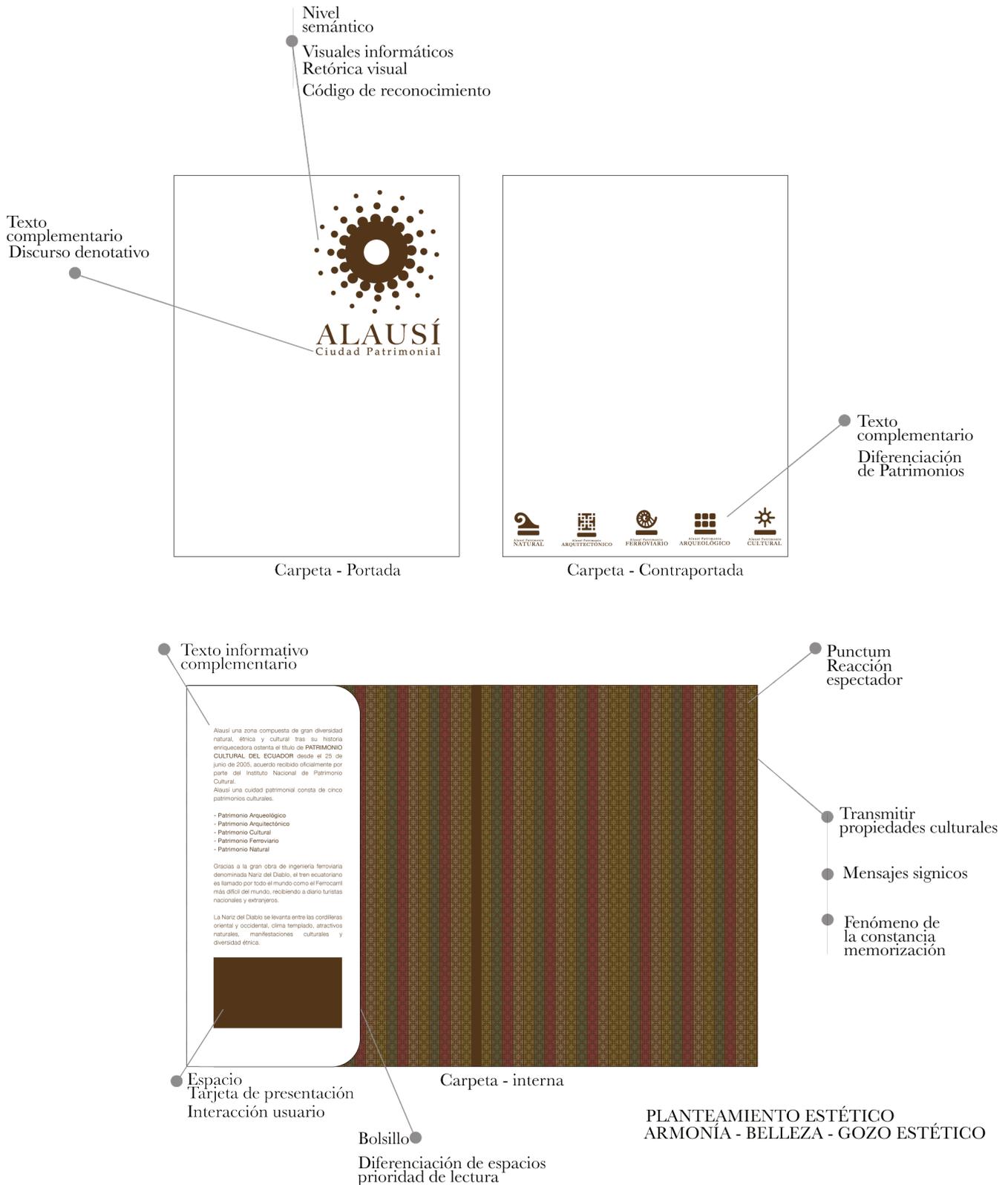
Manual - interna 9 y 10

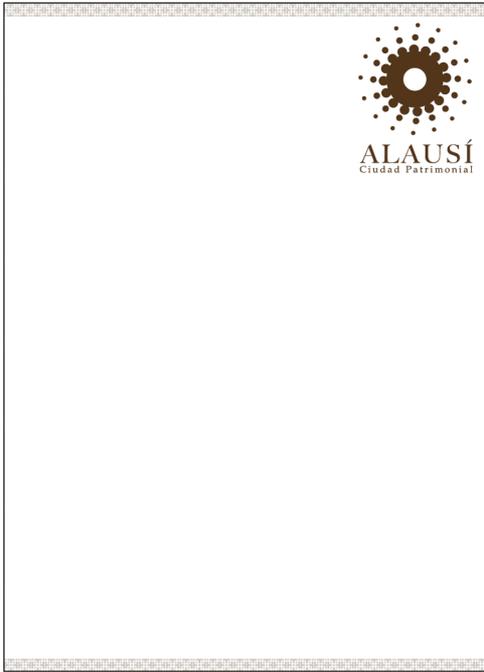
Propuestas de Aplicaciones

Promoción de los productos de la comunidades bajo el decreto del Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural y Natural.

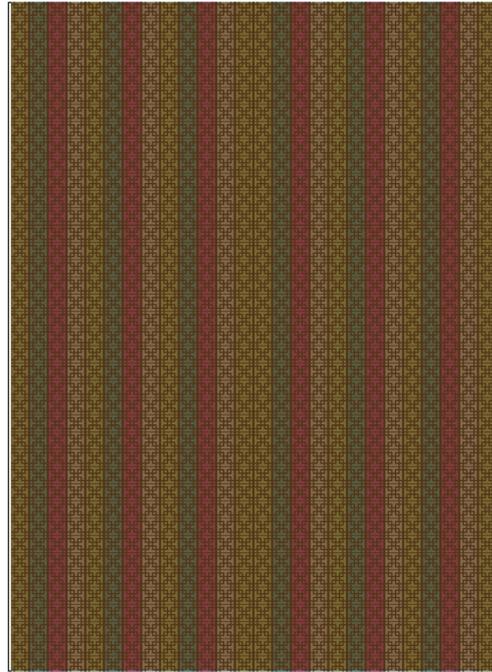
- Alausí, Ciudad Patrimonial

Carpeta, hoja oficio, sobre y tarjeta de presentación.

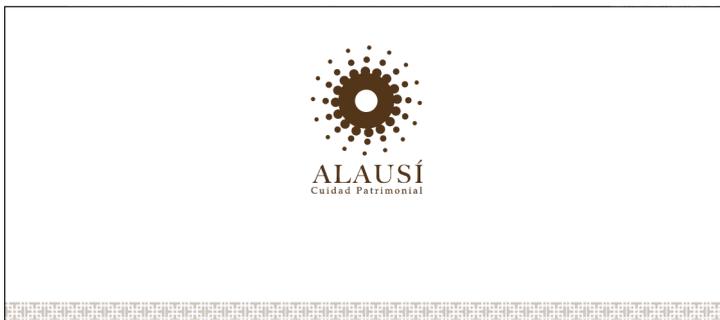




Hoja Oficio - tiro



Hoja Oficio - retiro



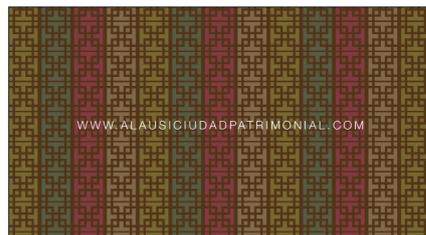
Sobre - tiro



Sobre - retiro



Tarjeta - tiro



Tarjeta - retiro

Origen de la Marca

- ▶ Arquitectura utiliza figuras perfectas y proporciones matemáticas armónicas
- ▶ Desafío que supone el hecho de encajar una distribución dentro de una forma tan rígida
- ▶ Le Corbusier también utilizó la regla de oro para infundir coherencia geométrica
- ▶ Detalles arquitectónicos que van a embellecer y aristocratizar la ciudad, otorgándole su característico perfil colonial.

Conceptualización

- ▶ Cuadrado es un paralelogramo que tiene sus cuatro lados iguales y además sus cuatro ángulos son iguales y rectos
- ▶ Soluciones góticas, el desarrollo horizontal de los edificios, la presencia de contrafuertes y la escasa altura de las torres.



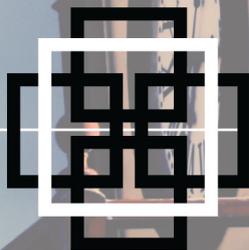
Cuadrado figura proporciones armónicas



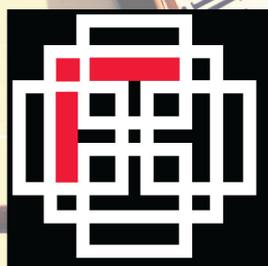
Desarrollo horizontal



Proporciones áureas



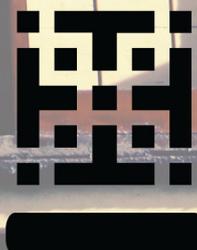
Delimitamos zona cuadrado



Distribución desafío uso de vacíos



Elemento dualidad y pertenencia

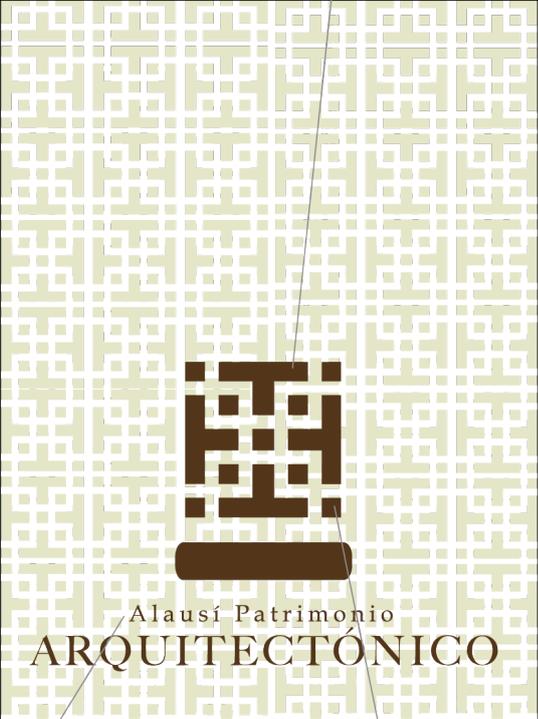


Propuestas de Aplicaciones

Promoción de los productos de la comunidades bajo el decreto del Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural y Natural.

- Alausí, Patrimonio Arquitectónico

Punctum Reacción espectador | Troquelado



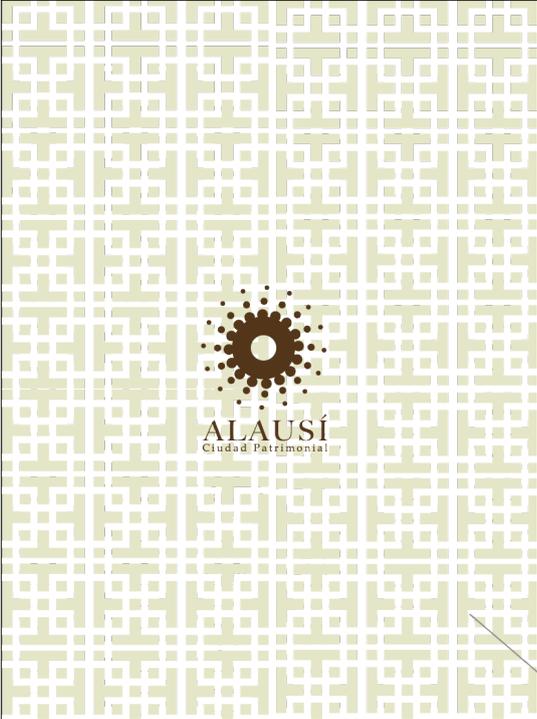
Alausí Patrimonio ARQUITECTÓNICO

Carpeta - Portada

Texto complementario
Discurso denotativo

Nivel semántico
Visuales informáticos
retórica visual
Código de reconocimiento

PLANTEAMIENTO ESTÉTICO
ARMONÍA - BELLEZA - GOZO ESTÉTICO



Carpeta - Contraportada

Transmitir propiedades culturales
Mensajes signicos
Fenómeno de la constancia memorización

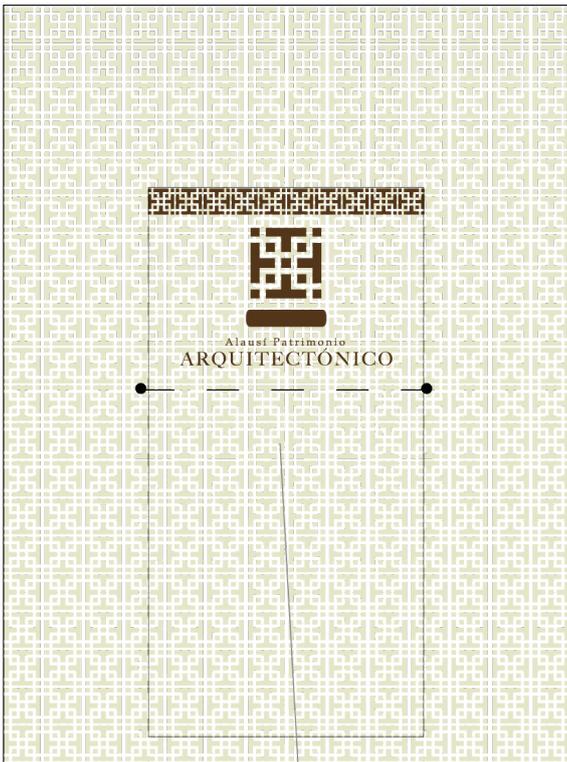


Carpeta -Interna 1



Carpeta -Interna 2

Nivel Semántico signo
Estructura referencial del lenguaje
Enunciación visual
Imagen fotográfica
Cristalización de un instante visual



Carpeta - interna 3

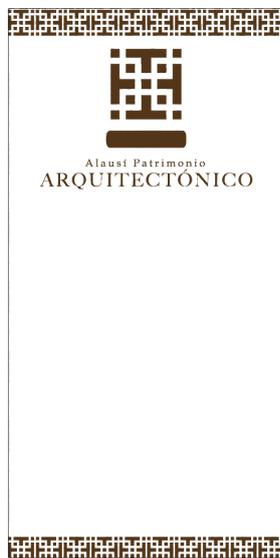


Carpeta - interna 5

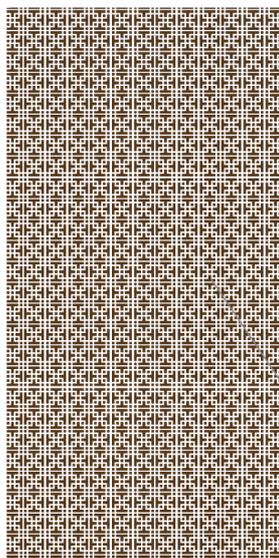
- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual
Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual

● PLANTEAMIENTO ESTÉTICO
ARMONÍA - BELLEZA - GOZO ESTÉTICO

- Brochure, lugares específicos red Patrimonial



Brochure - portada



Brochure - contraportada

● Fenómeno de la constancia
memorización

Poética visual
Discurso connotativo

Nivel semántico
Visuales informáticos
Código de reconocimiento

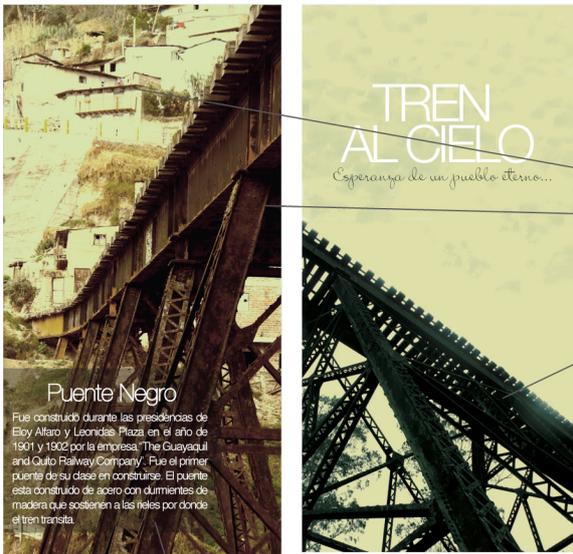
Texto complementario
informativo



Mirador de San Pedro de Alausi
Escultura elaborada por Eddie Crespo, la escultura representa a la sagrada imagen de San Pedro de Alausi patrono del cantón, imagen de 15 metros de altura aproximadamente, conformado por 105000 piezas pequeñas de cerámica.

Fenómeno de la constancia
memorización

Nivel Semántico signo



Puente Negro
Fue construido durante las presidencias de Eloy Alfaro y Leonidas Plaza en el año de 1901 y 1902 por la empresa "The Guayaquil and Quito Railway Company". Fue el primer puente de su clase en construirse. El puente está construido de acero con durmientes de madera que sostienen a las rieles por donde el tren transita.

- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia

Texto complementario
informativo

- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual
Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual



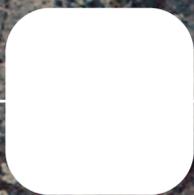
El reloj Público
La construcción del edificio se realizó en el año de 1903, es un edificio de estilo neoclásico. El reloj fue traído en el año de 1903 desde Alemania. Existen tres réplicas similares de este reloj en República Checa, Alemania, Argentina. El reloj es de marca J.F. Weule la empresa fabricante llevaba en nombre de Bockenem elaborado en 1903.

Origen de la Marca

- ▶ La Arqueología define viejo o antiguo
- ▶ Cambios que se producen en la sociedad
- ▶ Restos materiales distribuidos en el espacio y contenidos en el tiempo
- ▶ Diferencia de la Historia, proveen de rasgos únicos
- ▶ Concha es la cobertura rígida exterior que poseen ciertos animales moluscos.

Conceptualización

- ▶ Distribuciones espaciales
- ▶ Acumulan grandes cantidades de conchas se forman sedimentos
- ▶ La cobertura rígida exterior es simétrica.



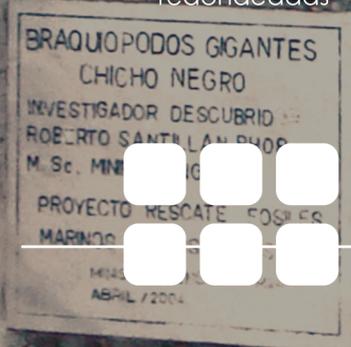
Coberturas redondeadas



Meiosis



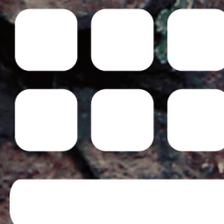
Formar sedimentos



Distribuciones espaciales



Elemento dualidad y pertenencia



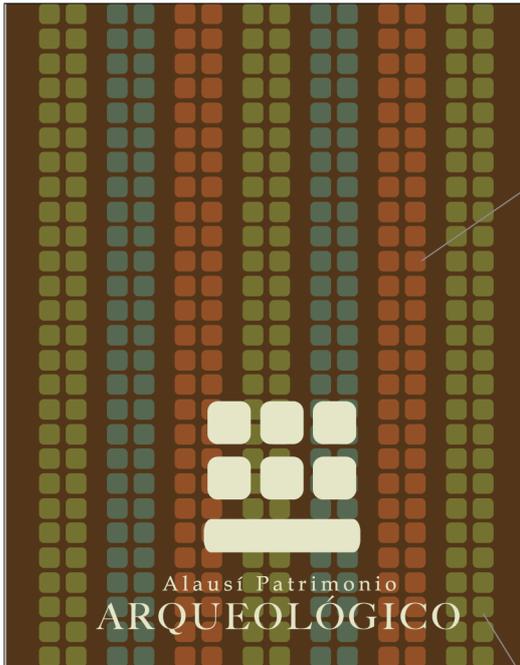
Propuestas de Aplicaciones

Promoción de los productos de la comunidades bajo el decreto del Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural y Natural.

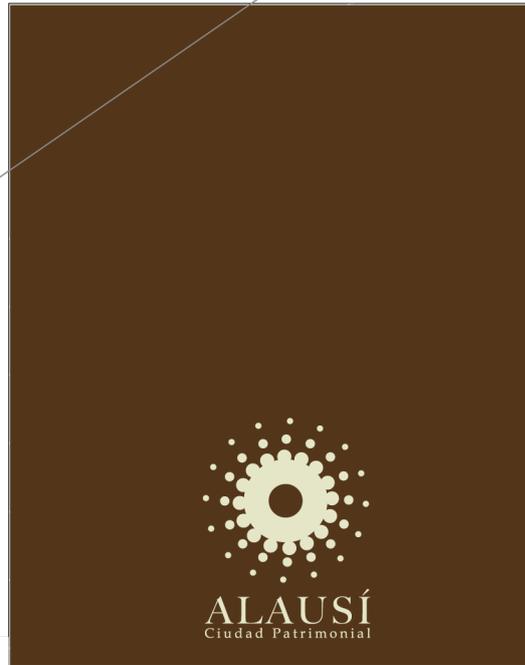
- Alausí, Patrimonio Arqueológico

PLANTEAMIENTO ESTÉTICO
ARMONÍA - BELLEZA - GOZO ESTÉTICO

Punctum
Reacción espectador
Alto relieve



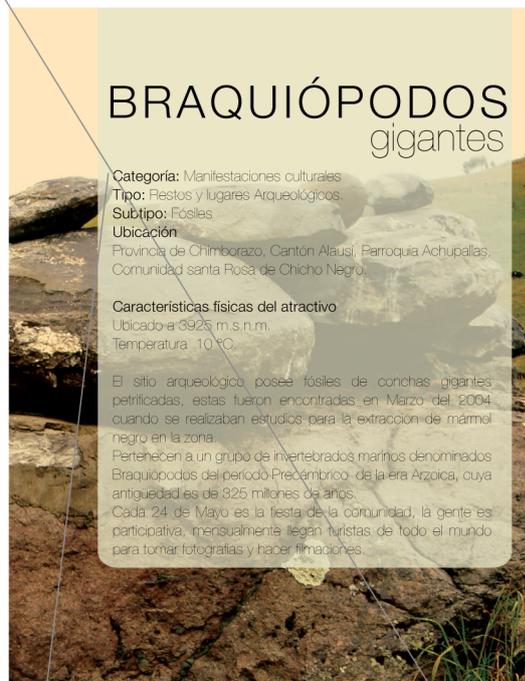
Díptico - Portada



Díptico - Contraportada



Díptico - Interna 1



Díptico - Interna 2

- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual

- Texto complementario Discurso denotativo

- Transmitir propiedades culturales
- Mensajes signícos
- Fenómeno de la constancia memorización

Origen de la Marca

- ▶ Centro del Sistema Solar
- ▶ Principal fuente de energía de la vida
- ▶ Pueblos indígenas de América rinden culto a los dioses cósmicos, entre esos al Intiyaya el Dios sol
- ▶ Agradecimiento por una abundante cosecha

Conceptualización

- ▶ Estrella alrededor de la cual gira la Tierra
- ▶ Las fiestas del Sol son un símbolo sagrado de presencia étnica



Imagen básica del sol

Punto centro

Estilización puntas



Fortalecimiento ejes
Topo y la Calera

Elemento dualidad y pertenencia



Propuestas de Aplicaciones para: Promoción de los productos de la comunidades bajo el decreto del Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural y Natural.

- Alausí, Patrimonio Cultural



Brochure -Portada



Brochure -Contraportada

● Estructura referencial del lenguaje

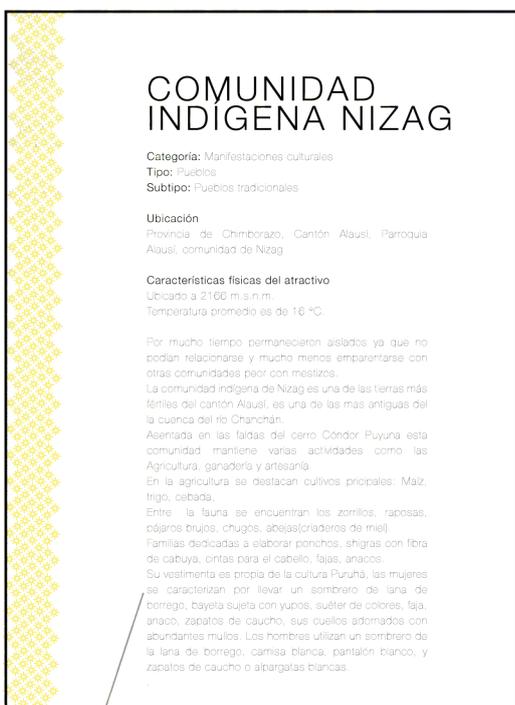
● Enunciación visual
Imagen fotográfica

● Cristalización de un instante visual

● Transmitir propiedades culturales

● mensajes signícos

● Fenómeno de la constancia memorización



Brochure -Interna 1

● Texto Informativo complementario

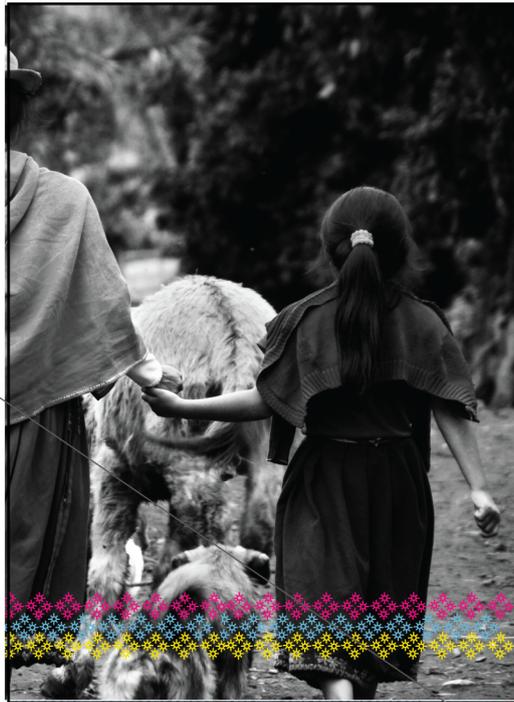


Brochure -Interna 2

● Nivel semántico signo



Brochure -Interna 3



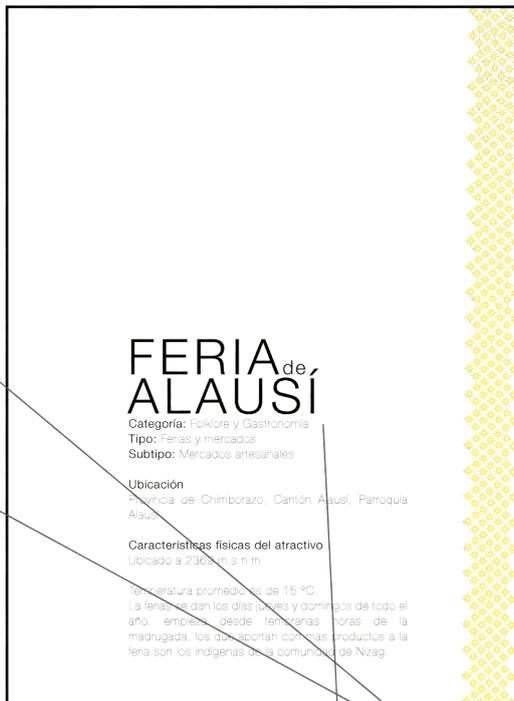
Brochure -Interna 4

PLANTEAMIENTO ESTÉTICO
ARMONÍA - BELLEZA - GOZO ESTÉTICO

Nivel Semántico
Visuales informáticos
Código de reconocimiento



Brochure -Interna 5



Brochure -Interna 6

Poética visual
Discurso connotativo

Texto complementario
informativo

- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia

Origen de la Marca

- ▶ Cosmología precolombina para identificar sus creencias espirituales de recorrido.
- ▶ Materiales distribuidos el espacio y valorados en tiempo.
- ▶ Obra de Ingeniería atrevida “Nariz del Diablo”.
- ▶ Unión Sierra con la Costa.

Conceptualización

- ▶ Forma de espiral
- ▶ Durmientes y rieles de acero
- ▶ “Nariz del Diablo”



forma de espiral



repetición rectángulos durmientes



continuación camino N&D.



Elemento dualidad y pertenencia



Propuestas de Aplicaciones para:
 Promoción de los productos de la comunidades bajo el decreto
 del Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural y Natural.

- Alausí, Patrimonio Ferroviario



● Nivel Semántico signo



● Fenómeno de la constancia memorización



● Nivel Semántico Visuales informáticos Código de reconocimiento

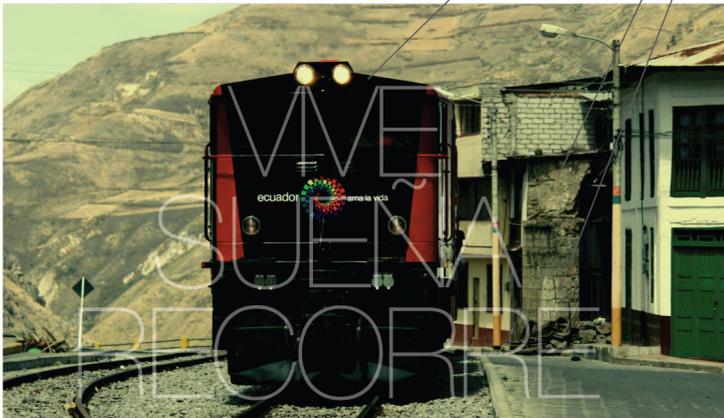
● Texto complementario informativo





● Texto complementario informativo

- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia



● Estructura referencial del lenguaje

- Enunciación visual
Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual



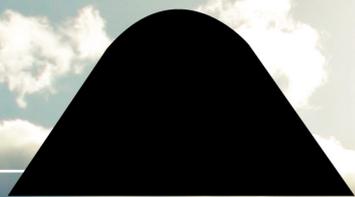
● Poética visual
Discurso connotativo

Origen de la Marca

- ▶ Cosmovisión Andina, materia de tiempo y espacio.
- ▶ Wiracocha el Dios creador, supuso un concepto de lo abstracto y de lo intelectual.
- ▶ Pachamama, la fuente femenina de la que proviene todo el mundo material.

Conceptualización

- ▶ Hondas gigantes andinas (Wiracocha)
- ▶ Tierra, agua, sol , vida
- ▶ Lagunas Ozogоче Mitológicas



Tierra montaña imagen básica



hondas gigantes
olas de agua, espiral



fuentes femenina
base tensión



forma estable
plano
cortes estéticos



Elemento dualidad y pertenencia

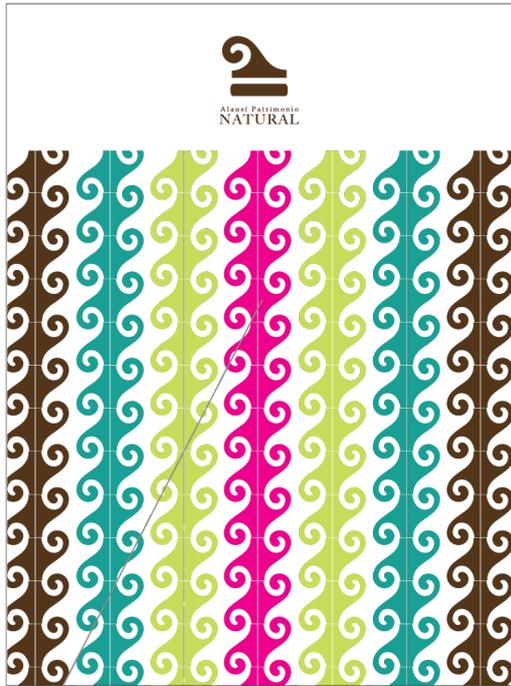


Alausí Patrimonio
NATURAL

Propuestas de Aplicaciones para:

Promoción de los productos de la comunidades bajo el decreto del Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural y Natural.

- Alausí, Patrimonio Cultural



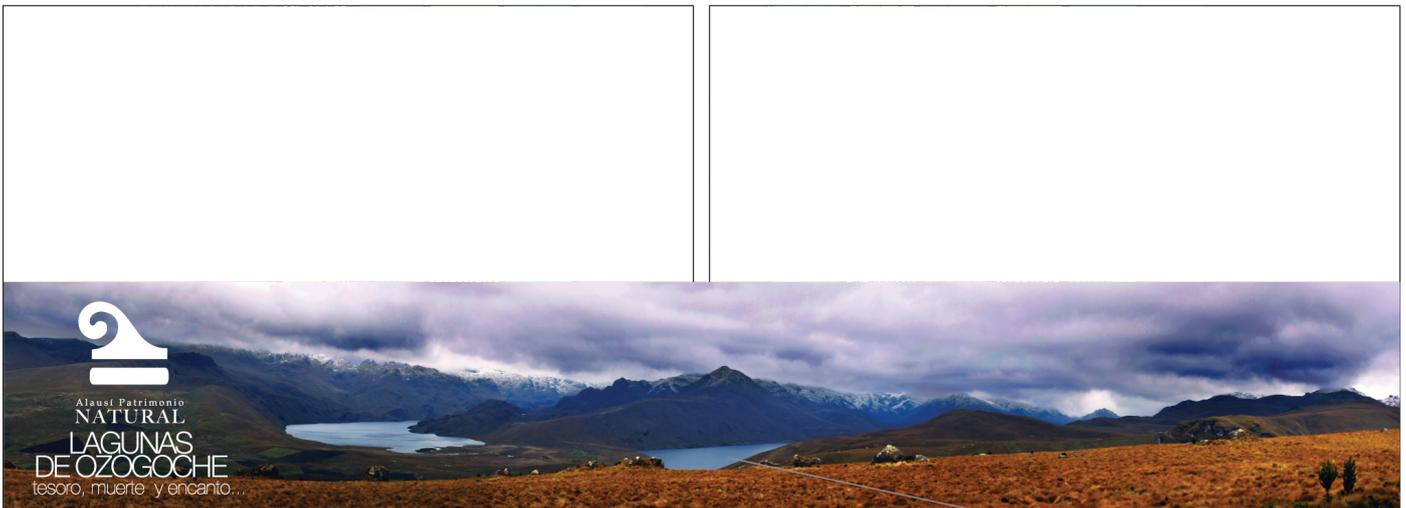
Carpeta - Portada



Carpeta - Contraportada

- Transmitir propiedades culturales
- Mensajes sígnicos
- Fenómeno de la constancia memorización

- Nivel Semántico
- Visuales informáticos
- Retórica visual
- Código de reconocimiento



Carpeta - interna 1 y 2

- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual

- Brochure, red Patrimonial panorámicas



Brochure - portada

● Texto
Complementario
Discurso denotativo

● Nivel
Semántico
Visuales informáticos
Retórica visual
Código de reconocimiento



Brochure - contraportada



Brochure - interna 1

● Texto
complementario
informativo

● Fenómeno de
la constancia
memorización

Brochure - interna 2



- Transmitir propiedades culturales
- Mensajes signícos
- Fenómeno de la constancia memorización

● Nivel Semántico signo

● Poética visual
Discurso connotativo

● Estructura referencial del lenguaje

- Enunciación visual
Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual

Brochure - interna 3



● Texto complementario informativo

Brochure - interna 4

4.5 Retroalimentación

Se elaborará un sistema de encuesta del que se obtendrá información sobre el grado de satisfacción del cliente y las principales sugerencias, de forma tal que el proyecto se encuentre permanentemente en retroalimentación.

Encuesta realizada a los turistas Nacionales y Extranjeros que visitan el sitio turístico “Nariz del Diablo”.

Objetivo: Evaluar el nivel de satisfacción y conocimiento del usuario sobre la difusión de la información turística de la zona de la Nariz del Diablo y sus alrededores.

Entre las características del usuario (viajeros) se señala lo destacado en la tabulación de las encuestas que se presentan a continuación (siguiente página).

Mediante entrevistas a los turistas se pudo determinar lo siguiente:

Motivos de viaje:

- 87% ocio/vacaciones/recreación
- 9% negocios
- 7% visita a familiares/amigos.

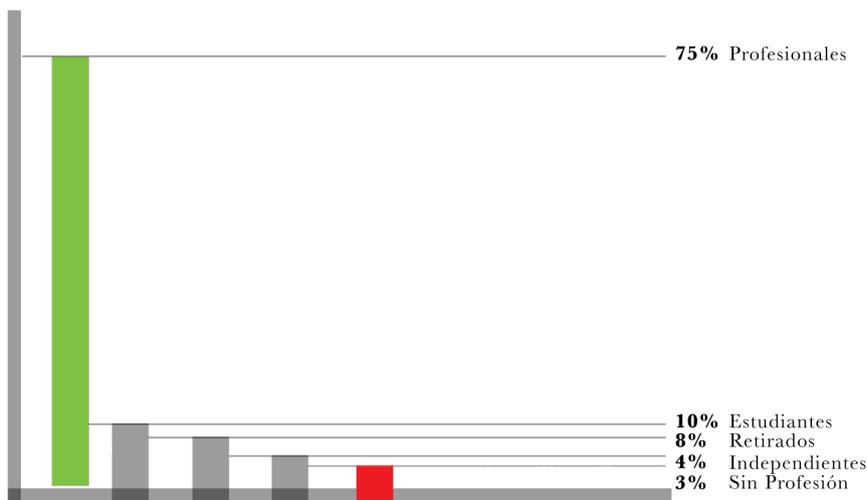
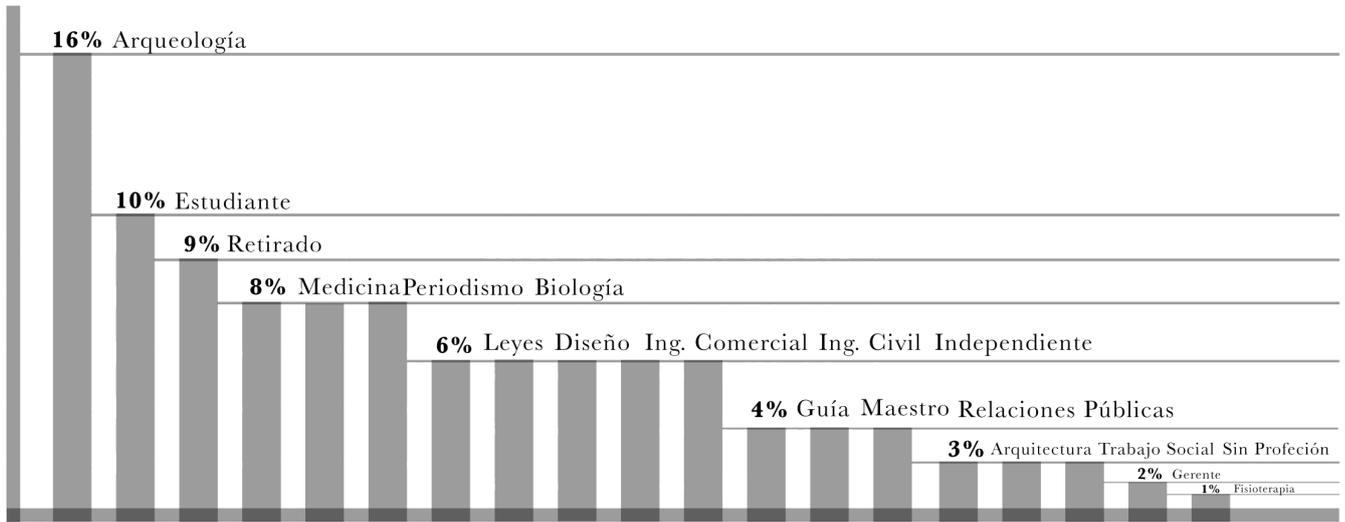
Actividades realizadas:

- Turismo urbano (93%)
- Cultural (83%)
- Naturaleza (68%)
- Aventura (39%)
- Sol y playa (18%)

Viajes de descubrimiento (visitas a espacios naturales, culturas y tradiciones autóctonas), senderismo, cicloturismo, observación de la flora y la fauna, aventuras y diversión en la naturaleza, actividades al aire libre y visitas a áreas naturales protegidas.

El objetivo de estas preguntas es evaluar su nivel de satisfacción sobre difusión de información de la zona turística Nariz del Diablo.*

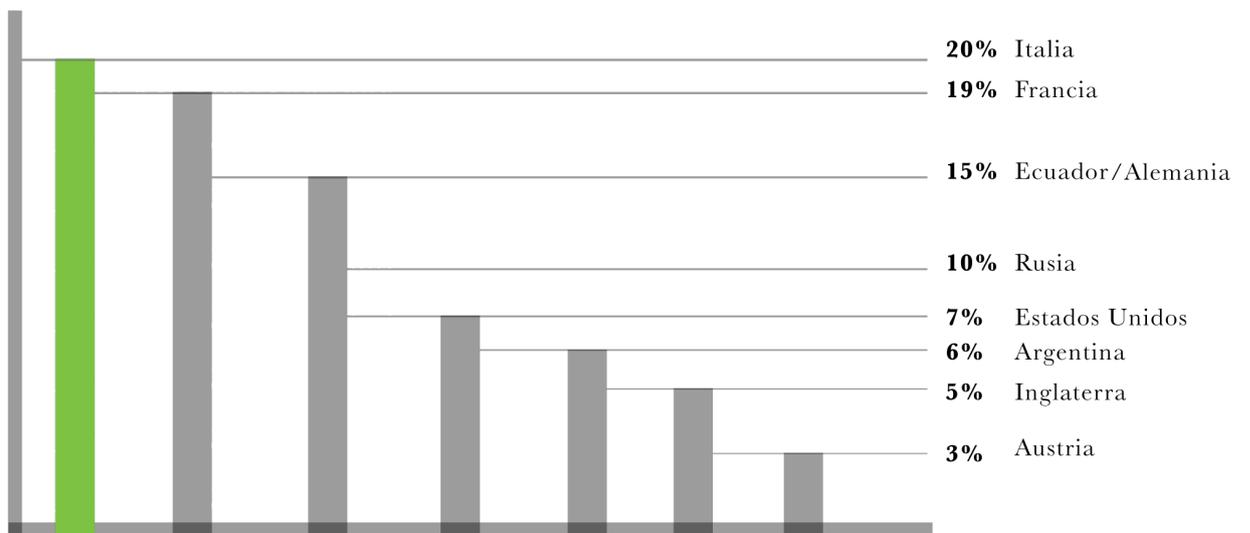
Rango de Turista por Ocupación



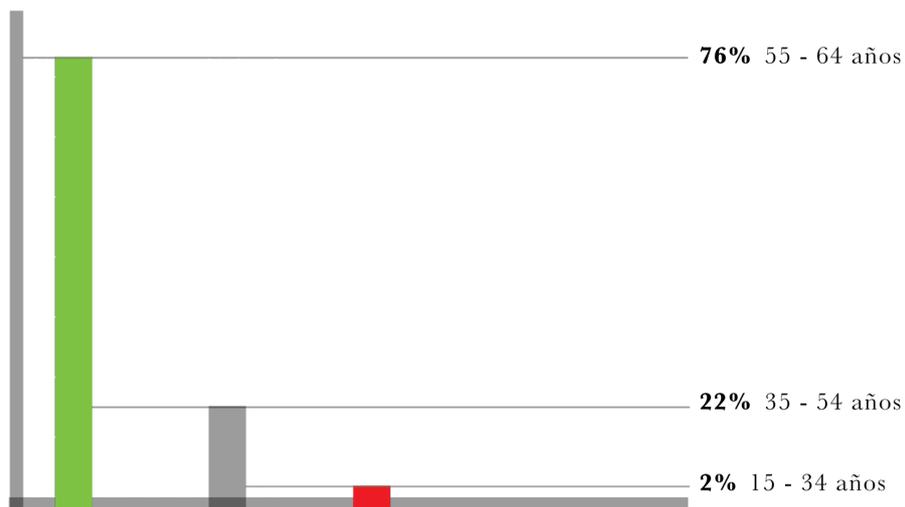
Rango de Turista por Género



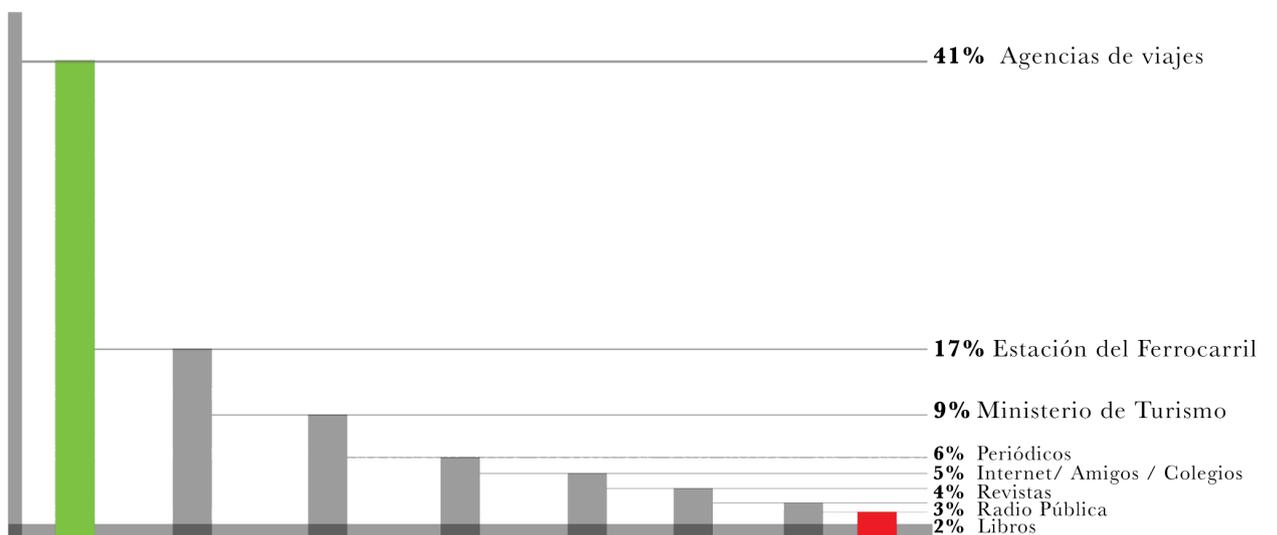
Rango de Turista por Nacionalidad



Rango de Turista por Edad



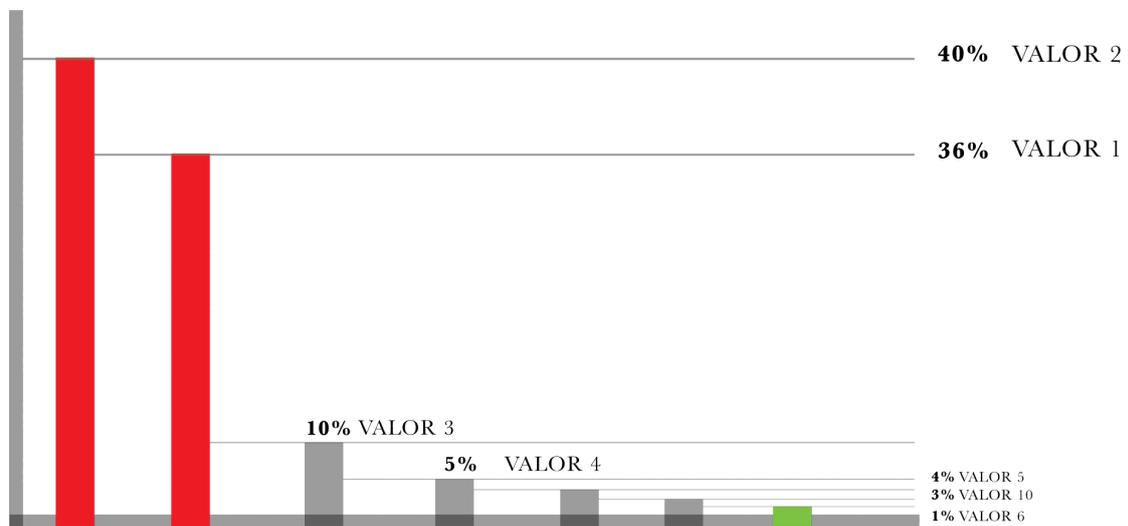
1.- ¿ Donde recibió información turística por primera vez sobre la Nariz del Diablo ?



2.- ¿ A su llegada, le facilitaron algún tipo de material informativo de la zona ?



3.- ¿ Se siente satisfecho con la información turística brindada en Alausí ?



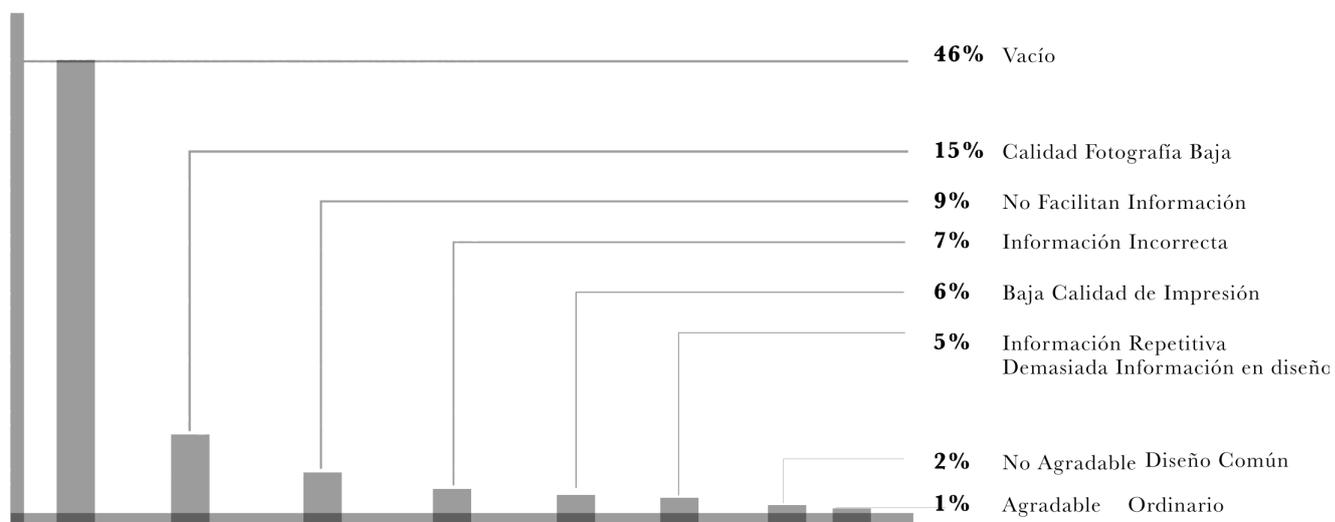
VALOR 1=Nada satisfecho VALOR 10= Completamente satisfecho

4.- ¿La calidad gráfica de la información que le facilitaron cumple con sus expectativas ?

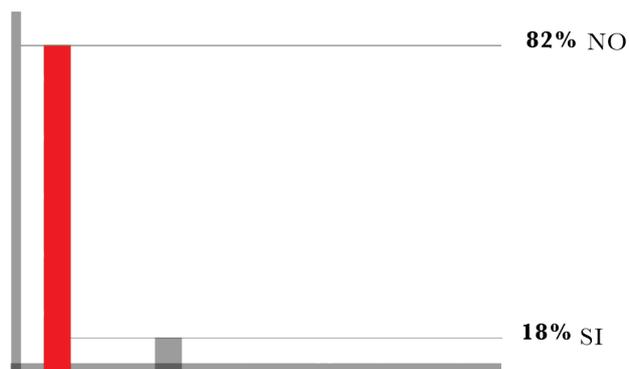


Indique el porque de su respuesta

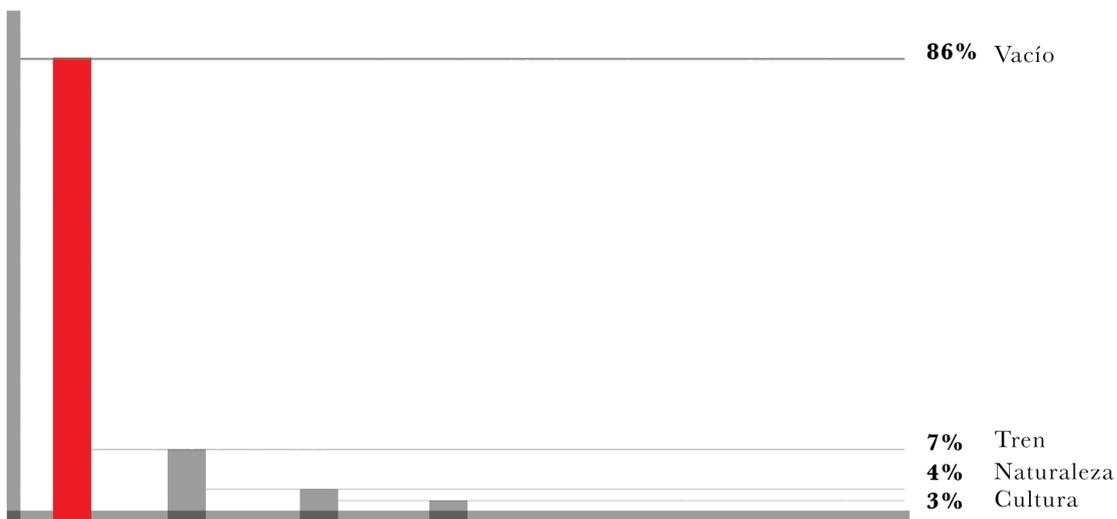
VALOR 3



5.- ¿Conoce los cinco Patrimonios Culturales que Alausí posee?



¿Podría mencionarlos?





CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES

Conclusiones & Recomendaciones

El objetivo principal del diseñador en este proyecto fue desarrollar una propuesta gráfica para promocionar productos de las comunidades circundantes a la “Nariz del Diablo, cumpliendo con requerimientos de interpretación, sistematización, ordenamiento y la representación de lenguajes visuales, de esta manera se trabajó sobre los siguientes puntos:

- Desarrollo de anclaje entre el Diseño, la Semiótica hasta la Antropología Cultural que han permitido construir una estructura argumental sólida, validando una reflexión teórica en el sistema de estrategia comunicativa.

- Intervención del diseño, planteando una reflexión multidimensional, permitiendo rastrear prácticas culturales que se revalorizaran con la propuesta de diseño planteada.

- Destreza de leer e interpretar las imágenes, tomando conciencia de la importancia como transmisoras de información, a partir de lo cual se logró un lineamiento acertado en los procesos comunicativos esenciales del Diseño Gráfico y Comunicación Visual.

- Demostración del uso efectivo de herramientas, técnicas e instrumentos de la metodología general de investigación y de la metodología semiótico-cultural.

- Énfasis en la visión sustentable del diseño desde una mirada intercultural permitiendo una validación real de los componentes del diseño gráfico hacia una solución para el patrimonio cultural y la evidencia de una visión antropológica del diseño.

- Concebir la cultura tanto de los habitantes de zonas urbanas con la cultura indígena, entendiendo expresiones cotidianas propias de cada pueblo y sus formas de interpretar el mundo.

- Relación proyectual entre una mirada intercultural del Ecuador desarrollada dentro del plan Nacional

de desarrollo del buen vivir, proyecto actual de la SENPLADES.

Logrando así una postura coherente entre los factores metodológicos y teóricos que muestran solvencia intelectual y experiencial (Vivencial) que articulan coherentemente el desarrollo del proyecto plasmado en este documento. De esta manera se permitirá consolidar a Alausí como destino turístico Patrimonial del Ecuador, mediante una estructuración comunicativa del sector turístico en torno a un proyecto que pueda identificar, orientar y demostrar al usuario el alto potencial cultural que Alausí posee. Implicando al sector institucional, empresarial, comercial, turístico (Nacional e Internacional), la idea de consolidar la variabilidad del turismo Patrimonial en Alausí según su ordenanza.

Gracias a la estrategia de comunicación planteada se ha representado y unificado la imagen corporativa del sector, para que el uso de la misma se exteriorice en calidad de representación y atención de los turistas, clasificando e identificando cada zona correspondiente a Alausí bajo denominación patrimonial.

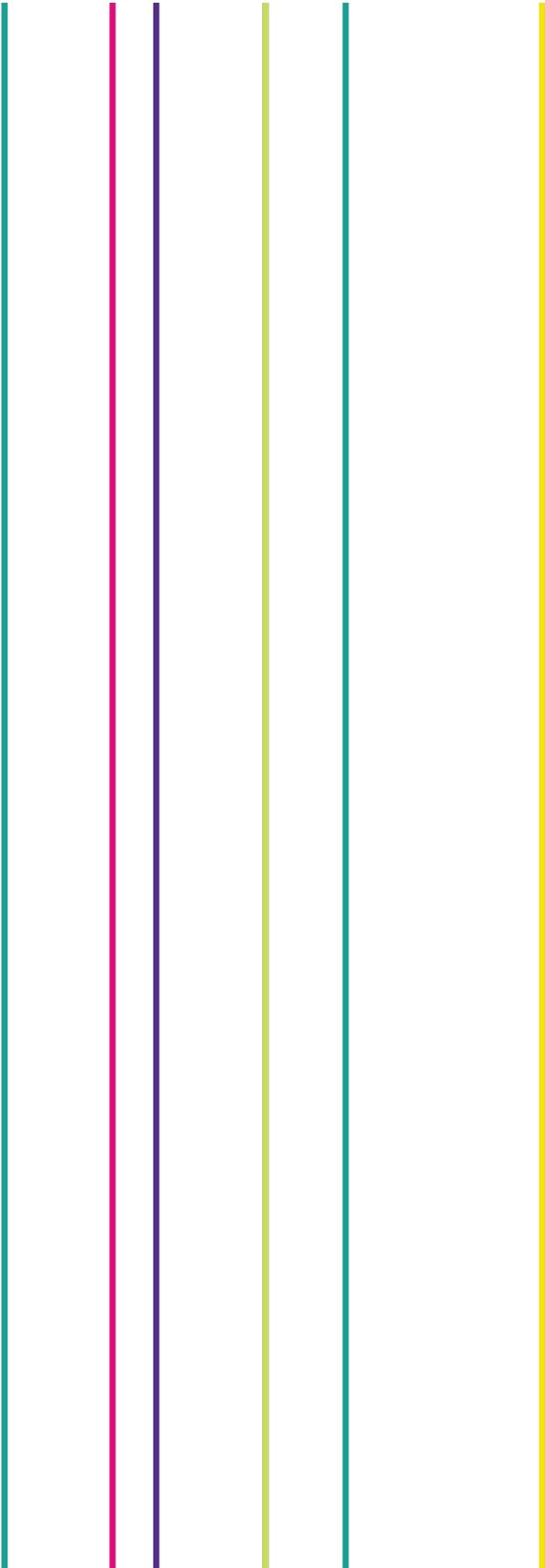
El aporte más significativo de este proyecto es poner a disposición de las entidades públicas y privadas que forman parte de esta red Patrimonial una propuesta de diseño que pueda representar y unificar la imagen corporativa del sector, para que el uso de la misma se exteriorice en calidad de representación y atención de los turistas, clasificando e identificando cada zona correspondiente a Alausí bajo denominación patrimonial.

Este proyecto puede ser ampliado de manera que su alcance sea aun mayor. Por ejemplo, pudiera pensarse en realizar la estructuración de mapas y guías turísticas para cada producto Patrimonial. También resaltaría interesante incorporar sistemas de promoción en otros medios, tales como televisión, Internet, cds interactivos, revistas, entre otros.

Profundizar la investigación intercultural de la zona a través de estudios investigativos que permitan concebir toda la cosmovisión estructural de cada pueblo o comunidad.

Durante el período investigativo se pudo recopilar y almacenar un amplio banco imágenes, ilustraciones, entrevistas, videos; los mismos que servirán significativamente para el desarrollo comunicacional de las diferentes aplicaciones de la marca ciudad y sus submarcas (Patrimonios), así como promoción turística, medios de comunicación, entre otros; dependiendo de las necesidades. Ya que como se mencionó, este planteamiento está abierto a futuros desarrollos.

Además esta configuración de arquitectura visual, permitirá encaminar conceptualmente, con el aporte investigativo, a otros proyectos que interactuen con disciplinas ajenas al diseño, esto permitirá que los futuros proyectos puedan tener una coyuntura estructural significativa para su desarrollo.



**BIBLIO
GRAFÍA**

Libros.

Acaso, María. *El Lenguaje Visual*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona 2006.

Cevallos Merchán, Mauricio. *Inventariación de los recursos turísticos naturales y culturales del cantón Alausí, provincia de Chimborazo*. Riobamba 2007.

Empresa de Ferrocarriles Ecuatorianos. *Alausí documental de Historia del Ferrocarril Ecuatoriano*. Documental. Alausí, Ecuador, 2008.

Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación "Diseño Gráfico y Comunicación"*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2006.

González Mothelet, Mónica. *Semiótica*. Universidad de Londres.

Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural. *Plan de Comunicación Alausí*. Quito, mayo 2009. pag.1.

Ministerio de Turismo. *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para el Ecuador "PLAN DE TOUR 2020"*.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*. Quito-Ecuador.

Zunzunegui, Santos. *Pensar la imagen. Ediciones 3, Illustrated*. Cátedra 1992.

Revistas.

Bañuelos Capistrán, Jacob (Instituto Tecnológico de Monterrey). *Aplicación de la Semiótica a los procesos de Diseño*. UNED, Revista Signa 15 (2006). México.

Entrevistas.

Beltrán, Felix. *Semiótica y Diseño (Entrevista a Juan Manuel Lopez)*. México.

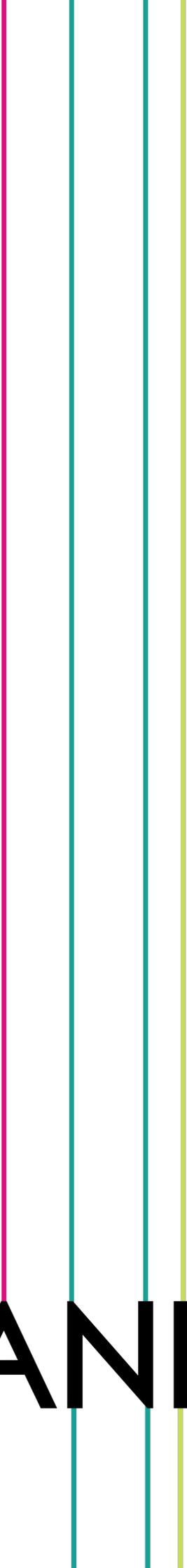
Entrevista Ximena Arévalo. *Departamento de información del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí*. Alausí-Ecuador. Abril 2011.

INEC. *VII Censo de Población y VI de Vivienda*. Ecuador 2010.

Internet.

Avilés Pino, Efrén (Miembro de la Academia Nacional de Historia del Ecuador). *Ferrocarril*. 2004. Internet. <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=865&Let=>. Acceso: 24 enero 2010.

- Comunicólogos. *Comunicación y Estudios Culturales*. Internet. <http://www.comunicologos.com/teorias.php?id=55>. Acceso: 2 abril 2012
- Exploring Ecuador. *Atractivos turísticos*. Internet. http://www.exploringecuador.com/espanol/sp_ar_nariz_diablo.htm. Acceso: 13 abril 2011.
- Ferrocarriles del Ecuador. *Historia sobre rieles*. Internet. http://www.ferrocarrilesdeecuador.gob.ec/index.php?searchword=historia+del+ferroca&ordering=&searchphrase=all&Itemid=1&option=com_search&lang=es. Acceso: 11 abril 2011.
- Gonzalez Santamaria, Pedro. *Producto turístico*. Internet. www.welton.es/El_Producto_Turistico.pdf. Acceso: 24 mayo 2011
- Magariños, Juan. *La Semiótica de la Imagen Visual*. Internet. <http://www.magarinos.com.ar/VISIONWEB.htm>. Acceso: 12 abril 2012.
- Magariños, Juan. *La Semiótica de la Imagen Visual*. Internet. <http://maestriadicom.org/cursos/hacia-una-metodologia-semiotica-para-el-analisis-de-las-imagenes-visuales-y-de-las-exhibiciones-de-objetos-y-comportamientos/>. Acceso: 12 abril 2012.
- Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural. *Patrimonios*. Internet. http://www.ministeriopatrimonio.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=58&Itemid=71&lang=es. Acceso: 24 abril 2011.
- Ministerio de Turismo. *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para el Ecuador “PLAN DE TOUR 2020”*. Internet. <http://www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020-19.html>. Acceso: 16 mayo 2011.
- Ministerio de Turismo. *Sistema de Información y Gestión Turística del Austro*. Internet. <http://www.turismoaustro.gov.ec/index.php/es/component/content/article/80-otro-solito/498-el-tambo-centro-ferroviario-del-austro>. Acceso: 25 enero 2010
- Sitio Oficial de Turismo de la ciudad de Quito. *El ferrocarril mas difícil del mundo*. Internet. http://www.quito.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=219&Itemid=439. Acceso: 11 abril 2011.



ANEXOS

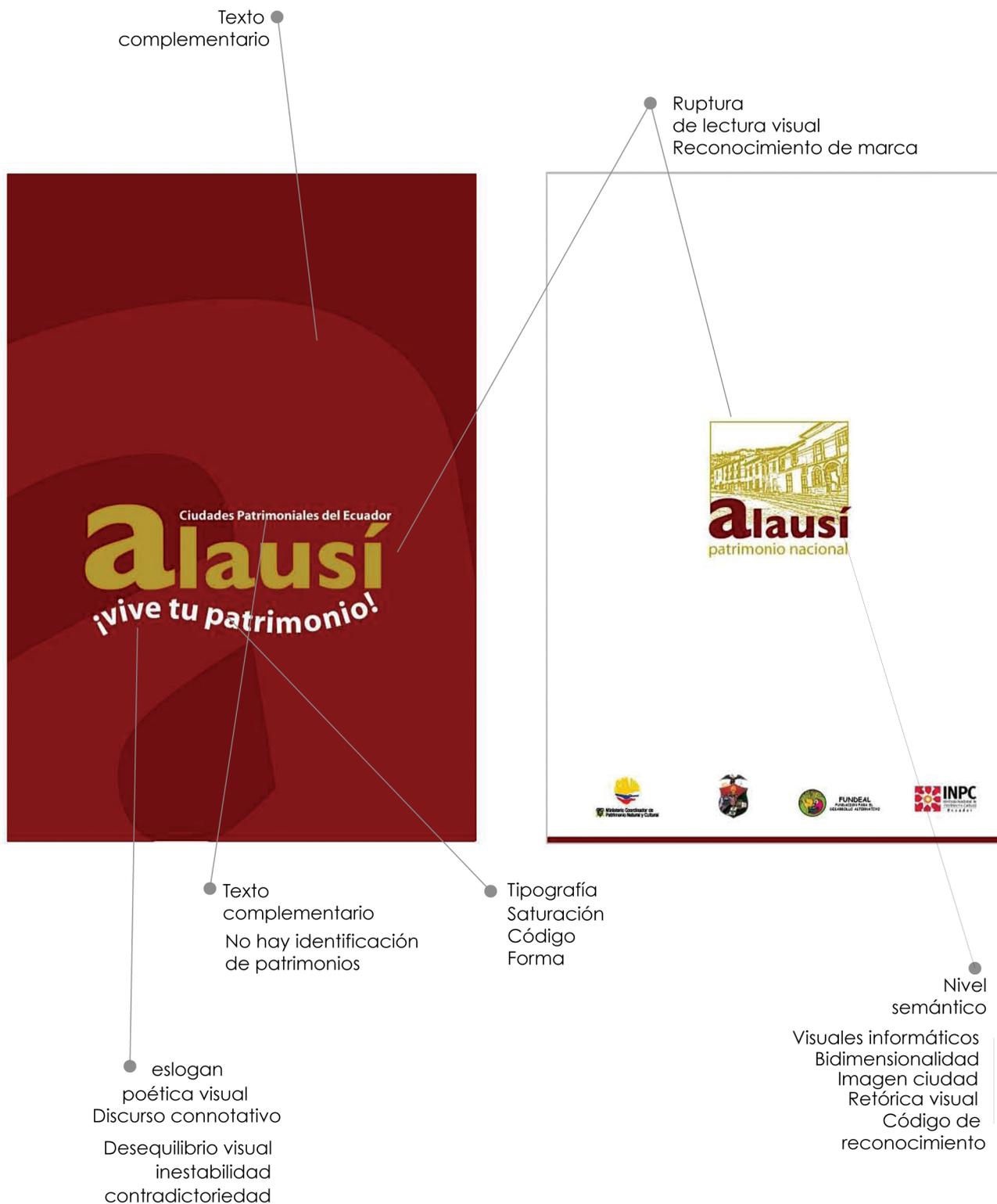
Proyecto: Difusión y construcción participativa de la Ordenanza de Protección del Centro Histórico del cantón Alausí, Patrimonio Cultural de la Nación. Plan de Comunicación, Quito, mayo 2009.

- Carpeta



Proyecto: Difusión y construcción participativa de la Ordenanza de Protección del Centro Histórico del cantón Alausí, Patrimonio Cultural de la Nación. Plan de Comunicación, Quito, mayo 2009.

- Carpeta



Promoción turística de los patrimonios, “El turismo empieza aquí” Ilustre Municipalidad de Alausí, Administración 2009 – 2014.

- Dptico, guía turística

Parque 13 de Noviembre

En la actualidad la Administración Municipal ha realizando la remodelación en cuyo centro se ubica un monumento a La Libertad, el cual se encuentra sobre un pedestal de mármol, y con cuatro inscripciones a su alrededor, el monumento en su mano izquierda lleva un fusil, y en la derecha una bandera.

Iglesia Matriz

A un costado del parque 13 de Noviembre se encuentra la IGLESIA MATRIZ la principal del Cantón. Fue construida a mediados del siglo XVIII por Antonio Saguay, su fachada era de estilo gótico-romano con piedra y columnas rectas, se destaca la imagen de Cristo Rey,

Estación del Tren

Los turistas nacionales y extranjeros viven un viaje de aventura en el que tienen la sensación de que el tren vuela o sale de la montaña, en su recorrido hacia uno de los lugares turísticos del Cantón como es la Nariz del Diablo.

Mirador de la Loma Lluglly

En el mirador está ubicado el monumento a San Pedro, Patrono de la Ciudad, fue realizada por el artista cuencano Eddie Crespo en el año 2001 mide 21 metros de altura y está construido con 114.000 piezas de cerámica de 3 cm2 aproximadamente.

Puente Negro

Considerado como una obra maestra de aquel tiempo (1903), en este se recuerdan la hazaña que hizo legendario al famoso Cholo Ramos, que siendo fogonero, y ante la negativa de 4 maquinistas extranjeros de cruzar por primera vez este puente, lo atravesó con su locomotora demostrando el valor y coraje del ferrocarril ecuatoriano un orgullo para Alausí.

Busto de Simón Bolívar

Se encuentra frente a la plazoleta Guayaquil, entre las calles Ricaurte y Sucre el mismo que fue colocado, en honor y por ser gestor de la independencia de los países de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, Panamá y

Capilla San Francisco de Sales

La construcción de la Capilla de la Comunidad de Hermanas Oblatas de San Francisco de Sales, empezó en los años 1914 y 1915 con su estilo gótico. En su interior consta de grandes cuadros pintados en el año 1.941

Monumento Eloy Alfaro

Este monumento se encuentra en el inicio de la calle 5 de Junio, junto a la pileta. Eloy Alfaro quien fue el gestor de la educación laica gratuita y el impulsor de la línea férrea en el

● Estructura referencial del lenguaje

- Enunciación visual Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual

● Códigos de reconocimiento

- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia

● Nivel semántico

Bidimensionalidad Imagen ciudad Retórica visual

- Dptico, guía turística

Cantón San Pedro de Alausí

Alausí con una enorme riqueza natural y cultural, sus hermosos paisajes, bellas lagunas, una gama de costumbres y tradiciones; constituye sin lugar a duda en un sitio ideal para el desarrollo del turismo nacional e internacional. Por su hermosa geografía se convierte en un atractivo lugar donde habitan personas hospitalarias con una riqueza natural, histórica y cultural fascinante.

Su Cabecera Cantonal, Alausí, se encuentra a 2428 m.s.n.m. y a 95 Km. al Sur de la Capital de la Provincia de Chimborazo; es muy extenso y rico, accidentado y montañoso, cruzado por quebradas profundas, valles subtropicales, páramos, depresiones inmensas por las que descienden pequeños pero corrientosos ríos.

Hernando Italiano, traduce su nombre, Alausí, como “cosa de gran estima y querida”, según el lenguaje jíbaro, sería: AK (OK), caro, ú (nd), grande; (ua) ri; cosa: cosa grande y cara

Ubicación

Alausí se encuentra localizada en la hoya del Chanchán al Sur de la provincia de Chimborazo, formando un lazo de unión entre la Costa y la Sierra; se ubica a 78° 50´ 41´´ de latitud occidental y a 2° 12´ 02´´ de latitud sur. En todo el cantón encontra-



mos múltiples y particulares microclimas que le permiten una diversidad interesante.

Límites: Se encuentra ubicado al norte por el Nudo de Tío Cajas, al sur por el Nudo del Azuay, al este Macas y Sevilla de Oro y, al Oeste las Llanuras de la Costa.

Superficie: Cuenta con una superficie de 1.696 Km2.

Altitud Promedio: 2347 m.s.n.m.

Características Climáticas: Debido a su variedad de pisos climáticos (Subtropical, andino y frío andino), en el cantón podemos encontrar múltiples y particulares microclimas que le permite constituirse en una zona de alta diversidad biológica, pertenece a la zona de vida *Estepa Espinosa Montano Bajo*.

mos múltiples y particulares microclimas que le permiten una diversidad interesante.

Límites: Se encuentra ubicado al norte por el Nudo de Tío Cajas, al sur por el Nudo del Azuay, al este Macas y Sevilla de Oro y, al Oeste las Llanuras de la Costa.

Superficie: Cuenta con una superficie de 1.696 Km2.

Altitud Promedio: 2347 m.s.n.m.

Características Climáticas: Debido a su variedad de pisos climáticos (Subtropical, andino y frío andino), en el cantón podemos encontrar múltiples y particulares microclimas que le permite constituirse en una zona de alta diversidad biológica, pertenece a la zona de vida *Estepa Espinosa Montano Bajo*.

- Texto complementario

- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual
- Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual

- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
- Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia

- Nivel semántico

Bidimensionalidad imagen ciudad
Retórica visual
Código de reconocimiento

- Dptico, guía turística

ALAU SÍ CANTÓN DE LOS CINCO PATRIMONIOS

ALGUNOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE NUESTROS PATRIMONIOS.

Patrimonio Natural



El nombre Ozogoché viene del jbaro "Ushu" que significa glotón, deseo de comer carne y "Juchi" que significa estar solo. Este nombre viene de la misma leyenda que cuenta el viaje de las aves cuvivies y su muerte en las lagunas. Se ubican al Sur-Este de la Provincia de Chimborazo. .

Patrimonio Arqueológico



Las Conchas Gigantes Petrificadas, su origen data de hace 5000 años de antigüedad, se las puede apreciar junto al camino del Inca, su origen se remonta a la época Incásica. Se encuentran ubicadas en la parroquia Achupallas.

Patrimonio Arquitectónico



La construcción del edificio se realizó en el año de 1917 en la época del Teniente Coronel Ermel Gallo San Miguel, es un edificio de estilo neoclásico. El reloj fue traído en el año de 1908 desde Alemania. Existen 4 réplicas similares de este reloj en República Checa, Alemania, Argentina y en Ecuador (Alausí). .

Patrimonio Cultural



Mujeres autóctonas de la comunidad de Nizag cargando en sus espaldas el trigo cosechado en el campo para luego ser trillado cerca de su casa, utilizando para su alimentación en la elaboración del pan criollo.

Patrimonio Ferroviario

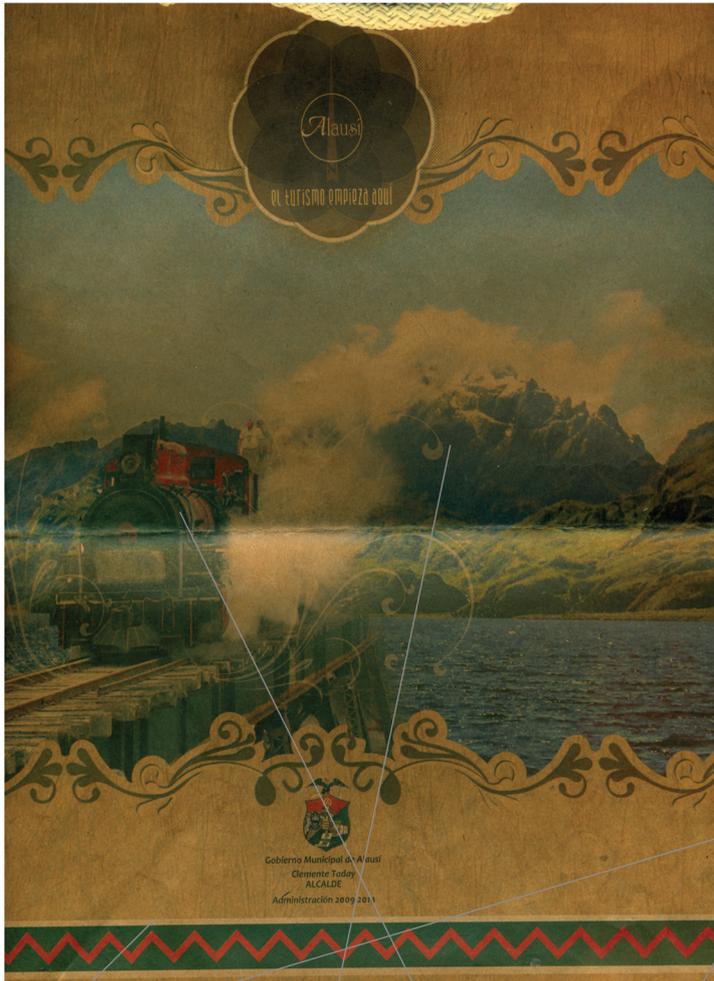


El tren llegó a San Pedro de Alausí el 7 de Septiembre de 1903, esta obra fue construida por el General Eloy Alfaro, ex presidente del Ecuador, fue el comienzo de la transformación de este pueblo, puesto que se incrementó el comercio y la agricultura; tomó un vuelo imprevisto, hizo que el cantón se incorpore al bienestar de la Nación.

- Texto complementario
- Discurso denotativo
- Texto complementario
- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual
- Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual
- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
- Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia
- Nivel semántico
- Bidimensionalidad
- Imagen ciudad
- Retórica visual

Promoción turística de los patrimonios, “El turismo empieza aquí” Ilustre Municipalidad de Alausí, Administración 2009 – 2014

- Bolsa de papel



- Saturación
- Código
- Forma
- Color rojo y verde emblemáticos cantón Alausí

Punctum principal

Punctum secundario

- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
- Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia

- Eslogan
- Poética visual
- Discurso connotativo
- Texto
- Complementario
- Discurso denotativo

- Nivel semántico
- Visuales informáticos
- Bidimensionalidad
- imagen brújula
- retórica visual

- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual
- Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual

Ruta Arqueológica “Andes del Ecuador” reconstruyendo la historia de la Sabiduría Andina.

Ministerio de Turismo

Gerencia Regional Sierra Centro

Panel 1: Ruta Arqueológica Andes del Ecuador

- Eslogan: Poética visual, Discurso connotativo
- Nivel semántico: Visuales informáticos, Imagen montaña, Código de reconocimiento
- Nivel Semántico signo: Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos: Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia

Panel 2: Ruta 5 Conchas Petrificadas

- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual: Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual
- Texto complementario

Panel 3: Conchas Petrificadas de Chicho Negro

- Colores ocres: Simboliza tierra
- Perpetuarse más allá de su uso por su función Ubicativo / MAPA
- texto descriptivo

Sistema de promoción turística del ferrocarril, elaboración de señalética y adaptación de la Estación de Alausí. Inclusión del Proyecto Tren Ecuador, ruta Nariz del Diablo y marca País.



- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia



- Texto complementario
Discurso denotativo
- Poética visual
Discurso connotativo
- Nivel semántico
- Visuales informáticos
Bidimensionalidad
Imagen modular
Retórica visual

Sistema de promoción turística del ferrocarril, elaboración de señalética y adaptación de la Estación de Alausí. Inclusión del Proyecto Tren Ecuador, ruta Nariz del Diablo y marca País.



- Codigos de color /diversidad
- Estructura visual / centrípeta
- Repetición de modular
- Contrastes
- Dinamismo



Sistema de promoción turística del ferrocarril, elaboración de señalética y adaptación de la Estación de Alausí. Inclusión del Proyecto Tren Ecuador, ruta Nariz del Diablo y marca País.



● Texto descriptivo

● Estructura referencial del lenguaje

● Enunciación visual Imagen fotográfica

● Cristalización de un instante visual

● Texto complementario
Discurso denotativo

● Nivel Semántico
Visuales informáticos
Imagen tren
Código de reconocimiento

● Códigos de reconocimiento
● Transmitir propiedades culturales
● Signos icónicos
Imágenes signicas

Sistema de promoción turística del ferrocarril, elaboración de señalética y adaptación de la Estación de Alausí. Inclusión del Proyecto Tren Ecuador, ruta Nariz del Diablo y marca País.

FERROCARRILES DEL ECUADOR

La rehabilitación del ferrocarril ecuatoriano, a nivel nacional, constituye un proyecto de desarrollo sostenible multifacético que beneficiará directamente a más de seis millones de habitantes de 6 provincias y 22 municipios del país.

Este proyecto tiene como visión principal el encuentro e intercambio cultural y económico, en especial de las comunidades articuladas al ferrocarril y del país en general.

**NARIZ DEL DIABLO
ALAUŚÍ - SIBAMBE - ALAUŚÍ**

Ruta	Itinerario	Hora
Alausí - Sibambe	Martes a Domingo y Feriados	08:00
Alausí		15:00

REHABILITACIÓN DE LA VÍA FÉRREA
Alausí-Sibambe

Renace el ferrocarril más difícil del mundo

La rehabilitación de la vía Alausí-Sibambe constituye la recuperación de una historia invaluable para el país.

Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública está empeñada en devolverle al país uno de los iconos más representativos: el tren.

Con este propósito, se inició el proceso de rehabilitación de la vía férrea Alausí - Sibambe en marzo del 2010.

Datos del proyecto de rehabilitación

Tramo: Alausí - Sibambe (13.5Km)
Rehabilitación del Km 143 al Km 128
Monto de la obra: \$ 4.697.828.26.
Empresa contratista: Asoc. Edeconsa-Ingeral

La Obra incluye: Construcción de cunetas, alcantarillas, muros de estabilización para taludes, recuperación de cuatro puentes, colocación de 25.000 durmientes nuevos; además de tendido de balasto y sub-balasto (material pétreo que sirve para distribuir el peso de la máquina sobre los rieles).

En 1901, la construcción de la vía Alausí-Sibambe significó una gran obra de ingeniería debido a la complicada geografía de la zona. Se decidió realizar cortes en las rocas de la montaña conocida como la 'Nariz del Diablo' y colocar los rieles hasta formar un zigzag, que permitiera al ferrocarril bajar la montaña. Por lo complicado de la construcción se lo denominó "el tren más difícil del mundo".

Sin embargo, con el tiempo, el continuo desgaste debido a la erosión y la falta de atención a la vía férrea produjeron serias dificultades para el recorrido del tren. Por esta razón, se inició el proceso de rehabilitación.

El trabajo realizado y un adecuado mantenimiento de la vía brindará mayor eficiencia en el recorrido de las máquinas; ofreciendo seguridad y comodidad a los viajeros.

- Nivel semántico
- Visuales informáticos
- Bidimensionalidad
- Imagen rieles
- Retórica visual

- Texto complementario
- Discurso denotativo

- Redundancia
- Insistencia y Aclaración

- Punctum
- Reacción espectador

- Separación de imagen y escritura
- Reproducir - articular

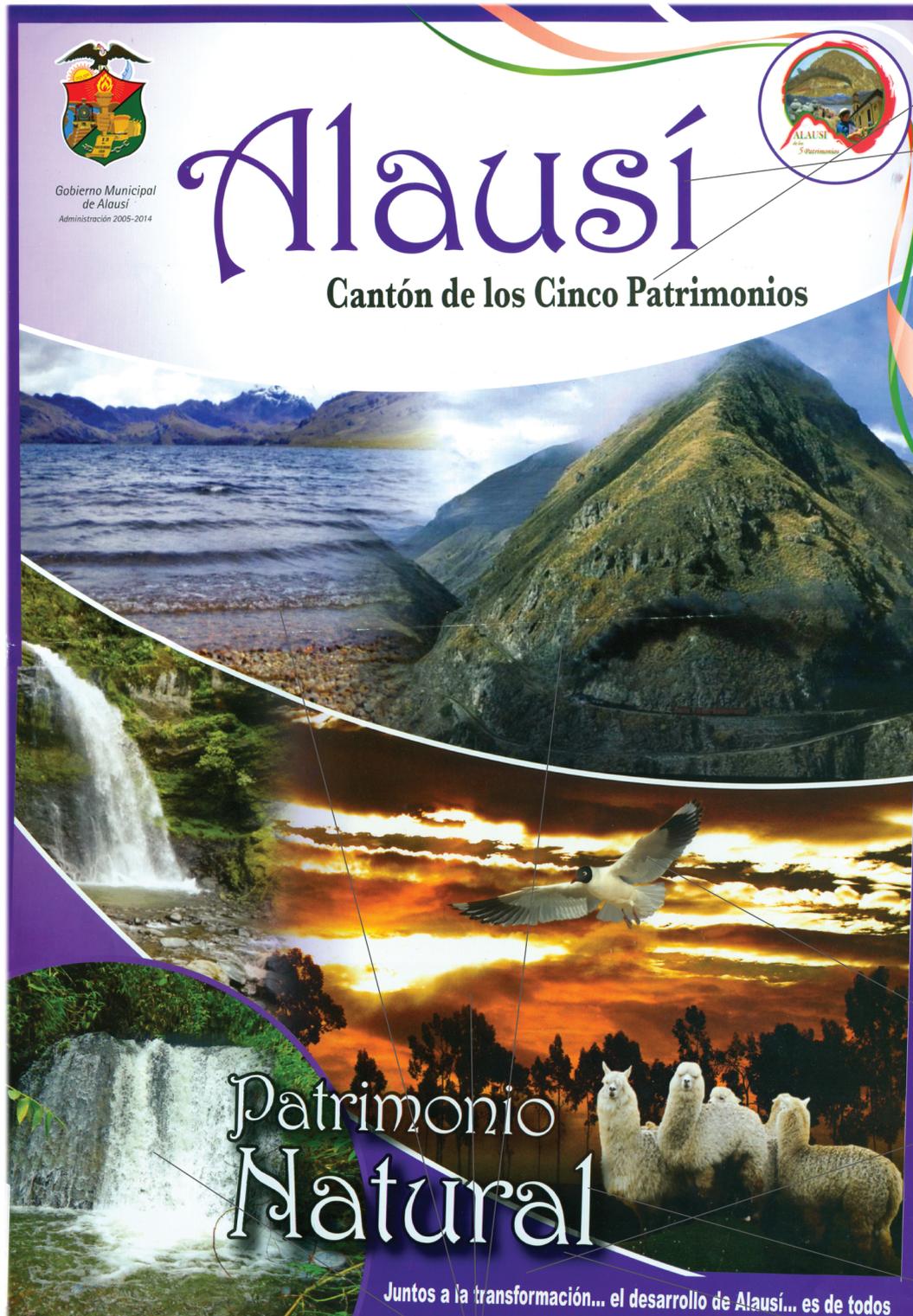
- Código de reconocimiento

- Estructura referencial del lenguaje

- Enunciación visual
- Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual

- Eslogan
- Poética visual
- Discurso connotativo

- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
- Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia



- Eslogan
- Retórica visual
- Discurso denotativo

- Imagen
- Texto caligráfico

- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual
- Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual

- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
- Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia

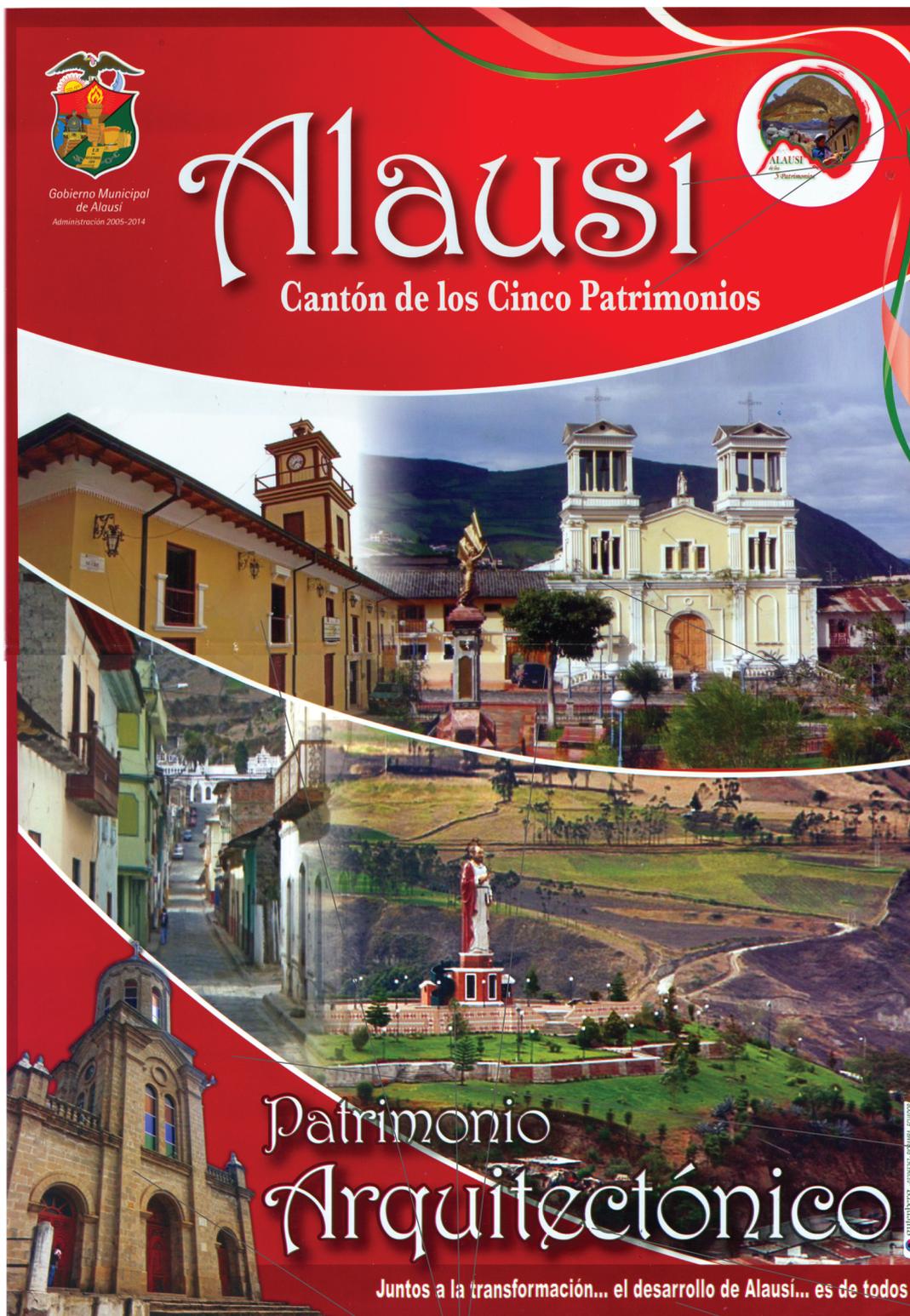
- Elementos sin codificación rompen lectura visual

- Color morado-magia-mistisismo-tortura

- Texto categorización

- Separación de imagen y escritura
- Reproducir – articular
- Código de reconocimiento

- Texto Poética visual
- Discurso connotativo



- Eslogan
Retórica visual
Discurso denotativo
- Imagen
Texto caligráfico

- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual
Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual

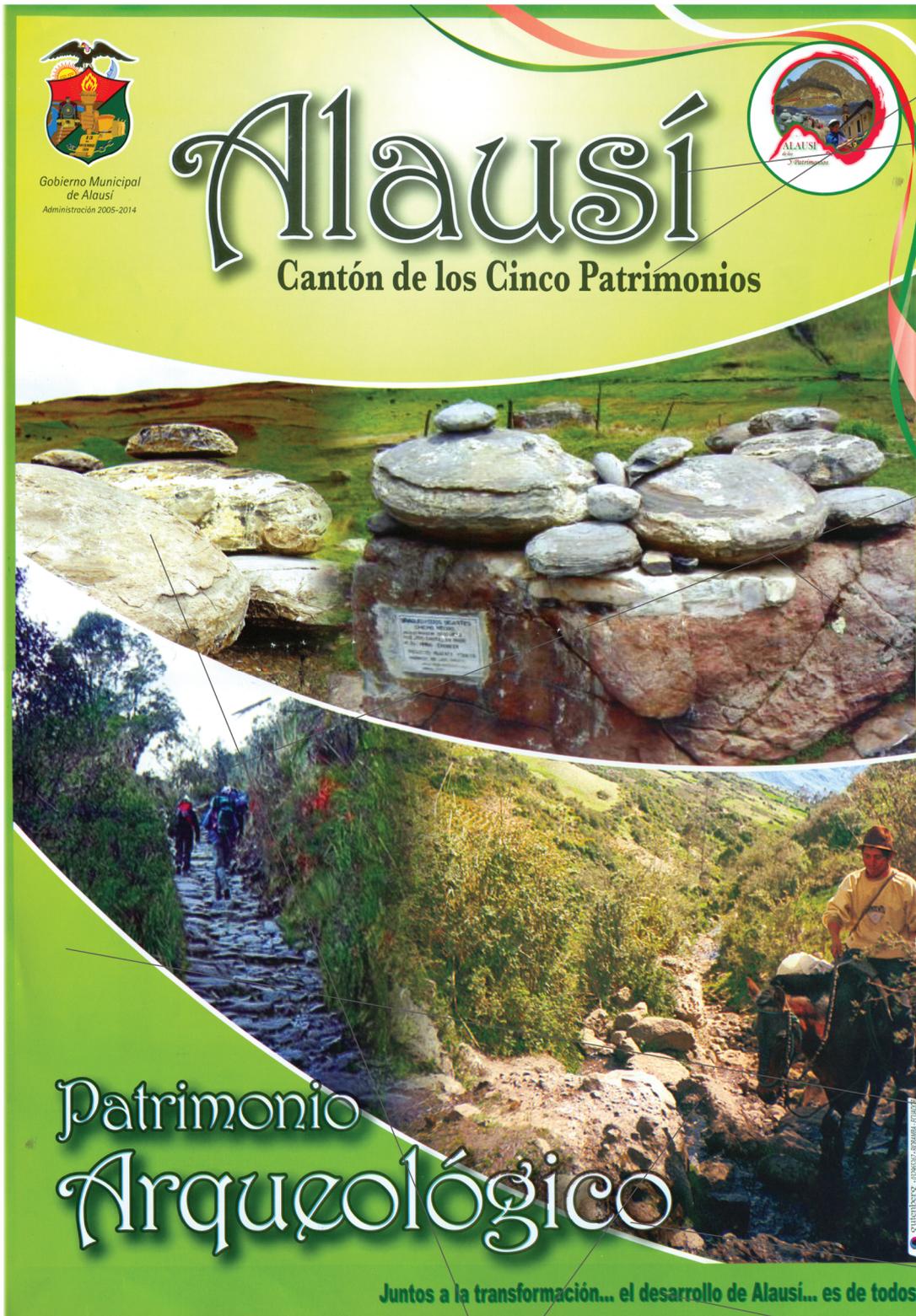
- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia

- Color rojo-poder- sangre-pasión

- Texto categorización

- Texto Poética visual
Discurso connotativo

- Separación de imagen y escritura
Reproducir – articular



- Eslogan
Retórica visual
Discurso denotativo
- Imagen
Texto caligráfico

- Estructura referencial
del lenguaje
- Enunciación visual
Imagen fotográfica
- Cristalización de un
instante visual

- Códigos de
reconocimiento
- Transmitir
propiedades culturales
- Signos icónicos
Imágenes signicas
- Fenómeno de
la constancia

- Color
verde claro-naturaleza
siembra crecimiento vida

- Texto
categorización

- Separación de imagen
y escritura
Reproducir – articular
Códiao de reconocimiento

- Texto
Poética visual
Discurso connotativo



- Eslogan
Retórica visual
Discurso denotativo

- Texto
categorización

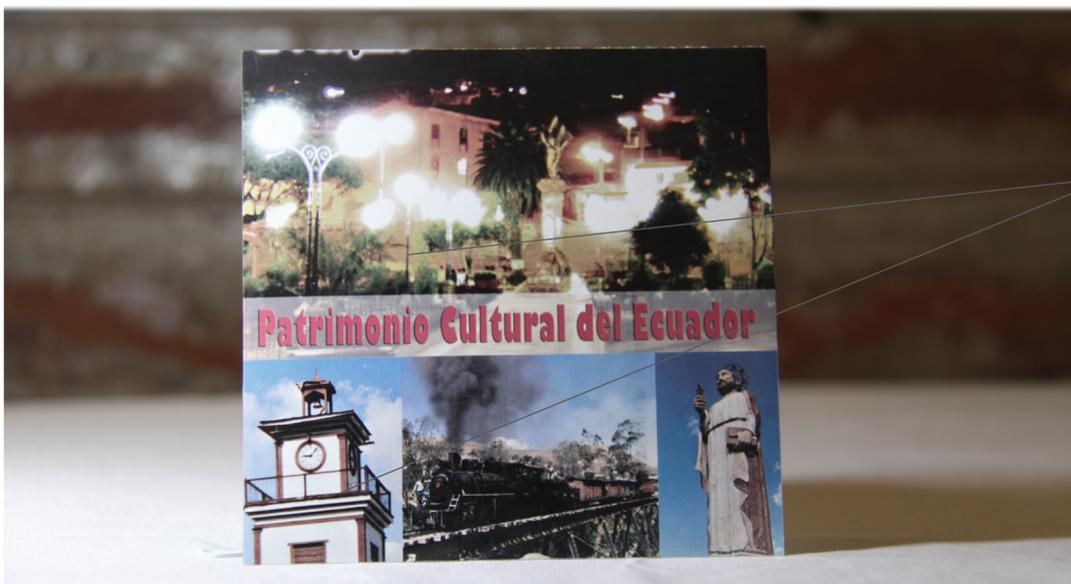


- Estructura referencial
del lenguaje

- Enunciación visual
Imagen fotográfica
- Cristalización de un
instante visual

- Códigos de
reconocimiento
- Transmitir
propiedades culturales

- Signos icónicos
Imágenes signicas
- Fenómeno de
la constancia



- Separación de imagen
y escritura
Reproducir – articular
Código de reconocimiento

Promoción de festividad CXC (191) Años de Independencia y Gesta Libertaria de Alausí.
 Noviembre 2011. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí,
 Administración 2009 – 2014.



Retórica visual
 Discurso denotativo

Texto categorización

Estructura referencial del lenguaje

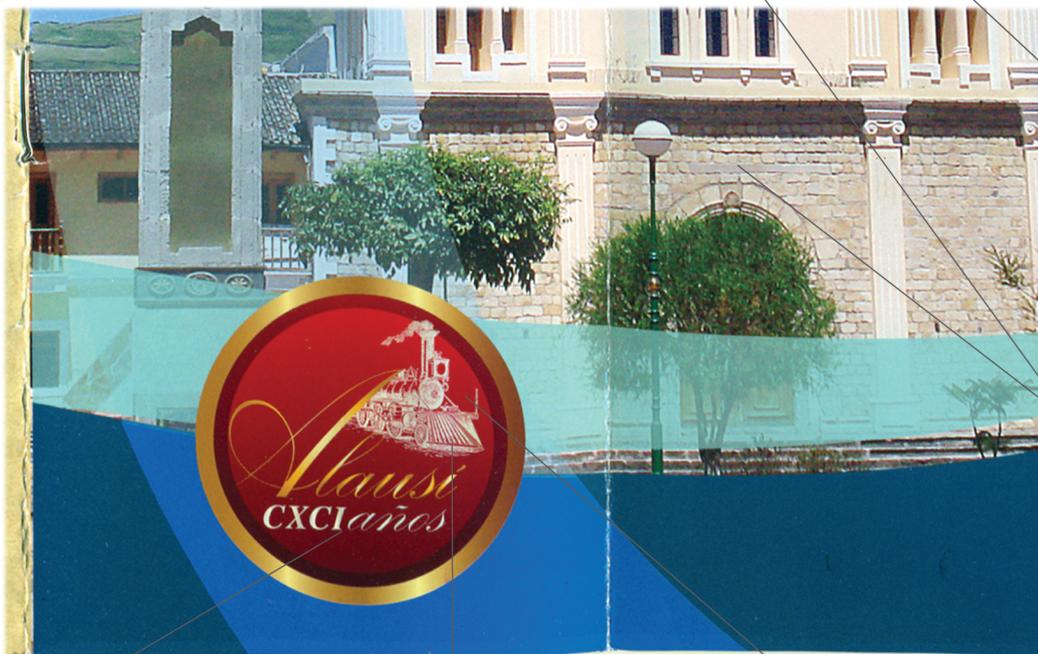
Enunciación visual
 Imagen fotográfica
 Cristalización de un instante visual

Ruido
 Código
 Forma

Elementos sin Codificación
 Rompen estructura visual

Códigos de reconocimiento
 Transmitir propiedades culturales
 Signos icónicos
 Imágenes signicas
 Fenómeno de la constancia

Separación de imagen y escritura
 Reproducir – articular
 Código de reconocimiento



TTxto complementario
 Discurso denotativo

Nivel semántico
 Visuales informáticos
 Bidimensionalidad
 Imagen locomotora
 Retórica visual

Asimetría
 Arq. visual negativa

Código de reconocimiento

Invitación

Alausí, ciudad turística vacacional y Cantón de los cinco patrimonios se engalana para celebrar los CXC años de Independencia y de Gesta Libertaria, con este motivo el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí cumple con el grato honor de INVITAR a toda la ciudadanía, turistas propios y extraños a participar de todos los actos programados en honor al Aniversario de Independencia y en esta ocasión del Bicentenario de la Villa de Alausí.

JUEVES 3 DE NOVIEMBRE

RETRETA NOVEMBRIANA
 Lugar: Plazoleta Guayaquil
 Ameniza: Banda Municipal
 Organiza y Auspicia: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Alausí (GADMA)

VIERNES 4 DE NOVIEMBRE

FESTIVAL DE CINE FAMILIAR
 Lugar: Teatro Municipal
 Organiza y Auspicia: GADMA

SHOW DE LUCHA LIBRE
 Organiza: Dr. Juan Arturo Carrión
 Lugar: Coliseo Municipal

RETRETA DE BIENVENIDA A TURISTAS
 Lugar: Loma de Lluglli
 Ameniza: Banda Municipal
 Auspicia: GADMA

Excelsitas Alausí arquitectónico

- Texto introductorio
- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual
- Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual
- Ruido
- Código
- Forma
- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos
- Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia
- Separación de imagen y escritura
- Reproducir – articular
- Código de reconocimiento

- Texto complementario
- Discurso denotativo
- Eslogan
- Retórica visual
- Discurso denotativo
- Nivel semántico
- Visuales informáticos
- Bidimensionalidad
- Imagen locomotora
- Retórica visual
- Código de reconocimiento

Promoción de festividad CXC (191) Años de Independencia y Gesta Libertaria de Alausí.
 Noviembre 2011. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí,
 Administración 2009 – 2014.

SÁBADO 5 DE NOVIEMBRE

FESTIVAL DE COMIDAS TÍPICAS
 Lugar: Plazoleta Guayaquil
 Organiza: Departamento de Turismo del GADMA

FESTIVAL DE MÚSICA NACIONAL
 Lugar: Teatro Municipal
 Organiza: GADMA

DOMINGO 6 DE NOVIEMBRE

XIII CARRERA ATLÉTICA "13 DE NOVIEMBRE"
 Recorrido: Sibambe- Alausí. 12km
 Organiza: Sr. Marco Fiallo
 Auspicia: Gobierno Municipal de Alausí

RETRETA ESPECIAL
 Ameniza: Banda de Músicos del M. de Alausí
 Lugar: Plazoleta Guayaquil
 Organiza y Auspicia: GADMA

LUNES 07 DE NOVIEMBRE

CASA ABIERTA DE UNIVERSIDADES "DESPUÉS DEL COLEGIO"
 Participan: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Universidad Nacional de Chimborazo, Universidad Interamericana del Ecuador.
 Lugar: Plazoleta Guayaquil
 Invitados: Colegios del Cantón Alausí.
 Organiza: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Alausí (Dptdo. de Educación)

MARTES 08 DE NOVIEMBRE

FESTIVAL INFANTIL DE CANTO "DESCUBRIENDO TALENTOS"
 Participan: Escuelas de Alausí.
 Organiza: Gobierno Municipal Alausí (Depto. Educación Y Cultura)
 Lugar: Teatro Municipal.

CXC 191 años Alausí natural

- Texto informativo
- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual
- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia
- Separación de imagen y escritura
 Reproducir – articular
 Código de reconocimiento

- texto complementario
 Discurso denotativo
- Eslogan
 Retórica visual
- Nivel semántico
 Bidimensionalidad
 Visuales informáticos
 Imagen locomotora
 Retórica visual

Promoción de festividad CXC (191) Años de Independencia y Gesta Libertaria de Alausí.
 Noviembre 2011. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí,
 Administración 2009 – 2014.

CIRCUITO TURÍSTICO
"PASEO NOCTURNO EN CHIVA"
Lugar de partida: Plazoleta Guayaquil- Recorrido por la Ciudad.
Organiza y Auspicia: Gobierno Municipal de Alausí (Depto. de Turismo)

MÉRCOLES 9 DE NOVIEMBRE

SOCIALIZACIÓN DE ACTIVIDADES CONJUNTAS PARA LA NAVIDAD "GARANTIZANDO LOS DERECHOS DE LA NIÑEZ"
Lugar: Teatro Municipal
Participan: Líderes y autoridades sociales de Alausí
Organiza: Concejo Cantonal de la Niñez y Adolescencia

FERIA DE LA SALUD Y AMBIENTE.
Lugar: Plazoleta Guayaquil
Participan: Parroquias del cantón
Organiza: Gobierno Municipal Alausí (Depto. de Salud, Depto. Ambiente)

I FESTIVAL TROVADOR ROCK DE LA CANCIÓN INÉDITA EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.
Lugar: Teatro Municipal
Organiza: Red Ecuatoriana de trovadores y Dirección Provincial de Cultura de Chimborazo.

JUEVES 10 DE NOVIEMBRE

ENTREGA Y SIMULACRO DE ALARMAS COMUNITARIAS
Lugar: Barrios de la Ciudad
Organiza: Policía Nacional

NOCHE CULTURAL
 Interpretación de música Instrumental Andina.
Participan: Invitados Especiales
Lugar: Teatro Municipal
Organiza: Gobierno Municipal de Alausí (Depto. Educación y Cultura)

19h00
 09h00
 10h00
 20h00
 11h00
 19h00

Texto complementario
 Discurso denotativo

Eslogan
 Retórica visual
 Discurso denotativo

Nivel semántico
 Bidimensionalidad
 Visuales informáticos
 Imagen locomotora
 Retórica visual

Código de reconocimiento

Estructura referencial del lenguaje

Enunciación visual
 Imagen fotográfica

Cristalización de un instante visual

Códigos de reconocimiento

Transmitir propiedades culturales

Signos icónicos
 Imágenes signíficas

Fenómeno de la constancia

Separación de imagen y escritura
 Reproducir – articular
 Código de reconocimiento

Texto informativo

Promoción de festividad CXC (191) Años de Independencia y Gesta Libertaria de Alausí.
 Noviembre 2011. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí,
 Administración 2009 – 2014.

VIERNES 11 DE NOVIEMBRE

SESIÓN SOLEMNE DE CONMEMORACIÓN DEL BICENTENARIO DE LA VILLA DE ALAUSÍ.
Lugar: Salón de la Ciudad
Organiza: GADMA
Participan: Autoridades, Locales, Provinciales y Nacionales.

12h00

14h00 **Almuerzo de la confraternidad**
Lugar: Centro de Arte y Cultura

19h00 **ENCUENTRO PROVINCIAL DE BÁSQUET**
Organiza: REINA DE SAN PEDRO DE ALAUSÍ "Diana Llerena" y CLUB SOCIAL, CULTURAL Y DEPORTIVO "13 de Noviembre"
Lugar: Coliseo Municipal

20h00 **FESTIVAL DE LUCES Y JUEGOS PIROTÉCNICOS "ALAUSÍ SE PRENDE POR SU BICENTENARIO"**
Lugar: Plazoleta Guayaquil y Loma de Lluglli
Organiza y Auspicia: GADMA

21h00 **SHOW ARTÍSTICO BAILABLE EN HONOR AL BICENTENARIO DE LA VILLA DE ALAUSÍ.**
 Artistas de Renombre Nacional.
Organiza y Auspicia: GADMA
Lugar: Plazoleta Guayaquil

SÁBADO 12 DE NOVIEMBRE

10h00 **INAUGURACIÓN DE LA OFICINA DE TURISMO Y EXPOSICIÓN DE MAQUETERÍA.**
Lugar: Casona Municipal
Organiza: GADMA (Dep. de Turismo)

15h00 **TARDE TAURINA**
Lugar: Plaza de toros de Mullinquiz
Organiza: GADMA

16h30 **VII FESTIVAL DE COROS "RENOVACIÓN ALAUSÍ 2011"**
Participan: Parroquias del cantón Alausí
Lugar: Coliseo Municipal

CXXV años Alausí cultural

- Texto informativo
- Estructura referencial del lenguaje
- Enunciación visual Imagen fotográfica
- Cristalización de un instante visual
- Códigos de reconocimiento
- Transmitir propiedades culturales
- Signos icónicos Imágenes signicas
- Fenómeno de la constancia
- Separación de imagen y escritura
- Reproducir – articular Código de reconocimiento

- Texto complementario
- Discurso denotativo
- Eslogan
- Retórica visual
- Nivel semántico
- Bidimensionalidad
- Visuales informáticos
- Imagen locomotora
- Retórica visual
- Códigos de reconocimiento