



Diseño Gráfico

***Sistema de comunicación para lugares turísticos en la ciudad de
Areguá.***

Verónica Beatriz Céspedes González

Tutores:

Rodolfo Silvero

Carmen López

Asunción - Paraguay

2018



ÍNDICE

Cap. 1. Planteamiento del problema.....	p. 1
1.1 Introducción.....	p. 2
1.2 Formulación del problema.....	p. 3
1.3 Preguntas de investigación.....	p. 4
1.4 Objetivos.....	p. 5
1.4.1 Objetivo General.....	p. 5
1.4.2 Objetivos Específicos.....	p. 5
1.5 Justificación.....	p. 6
1.6 Limitaciones.....	p.7
Cap. 2. Marco Referencial.....	p. 8
2.1 Aspecto general territorial.....	p. 9
2.1.1 Ubicación geográfica.....	p. 9
2.1.2 Límites.....	p. 9
2.1.3 Accesos a la ciudad.....	p. 9
2.2 Aspecto demográfico.....	p. 9
2.3 Servicios Básicos.....	p. 10
2.4 Educación.....	p. 10
2.5 Aspectos económicos.....	p. 11
2.5.1 Producción y economía.....	p. 11
2.6 Aspecto Histórico/Cultural.....	p. 12
2.6.1 Asociación de Artesanos Aregüeños.....	p. 14
2.6.2 Centro Cultural del Lago.....	p. 14
2.6.3 Almacén de arte El Cántaro.....	p. 15
2.6.4 El Cántaro Bio-escuela Popular.....	p. 15
2.6.5 Guggiari Arte.....	p. 16
2.6.6 Paseo Artesanal.....	p. 16
2.7 Aspectos religiosos.....	p. 17
2.7.1 Iglesia Nuestra Señora de la Candelaria.....	p. 18
2.7.2 Oratorio San Miguel.....	p. 19
2.7.3 Castillo Carlota Palmerola.....	p. 20
2.8 Mitos y leyendas.....	p. 21
2.8.1 Leyenda del Lago Ypakarai.....	p. 21
2.8.2 Ñande Ypykuera.....	p. 21



2.8.3 Limpia Concepción.....	p. 22
2.8.4 Chopailo.....	p. 23
2.8.5 La casa de Lucy Yegros.....	p. 24
2.9 Aspectos turísticos.....	p. 24
2.9.1 Playa Municipal Lago Ypacaraí.....	p. 25
2.9.2 Monumento Nacional Cerro Kõi y Chororí.....	p. 26
2.9.3 Club Ecológico Isla Valle.....	p. 27
2.9.4 Estación del Ferrocarril y Centro Artesanal de la Cuenca.....	p. 28
2.9.5 Escalinata “Escalinarte”.....	p. 29
2.10 Aspectos Legales.....	p. 30
2.10.1 Leyes.....	p. 30
2.10.2 Ordenanzas Municipales.....	p. 31
Cap. 3. Marco Teórico.....	p. 35
3.1. Elementos de la Comunicación Visual.....	p. 36
3.1.1 Punto.....	p. 36
3.1.2 Línea.....	p. 36
3.1.3 Contraste.....	p. 37
3.1.4 Dirección.....	p. 37
3.1.5 Color.....	p. 38
3.1.6 Tipografía.....	p. 39
3.1.7 Escala.....	p. 39
3.1.8 Plano.....	p. 49
3.1.9 Plano arquitectónico.....	p. 40
3.2 Comunicación señalética.....	p. 40
3.2.1 Definición de señalética.....	p. 40
3.2.2 Tipos de señales.....	p. 41
3.2.2.1 Señales reglamentarias.....	p. 41
3.2.2.2 Señales de advertencia.....	p. 42
3.2.2.3 Señales indicativas.....	p. 43
3.2.3 Elementos de la señalización.....	p. 44
3.2.3.1 Pictogramas.....	p. 44
3.2.3.2 Flechas.....	p. 45
3.2.3.3 Tipografía.....	p. 46
3.2.3.4 Color.....	p. 47



3.2.4 Materiales y sistema de sujeción.....	p. 48
3.2.4.1 Madera.....	p. 48
3.2.4.2 MDF.....	p. 49
3.2.4.3 Acrílicos.....	p. 49
3.2.4.4 Polifan.....	p. 50
3.2.4.5 PVC.....	p. 50
3.2.4.6 Chapa galvanizada.....	p. 50
3.2.4.7 Acero galvanizado.....	p. 51
3.2.4.8 Adosadas.....	p. 51
3.2.4.9 Autotransporte.....	p. 51
3.2.4.10 De banda.....	p. 51
3.2.4.11 De bandera.....	p. 52
3.2.4.12 Colgante o aérea.....	p. 52
3.2.5 Sistema de señalización turística.....	p. 52
3.2.5.1 Señalética turística dinámica.....	p. 52
3.2.5.2 Señalética turística estática.....	p. 53
3.3 Turismo.....	p. 53
3.3.1 Turismo Cultural.....	p. 54
3.3.2 Turismo Sostenible.....	p. 54
3.3.3 Atractivos turísticos.....	p. 55
3.3.3.1 Atractivos naturales.....	p. 55
3.3.3.2 Atractivos culturales.....	p. 55
3.3.3.3 Atractivos focales.....	p. 56
3.3.3.4 Atractivos complementarios.....	p. 56
3.3.3.5 Atractivos de apoyo.....	p. 56
Cap. 4. Marco Metodológico.....	p. 57
4.1 Tipo de investigación.....	p. 58
4.2 Diseño de investigación.....	p. 58
4.3 Población y muestra.....	p. 58
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	p. 58
4.5 Análisis de datos.....	p. 59
4.6.1 Entrevistas.....	p. 59
4.6.2 Sitios web culturales y gastronómicos.....	p. 61
4.6.3 Análisis de materiales gráficos.....	p. 66



Cap. 5. Síntesis y diagnóstico.....	p. 73
5.1 Síntesis de la investigación.....	p. 74
5.2 Diagnóstico de la investigación.....	p. 76
Cap.6. Planteamiento de problema de diseño.....	p. 77
6.1 Problema de diseño.....	p. 78
6.2 Objetivos de diseño.....	p. 79
6.2.1 Objetivo general de diseño.....	p. 79
6.2.2 Objetivos específicos de diseño.....	p. 79
Cap. 7. Propuesta creativa.....	p. 80
7.1 Design Thinking.....	p. 82
7.1.1 Estrategia de diseño.....	p. 81
7.1.2 Design Thinking.....	p. 82
7.1.2.1 Acciones.....	p. 83
7.1.3 Mapa mental.....	p. 83
7.2 Justificación de propuesta creativa.....	p. 84
7.3 Aspectos comunicacionales.....	p. 86
7.3.1 Códigos: icónico, tipográfico y cromático.....	p. 86
7.3.1.1 Pictogramas.....	p. 86
7.3.1.2 Síntesis.....	p. 92
7.3.1.3 Flecha.....	p. 95
7.3.1.4 Tipografía para títulos.....	p. 86
7.3.1.5 Selección tipográfica para textos.....	p. 97
7.3.1.6 Código cromático.....	p. 98
7.3.2 Módulos compositivos.....	p. 100
7.3.2.1 Distribución de elementos.....	p. 100
7.3.2.2 Normalización de carteles.....	p. 101
7.3.2.3 Medidas de carteles.....	p. 106
7.3.3 Prototipos.....	p. 111
7.3.3.1 Perspectiva de prototipos.....	p. 116
7.3.4 Mapa de ubicación señalética.....	p. 118
7.3.5 Normativas de aplicación y restricciones de materiales.....	p. 119
7.3.6 Material gráfico de apoyo.....	p. 121
7.3.6.1 Grilla compositiva.....	p. 121
7.3.6.2 Tiro tríptico.....	p. 122



7.3.6.3 Tiro tríptico – mapa.....	p. 123
7.3.6.4 Medidas.....	p. 124
7.3.7 Aplicación web.....	p. 125
7.3.8 Redes sociales.....	p. 138
7.3.8.1 Facebook.....	p. 138
7.3.8.2 Instagram.....	p. 139
Cap. 8. Desarrollo de piezas gráficas.....	p. 140
8.1 Implementación de piezas graficas.....	p. 141
8.1.1 Montaje de prototipos.....	p. 141
8.1.2 Evaluación y validación de prototipos.....	p. 146
8.2 Cronograma de actividades.....	p. 148
Cap. 9: Presupuesto.....	p. 149
9.1 Presupuesto – plan de inversión.....	p. 150
9.1.1 Presupuesto de diseño.....	p. 150
9.1.2 Presupuesto material de apoyo.....	p. 150
9.1.3 Presupuesto señalética turística.....	p. 151
9.1.4 Presupuesto señalización vial.....	p. 153
9.1.5 Plan de presupuesto total.....	p. 154
Cap. 10: Conclusión.....	p. 155
11. Bibliografía.....	p. 157
12. Anexos.....	p. 160



RESUMEN

La ciudad de Areguá cuenta con una diversidad de atractivos naturales, culturales y arquitectónicos dentro del casco urbano y sus adyacentes más cercanos. Debido a la cantidad existente de atractivos se percibe el problema de una falta de comunicación tanto visual como informativa de los mismos.

El objetivo principal de este proyecto es desarrollar un sistema de comunicación visual con la finalidad de realizar una señalética turística, es decir, una señalética que además de guiar e informar aporte a la puesta en valor de los puntos turísticos, para así otorgarle una identificación atractiva al lugar donde será implementada. De esta manera, no solo se pretende solucionar el problema comunicacional entre el entorno y el turista, sino también, se da un realce identitario, se fortalece la cultura de la ciudad y se genera un atractivo consecuente que llame la atención, traducándose esto en más visitas y mayores ingresos económicos para los habitantes.