



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ  
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

## **TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
MENCIÓN: PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA**

**TEMA:**

**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LAS SEÑALÉTICAS EN LA  
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y SUS CARRERAS  
COMO UNA GUÍA VISUAL DE INFORMACIÓN EN LA UNIVERSIDAD  
LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ**

**Autor:**

***OTTO JOSE BEDOYA PARRAGA***

**DIRECTOR DE TESIS:**

**LIC. IVÁN CEVALLOS GARCIA**

**MANTA – MANABÍ**

**2014 – 2015**

**TEMA:**

**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LAS SEÑALÉTICAS EN LA  
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y SUS CARRERAS  
COMO UNA GUÍA VISUAL DE INFORMACIÓN EN LA UNIVERSIDAD  
LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ, AÑO 2014**

**Sometida a consideración del tribunal de revisión legalizada por el H. Concejo de Extensión como requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación mención Publicidad y Mercadotecnia.**

**Aprobada**

**Director de Tesis** \_\_\_\_\_

**Decano o Delegado (a)** \_\_\_\_\_

**Miembro del Tribunal** \_\_\_\_\_

**Miembro del Tribunal** \_\_\_\_\_

**Miembro del Tribunal** \_\_\_\_\_

**Calificación promedio de sustentación** \_\_\_\_\_

**Promedio de Graduación** \_\_\_\_\_

**OTORGA A ESTE TRABAJO DE GRADO**

La nota de.....equivalente

a:.....

**Lic. Iván Cevallos García**  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**EL JURADO CALIFICADOR**  
**OTORGA LA SUSTENTACIÓN LA NOTA DE**

.....  
.....  
.....  
.....

**PROMEDIO FINAL DE SUSTENTACIÓN**

.....

**Lo certifico:**

.....  
**SECRETARIA DE FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Declaro que todos los conocimientos, ideas, hechos y acontecimientos vertidos en esta tesis corresponden exclusivamente al autor, los tópicos presentados en este trabajo son productos de la investigación realizada por el Señor: **OTTO JOSE BEDOYA PARRAGA**

Los aportes de esta tesis pueden ayudar a otros investigadores, o a personas interesadas en este tema: **DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LAS SEÑALETICAS EN LA FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y SUS CARRERAS COMO UNA GUIA VISUAL DE INFORMACION EN LA UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABI AÑO 2014**, es preciso citar la fuente si alguien hace uso de aspectos que contiene la misma.

El patrimonio intelectual corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro”.

**OTTO JOSE BEDOYA PARRAGA**

## CERTIFICACIÓN

Tengo a bien Certificar:

Que el Señor: **OTTO JOSE BEDOYA PARRAGA** realizó y concluyó la investigación relacionada con el tema: **”DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LAS SEÑALETICAS EN LA FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y SUS CARRERAS COMO UNA GUIA VISUAL DE INFORMACION EN LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI, AÑO 2014”**.

La investigación fue revisada, analizada y corregida bajo mi asesoría, de conformidad con los requisitos establecidos por la Facultad Ciencias de la Comunicación de la Universidad **“Eloy Alfaro” de Manabí**.

Lic. Iván Cevallos García.

**Director de Tesis**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mis padres, a mis hermanos, a mi novia Lcda. Ingrid Ferrín y a todos mis tíos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Por último a mis docentes de la FACCO y a mi director de tesis quien me ayudó en todo momento, Lic. Iván Cevallos García.

**Otto José Bedoya Párraga**

## **DEDICATORIA**

El trabajo tesonero y esfuerzo presentado durante un largo proceso en la vida, han hecho de este autor, dedique esta investigación fruto de los conocimientos adquiridos y encaminados por mi Señora madre Rosa Párraga, además a mi padre el Señor José Bedoya, a mis hermanos, a mi novia Lcda. Ingrid Ferrín Moreira por apoyarme en todo el proceso académico universitario.

Al Lic. Iván Cevallos García por dedicarme parte de su tiempo para concretar mi objetivo de culminar el presente trabajo, y finalmente a mis compañeros y compañeras que en forma conjunta luchamos y nos esforzamos por concretar nuestras metas planteadas.

**Otto José Bedoya Párraga**

## INDICE DE CONTENIDOS

	<b>Pág.</b>
Portada.....	I
Aprobación.....	II
Declaración de autoría.....	IV
Certificación de la Directora de Tesis.....	V
Agradecimiento.....	VI
Dedicatoria.....	VII
Resumen.....	2
Abstract.....	3
<b>INTRODUCCION</b> .....	4
Planteamiento del problema.....	5
Fundamentación.....	5
Formulación del Problema	7
Justificación.....	7
Objetivos: General y específicos.....	8
Hipótesis	8
Definición de Variables	9
Operacionalización de las Variables	10
<b>MARCO REFERENCIAL</b>	
Historia de la Facultad Ciencias de la Comunicación	12
Oferta Académica por Carrera	14
Periodismo	14
Publicidad y Mercadotecnia	16

**MARCO TEORICO****CAPITULO I**

1. Señalética y Señalización	
1.1 Origen.....	21
1.2 Definición.....	21
1.3 Diferencia entre Señalética y Señalización.....	23
1.4 Elaboración de la Señalética	23
1.4.1 Características principales de la Señalética.....	24
1.4.2 Clasificación de las señales	24
1.4.3 Clasificación de acuerdo a su objetivo	24
1.4.3.1 Orientadores	24
1.4.3.2 Informativas	25
1.4.3.3 Direccionales.....	25
1.4.3.4 Identificativas	26
1.4.3.5 Reguladoras.....	26
1.4.3.5.1 Preventivas	27
1.4.3.5.2 Restrictivas.....	27
1.4.3.5.3 Prohibitivas	28
1.5 Clasificación de acuerdo a su sistema de sujeción o colocación	28
1.5.1 Adosada	28
1.5.2 De Banda	29
1.5.3 Colgante	29
1.6 Vicios y malas prácticas de la señalética	30
1.6.1 Incoherencia Grafica.....	30

**CAPITULO II**

2. Importancia de la señalética.....	31
2.1 Diseño de programa señaléticos.....	33
2.2 Elementos a utilizar de la señalética.....	34
2.2.1 Directorios	34

2.2.2 Tipografía.....	35
2.2.3 Pictogramas.....	36
2.2.4 Código Cromático.....	37
2.2.5 Comunicación Visual.....	38
2.2.6 Guía Visual.....	39

### **CAPITULO III**

3.1 Importancia de la señalética en la Facultad Ciencias de la Comunicación.....	41
3.2 Beneficio del programa señalética	42
3.3 Selección de los Materiales	43
3.4 Manual de Normas.....	43
3.5 Supervisión	44
3.6 ¿Qué espacios poseemos en la Facultad Ciencias de la Comunicación para implementar nuestro proyecto de señalética.....	44

### **MARCO METODOLÓGICO**

Tipo de Investigación	
Método de Investigación.....	46
Técnicas	47
Resultados .....	49
Conclusión.....	59
Recomendaciones.....	61
Propuesta.....	63
Objetivos.....	66
Justificación.....	67
Plan de Acción.....	68
Bibliografía.....	69
Anexos.....	71

**TEMA:**

**“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LAS  
SEÑALETICAS EN LA FACULTAD CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN Y SUS CARRERAS COMO UNA  
GUIA VISUAL DE INFORMACION EN LA  
UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI,  
AÑO 2014”.**

## **RESUMEN**

Al ser considerada la señalética un proceso importante dentro de la comunicación por su aporte informativo visual, que considera a la cromática, la tipografía y la gráfica expresiva de objetos y lugares, la han hecho que varias ciencias se sirvan de esta para direccionar a sus públicos objetivos, lo que fue motivo para conocer qué pasa con este fenómeno planteado en la Facultad Ciencias de la Comunicación; aparentemente en este centro de estudios, se utiliza y se tiene con las guías correspondientes como rotulaciones, líneas direccionales como guía de información dentro y fuera de la edificación durante el año 2014.

Con la apertura brindada por la Facultad Ciencias de la Comunicación y específicamente por sus autoridades, se procedió a realizar el estudio de diseño e implementación de señalética en la edificación, tanto en su parte interior como exterior, encontrando que es muy necesario implementar los distintos tipos de señalética con la cromática y tipografía, que serán de gran aporte para el profesorado, estudiantes y visitantes que transitan en la FACCO.

Del proceso investigativo se obtuvo unos resultados que se los expuso a sus autoridades, quienes facilitaron y brindaron todo su apoyo en la instalación de la señalética requerida en la Facultad Ciencias de la Comunicación.

## **ABSTRAC**

The be considered signage an important process within the communication by its visual informative contribution, which regards the chromatic, typography and the expressive graphics objects and places, made it various Sciences will serve this to address their goals public, what was reason to know what happens with this phenomenon raised in the communication sciences faculty; apparently in this Center, used and is with the corresponding guides such as signs, directional lines as a guide of information inside and outside of the building during the year 2014.

With the opening provided by the Faculty of communication sciences and specifically by their authorities, we proceeded to the study of design and implementation of signage in the building, both on the inside as outside, finding that it is very necessary to implement different types of signage with the color and typography, which will be of great contribution to faculty students and visitors transiting in the FACCO.

The investigative process was obtained results what are exposed to their authorities, who facilitated and provided their full support in the installation of the signage required in the Communication Sciences Faculty.

## INTRODUCCIÓN

La señalética nace de la ciencia de la comunicación social y la semiótica. Constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura el acondicionamiento del espacio y el bienestar de las personas bajo el vector del diseño gráfico, se aplica por tanto al servicio de los individuos a su orientación en un espacio o un lugar determinado, para más rápida accesibilidad a los servicios

Se Podría considerar que la señalética tiene como función principal informar y comunicar sobre una ubicación dentro de un entorno determinado, nos ayuda en el día a día de formas infinitas, pudiendo de manera eficaz llevarnos de un sitio a otro.

La Señalética no es sólo un set de pictogramas, es un sistema de navegación que les permite a los estudiantes ubicarse en un espacio determinado, y facilita el acceso a los servicios requeridos por ellos. Es un sistema ordenador y orientador, una guía para los estudiantes, docente y visitantes que da la información requerida en forma instantánea y universal.

Este proyecto provee a los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Comunicación la información necesaria para adquirir conocimientos, y la misión y visión de las carreras con un efectivo sistema de señalización y señalética, sistema que crea un impacto visual de manera preponderante.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **FUNDAMENTACIÓN**

La señalética al ser una parte fundamental dentro de los distintos procesos del diario y cotidiano vivir de las personas, al ser un eje direccional, preventivo e informativo, esta materia expresiva y visual se lo emplea por varias ciencias o carreras como la arquitectura, la ingeniería, la comunicación, geografía y otras, que han permitido que el hombre pueda tomar como guía que y como hacer, hacia donde ir, que precauciones debe tomar, y que objetos evitar o que lugares debe visitar.

Es así que el tránsito vehicular y peatonal, tanto en carreteras, ciudades, parques, edificios, parqueaderos, hospitales y otros es necesario implementar la señalética, ya que cada una de estas tiene su propio propósito de informar y guiar a sus usuarios o públicos objetivos.

Países de primer orden como estados Unidos, Inglaterra, Alemania, Rusia y otros no solamente han implementado la señalética de forma básica, sino que han implantado que sea la cromática la que diferencie cada tipo de señalética creada, así un ejemplo, el signo pare o STOP, en otro idioma consta de un fondo blanco metálico con letras en color rojo, como parte preventiva.

Los países en proceso de desarrollo también han creado y definido los tipos de señaléticas que han sido de gran aporte dentro del desarrollo social, poblacional y educativo.

Ecuador al igual que otros países en desarrollo ha creado señaléticas y las ha implementado acorde a las necesidades poblacionales, de su entorno, de su región e idioma.

La influencia educativa en el correcto uso de la señalética ha llevado a Manabí a ir aplicando muy lentamente este método informativo y comunicacional. Los centros educativos en sus distintos niveles académicos no han logrado educar y capacitar en la forma de identificar la correcta señalética que se requiere o que existe en determinado lugar.

Lo que motivó a realizar una investigación en la ciudad de Manta, específicamente en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y más específicamente en la Facultad Ciencias de la Comunicación (FACCO) fundamentando que en la actualidad no existe una señalética eficaz de las Carreras de la Facultad que difundan hacia los estudiantes la visión y misión y objetivos, es por ellos que mi propósito es implementarlas en lugares estratégicos que sean visibles en diferentes áreas de cada carrera logrando obtener excelente resultados con sus beneficiarios.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De que manera se puede implementar la señalética en la Facultad Ciencias de la Comunicación y sus carreras como una guía visual de información en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí?

## **JUSTIFICACIÓN**

Las justificaciones modernas utilizan las señaléticas como parte de su iconografía, permitiendo el fácil acceso y su direccionamiento de quienes la visitan.

El presente estudio justifica su importancia por que da a conocer a los estudiantes y su entorno, la importancia del uso de las Señalética, las mismas que se deben implementar ya que permiten informar, orientar, transmitir y comunicar los objetivos, misión, visión, de las carreras académicas de la Facultad Ciencias de la Comunicación, esto conlleva a ser un beneficio para los estudiantes, docentes, personal administrativo, personas en general que requieren información de nuestra Facultad.

Con la señalética que van a informarse correctamente les permitirá orientarse. La finalidad de la señalética es la comunicación funcional y organizativa. Su estrategia de comunicaciones la distribución lógica de mensajes fijos estáticos. Emplea signos gráficos para orientar a las personas en un espacio determinado e informar de los servicios que se encuentran a disposición. Utiliza un sistema comunicacional mediante símbolos icónicos, lingüísticos, y cromáticos a través de un programa de diseño previamente elaborado; se emplea en lugares de gran flujo humano. La señalética funciona de forma automática, instantánea y puntual. Utiliza un lenguaje instantáneo mediante mensajes visuales o espaciales de comportamiento. Los sistemas señaléticas son creados o adaptados en cada caso en particular. Las señales son unificadas y producidas especialmente, siguen lineamiento de la identidad corporativa. Su presencia es discreta y puntual. Al finalizar se podrá conocer el análisis de los alcances que tendrá este proyecto e importancia de promoverlos y los beneficiaros que se verificarán a corto y largo plazo. Los beneficios directos e indirectos serán reconocidos porque son elemento central de la propuesta.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL:**

Implementar señaléticas en la Facultad Ciencias de la Comunicación que emitan mensajes claros e interpretativos que sirvan de guía visual y de información.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Ubicar señaléticas que sean identificados en forma inmediata.

Determinar la clase de información que la FACCO debe ubicar en su señalética.

Determinar y proponer la ubicación correcta de la señalética en nuevas áreas y de afluencia de estudiante en lugares adecuados.

## **HIPÓTESIS**

La implementación de las señaléticas en la Facultad Ciencias de la Comunicación y sus carreras como una guía visual de información que incidirá de forma positiva y permitirá mejor movilidad, en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí

## DEFINICIÓN DE VARIABLES

### Variable Independiente

Diseño e implementación Señalética.

### Variable Dependiente

Guía visual de información.

## 7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

### 7.1 Variable Independiente: Plan de comunicación

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Instrumentos	Fuente
Es una actividad que pertenece al diseño gráfico esta estudia y desenvuelve un procedimiento de comunicación visual sintetizado en una serie de señales o símbolos que realizan la función de guiar u orientar a una persona o grupo de personas en aquellas localidades del lugar que planteen	Tipos de señalética	Empleo de señaléticas visuales.	¿Considera que la señalética es una guía de información?	Encuesta	Estudiantes
	Su importancia	Ubicación de señaléticas en lugares de afluencia educativa.	¿Cree usted que es necesario instalar señalética en la FACCO?	Encuesta	Docentes
	Su utilidad	Señalética con mensajes claros y precisos.	¿Conoce si la FACCO tiene instalado	Encuesta	Autoridades

disyuntivas de conducta			señalética en las diferentes áreas y edificación?		
-------------------------	--	--	---------------------------------------------------	--	--

## 7.2 Variable Dependiente: Comunicación Visual

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Instrumentos	Fuente
Comunicación visual es aquella en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes. Se complementan con textos, sonidos, locuciones, que acotan y precisan su sentido, su significación.	Comunicación con imágenes cromáticas.	Uso correcto de guías informativas.	¿Considera que la comunicación visual guía informativamente?	Encuesta	Docentes
	Comunicación con imágenes tipográficas.	Rotulaciones con información amplia.	¿La cromática aporta a la información de las rotulaciones?	Encuesta	Estudiantes
	Comunicación con imágenes gráficas.	Letreros identificativos y guías informativos	¿La tipografía aporta informativamente en los letreros?	Encuesta	Autoridades

# **MARCO REFERENCIAL**

### **ANTECEDENTES:**

Se crea la Escuela de Ciencias de la Comunicación, siendo extensión de la Universidad Laica “Vicente Rocafuerte” de Guayaquil, por gestión del Dr. Medardo Mora Solórzano, a petición de la Unión nacional de Periodistas, Núcleo de Manta.

### **HISTORIA:**

La Escuela Ciencias de la Comunicación se fundó el 19 de abril de 1982, funcionando en un aula de la Escuela “Adolfo Jurado”, ubicada en la calle 8 y avenida 25 del cantón Manta – Ecuador. Su primer Director fue el Dr. Héctor Uscocovich Balda, quien inició la carrera de Periodismo, con 7 profesores y cerca de 80 estudiantes. De esta primera promoción se graduaron 25 Licenciados el 6 de junio de 1986.

### **TRANSICIÓN:**

Concluido el año lectivo 1985-1986, la Escuela de Comunicación deja de pertenecer a la Universidad Laica “Vicente Rocafuerte” de Guayaquil y se integra como Unidad Académica de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, que había conseguido su creación el 13 de noviembre de 1985.

### **CREACIÓN DE CARRERAS:**

En abril de 1985 se da apertura a una segunda promoción de Periodismo; y, en abril de 1986 se crea la carrera de Publicidad. El segundo Director de la Escuela fue el Dr. Luis Cáceres Ramos, desde 1986, el mismo que creó la carrera de Relaciones Públicas en abril de 1988. Su tercer Director el Lic. Maurilio Cedeño Castro, quien asumió desde 1988 hasta 1991 t en cuyo periodo se graduó la primera promoción de Licenciados en Ciencias de la Comunicación pertenecientes a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, el 13 de octubre de 1989.

## **PROYECTO DE FACULTAD:**

En junio de 1994 se presentó el proyecto de Facultad de la Escuela ante el Consejo Universitario, luego de haber cumplido un proceso que se inició en 1991. El proyecto fue elaborado por el Lic. Leonardo Moreira y puesto a consideración de Directivos, profesores y estudiantes de la ECCO, quienes lo debatieron ampliamente, se hicieron las debidas modificaciones y se impulsó su ejecución. Con la creación de la Facultad de Comunicación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, concluyó una etapa muy productiva en la Escuela de Comunicación y desde luego empezó otra de mucha responsabilidad para los futuros Directivos, profesores y estudiantes.

## **CREACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:**

El 29 de agosto de 1995, en Consejo universitario, aprueba el proyecto y la Escuela de Comunicación, pasa a ser Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, siendo el primer Decano, el Lic. Leonardo Moreira Delgado. Luego estuvo como Decano encargado el Lic. Maurilio Cedeño Castro. En diciembre de 1999, se eligió nuevo Decano, habiendo ganado las elecciones el Lic. Iván Cevallos García, quien se mantuvo en el cargo por dos periodos. El 9 de enero del 2009, fue electa como Decana, la Lic. Rocío Saltos Carvajal, quien se mantiene en el cargo hasta la actualidad.

## **OFERTA ACADEMICA POR CARRERA**

### **PERIODISMO**

#### **Perfil Profesional:**

El periodista es un profesional académico de la comunicación dotado de un pensamiento científico, analítico, crítico y con fundamentación ética; dotado de competencias y habilidades en la comunicación mediática y en el uso de las modernas tecnologías de la información y comunicaciones; no solo un mediador de los hechos noticiosos sino que esté listo para interpretar adecuadamente la realidad social de manera que pueda comprender y ejercer en debida forma el Derecho a la Información para buscar (investigar), recibir, conocer y difundir informaciones, opiniones e ideas, sustentado en el conocimiento multidisciplinario de las Ciencias de la Comunicación, de las particulares características de cada medio y de cada público, de manera que la sociedad, como parte del mundo global, sea veraz, oportuna y adecuadamente informada, para que ejerza sus derechos, cumpla sus responsabilidades y contribuya a la paz mundial generando una cultura de tolerancia, respeto a los derechos humanos y oportunidad para todos.

#### **Perfil Ocupacional:**

1.- Jefes, subjefes, secretarios de redacción o de información, reporteros o cronistas, titulares o correctores de estilo, reporteros gráficos, corresponsales, diagramadores e informadores, y, directores, jefes y reporteros de los programas de información de los medios de comunicación tradicionales: impresos, radiales, televisivos.

- 2.- Jefe o relacionista de los Departamentos de Comunicación de las organizaciones públicas o privadas.
- 3.- Planificador de comunicación estratégica de las organizaciones sociales, políticas y de la industria cultural.
- 4.- Consultor y asesor de comunicaciones.
- 5.- Docencia en instituciones educativas y de investigación social.

### **Perfil de Competencia:**

- 1.- Ejercer el derecho a la información para elaborar y difundir productos informativos que le permitan a la sociedad estar adecuada, oportuna y verazmente informada.
- 2.- Conocer para comprender que, siendo la comunicación una ciencia interdisciplinaria, es el sustento científico de su ejercicio profesional.
- 3.- Estudiar, conocer e interpretar los efectos que la comunicación produce en el comportamiento del individuo como ser social.
- 4.- Aplicar correctamente las tecnologías de la comunicación para producir un entorno informativo libre y democrático.
- 5.- Investigar adecuada y permanentemente la realidad informativa de la sociedad para contribuir a su mejoramiento socioeconómico.
- 6.- Utilizar las herramientas profesionales para capacitarse en el mundo del trabajo y desarrollar la creatividad en los diversos medios de comunicación social deba laborar.

## **PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA**

### **Perfil Profesional:**

El Publicista y Mercadotecnia graduado en la FACCO, podrá planificar, diseñar, ejecutar y evaluar tanto campañas estratégicas de comunicación comercial como piezas publicitarias que estén acordes al mando globalizado competitivo, desempeñándose eficazmente en la comunicación estratégica de una forma creativa y dinámica, Y la elaboración de planes de mercadeo dentro de las empresas, instituciones y organizaciones.

### **Perfil Ocupacional:**

El profesional de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia de la FACCO de la ULEAM está capacitado para:

- 1.- Dirigir empresas públicas y privadas.
- 2.- Dirigir departamentos de Marketing, Publicidad, Ventas, Investigación de Mercado.
- 3.- Agencias de Publicidad.
- 4.- Dirigir medios publicitarios, producción y dirección de medios tradicionales y alternativos.
- 5.- Ejecutivo de cuenta.
- 6.- Consultoría y asesoría de imagen Corporativa.

### **Perfil de Competencia:**

- 1.- Conocer y aplicar los conceptos básicos de comunicación publicitaria y mercadotecnia.
- 2.- Realizar Investigación de Mercados a Empresas y Anunciantes.
- 3.- Planificar, ejecutar y evaluar campañas publicitarias.
- 4.- Estructurar estrategias, planes de marketing – comunicación.
- 5.- Realizar estrategias y planes de medios.
- 6.- Diseñar piezas gráficas para todo tipo de anunciantes.
- 7.- Realizar piezas publicitarias audiovisuales y radiales.

### **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS**

#### **Perfil Profesional:**

El Comunicador Organizacional, egresado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, será líder comunicacional, emprendedor y agente de cambio, responsable con su comunidad. Con una sólida formación científica, tecnológica, ética y humanista, capaz de administrar, diagnosticar, diseñar, planificar y proponer alternativas para resolver eficientemente necesidades comunicacionales.

## **Perfil Ocupacional:**

Específicamente el Comunicador Organizacional, ejecutará acciones directamente vinculadas con:

- 1.- **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:** Manteniendo y promoviendo, adecuada y fluidamente, la comunicación interna e institucional de la organización.
- 2.- **RELACIONES PÚBLICAS:** Administrando los procesos de la comunicación organizacional y los recursos tecnológicos disponibles en el área.
- 3.- **AUDITORIA DE COMUNICACIONES:** Investigando y analizando las tendencias de la organización y sus públicos para diagnosticar el estado de la comunicación organizacional.
- 4.- **PLANES DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:** Elaboración del plan estratégico de comunicaciones e implementar su ejecución y evaluación.
- 5.- **ASESORÍA DE COMUNICACIÓN:** Brindando asesoría a los directores de la organización y prestación de servicios de consultoría en comunicación.
- 6.- **INVESTIGACIÓN DE MERCADO:** Para la inserción de los mensajes publicitarios según los gustos de los públicos investigados.
- 7.- **INVESTIGACIÓN SOCIOLÓGICA:** estudios de opinión pública, sondeos preelectorales o imagen pública de líderes, instituciones y empresas.
- 8.- **RELACIONES CON LA COMUNIDAD:** Organismos públicos, nacionales. Autónomos, locales, institucionales.
- 9.- **INFORMACIÓN SOCIAL:** Relaciones con los medios de comunicación social: prensa, radio, TV. y promover información especializada sobre las organizaciones bajo su responsabilidad.

10.- CAMPAÑAS INSTITUCIONALES: Financieras, laborales, gubernamentales.

11.- MECENAZGOS Y PATROCINIOS: Institucional y específicos. Deportivos, culturales, sociales.

12.- RELACIONES HUMANAS: Análisis de clima laboral y profesional de los públicos internos de la empresa. Capacitación para promotores, formación para mandos medios. Cursos para directivos.

13.- PROMOCIÓN: ASESORÍA EN PROGRAMAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN: Planes de ventas, acciones de relaciones públicas.

14.- ORGANIZACIÓN DE EVENTOS: Planeación, organización y ejecución de eventos.

### **Perfil de Competencia:**

1.- Conocer y aplicar los conceptos básicos del proceso de comunicación desde los distintos puntos teóricos.

2.- Redactar y utilizar eficientemente algunos géneros periodísticos.

3.- Planificar, ejecutar y evaluar investigaciones de opinión pública.

4.- Aplicar los conceptos y técnicas de comunicación en pequeñas auditorias de comunicación interna y externa.

5.- Realizar ensayos de planificación de comunicación para organizaciones públicas y privadas.

6.- Elaborar propuestas de proyectos comunicacionales para la solución de problemas de comunicación interna y externa.

# **MARCO TEÓRICO**

## **CAPÍTULO I**

### **SEÑALETICA Y SEÑALIZACION**

#### **1.1 ORIGEN**

Los principios de la señalética como conducta del diseño o ciencia de la comunicación tiene sus principios en tiempos antiguos, cuando el hombre no solo tuvo la necesidad de “indicar”, “señalar” algo de su entorno, sino cuando efectivamente utilizó una señal. El hombre siempre ha tenido la necesidad de comunicarse, y los primeros sistemas fueron los visuales. Comienzos del signo gráfico en la antigüedad el hombre, movido por las necesidades más elementales, procuró referenciar su entorno, su mundo, sus espacios, etc., por medio de marcas o señales. Así, la señalización comenzó en forma intuitiva en respuesta a una necesidad, como fue el hecho de orientarse por medio de objetos y marcas que se dejaban al paso de uno.

El tatuaje egipcio estaba relacionado con el lado erótico, emocional y sensual de la vida, el tatuaje en aquel tiempo estaba caracterizado por diseños gruesos lineales y de color negro, que se asemejan a los diseños tribales actuales, y en muchas de las culturas los animales son el tema más frecuente. Están asociados tradicionalmente con la magia, protección y el deseo de la persona tatuada, de identificarse con el espíritu del animal.

#### **1.2 DEFINICIÓN**

La señalética es una actividad que pertenece al diseño gráfico esta estudia y desenvuelve un procedimiento de comunicación visual sintetizado en una serie de señales o símbolos que realizan la función de guiar u orientar a una persona o grupo de personas en aquellas localidades del lugar que planteen disyuntivas de conducta, como por ejemplo dentro de lugares muy amplios (centros comerciales, fábricas, parques tecnológicos, aeropuertos, etcétera). El diseño de la señalética comienza con el estudio de planos del lugar; pasa por la presentación de una

nueva y óptima organización de los lugares de tránsito y termina en el boceto de símbolos gráficos condensados y fáciles de comprender para guiar a las personas o tráfico vehicular por amplios lugares.

Los símbolos diseñados serán variables dependiendo si son para una señalización dentro o fuera, si es para guiar transeúntes o para guiar vehículos. En las empresas regularmente estos símbolos siguen los requerimientos de la identidad visual corporativa (colores, estilo, etc. propios de la empresa) o también pueden contener el logo de la empresa como distintivo visual dentro de cada señal o rótulo. Algunos auto resistan en diversificar entre señalética y señalización.

Señalética es una palabra no acopiada en el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua. Este vocablo, sin embargo, debería ser designado al estudio de las señales, mientras que el conjunto mismo de señales utilizadas dentro de un espacio público se debería llamar 'señalización', palabra aceptada por la Real Academia. La señalización estratégica a moderar el normal tráfico humano y motorizado en espacios preferentemente fuera de un perímetro cerrado.

Para otros autores, como Joan Costa, la señalética tiene una forma multidisciplinar, en vista de que comprende una gama de recursos comunicativos mucho más extensos y se la considera en relación otros espacios dentro de la materia., como la arquitectura y la ambientación. La concreta como

*(Costa, 2007)“...una disciplina de la comunicación ambiental y la información que tiene por objeto orientar las decisiones y las acciones de los individuos en lugares donde se prestan servicios”*

Por lo que citamos el autor define que esta técnica corresponde a la comunicación ambiental porque supone que debe enfocarse no sólo en dar información materialista sino también en la dependencia que existe entre el individuo y el entorno al que se proyecta ubicar, encaminar y tener acceso.

El Sistema de Señalética que se utilice formará parte de la esencia que identifique el espacio.

Así mismo, mantiene que este método no sólo nos da una pauta las decisiones que el sujeto debe tomar dentro del ambiente, sino que, resulta que también determina sus actos.

### **1.3 DIFERENCIA ENTRE SEÑALETICA Y SEÑALIZACION.**

La señalización tiene como objetivo regular el flujo humano y motorizado, es un medio definitivo de conducta y es universal, es decir, las imágenes anteceden a los problemas con los rumbos. En cambio el objetivo de la señalética es facilitar, identificar y regular el acceso a los lugares o servicios requeridos por las personas en un espacio determinado. Este sistema debe adaptarse y crearse para cada cuestión.

Es común que la palabra señalización y la palabra señalética sean concebidas como sinónimos, sin embargo no los son. En la señalización hallamos que es utilizada para regularizar flujos humanos y no humanos en un espacio externo, mientras que la señalética regula, identifica y facilita el acceso a espacios determinados sean estos interiores o exteriores ante la necesidad de un individuo. La señalización es una regla en tanto que estipula conductas, en cambio la señalética que es optativa e implantada para un caso en particular solucionando problemas puntuales. La señalización debe ser conocida por todos, lo que no sucede con la señalética, que además deberá quedar sujeta a las particularidades propias del entorno, por lo que son regularizadas y constatadas por parte de un diseñador. Con la señalética se puede aportar a la idea de identidad de una corporación o empresa, fortificando así la imagen de marca y pudiendo aumentar los programas de identidad corporativa, lo que no sucede con la señalización.

## **1.4 ELABORACION DE LA SEÑALETICA**

Al diseñar los elementos de señalización se busca la funcionalidad de la información ofrecida, con aplicaciones a la corporación, mobiliario urbano, hoteles, complejos industriales, etc. Sus pictogramas, formas y leyendas deberán tener muy en cuenta el lugar donde se ubican y a quien van dirigidos. Las ventajas de una buena señalización en la mayoría de veces se traducen en ahorro de tiempo, lo cual es tan importante en todos los aspectos que exige la vida actual. Tanto la señalización y la señalética son trabajos complejos y delicados, cada proyecto tiene sus propios retos y manejo distinto de la información ya que los usuarios tienen reacciones diversas.

### **1.4.1 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA SEÑALÉTICA**

La señalética tiene como finalidad principal buscar una función organizativa, el procedimiento que se utiliza es visual, por medio de figuras simbólicas, con una expresión icónica universal. Facilita, identifica y regula los servicios requeridos por los individuos. Los sistemas señaléticos son creados y adaptados en cada caso particular. Utiliza símbolos de lectura conocidos por los usuarios los que no necesariamente tienen que ser universales, pueden ser locales. Refuerza la imagen ante el público y fortalece la marca; a través de un programa de diseño previamente elaborado la señalética manipula un sistema comunicacional mediante símbolos que tienen sus características, cromáticas y lingüísticas.

### **1.4.2 CLASIFICACION DE LAS SEÑALES**

Se pueden clasificar las señales de acuerdo a dos razonamientos.

1. De acuerdo a su objetivo, y
2. De acuerdo a su sistema de colocación, sujeción o ubicación.

Es importante indicar que las señales están clasificadas de dos maneras que permitan su fácil comprensión, y finalmente direccionen a las personas.

### **1.4.3 CLASIFICACION DE ACUERDO A SU OBJETIVO**

**1.4.3.1 Orientadoras:** El objetivo de estas es ubicar a los individuos en un entorno, se tiene como ejemplo los mapas o planos de ubicación.

Se puede indicar que las orientadoras su fin es hacer que las personas puedan orientarse con facilidad y mediante un mapa o plano se guien para poder llegar a su destino o área donde desean llegar.

**1.4.3.2 Informativas:** Están en cualquier lugar del medio y nos informa sobre horarios de atención de servicios. Estas brindan información específica y dan detalle sobre horarios, recorridos, instrucciones. En estas se utiliza generalmente textos, se utilizan para informar a los usuarios sobre el la ubicación y nombre de cada uno de los destinos que se presentan a lo largo de su recorrido.

Este tipo de anuncios generalmente interactúan y son cambiantes ya que la información varía de acuerdo al horario especialmente en lugares dimensionados y de tránsito tales como aeropuertos y terminales, por lo que dentro deben contener elementos que hacen posible esta tecnología tales como: Paneles solares y sus baterías, antenas y Reuter.

**1.4.3.3 Direccionales:** Estas son utilizadas como instrumentos específicos de circulación, por ejemplo flechas o prohibiciones de paso, otras marcan una dirección o ruta. Por lo general se trata de sistemas de flechas y se ubican en los puntos donde el individuo debe elegir un camino.

Las señaléticas direccionales corresponden a hitos distribuidos en el espacio y que definen los flujos de los visitantes, ya que se encuentran dispuestas en los caminos y mediante elementos gráficos como las flechas direccionan y le dan ubicación

más precisa a los lugares de interés para la visita. En ciudades netamente turísticas es necesario tener estas señaléticas direccionales ya que es importante para los turistas, tener guía para su lugar de destinos. Las ciudades consideradas 5 estrellas en carácter turístico tienen la obligación de llevar un plan de señalización que ordene y guíe el flujo de turísticas de toda índole.

**1.4.3.4 Identificativas:** Son instrumentos de designación que confirman la ubicación, son los espacios abiertos por ejemplo: son comunes en centros comerciales o supermercados.

Esta señalética se entiende como un hito muy leve, casi imperfectivo y que va a servir para identificar el lugar que se está visitando, el hito nominativo le entrega al visitante el nombre del lugar, el cómo fue construido y cualquier otra característica que tenga que ver con la obra en la que se encuentra.

(Santarsiero & Davidek, 2013), “Establecen una confirmación o reconocimiento de una zona, un evento o un anuncio y así poder tener una mejor orientación de la ubicación a donde se dirige, es por ello la importancia de que haya señaléticas identificativas en lugares comerciales y céntricos debe ser fácilmente sustituibles, tanto los fijos a la pared como los colgantes y guardar una línea estética armónica. El cumplimiento de estas normas asegura la homogeneidad de la imagen visual del interior de las distintas dependencias de cada edificio o de cada supermercado que utiliza estas señalética identificativas”.

**1.4.3.5 Reguladoras:** Son para salvaguardar y proteger a los usuarios contra el peligro, las señales de reglamentación tienen por objeto indicar a los usuarios las limitaciones o restricciones que gobiernan el uso de la vía y cuyo incumplimiento constituye una violación al Reglamento de la circulación vehicular.

Las señales de reglamentación se dividen en:

- Señales relativas al derecho de paso.
- Señales prohibitivas o restrictivas.
- Señales de sentido de circulación.

(Quintana Orozco, 2007) Indica que; “Señales prohibitivas o restrictivas de forma circular inscritas en una placa rectangular con la leyenda explicativa del mensaje que encierra la simbología utilizada. Las señales preventivas como su nombre lo indica son señales de pre advertencia, generalmente usadas en trabajos de mayor duración y tiene por objeto advertir al usuario de la existencia de una condición peligrosa y la naturaleza de ésta, especial cuidado debe tenerse en cuanto a sus ubicaciones y distancias para que cumplan su objetivo real, de acuerdo con las instrucciones aquí dadas”.

Son señales que se usan para indicar de forma anticipada el acercamiento de ciertas condiciones de la vía en concurrencia que involucran un peligro real o potencial y que se debe tomar ciertas precauciones para salvaguardarse del mismo.

**1.4.3.5.1 Preventivas.-** Son aquellas que alertan sobre posibles peligros para el usuario.

Se dice que son preventivas porque buscan prevenir o alertar de posibles peligros, usos incorrectos o la no accesibilidad a determinada área. Su uso esta mayormente utilizada en plantas industriales, cuarteles, hospitales, carreteras y otras.

**1.4.3.5.2 Restrictivas.-**Estas señales son específicas al poner límites de acción para el usuario.

Como lo especifica son aquellas que restringen o limitan a las personas a poder ingresar o circular por determinada área o sector. Son utilizadas por plantas industriales, cuarteles, construcciones, y otras que proyecten peligro.

**1.4.3.5.3 Prohibitivas:** Sirven para imponer prohibición en determinadas acciones.

Las señales de prohibitivas tienen por objeto indicar a los usuarios las limitaciones o restricciones que gobiernan el uso de la vía y cuyo incumplimiento constituye una violación al Reglamento de la circulación vehicular. Por la cual todo usuario tiene que regirse a las reglas y leyes que establezca su país al infringir las señales prohibitivas en carreteras, puentes, paso peatonales. Señales prohibitivas o restrictivas de forma circular inscritas en una placa rectangular con la leyenda explicativa del mensaje que encierra la simbología utilizada. Es de mucha consideración tener mucho respeto a estas señales ya que lleva un sin muero de sanciones en ocasiones. Señales prohibitivas o restrictivas, de color blanco con símbolo y marco negros; el círculo de color rojo, representa prohibición.

## **1.5 CLASIFICACIÓN DE ACUERDO A SU SISTEMA DE SUJECCIÓN O COLOCACIÓN**

**1.5.1 Adosada:** Significa lo mismo que pegada, la mayor parte de la señal va estar apoyada en un muro.

Entre más sean las interpretaciones que se obtengan de un gráfico, mayor será su potencialidad. Por el contrario, entre menos interpretaciones se obtengan de un gráfico, menor será su potencialidad. En diseño gráfico, de las adosadas son prestigiosas en muchas empresas de elite ya que tienen un alto grado de distinción que se presentan para resolver cualquier problema visual y deben considerarse siempre con una muy buena atención a los clientes para que cumplan con la función de informar claramente, evitando con ello posibles confusiones en su interpretación.

**1.5.2 De banda:** Cuando la señal está sujeta a dos muros, columnas o postes de manera perpendicular.

(Meneses Ramírez & Rosas Labastida), definen al conjunto de señales que no sufren ningún proceso de modulación a la salida de la fuente que las origina, es decir son señales que son transmitidas en su frecuencia original. Dichas señales se pueden codificar y ello da lugar a los códigos de banda base.

Ahora se van a definir distintas maneras de representar las señales paso-banda que nos van a permitir, entre otras aplicaciones, obtener la relación señal a ruido los sistemas de comunicación con ruido, o si no, de forma más sencilla. Además de ello, nos permitirá obtener la representación paso-bajo de una señal paso-banda, hacer las operaciones pertinentes con ella, y al final, volver a convertirla en una señal paso-banda.

**1.5.3 Colgante:** Cuando la señal cuelga de arriba hacia abajo, generalmente del techo.

Este tipo de señales en lo posible tratan de que las personas puedan tener un acceso rápido a la información, cuelgan es para poder ejercer un llamado de atención a las personas.

## **1.6 VICIOS Y MALAS PRÁCTICAS DE LA SEÑALETICA**

Tras el análisis de la señalética y su clasificación, se desprende una gran falta de coherencia entre las distintas señales que hemos encontrado, incoherencia tanta grafica como lingüística.

### **1.6.1 Incoherencia Gráfica**

En ellas se puede comprobar la falta de coherencia grafica de los símbolos y señales utilizadas, obligadas a convivir en un mismo espacio.

Dentro de las incoherencias gráficas que se presentan en la señalética, son el color no es acorde a la señal deseada, no se encuentra ubicada en el sector, zona que debe estar ubicada, su grafica no es la que corresponde en el contenido tipográfico.

Errores en rotulaciones incoherentes a su direccionamiento, posición, que limitan accesos, cuando no tiene sentido, rompen el proceso comunicacional o a su vez no producen ningún tipo de información apropiada.

## **CAPITULO II**

### **2. IMPORTANCIA DE LA SEÑALETICA**

La Señalética forma parte de la comunicación social, ambiental; a medida que van surgiendo algunas ciencias, esta se va consolidando como una disciplina que va a formar parte de lo que el sistema de comunicación visual con el cual nos orientamos, ubicamos a través de una serie de diversos signos, que llevan consigo un conjunto de mensajes que no necesitan de un lenguaje oral, sino con solo utilizar el lenguaje visual respondemos, obtenemos la suficiente información para realizar nuestro trabajo.

La señalética se encarga de dirigir y transmitir diferentes movimientos; entre ellos explicativos, determinativos, ubicaciones, prevenciones, es por ello que esta investigación ayudara de forma positiva a la Facultad Ciencias de La Comunicación. La señalítica conllevan una serie de particularidades que la caracterizan puesto que se trata de un lenguaje de rápida visualización debido a la inmediatez del mensaje.

Los mapas y planos también forman parte de la ciencia de la señalética, porque estos están elaborados de tal forma que con solo la comunicación visual el individuo o sujeto tenga la facultad de tomar la decisión rápida, tan pronta se requiera la situación.

Una buena elección tipográfica y de contrastes cromáticos será indiscutible y deberá leerse en forma inmediata (legibilidad). Aparecerán los datos suficientes con el menor barroquismo posible. Claridad, tranquilidad, síntesis. No decir ni más ni menos de lo necesario, sólo la información precisa en el lugar adecuado (econo-

mía informativa). Además el sistema deberá ser capaz de crecer sin perder identidad, agregándose nuevos subsistemas informativos.

Es decir, un sistema abierto (reproductibilidad). Asimismo, el sistema debe separarse e integrarse al mismo tiempo del entorno, sin modificarlo, aunque lo hace desde que se implementa, por el solo hecho de estar ahí; inclusive modifica la percepción del entorno, desde la nueva lectura del espacio y los cambios de conducta que esto conlleva. Separarse para ser reconocido, visualizado, e integrarse para no modificar el entorno.

(Universidad de Malaga) Los sistemas de señalización, son una parte esencial en la conformación de la imagen de un lugar o empresa, contribuyen a identificar, ayudando a las corporaciones a sobrevivir en un mercado competitivo.

Como una extensión de su imagen pública, algunas empresas e instituciones utilizan la señalización interior para identificar los diferentes departamentos de atención al público. Esto ayuda a reducir costos de operación colocando directorios y señalamientos en lugares estratégicos para reemplazar a recepcionistas o edecanes. La inflación y las presiones de la competencia forzaron a empresas e instituciones a reducir sus costos de operación. La señalización es un elemento primordial para lograr este objetivo en tiendas de autoservicio. La clara identificación de mercancías en anaqueles y pasillos en un supermercado reduce la necesidad de vendedores y esto incide directamente en las utilidades.

## 2.1 DISEÑO DE PROGRAMAS SEÑALETICOS

La finalidad de este programa de señalética es proporcionar al estudiante de la Facultad Ciencias de la Comunicación de forma fácil y simplificada información acerca de las tres carreras académicas de la FACCO y de la ubicación de la Secretaria, Decanato, y otros.

Su configuración y funcionamiento serán universales en el cuerpo estudiantil, con el fin de homogenizar criterios.

Este programa de señalética es coherente con el uso de elementos simples, es decir de los signos: pictogramas, color, palabras, y formas básicas. A la vez esto se divide en tres grandes grupos que son: los directorios generales o subdirectores, de otro parte las placas identificadoras en aulas, despachas, salas etc. Y por último los identificadores de espacios u objetos.

Esquema funcional de la señalética:

FINALIDAD	FUNCIONAL, ORGANIZATIVA
ORIENTACION	INFORMATIVA Y DIDACTICA
PROCEDIMIENTO	VISUAL
LENGUAJE	SIGNOS SIMBOLICOS
ICONO	UNIVERSAL
PRESENCIA	DISCRETA, PUNTUAL
FUNCIONAMIENTO	AUTOMATICO, INSTANTANEO.

## **2.2 ELEMENTOS A UTILIZAR DE LA SEÑALETICA**

En los elementos de desarrollo simple se ha utilizado siempre un, pictograma, o un texto, su justificación se sustenta en qué medida de que la facultad Ciencias de la Comunicación ha carecido de una comunicación visual instantánea que informe y guíe al cuerpo estudiantil de la FACCO.

Por lo tanto se a querido dotar de señalética a la FACCO de un sistema de señales notablemente decorativo, debido a que una de las principales características de esta facultad es la importancia de comunicar y guiar.

Así mismo se espera que dentro del mismo entornó se convierta en un sistema mnemotécnico cuyo funcionamiento sea:

- 1.- La comprensión del texto
- 2.- La comprensión del texto y la imagen
- 3.- La memorización de esa imagen como su información textual.

### **2.2.1 DIRECTORIOS**

Dentro de los directorios distinguiremos la información general que proporciona un edificio u instituciones, indicando la ubicación de las aulas, secretaria, decanato, centro de cómputo, en general las zonas susceptibles a señalar.

## 2.2.2 TIPOGRAFIA

Conforme a la morfología del espacio, condiciones de iluminación, espacio de visión, imagen de marca, y eventualmente programa de identidad corporativa, se seleccionaran los caracteres tipográficos. Asimismo serán definidos los contrastes, el tamaño de la letra y su grosor. Debe evitarse el uso de abreviaturas, sobre todo cuando pueden inducir a error, por ejemplo la letra P seguida de un punto y situada antes de un nombre propio (P. del Carmen) puede significar Paseo, Plaza, Puente, Paso o Puerto. Tampoco deben utilizarse abreviaturas cuando es irrelevante el espacio que con ello se ganaría. Por ejemplo: Pza. = 4 espacios  
Plaza = 5 espacios.

Tampoco deben cortarse palabras cuando falta espacio. Una palabra fragmentada es más difícil de captar que una palabra íntegra. Precisamente para evitar cortar palabras predomina en señalética la composición tipográfica a la izquierda. Debe buscarse la expresión verbal más corta, frases cortas y palabras cortas es la regla.

Cuando una información puede transmitirse con una sola palabra, se optará por esta situación. Y cuando para ello se disponga de 2 o más palabras sinónimas, se elegirá siempre la más corta. Sin embargo el principio de selección de las palabras es el de mayor uso para el público.(Quintana Orozco, 2007)

La mayoría escrituras comparte la noción de una línea de base: una línea horizontal imaginaria sobre la cual se apoyan los caracteres. En algunas escrituras, hay partes de los glifos que van por debajo de la línea de base, este pendiente atraviesa la distancia entre la línea de fondo y el glifo descendente más bajo de un tipo de letra, y la parte de un glifo que descienda debajo de la línea de fondo tiene el conocido descendiente. Inversamente, subida atraviesa la distancia entre la línea de fondo y la tapa del glifo que alcanza.

### **2.2.3 PICTOGRAMAS**

(Ricupero), “tomando como punto de partida el repertorio de pictogramas utilizables, se procederá a la selección de los más pertinentes desde el punto de vista semántico (significación unívoca), sintáctico (unidad formal y estilística), y pragmático (visibilidad, resistencia a la distancia). Los pictogramas seleccionados pueden ser rediseñados en función de establecer un estilo particularizado”.

El lenguaje pictogramático está basado en lo abstracto. Esto es un proceso mental que procurando tomar en cuenta lo individual de aquello que se observa, para afirmarse más en la categoría a la que pertenece lo observado. Se centra no en perfiles individuales, sino en los que son genéricos y básicos.

Por ejemplo, en un sistema de señales para un hospital, una taza con humo define que está cerca de la cafetería, incluso si se suprimen detalles como el café o el platillo en que se apoya. De este modo el diseñador elabora una pre asimilación Intelectual, que sería un modo análogo al que realiza el conocimiento: percibir es esquematizar.

Los pictogramas pueden ser usados como sistemas alternativos o aumentativos de comunicación. Generalmente, las personas que lo utilizan presentan problemas en la comunicación oral y escrita, y por ello manejan imágenes a modo de palabra para expresar ideas, conceptos, sentimientos, etc. Para la persona que utiliza los pictogramas esto es una forma de comprender e interpretar y hasta transformar la realidad en imágenes y a través de éstas también transmite sus ideas y pensamientos al interlocutor.

#### 2.2.4 CÓDIGO CROMÁTICO

La selección de los colores puede reducirse al mínimo número y combinaciones o bien constituir un código más desarrollado. En este caso, la codificación por colores permite diferenciar e identificar diferentes recorridos, zonas, servicios, departamentos, plantas de edificio, etc. Incluso pueden no alcanzar solamente los paneles señaléticos, sino que como una extensión de estos, pueden crear un ambiente cromático general. En este caso el color es un factor de integración entre señalética y medio ambiente. Se realizarán pruebas de contraste y siempre convendrá tener en cuenta las connotaciones la psicología de los colores, tanto en función de su capacidad informacional como de la imagen de marca.

Ya hemos visto que el color señalética en su función informacional no está determinado, sin embargo, por un solo criterio. La saturación del color sería el criterio señalética propiamente dicho, fundado en el razonamiento óptico. El razonamiento psicológico considera a los colores, no por su impacto visual, sino por sus connotaciones. Así el color ambiente de la señalética de un hospital será distinto del de un supermercado o de un zoológico.

El razonamiento de la imagen de marca o de la identidad corporativa considera los colores por su asociación a la marca o a la identidad visual, en este caso, una señalización para Kodak, por ejemplo, exigiría la inclusión del color amarillo de la marca.(Daza)

En un programa señalético, la selección de los colores puede reducirse al mínimo número y combinaciones o bien constituir un código más desarrollado. En este caso, la codificación por los colores permite diferenciar e identificar diferentes recorridos, zonas, servicios, plantas de un edificio.

#### **2.2.4.1 CROMÁTICA**

El ojo humano puede distinguir entre 10.000 colores. Se pueden además emplear tres dimensiones físicas del color para relacionar experiencias de percepción con propiedades materiales: saturación, brillantez y tono.

En si es la atracción que genera la vista a los colores, la cromática en la señalética es utilizada para buscar llamar la atención o a su vez un proceso de prevención. Considerando que cada color tiene un significado.

Las señales que conllevan a buscar prevención utilizan los colores rojo y naranja acompañados de color blanco o amarillo.

Las señales que llevan colores como el verde, el blanco y el azul son señales que buscan orientar o direccionar el lugar o zona que debe seguir la persona.

#### **2.2.4.2 TIPOGRAFÍA**

Tipografía, es la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. Se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.

En esta parte la tipografía trata de emplear el tipo de letra que aporte a la gráfica a dar una buena guía, facilitando la comprensión de quienes desconocen su ubicación, y tratan de orientarse por medio de las señales.

### **2.2.5 COMUNICACIÓN VISUAL**

(Asinsten, 1998) Dice que la comunicación visual es aquella en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes. Se complementan con textos, sonidos, locuciones, que acotan y precisan su sentido, su significación.

La comunicación no es, entonces, un tema menor. La eficacia de la comunicación es un tema trascendente, que tiene mucho que ver con la calidad de la vida humana, con la calidad del funcionamiento de las sociedades. Ello vuelve al tema importante para la escuela, impregnando toda su actividad, cruzando transversalmente todos sus contenidos, y no sólo como uno de los temas del área de lengua.

La comunicación visual es una de las formas más modernas que se está utilizando por medias rotulaciones electrónicas, que permite a las personas identificar rápidamente el lugar o destino a seguir. Por lo general este tipo de rotulación se la encuentra en locales comerciales y en carreteras.

### **2.2.6 GUIA VISUAL**

Una guía es algo que tutela, rige u orienta. A partir de esta definición, el término puede hacer referencia a múltiples significados de acuerdo al contexto. Una guía puede ser el documento que incluye los principios o procedimientos para encauzar una cosa o el listado con informaciones que se refieren a un asunto específico.

Por visual debe entenderse todo aquello que se relaciona con el sentido de la vista y en el órgano que la posibilita, el ojo. Lo visual es posible gracias a la captación que hace este órgano de las distintas ondas de luz que se refractan de los objetos. No todos los seres vivos tienen un desarrollo visual y los que lo tienen manifiestan distintos alcances en este; así, algunos animales, por ejemplo, son capaces de una gran capacidad en este sentido, hecho que le facilita sus actividades diarias de un modo superlativo. En el caso del hombre, lo visual tiene un desarrollo medio, a pesar de que es un factor muy importante para su desarrollo.

## **CAPITULO III**

### **3.1 MPORTANCIA DE LA SEÑALETICA EN LA FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

La señalética obedece a espacios arquitectónicos en donde se deben identificarlos servicios requeridos en espacios interiores.

Su funcionamiento implica la interacción automática de mensajes visuales que afectan a individuos en reacción a estos mensajes. Su estrategia de comunicación es la distribución lógica de mensajes fijos o estáticos, dispuestos a la atención voluntaria y selectiva del usuario en aquellos puntos clave del espacio que plantean dilemas de comportamiento.

La señalización pretende adaptarse al medio por la razón de que todo espacio de acción obedece a una necesidad precisa; por ejemplo, un museo puede ser simple y fácil de recorrer a los ojos del usuario o bien puede ser oscuro e imposible de recorrer; por esto se debe tomar en cuenta la opinión. Y el punto de vista del usuario sobre un lugar a señalar.

Para esto es indispensable definir conocer el estilo arquitectónico en conjunto del lugar a señalar, la identidad corporativa de la Facultad Ciencias de la Comunicación y sus dimensiones exactas es por eso que hacemos el debido proceso de sus adecuaciones y podemos concluir que la Facultad Ciencias de la Comunicación está ubicada en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí vía

a San mateo a un costado de la facultad de medicina y de enfermería, actualmente tiene 3 plantas y está formada 13 aulas más una de audiovisuales, y la radio respectivamente. En la área administrativa tiene la secretaria, sus especialidades de relaciones públicas, periodismo, y publicidad mercadotecnia. Todas sus áreas con sus respectivas señalizaciones tanto así que podemos ver una mejor vialidad dentro sus instalaciones pudiendo concluir que hay un mejor aspecto de la misma.

La señalética será además beneficiosa para el personal administrativo de la Facultad ya que los usuarios no tendrán la necesidad de interrumpir las labores del personal haciendo preguntas para encontrar un aula o una oficina habiendo una buena señalética en la misma.

### **3.2 BENEFICIOS DEL PROGRAMA SEÑALETICO:**

- Ahorro de Tiempo
- Regulación de flujos en un determinado espacio
- Utiliza códigos de lecturas conocido por los usuarios no necesariamente tiene que ser universales
- Refuerza la imagen pública o la imagen de una marca de una organización.

Cada uno de estos factores coadyuvan a que un programa señalética cumpla con su objetivo de informar, guiar, prevenir, direccionar de una manera comprensiva, donde se conjugue con todos los elementos que por sobre todo comuniquen y orienten.

### **3.3 SELECCIÓN DE LOS MATERIALES**

Disponiendo de la información necesaria acerca de los materiales existentes y de una clasificación de proveedores se procederá a la selección de materiales. Se decidirán los tamaños de las señales, los materiales, el uso de la iluminación, si ello es requerido por las condiciones del espacio a tratar señaléticamente, los sistemas de fijación de los paneles.

Para elaborar las señales es necesario conocer que es lo que se quiere comunicar, en qué lugar se lo va ubicar, y que flujo de gente tiene, que dimensión debe tener de acuerdo el lugar. Además permite elegir el color de la pintura que se empleara para poder elaborar las señales.

### **3.4 MANUAL DE NORMAS**

Es indispensable que el diseñador realice el manual señalética, el cual será un resumen práctico de todas las etapas del proceso. Se incluirán en el manual las fichas de todas las señales, así como la tipografía seleccionada, los pictogramas definitivos, el código cromático, clases de señales, pauta modular compositiva, medidas de las señales y alturas para su colocación.

- Revisión periódica de la señalética fijándose en las condiciones de las mismas.
- Es necesario elaborar un estilo único de las señaléticas que concuerde con el estilo de la FACCO
- Se debe utilizar el uso de señalética en qué casos que ya son obvios e innecesarios.

### **3.5 SUPERVISION DE LOS PUBLICISTAS**

El diseñador debe responsabilizarse de que su proyecto se perfectamente interpretado en su proceso de realización final y de su instalación.

- Inspección del proceso de producción en el taller del fabricante. Asistencia en caso de dudas o de cualquier problema.
- Dirección de instalación en los emplazamientos: distancias, alturas. Etc.

### **3.6 ¿QUÉ ESPACIOS POSEEMOS EN LA FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN PARA IMPLEMENTAR NUESTRO PROYECTO DE SEÑALETICA.**

Dentro de nuestro entorno académico poseemos varios espacios donde es necesario implementar un buen programa de señalización. Entre ellos tenemos una lista detallada de las siguientes áreas.

Áreas a implementar la Señalética.

- Decanato
- Secretaria
- Coordinación de Publicidad y Mercadotecnia.
- Coordinación de Periodismo.
- Coordinación de Relaciones Públicas.
- InterAlfaro
- Radio
- Baños (hombres – mujeres)
- Alfaro Tv
- Taller de Edición
- Auditorio

# **MARCO METODOLÓGICO**

## **TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Este estudio se establece en la investigación:

**Explorativa:** Dirigidos a la formulación más precisa de un problema de investigación, el objeto de estudio es la FACCO, que en este caso la exploración permitió obtener nuevos datos y elementos que pueden conducir a formular con mayor precisión las preguntas de investigación y así implementar nuestros resultados que en este caso es la señalética.

**Campo:** Permite obtener información desde el lugar de los hechos.

## **MÉTODO DE INVESTIGACIÓN:**

En esta investigación se ha acudido al método deductivo, porque se parte de hechos particulares a afirmaciones de carácter general.

**UNIVERSO:** ULEAM Manta

**POBLACIÓN:** Facultad Ciencias de la Comunicación

**MUESTRA:** Esta investigación se realizó en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, como muestra de estudio se tomó en cuenta a 60 estudiantes de la Facultad Ciencias de la Comunicación.

## **TÉCNICAS APLICADAS EN LA RECOLECCIÓN DE DATOS:**

- Encuestas
- Observación

## **INSTRUMENTOS:**

- Encuestas.
- Observación.
- Rotulaciones.

## **RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Una vez que se aplicó la encuesta, se procedió a recoger la información, misma que se encuentra en el Análisis e Interpretación de Resultados.

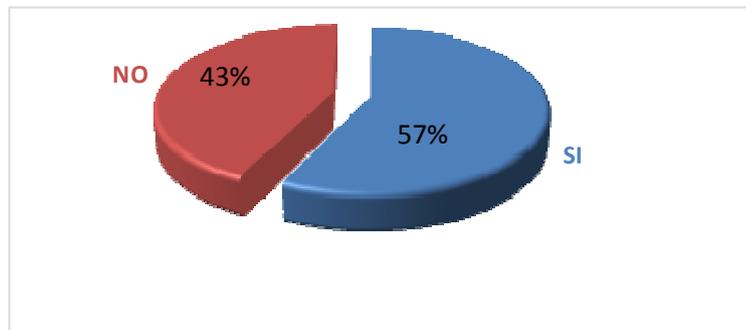
Se la realizó a el grupo Objetivo, es decir 60 estudiantes de la Facultad Ciencias de la Comunicación.

# **RESULTADOS**

## ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

### 1.- SABE UD. QUE ES LA SEÑALÉTICA?

OPCIÓN	f	%
SI	34	57
NO	26	43
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



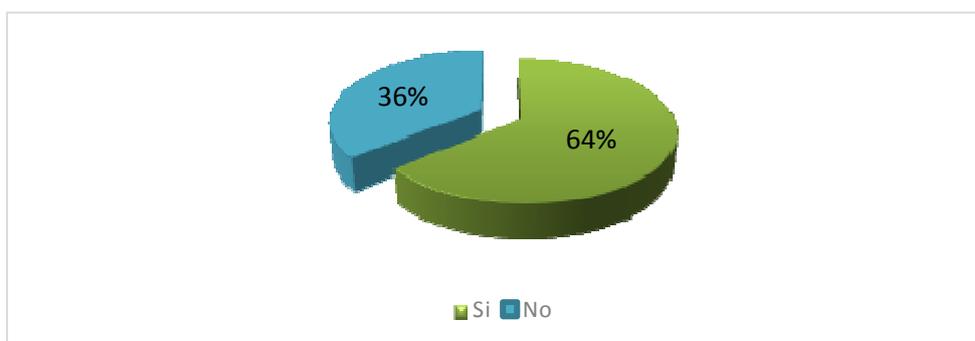
#### Análisis e Interpretación De Resultados:

La señalética es una actividad perteneciente al diseño gráfico que estudia y desarrolla un sistema de comunicación visual sintetizado en un conjunto de señales o símbolos que cumplen la función de guiar.

Es por ello que se ha reflejado esta pregunta sobre la señalética y se logre una información precisa e inmediata ya que es el tema de investigación, y se conoció según los encuestados que el 57 % SI conoce que es una señalética, y el 43 % NO conoce. En base a estos antecedentes hemos podido determinar que la mayoría de los estudiantes conocen sobre la definición de la señalética, pero aun así es necesario promover esta herramienta como una guía de información.

**2.- ¿HA OBSERVADO UD. ALGUNA SEÑALÉTICA EN LA FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	37	64
NO	23	36
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



**Análisis e Interpretación De Resultados:**

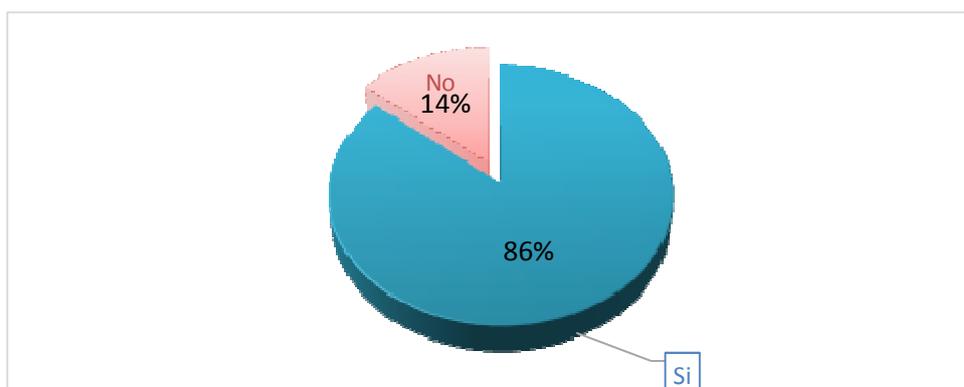
Siendo un sistema de Comunicación Visual hay público externo e interno de la ULEAM Y FACCO que desconoce lo que es una señalética por la ausencia de esta herramienta que sirve de guía a los que requieren de ella y así poder determinar su ubicación con mayor veracidad.

Es así que los encuestados manifestaron en un 64% que SI han visto una señalética en la Universidad y el 36% restante dice que a NO ha observado una señalética.

Lo cual da a deducir que en esta investigación que los encuestados si han observado y han logrado llegar a su destino por medio de una herramienta de información tan útil como lo es la señalética dentro de la ULEAM.

### 3.- ¿ALGUNA VEZ SE HA LLEGADO A CONFUNDIR DENTRO DE LAS INSTALACIONES DE LA FACCO POR FALTA DE SEÑALÉTICA?

OPCIÓN	f	%
SI	41	86
NO	19	14
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



#### **Análisis e Interpretación de Resultados:**

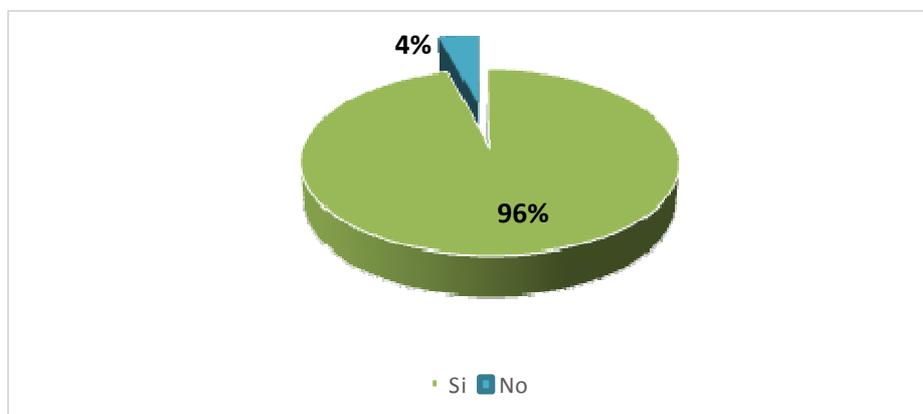
La señalética es un instrumento visual que identifica, regula y facilita los servicios requeridos por los individuos solicitan de información dentro de la institución es por ello, que a falta de señaléticas puede haber inconformidades y confusión internamente para los usuarios q soliciten localizar el lugar donde se dirigen.

Es así que en este proyecto muestran los encuestados en un 86% que SI se han llegado a complicado al momento de localizar el lugar por falta de señalética, y el 16% han manifestado que NO se han confundido por falta de señalética.

Por lo que se puede concluir en este proceso de investigación es que la ausencia de señaléticas ha sido de gran necesidad dentro de la institución, ya que ha causado inconformidades y falencias al momento de que quienes visitan la FACCO no consiguen ubicar su lugar de destino.

**4.- ¿CREE UD. QUE ES IMPORTANTE CONTAR CON UN APOORTE INFORMATIVO Y DE GUÍA COMO ES LA SEÑALÉTICA EN LA FACCO?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	57	96%
NO	3	4
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



**Análisis e Interpretación de Resultados:**

La Señalética es de gran importancia porque forma parte de la comunicación social y ambiental. Conforme a esto se pudo identificar que para el público dirigido en esta investigación nos manifestó que el 95% están de acuerdo que se debe implementar la señalética ya que es de gran de ayuda, y el 5% sobrante cree que no es necesario. Con la finalidad de este resultado se pudo conocer la importancia de obtener señaléticas como una guía a la búsqueda que requieren adquirir en la FACCO, no solo para dar mejor información de ubicación a los usuarios que requieran adquirirlo, sino también para dar una mejor imagen e identidad a la institución.

**5.- ¿CREE USTED QUE LA SEÑALÉTICA ES UNA HERRAMIENTA DE GUÍA E INFORMACIÓN, PARA ESTUDIANTES, DOCENTES, VISITANTES?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	57	96
NO	3	4
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



**Análisis e Interpretación de Resultados:**

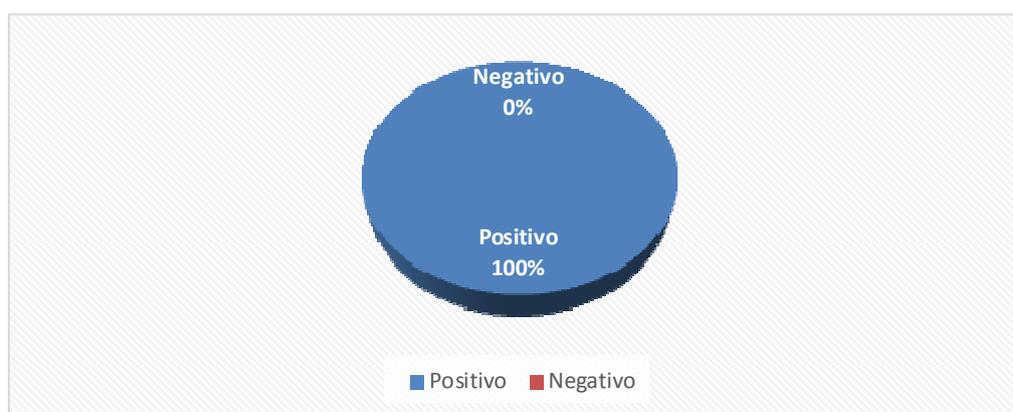
La señaléticas se la considera una herramienta de información ya que ayuda a dirigir los movimientos; orientando a controlar la contaminación visual.

Es así que los encuestados revelaron en un 94% SI, y el6% NO cree que la señalética sea una herramienta para la guía de ellos mismos y de personas que llegan a la FACCO desconociendo su lugar de ubicación.

Por lo cual la mayoría de los estudiantes y docentes que conocen de la señalética como una comunicación visual consideran que es muy útil tener una herramienta de guía e información que dan la facilidad para movilizarse y lograr ubicarse en un determinado lugar de manera inmediata y precisa.

**6.- ¿CONSIDERA UD. QUE LAS SEÑALÉTICA IMPULSARA LA IMAGEN DE FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EN TODOS SUS ASPECTOS?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
POSITIVO	60	100
NEGATIVO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



**Análisis e Interpretación de Resultados:**

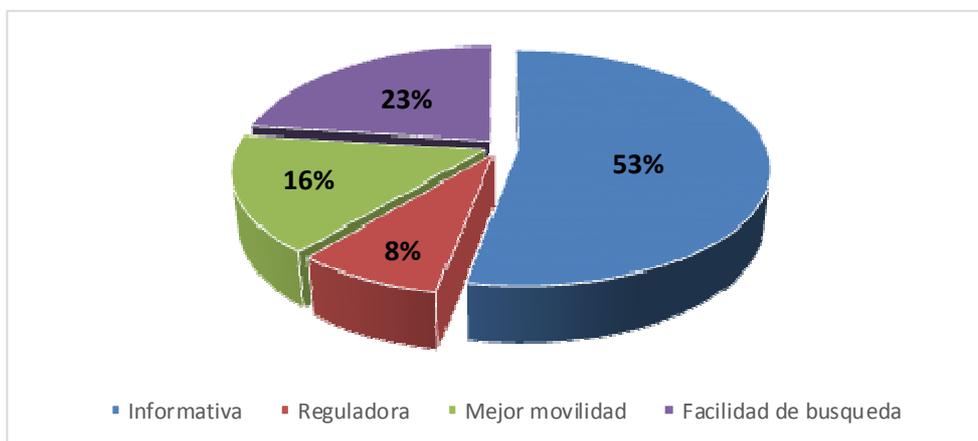
La Imagen institucional le da personalidad a esta, es lo que la simboliza, dicha imagen tiene que estar impresa en todas partes, que involucren a la institución para darle cuerpo, siendo las señaléticas de gran importancia en el que genere riqueza de marca y permite conocer que está siendo informado.

De acuerdo a esto los encuestados expresan en un 100% que SI creen que las señalética impulsa la imagen de la FACCO positivamente en todos los aspectos.

Es por ello, que se deduce que en su totalidad los beneficiarios si obtienen una imagen positiva teniendo señaléticas en la FACCO, en el que permanece viva y activa en el receptor de los mensajes, siendo estimulada y comunicada con una herramienta visual.

**7.- ¿EN QUÉ ASPECTO CREE QUE CAMBIARÍA LA FACCO SI SE IMPLEMENTARÁ SEÑALÉTICA?**

<b>OPCION</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Informativa y de guía	26	53
Reguladora	5	8
Mejor Movilidad	13	16
Facilidad de Búsqueda	16	23
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100</b>



**Análisis e Interpretación de Resultados:**

En la presente investigación se descubrió que los servidores y estudiantes, manifiestan en un 60% SI cree que las señalética ayudarían de una manera informativa y de guía el 10% cree que es reguladora y 30% restante certifica que dará una mejor movilidad a los estudiantes y docentes de la FACCO.

Por lo cual se concluye que en su totalidad los estudiantes y docentes si están de acuerdo que implementar señaléticas en la FACCO promueve una mejora continua en ser una herramienta de progreso para cualquier proceso o servicio de guía informativa, la cual permite un crecimiento y optimización a sus servidores.

**8.- ¿CONSIDERA QUE SI SE IMPLEMENTA LA SEÑALÉTICA EN LA FACCO MEJORARA LA MOVILIDAD DENTRO DE SUS INSTALACIONES?**

OPCIÓN	f	%
SI	54	95
NO	6	5
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100</b>



**Análisis e Interpretación de Resultados:**

La señalética se encarga de dirigir y transmitir diferentes movimientos; entre ellos explicativos, determinativos, ubicaciones, prevenciones, es por ello que esta investigación ayudara de forma positiva a la FACCO, ya que de acorde al criterio de los encuestados en un 5% NO cree que las Señaléticas mejoraran la movilidad en la FACCO, el 95% SI cree que las Señaléticas mejorará y facilitara el movimiento en las instalaciones.

Por lo tanto, se tiene como finalidad que la mayoría de los servidores encuestados nos declararon que no creen que las señaléticas den mejor movilidad y accesibilidad a los diferentes espacios y ubicaciones de la institución, es de esta forma que se busca con esta investigación cambiar el pensamiento negativo al no creer, que con esta solución al implementar las señaléticas, les permitirán avanzar y movilizarse hacia sus destinos con mayor facilidad.

**9.- ¿CREE UD. QUE SE DEBE IMPLEMENTAR LAS SEÑALÉTICAS, EN LAS INSTALACIONES DE LA FACCO DE LA ULEAM, AÑO 2014?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	48	98
NO	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



**Análisis e Interpretación de Resultados:**

La finalidad de este programa de señalética es proporcionar al estudiante, docentes, personal en general y visitantes una guía de área dentro de la Facultad Ciencias de la Comunicación de forma fácil y simplificada.

Es por ello que el criterio de los encuestados es que en un 98% SI cree conveniente que se debe Implementar las Señaléticas, en las instalaciones de la FACCO de la ULEAM, el 2% NO cree conveniente que se deba Implementar las Señaléticas.

Es así, que se concluye en este trabajo de investigación con el resultado que en su totalidad los beneficiarios solicitan de gran necesidad implementar las señaléticas en la FACCO como una herramienta de guía de información innovadora, siendo comunicación visual tiene como propósito diversos beneficios como ser leída en forma inmediata, tener información precisa, estar de forma reiterativa en lugares esperados, y así será un sistema abierto para crecer en un futuro.

**CONCLUSIONES**

**Y**

**RECOMENDACIONES**

## CONCLUSIONES

### CONCLUSIONES GENERALES

Posterior a los resultados generales se logró obtener las siguientes conclusiones que a continuación se enuncian:

- La mayoría de los estudiantes y docentes que conocen de la señalética como una comunicación visual consideran en su totalidad que es muy necesario y de gran ayuda que se implementen estas herramientas de guía e información que dan la facilidad para moverse en un determinado lugar.
- La Señaléticas conservara la tendencia de guiar, informar, y regular los espacios en el entorno de la FACCO generando un efecto habitual en los estudiantes, docentes y visitantes que día a día generan actividades dentro de las instalaciones de la misma que desarrollara una imagen positiva a la FACCO.
- Con la implementación de señaléticas en la FACCO, le dará una mejor imagen institucional dándole así personalidad y que estimulara la comunicación con esta herramienta visual, de progreso para cualquier proceso o servicio de guía informativa, la cual permite su crecimiento y optimización.

## **CONCLUSION CON RELACION A LOS OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL:**

- Con el resultado estadístico de esta investigación comprobamos y verificamos el objetivo general, Implementación de la Señaléticas de las Carreras de la Facultad Ciencias de la comunicación de la Universidad laica Eloy Alfaro de Manabí, año 2014.
  
- Se va consolidar como una herramienta que va a formar parte de lo que el sistema de comunicación visual con el cual los estudiantes, docentes y visitantes se orientaran, a través de una serie de diversos signos y mensajes.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- De acuerdo a la investigación hemos comprobado y verificado estos objetivos que las Señalética impulsará de forma positiva a la imagen de la Facultad Ciencias de la Comunicación innovando su imagen.
  
- Mejora la motivación de los estudiantes, y servirá de guía e información en las carreras académicas de las instalaciones de la FACCO.
  
- La señalética además se encarga de dirigir y transmitir diferentes movimientos; entre ellos explicativos, determinativos, ubicaciones, prevenciones, es por ello que esta investigación ayudara de forma tangible a la Facultad Ciencias de La Comunicación.

## **RECOMENDACIONES**

Dentro de un proyecto tan importante como lo fue este, siempre se desea que haya una mejora continua del mismo; es por ello que ponemos en consideración las siguientes recomendaciones:

Para garantizar la calidad del servicio, se debe dar una revisión total periódicamente, en cada una de la señalética implementada fijándose en las condiciones en que se encuentran evitando así el deteriora miento, y si esta ocurre cambiarlo rápidamente.

Es necesario elaborar toda la señalética en base a un solo estilo, que este mantenga uniformidad y que vaya de acuerdo a la imagen proyectada a través de su logo.

Una vez ya elaborada la señalética se debe estudiar y analizar su ubicación para que esta sea totalmente legible por los estudiantes, docentes y visitantes. Se debe evitar el uso de señalética en casos que ya son obvios e innecesarios.

# **PROPUESTA**

## **PROPUESTA**

### **TEMA**

**“IMPLEMENTACIÓN DE LA SEÑALETICAS DE LAS CARRERAS DE LA FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI, AÑO 2014”**

### **DATOS INFORMATIVOS:**

**LUGAR:** Manta, Universidad laica “Eloy Alfaro” de Manabí

**CANTÓN:** Manta

**PROVINCIA:** Manabí

### **ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA:**

A través del estudio efectuado, sabemos que nuestra muy querida Unidad Académica, Facultad Ciencias de la Comunicación, no cuenta con una comunicación visual como son las señaléticas para orientar de una forma motivadora a los estudiantes y docente, personal administrativo y visitantes de la misma, tal es el caso que frente a esta necesidad estamos sugiriendo que la FACCO y sus Carreras Académicas , conozcan **”IMPLEMENTACIÓN DE LAS SEÑALETICAS EN LA FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y SUS CARRERAS COMO UNA GUIA VISUAL DE INFORMACION EN LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI, AÑO 2014”.**, para que exista una comunicación visual , y que la imagen de la FACCO sea proyectada de forma auténtica .

## **DESCRIPCIÓN**

La presente propuesta tiene como propósito que con el diseño e implementación de señaléticas los estudiantes de la FACCO tengan una guía visual de información en lugares estratégicos con la finalidad de obtener excelente resultados.

## **FUNDAMENTACION**

La señalética al ser una parte fundamental dentro de los distintos procesos del diario y cotidiano vivir de las personas, al ser un eje direccional, preventivo e informativo, esta materia expresiva y visual se lo emplea por varias ciencias o carreras como la arquitectura, la ingeniería, la comunicación, geografía y otras, que han permitido que el hombre pueda tomar como guía que y como hacer, hacia donde ir, que precauciones debe tomar, y que objetos evitar o que lugares debe visitar.

Es así que el tránsito vehicular y peatonal, tanto en carreteras, ciudades, parques, edificios, parqueaderos, hospitales y otros es necesario implementar la señalética, ya que cada una de estas tiene su propio propósito de informar y guiar a sus usuarios o públicos objetivos.

Los países en proceso de desarrollo también han creado y definido los tipos de señaléticas que han sido de gran aporte dentro del desarrollo social, poblacional y educativo.

Ecuador al igual que otros países en desarrollo ha creado señaléticas y las ha implementado acorde a las necesidades poblacionales, de su entorno, de su región e idioma.

La influencia educativa en el correcto uso de la señalética ha llevado a Manabí a ir aplicando muy lentamente este método informativo y comunicacional. Los centros educativos en sus distintos niveles académicos no han logrado educar y capacitar en la forma de identificar la correcta señalética que se requiere o que existe en determinado lugar.

Lo que motivó a realizar una investigación en la ciudad de Manta, específicamente en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” d Manabí y más específicamente en la Facultad Ciencias de la Comunicación (FACCO) fundamentando que en la actualidad no existe una señalética eficaz de las Carreras de la Facultad que difundan hacia los estudiantes la visión y misión y objetivos, es por ellos que mi propósito es implementarlas en lugares estratégicos que sean visibles en diferentes áreas de cada carrera logrando obtener excelente resultados con sus beneficiarios.

## **BENEFICIARIOS DE LA PROPUESTA**

Se beneficiaran de la propuesta los estamentos internos de la Facultad Ciencias de Comunicación, la cual proporcionará como guía visual información en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL:**

- Proponer las alternativas de instalación y de un programa de señalética en las instalaciones de la FACCO.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Mejorar la movilidad dentro del entorno de la FACCO y que sirva como una guía e información en pro de los estudiantes, docentes y visitantes.
- Mejorar la accesibilidad visual dotando una mayor seguridad a los desplazamientos y actos de las personas.
- Dirigir los movimientos de sus visitantes para informar, orientar, prevenir, e identificar.
- Persuadir al entorno mediante el uso estandarizado de señales, signos y símbolos.

## **JUSTIFICACIÓN**

Esta propuesta es de gran trascendencia, porque estamos proponiendo la **IMPLEMENTACIÓN DE LA SEÑALETICAS DE LAS CARRERAS DE LA FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI, AÑO 2014**, que va permitir un impacto en el entorno de la FACCO que momento generara una mejor movilidad y que a la vez sea reguladora de espacios que el estudiante y docente le sirva de mucha ayuda al momento de dirigirse al lugar que desee. La innovadora comunicación visual tiene como propósito diversos benéfico como ser leída en forma inmediata, tener información precisa, estará de forma reiterativa en lugares esperados, y debe ser un sistema abierto para crecer en un futuro.

Asimismo, también se puede establecer una diferenciación entre los diversos tipos de sistemas de señalética, siendo utilizados con el fin de orientar a los individuos en distintos lugares. La señalética ofrece información minuciosa, mediante textos, del cual será práctica y organizativa; orientación, que informe y enseñe; la visualización; el código; la inteligibilidad o lenguaje, que sea universal; la presencia, prudente y puntual; y su acertada ejecución o funcionamiento.

Este trabajo contribuirá con el desarrollo corporativo e imagen de la Facultad Ciencias de la Comunicación y sus Carreras 2014.

## **PLAN DE ACCIÓN**

### **IMPLEMENTACIÓN DE LA SEÑALETICAS DE LAS CARRERAS DE LA FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI, AÑO 2014,**

El Plan de acción a realizar en la Facultad Ciencias de la Comunicación tiene su justificación teórica y práctica sustentada progresiva, brindando una herramienta informativa a la comunidad estudiantil, docentes, y visitantes.

#### **Lugar:**

Facultad Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

#### **➤ Tiempo proyectado de ejecución**

El proyecto en mención, está proyectado a ejecutarse en 6 meses aproximadamente, a partir de su elaboración.

#### **➤ Cuáles son las necesidades identificadas**

Implementar un programa señaletico en la Facultad Ciencias de la Comunicación, para disipar el problema visual e identificar sus áreas administrativas, coordinaciones de carreras, etc.

#### **➤ Quién lo van hacer**

El autor del trabajo de investigación, implementara y diseñara las señaléticas adecuadas para la Facultad Ciencias de la Comunicación.

#### **➤ Tiene algún costo referencial**

El costo referencial en primera instancia, es de \$600 dólares americanos, su diseño e implementación.

## **BIBLIOGRAFIA**

## **BIBLIOGRAFÍA**

- ✓ Joan Costa (2007), Señalética Corporativa, Autor, Editor.
- ✓ Hugo santasiero y Cecilia Davidek(2013),Comunicación en la Vía Pública-Ts Editores
- ✓ Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética (2007). Lic. R. Quintana Orozco. Univ. Londres.
- ✓ TIPOS DE SEÑALÉTICA, Lic. Ma. Leticia Meneses Ramírez, Lic. Julieta Rosas Labastida.
- ✓ Sánchez Avillaneda María del Rocío, Señalética: Conceptos y Fundamentos-Argentina. Editorial Alfagrama 2006.
- ✓ Sergio Ricupero, Diseño Gráfico en el aula: Guía Metodológica-Buenos Aires, Nobuko (2007)

## **PÁGINAS WEB**

- ✓ [http://www.infouma.uma.es/dgci/manual\\_senalizacion.pdf](http://www.infouma.uma.es/dgci/manual_senalizacion.pdf)  
Manual de señalización Universidad de Málaga – España
- ✓ <http://www.slideshare.net/juliegrafica/sealetica-julie-presentacin>  
Julie S. Daza Diseñadora Gráfica de la Universidad de Sevilla.
- ✓ <http://definicion.de/guia/visual>  
Guía visual – Características
- ✓ <http://carreras.uleam.edu.ec/ciencias-comunicacion/>  
Reseña histórica de la Facultad Ciencias de la Comunicación

# **ANEXOS**

## ANEXO 1



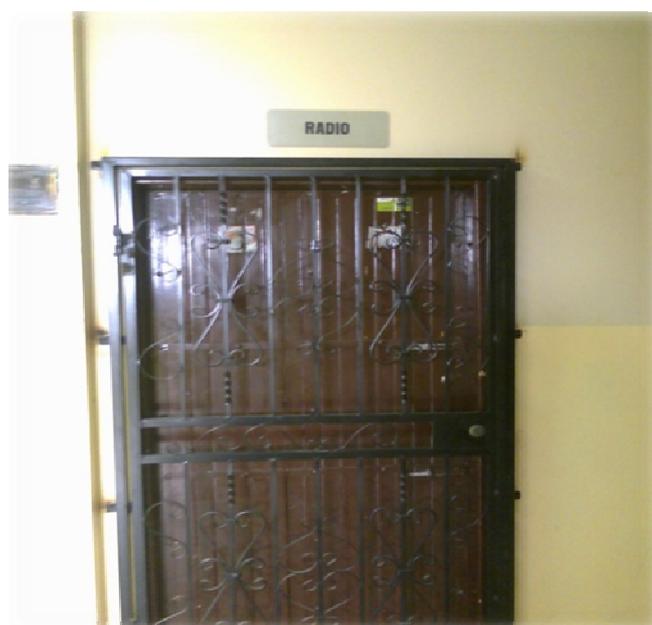
## ANEXO 2



**ANEXO 3**



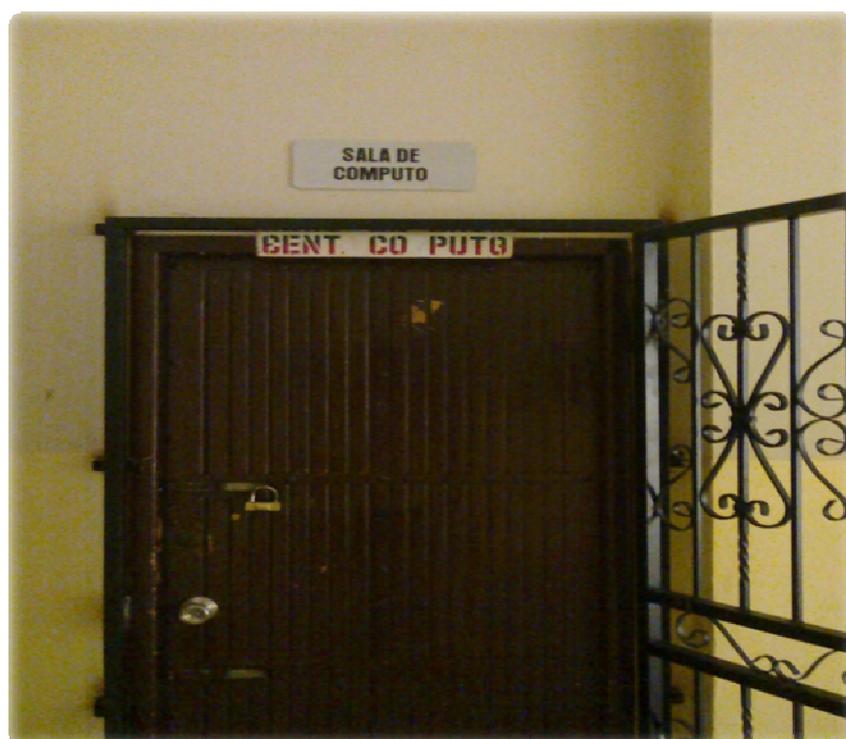
**ANEXO 4**



**ANEXO 5**



**ANEXO 6**



## ANEXO 7



## ANEXO 8



## ANEXO 9



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ**  
**FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**CARRERA DE PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA**

**ENCUESTA**

Con el propósito de obtener los resultados deseados para nuestra tesis, le rogamos a Ud. contestar las siguientes preguntas:

**1.- Sabe Ud. Que es la Señalética?**

a) SI

b) NO

**2.- ¿Ha observado Ud. alguna señalética en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí?**

a) SI

b) NO

**3.- ¿Alguna vez se ha llegado a confundir dentro de las instalaciones de la FACCO por falta de señalética?**

a) SI

b) NO

**4.- ¿Cree Ud. Que es importante contar con un aporte informativo y de guía como es la señalética en la FACCO?**

**a) SI**

**b) NO**

**5.- ¿Cree usted que la señalética es una herramienta de guía e información, para estudiantes, docentes, visitantes?**

**a) SI**

**b) NO**

**c) Porque**

**6.- ¿Considera Ud. que las señalética impulsara la imagen de Facultad Ciencias de la Comunicación?**

**a) SI**

**b) NO**

**c) Porque**

**7.- ¿De qué forma cree Ud. que cambiaría la FACCO si se implementa la Señalética?**

**a) Informativa y de guía**

**b) Reguladora**

**c) Mejor movilidad**

**d) Facilidad de búsqueda**

**8.- ¿Considera que si se implementa la señalética en la FACCO mejorara la movilidad dentro de sus instalaciones?**

a) SI

b) NO

**9.- ¿Cree Ud. que se debe implementar las Señaléticas, en las instalaciones de la FACCO de la ULEAM, año 2014?**

a) SI

b) NO

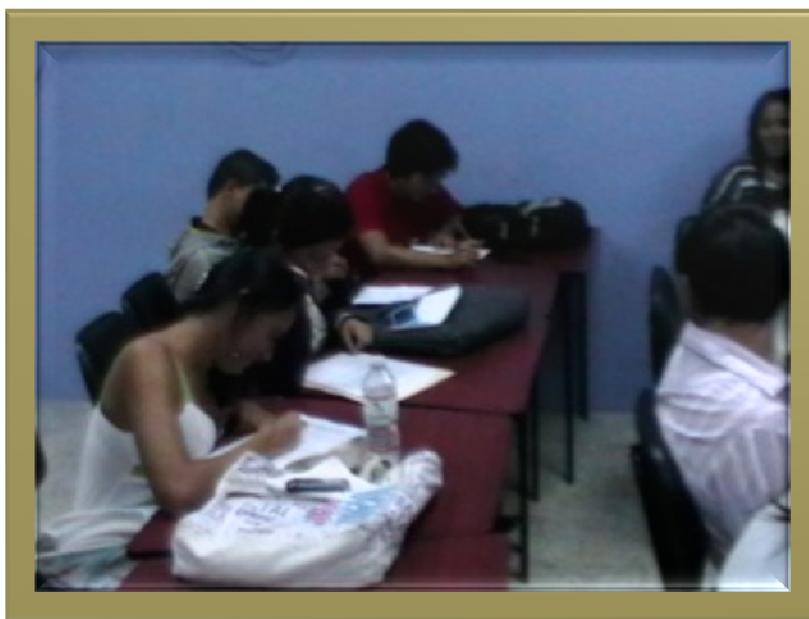
c) Porque

ANEXO 10

AN  
EX  
O  
11



## ANEXO 12



# Curriculum Vitae

Otto José



Bedoya Parraga

## DATOS PERSONALES

<b>FECHA DE NACIMIENTO</b>	:	24 de noviembre de 1987
<b>LUGAR DE NACIMIENTO</b>	:	Manta- Manabí- Ecuador
<b>EDAD</b>	:	24 años
<b>CEDULA DE IDENTIDAD</b>	:	131246893-5
<b>ESTADO CIVIL</b>	:	Soltero
<b>NACIONALIDAD</b>	:	Ecuatoriano
<b>DIRECCION DOMILIARIA</b>	:	Calle 16 Av. 35 "Las Acacias"
<b>TELEFONO DOMOCILIO</b>	:	2611-511
<b>TELEFONO CELULAR</b>	:	059260369

## ESTUDIOS REALIZADOS

### **PRIMARIA**

Escuela Particular "JULIO PIERREGROSSE" (1992-2001)

### **SECUNDARIA**

Unidad Educativa "GABRIELA MISTRAL" (2002-2004)

### **SUPERIOR**

Facultad Ciencias de la Comunicación  
Universidad Laica "Eloy Alfaro de Manabí"

## **TÍTULOS OBTENIDOS**

Bachiller en COMERCIO Y ADMINISTRACION  
Especialidad INFORMATICA

Auxiliar Técnico Computación.  
WORLD STUDY INTERNACIONAL.

## **EXPERIENCIAS LABORALES**

### **Agroincosum**

- Supervisor 6 meses.

### **Complejo Turístico “Maresole”**

- Facturación.
- Cajero

### **Distribuidora Guevara Macías " supan" Inalecsa.**

- Ventas 1 año y medio.

### **Metro Medical.**

- Asesor de Ventas 8 meses.

### **HelpOne.**

- Asesor de Ventas.

### **Ministerio de Industrias y Productividad**

- .Pasantías 6 Meses

### **Ministerio de Trabajo**

- Asistente de la Coordinación del SCC

## REFERENCIAS

- Lic. Walter Cheme. 0984275413
- Abg. Carlos León 0995206392
- Lic. Ingrid Ferrin 0999171470
- Lic. Janeth Párraga 0992211001
- Ing. Diego Munizaga0990733493

## SEMINARIOS

Seminario Ética y valores	Facultad Ciencias de la Comunicación
Seminario Socio – Economía	Facultad Ciencias de la Comunicación
Seminario Medio Ambiente	Facultad Ciencias de la Comunicación
Terra-Consultores	Formador de Formadores.
CNE	Democratización Pública.