



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL  
MODALIDAD PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN PRACTICA  
DEL EXAMEN COMPLEXIVO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**ESTILO GRÁFICO: ANÁLISIS DEL REDISEÑO DE LOS SÍMBOLOS DE LA  
PROVINCIA DE LOS RÍOS**

**AUTORA:**

**SEVILLA CADENA KERLY ALEJANDRA**

**TUTOR:**

**MSC. FARIÑO SANCHEZ NURIK DENISSE**

**BABAHOYO – ECUADOR**

**2020**

## **DEDICATORIA**

A Dios y a mi hermano el ángel más hermoso del cielo por cuidarme y bendecirme cada día. A mi madre Marcia Cadena, hermana Romina por brindarme su amor confianza y ser mi pilar fundamental y mi motivo para salir adelante.

KERLY SEVILLA CADENA

## **AGRADECIMIENTO**

Infinito a mi Dios padre celestial por darme la vida y el motivo de sonreír ante todos mis logros que son resultado de su ayuda ya que, asido una gran bendición en todo sentido, gracias a ti esta meta está cumplida.

a mi madre por el esfuerzo y dedicación de cada día, a mi hermano Alan por cuidarme desde el cielo y ser mi mayor fuerza y mi gran orgullo a Romina por su amor incondicional, también agradezco a la universidad Técnica de Babahoyo por abrirme las puertas para mi aprendizaje al igual a cada uno de mis maestros quienes han impartido en mí, sus sabios conocimientos. En especial a mi tutora Msc. Fariño Sánchez Nurik Denisse por ser mi guía en este proyecto.

KERLY SEVILLA CADENA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**RESUMEN**

En el presente estudio de caso, se analizó el estilo gráfico del rediseño de los símbolos de la alcaldía de Babahoyo y el de la prefectura de Los Ríos, puesto que para ello fue necesario, utilizar un diseño cualitativo por medio de la investigación exploratoria, diagnóstica y descriptiva enfocada en las técnicas de entrevista y observación, con la finalidad de detectar el mensaje visual que se quiere proyectar. Los resultados de esta investigación arrojaron que, dentro de los rediseños, el mensaje que se quiere transmitir es la renovación y de diferenciación de esta nueva administración. Asimismo, se demostró con este estudio la importancia de la comunicación visual, debido a que esta es una herramienta estratégica que contiene mensajes.

**Palabras claves:** Estilo gráfico, comunicación visual, semiótica, marca ciudad, identidad visual.

## **SUMMARY**

In the present case study, the graphic style of the redesign of the symbols of the mayor of Babahoyo and that of the prefecture of Los Ríos was analyzed, since it was necessary to use a qualitative design through exploratory, diagnostic research and descriptive focused on interviewing and observation techniques, in order to detect the visual message that you want to project. The results of this research showed that, within the redesigns, the message to be transmitted is the renewal and differentiation of this new administration. Likewise, this study demonstrated the importance of visual communication, because this is a strategic tool that contains messages.

Keywords: Graphic style, visual communication, semiotics, city brand, visual identity.

# ÍNDICE GENERAL

<b>Introducción</b> .....	6
<b>DESARROLLO</b> .....	7
<b>Justificación</b> .....	7
<b>Objetivos</b> .....	8
<b>Sustentos teóricos</b> .....	8
<b>Tipo de Investigación a Aplicarse</b> .....	17
<b>Resultados Obtenidos</b> .....	18
<b>CONCLUSIONES</b> .....	21
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	21
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	22
<b>ANEXOS</b> .....	24

## **Introducción**

El siguiente caso de estudio titulado “Estilo gráfico: análisis del rediseño de los símbolos de la provincia de Los Ríos” es desarrollado con la finalidad de estudiar el impacto que genera el rediseño de los símbolos de la prefectura y de la alcaldía de Babahoyo, como identidad visual puesto que, para ello es necesario analizar el posicionamiento y percepción de la marca.

En este mercado saturado de información es importante diferenciarse del resto por ende, se recurre a rediseñar la marca. En el caso de los gobiernos autónomos estas se enfocan en registrar la marca ciudad, la cual consiste en demostrar una gráfica que represente a los habitantes de su localidad y a su administración. Por estas razones se observa comúnmente en cada cambio de autoridad un estilo gráfico distinto.

Sin embargo, es importante descifrar los mensajes dentro de estos diseños, puesto que para ello es necesario un análisis semiótico. Este estudio está alineado dentro de los parámetros de la investigación de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, debido a que tiene relación con la línea de investigación sobre el lenguaje, comunicación y estilos periodísticos, mismos que basa en la sub-línea de comunicación y su relación de grupos humanos.

Los métodos utilizados dentro de esta investigación fueron de carácter cualitativos por medio de la investigación exploratoria, descriptiva y diagnóstica, soportada en las técnicas de recolección de datos de entrevista y observación.

El contenido del proyecto está estructurado por las siguientes sesiones:

En la primera sesión, se encuentra el desarrollo del caso, mismo que contiene justificación, objetivos, bases teóricas, tipo de investigación y resultados obtenidos. En la segunda sección, se detalla la conclusión y la bibliografía.

## **DESARROLLO**

### **Justificación**

En la sociedad competitiva que se vive, es importante la identidad corporativa que se construye por medio de la marca, pues esta es una herramienta que ayuda a afianzar la postura de la institución o empresa frente a sus usuarios o consumidores en el mercado. Por ende, es fundamental el rediseño de dicha imagen, debido a que esta representa una identidad visual que ayuda a dar realce y permite ser un punto de referencia para sus consumidores.

Considerando lo antes expuesto, el presente estudio se centra en identificar cómo el rediseño de los símbolos de la provincia de Los Ríos, como el de la prefectura y de la alcaldía de Babahoyo, para determinar el mensaje visual que se quiere proyectar, puesto que estos cambios logran interferir en la forma de pensar, llamando la atención de visitantes e inversores.

El beneficiario directo de este proyecto será la provincia de Los Ríos, puesto que se identificará el mensaje visual del rediseño de la marca, para de esta manera determinar los elementos diferenciadores con las demás provincias del país, ya que las características propias de un lugar o zona, logra posicionarse en el mercado.



Este proyecto fue alcanzable debido que cumplió con el objetivo establecido y se pudo recopilar la información dentro del tiempo definido, asimismo porque se ajusta al contexto y fenómeno de la actualidad frente a la competencia del mercado globalizado en que habitamos, puesto que el rediseño de la marca contribuye al incremento del reconocimiento de la sociedad y a posicionarlo en el mercado.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar el estilo gráfico del rediseño de los símbolos de la provincia de Los Ríos, para identificar el mensaje visual que quiere proyectar.

## **Sustentos teóricos**

### **Comunicación visual**

La comunicación visual es el proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales. Al igual que en cualquier otro proceso de comunicación en ella influyen: el emisor, el receptor, el código, el medio o canal y el referente la comunicación visual suele ser directa, penetrable y universal. (Dsigno, 2016)

La importancia vital de una comunicación visual comprende en la representatividad de las imágenes y manera en que impacta emocionalmente, por lo tanto, tiene matices y

percepciones que hacen que sea concebible detallar nuevas definiciones e ideas. La manera en que estas imágenes se ven y se registran a través de los ojos, que registran imágenes directas y complejas que ayudan a tener una sensación de los componentes y las cosas que abarcan al hombre. (Pulla González & Espinoza Cevallos, 2019)

### **Identidad visual corporativa**

La identidad visual Corporativa alude a la representación gráfico de la identidad gráfica, como imágenes y signos, por ejemplo, marcas, logotipos, decorativos, estilo corporativo, uniforme de personal, etc. Por otra parte, la identidad organizacional (término usado con frecuencia en el campo organizacional) comprende lo que los individuos ven como focal, único y fuerte en la asociación. Por así decirlo, el término se utiliza para describir lo que los individuos formales de la asociación piensan y sienten. (Pulla González & Espinoza Cevallos, 2019)

La identidad de la marca, no necesariamente arroja aspectos visibles y/o cuantificables. El corazón de cada marca es el público. Éste fenómeno no se limita únicamente al proceso de adquirir un producto y/o servicio en que el consumidor hace uso de él, sino que es un espectro amplio del llamado stakeholder que incluye a clientes, empleados, agencias y comunidades, etc. Stakeholder; sería, por tanto, el conjunto de la audiencia al que de un modo u otro afectará la marca, como inversores, anunciantes, clientes, empleados y asociaciones. (Ojeda, 2018)

## **Branding**

En definitiva, el branding o la creación de una marca es un proceso integrativo, que busca construir marcas poderosas; es decir, marcas ampliamente conocidas, asociadas a elementos positivos, deseadas y compradas por una base amplia de consumidores. Esto incluye la definición de la identidad o imagen que se quiere tener en el mercado, su diseño gráfico y la puesta en escena de la marca frente a determinados públicos, de manera que tome relevancia y, además, rentabilidad a través de todos los procesos de compra y recompra de la misma. (Hoyos, 2016)

## **La marca**

La marca gráfica es el pilar de la identidad de una empresa, sin embargo a la hora de comunicarse, la identidad de marca debe extenderse y adentrarse en el mundo del estilo gráfico y del tono de la comunicación para asegurarse de construir un discurso coherente y estético a través de toda la comunicación. (Méndez, 2017)

Para Hoyos (2016) “A través de la marca, el ser humano se legitima frente a sí mismo y frente a los demás; por medio de ella se establecen afinidades con sus grupos de interés y distancias con personas y grupos sociales que considera diferentes”.

La marca enriquece la relación del consumidor con lo consumido, es un proceso de generación de valores, lealtad y estabilidad. En este sentido, el cliente es el mejor juez, es el encargado de juzgar lo que la marca le ofrece, motivados por la posibilidad de elección entre las diferentes ofertas existentes en el mercado. (Ojeda, 2018)

## **Estilos o diseño gráfico en la comunicación**

El diseño gráfico es una actividad que tiene el fin de crear y proyectar mensajes a través de imágenes. Por eso, también se le puede llamar comunicación visual. Esta actividad ayuda a optimizar la comunicación, y ayuda a llegar a un público determinado. (factoriacreativa, 2017)

En el acto comunicativo de un mensaje visual, el diseñador gráfico actúa como transcodificador, es decir transfiere códigos lingüísticos a códigos de tipo-ícono-gráficos, en una traducción que permite al usuario realizar la interpretación. Sin embargo, previo a la materialización del mensaje visual, su contenido debe responder al objetivo de diseño del mensaje. El cual se relaciona a las funciones básicas de la comunicación: Información, aprendizaje, persuasión, adquisición o modificación de una conducta; para obtener una respuesta completa por parte del usuario al objetivo del contenido del mensaje deben integrarse como factores que intervienen en la interpretación y comprensión del mensaje, las características de los usuarios que van a descifrar el código propuesto por el diseñador: el lenguaje de la audiencia, su alfabetidad visual, su percepción, cultura y preferencias visuales. (Guerrero & Villegas, 2019)

## **City marketing o Marca ciudad**

Las dos premisas de las que parte la creación y desarrollo de la Marca Ciudad, son: la primera, que la ciudad toma su forma, contenido y significado en la mente de las personas; y la segunda, que la gente conoce y entiende la ciudad a través de sus propias percepciones, y las procesa a través de la imagen que la esta ofrece. (Yejas, 2016)

El marketing introduce el concepto de mercado en las ciudades, lo que lleva a considerar un cambio en la forma de pensar y considerar a las metrópolis, a los inversores y a sus visitantes. (Yejas, 2016)

En el ámbito privado se ha venido creando y gestionando una imagen y marca de las empresas desde hace décadas atrás, en estos tiempos contemporáneos los municipios también han apostado por crear, promocionar, posicionar y gestionar una marca que identifique su gestión y la ciudad, con los mismos valores de marcas comerciales. (López, 2017, pág. 40)

Como cualquier producto o artículo de consumo, las características propias de la ciudad son los elementos diferenciadores y de competencia con las demás. Uno de los atributos de mayor importancia es la imagen de marca, y junto con esta, la marca registrada. (Yejas, 2016)

El citymarketing es la herramienta que permite desarrollar una marca de ciudad. Así, la proyección estratégica y el diseño de la imagen de una ciudad como identificación urbanística son complementos esenciales que destacan la perspectiva usual de las políticas urbanas. Pero más allá del uso del citymarketing es también importante no descuidar el posicionamiento de la marca, el cual consiste en el proceso en que se inmerge en la mente de los públicos. (López, 2017)

## Provincia de Los Ríos

Provincia de Los Ríos. Es una de las 24 provincias de Ecuador, localizada en la región litoral del país. Su capital es la ciudad de Babahoyo y su localidad más poblada es la ciudad de Quevedo. Es una región atravesada por el agua, un recurso que baña sus tierras y la convierte en la zona más fértil de Ecuador. (ecured)

Los símbolos cívicos son los siguientes



Gráfico1. Escudo de la provincia de Los Ríos



Gráfico 2. Bandera de la provincia de Los Ríos

La bandera de la provincia representada por una franja verde superior, seguida de una blanca y en inferior una franca de color verde, este símbolo representa la riqueza agrícola de esta provincia. El escudo de la provincia de Los Ríos, representa los siguientes: En la parte superior se encuentran 13 estrellas que representan los cantones

El escudo está dividido en dos partes, en la parte superior se encuentran las corrientes de aguas, detrás un sol que es el símbolo del imperio inca y en su parte inferior se encuentra los productos básicos que se producen dentro de la provincia tales como: Cacao, banano y arroz. A su alrededor esta las ramas de Laurel que significa triunfo y gloria

### **La ciudad de Babahoyo**

La ciudad de Babahoyo es la capital de la provincia de Los Ríos, fue fundada el 27 de mayo de 1869, y se ha convertido con los años en una de las ciudades más importantes del país, considerada además “Capital fluvial del Ecuador”. (turismo.ec)

**Los símbolos cívicos son los siguientes**



*Gráfico 1. Símbolo cívico de la ciudad de Babahoyo*

## Rediseño de los símbolos de la provincia de Los Ríos

En estos últimos años se ha presenciado el cambio de autoridad de la Alcaldía de Babahoyo y de Prefectura de la provincia de Los Ríos, por ende, dentro de este estudio se tratará dicho tema

### Alcaldía de Babahoyo

La alcaldía de Babahoyo, es un gobierno local que se encarga de cumplir y hacer cumplir la Constitución Nacional. En esta administración 2020- 2023 está liderada por el Doctor Carlos German.

En esta administración han surgido diversos cambios que se puede definir en la siguiente gráfica.

	
Administracion 2014- 2019	Administracion 2019-2023

**Gráfico 2.** Estilo gráfico alcaldía de Babahoyo



## Prefectura de Los Ríos

La prefectura es un órgano de gobierno que vela por los intereses territoriales de sus habitantes. En la provincia de Los Ríos actualmente se encuentra liderado por el prefecto Johnny Terán Salcedo.

En esta administración se han visto cambios en el estilo del diseño de este órgano detallado en la siguiente gráfica.



*Gráfico 3. Estilo gráfico prefectura de Los Ríos*

## Retórica de la imagen

La retórica de la imagen se centra en estudiar los signos que se encuentran dispersos. En donde los mensajes que se descifran pueden variar dependiendo de la percepción del individuo que la visualiza.

Hoy en día está claro que la retórica visual es un modo de análisis que nos puede permitir la lectura e interpretación de imágenes. Los estudios provenientes de la semiótica y de la corriente estructuralista del siglo XX han desarrollado un nuevo interés por la Retórica. Roland Barthes, por ejemplo, propuso un análisis de la imagen con la ayuda de conceptos retóricos y a partir de sucesivas observaciones encontró que la mayor parte de las ideas creativas artísticas y comunicativas pueden interpretarse como la trasposición de las figuras retóricas clásicas. Por otro lado, la nueva Retórica desarrollada en el siglo XX se apoya en otras ciencias como la psicología, las ciencias de la comunicación, la sociología, la politología y la lingüística. Los intentos más recientes encaminados a una reconsideración científica de la obra artística proceden de especialistas alemanes que se basan en las reflexiones de Adorno, Habermas, Bense, Gadamer y Horkheimer, quienes se centran en intentar articular los condicionamientos de una comunicación intersubjetiva. Esta nueva retórica se dirige a la enseñanza de un nuevo creador u orador y al análisis del lenguaje intersubjetivo. (Romero & Alonso, 2017, pág. 86)

## **Técnicas aplicadas para la recolección de la información**

### **Tipo de Investigación a Aplicarse**

**Investigación Diagnóstica:** Con esta investigación se logró estudiar los gráficos del rediseño de los símbolos de la provincia de Los Ríos, con la finalidad de identificar la comunicación visual que se quiere persuadir.

**Investigación Descriptiva:** Por medio de esta investigación se pudo determinar los elementos a estudiar dentro del rediseño de los símbolos de la provincia de Los Ríos, tales como: color, trazo y elementos que cambian la apariencia.

**Investigación de exploratoria:** A través de esta investigación se detectó los elementos que se han incorporado dentro de los símbolos rediseñados de la Alcaldía de Babahoyo y la prefectura de Los Ríos.

## **Técnicas aplicadas**

**Observación directa:** Gracias a esta técnica, se logró observar los cambios en los símbolos de la Alcaldía de Babahoyo y la prefectura de Los Ríos, como lo es los estilos de los gráficos.

**Entrevista estructurada:** Con esta técnica se pudo entrevistar al ingeniero Andrés Aguilar Rodríguez, coordinador de la prefectura de Los Ríos, por medio de 5 preguntas abiertas en donde se conoció la razón de los cambios en el estilo gráfico de esta entidad.

## **Resultados Obtenidos**

### **Situaciones detectadas**

Por medio de la técnica de entrevista estructurada, se logró entrevistar al director del departamento de Comunicación del Gobierno Provincial de Los Ríos, sobre el rediseño del símbolo.

- El cambio de la prefectura se efectuó por el cambio de autoridades, ya que el símbolo anterior mostraba a un campesino que hacia un puño hacia el sol y en su hombro cargaba una racima de verde, el cual tenía un conflicto por ser parecido al de la provincia del Oro y se buscó marcar la diferencia.

En el cual se ha extraído los elementos más representativos del escudo de la provincia de Los Ríos, con la finalidad de demostrar algo sencillo pero completo que nos represente.

- La fecha en que fue publicado este nuevo diseño de la prefectura fue el 15 de julio del 2019.
- Los cambios que se han dado van más allá del rediseño de logo, puesto que menciona que en este periodo el señor prefecto ha dispuesto a dar un cambio
- empezando por la identidad visual y los colores institucionales vistos en los uniformes, vehículos, entre otros para marcar la diferencia de la anterior administración.

Por medio de la técnica de entrevista estructurada, se logró entrevistar al director creativo Carlos Luis Viteri, de la Alcaldía de Babahoyo, en donde se preguntó en base al rediseño del símbolo de esta institución.

Viteri menciona que, el 29 de octubre, se expuso el nuevo logotipo, pero se iban realizando entregas parciales, el cambio fue factible para de esta forma cumplir el proceso de comunicación que se estaba buscando. Mantener criterios y rasgos originales del primer escudo de manera simplificada ayudó a darle mucha más fuerza a la marca institucional. El logotipo, es una representación de rasgos originales al escudo oficial de 1948. La intención fue revivir y destacar en su forma original de todo lo que simboliza y todo lo que contiene.

Sus partes se componen simbólicamente de: El Yelmo: simboliza la bizarría de sus hijos, representando el carácter de sus habitantes. Los cartuchos de oro: Acompañan los lados del yelmo; expresan la riqueza de sus tierras, sus bosques y el talento de sus hombres. El sol naciente: Se encuentra en el primer cuadro, significa el espíritu de progreso, dando vida y entusiasmo. El castillo: Que reposa también en el primer cuadro ostenta el cuadro que proclama la caballerosidad, la hospitalidad a todos los hermanos del mundo. Declaración que fue propugnada aún por la colonia habiéndola declarada “La muy noble y leal ciudad de Bodegas” El ancla: Se encuentra en el segundo cuadro del escudo; simboliza la abundancia de sus ríos, su riqueza fluvial. La mazorca de cacao: ubicada en el tercer cuadro que divide el escudo, representa a su riqueza agraria, como símbolo de su esfuerzo para cultivar la tierra y sus productos. Las 6 estrellas: representan sus parroquias; Babahoyo, Barreiro, Pimocha, Caracol, FebresCordero y Mata de Cacao.

## **CONCLUSIONES**

En este estudio se logró conocer que los cambios de estilos gráficos dentro de los símbolos de la provincia de Los Ríos, se desarrollan por cambios de administración en donde se quiere dejar en claro un concepto que tiene un trasfondo político, puesto que lo que se busca es posicionar su marca para que esta sea reconocida y diferenciada del resto.

## **RECOMENDACIONES**

La comunicación visual es una de las más importantes, puesto que con ella se logra transmitir ideas, conceptos y estilos, lo cual enriquece la experiencia humana. Puesto que hoy en día las instituciones públicas buscan dejar su concepto a través de ella rediseñando o cambiando estilos de los símbolos.

Los cambios van más allá de un estilo visual, puesto que los colores también juegan un papel importante, el mensaje que se quiere dar es dentro de las entidades, es que hay una renovación tanto administrativa como visual.

## BIBLIOGRAFÍA

- factoriacreativa. (21 de Febrero de 2017). *LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO GRÁFICO EN PUBLICIDAD*. Obtenido de <https://www.factoriacreativabarcelona.es/blog/la-importancia-del-diseno-grafico-publicidad/>
- Guerrero, N., & Villegas, A. (2019). La evaluación en el diseño gráfico como un factor de calidad para la funcionalidad de las soluciones gráficas/Evaluation in graphic design as a quality factor for the functionality of graphics solutions. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 6(11).
- Hoyos, R. (2016). *Branding el arte de marcar corazones*. Ecoe Ediciones.
- López, J. (2017). La gestión de comunicación del municipio de Montecristi y su influencia en la imagen institucional. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*. e-ISSN 2550-6587. URL: [www.revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso](http://www.revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso), 2(1), 34-50.
- López-Macías, J. (2019). Rediseño de identidad corporativa gráfica para el Jardín Botánico Padre Julio Marrero.
- Méndez, A. (26 de Enero de 2017). *El estilo gráfico en la comunicación*. Obtenido de <https://blog.comunicae.es/estilo-grafico-la-comunicacion/>
- Ojeda, E. (2018). Reingeniería de Procesos y el Branding. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 6(1).
- Pulla González, J., & Espinoza Cevallos, C. (2019). Tendencias de comunicación visual y su influencia en el rediseño de la identidad corporativa de las compañías en la actualidad. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/05/identidad-corporativa-companias.html>
- Torterolo, M. (2015). Por senderos inexplorados de la gestión educativa: en búsqueda de la imagen institucional perdida. *Educar*, 51(1), 189-208.
- Yejas, D. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(80), 59-72.

# ANEXOS



## **ANEXO 1. ENTREVISTA**

### **Entrevista dirigida**

#### **¿Por qué se dio el cambio del logotipo de la prefectura?**

Afirma que el rediseño se dio por el cambio de autoridades, el símbolo anterior mostraba a un campesino que hacía puño hacia el sol y en su hombro cargaba una racima de verde el cual tenía un conflicto por el parecido al de la provincia del Oro entonces no se podía diferenciar, a pesar de que los Ríos es la provincia productora número uno en banano y la provincia del Oro esta posesionado como la Capital bananera del país y del mundo.

#### **¿Que representa el rediseño del símbolo de la prefectura?**

Ahora el rediseño de la imagen institucional de la prefectura prácticamente viene del escudo de la provincia, ahora lo que se ha hecho es aplicar y extraer los elementos más esenciales del escudo de la provincia para demostrar algo sencillo pero completo.

#### **¿En qué fecha fue publicada?**

Fue publicada por el mes de junio de 2019

#### **¿A parte del logotipo habido otros cambios?**

Hay muchas cosas que están cambiando en este periodo, el señor prefecto a dispuesto a dar un cambio empezando por la identidad visual y los colores institucionales uniformes vehículos etc. para marcar la diferencia del periodo anterior.

### **¿Cómo nació la idea de realizar el rediseño del logotipo de la prefectura?**

Estamos en un momento de transformación y era digital. El logotipo que representaba a la prefectura debía adaptarse, alejado de complejidad sin elementos innecesarios. Partiendo de conceptos de simplicidad se buscó que el logotipo sea mucho más fácil de recordar, como también de reproducir en diferentes tamaños y dispositivos, que se adapte a los recursos donde se involucre y conecte la esencia de la institución.

### **¿Considera que es factible el cambio de este nuevo rediseño?**

¡Sí! Se institucionalizó la marca, pero la estrategia de cambio también involucra la reapropiación de elementos representativos que contenga los elementos del emblema de Los Ríos, bajo su entorno original. Una vez se tuvo claro el espíritu que había que imprimir a la marca, se comenzó a trabajar en distintas propuestas para ir definiendo poco a poco su aspecto final. El cambio fue factible y viable ya que se propuso cumplir con estándares de simplicidad, para que sea fácilmente adaptable, memorable y duradero.

### **¿Cuánto tiempo tardo en realizar?**

Aproximadamente 3 meses el cual correspondió el desarrollo integral de un Manual de marca con usos debidos para el correcto uso de la marca.

### **¿Cuál es la fecha que inicio y publico el logotipo?**

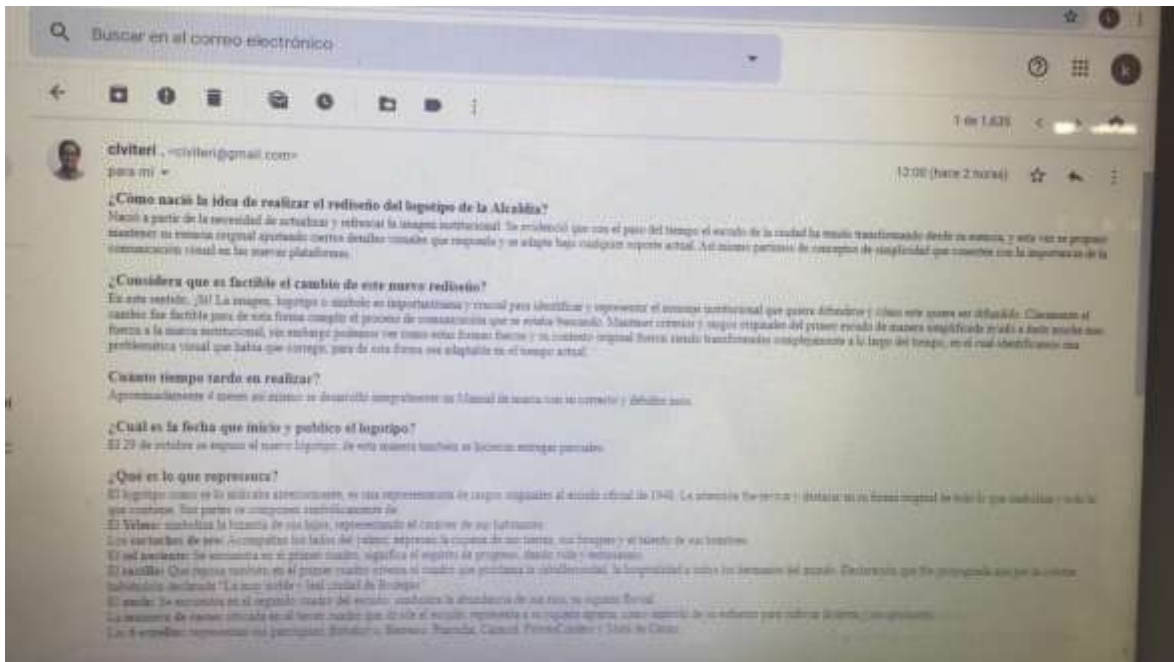
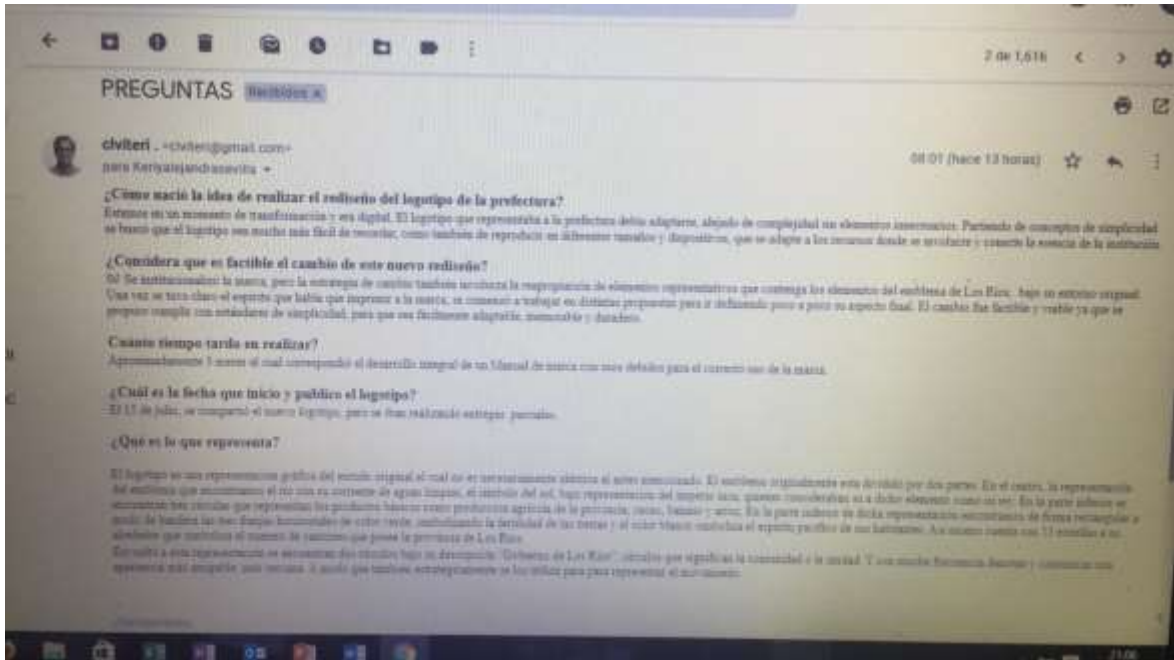
El 15 de julio, se compartió el nuevo logotipo, pero se iban realizando entregas parciales.

### **¿Qué es lo que representa?**

El logotipo es una representación gráfica del escudo original el cual no es necesariamente idéntica al antes mencionado. El emblema originalmente está dividido por dos partes. En el centro, la representación del emblema que encontramos el río con su corriente de aguas limpias, el símbolo del sol, bajo representación del imperio inca, quienes consideraban su a dicho elemento como su rey. En la parte inferior se encuentran tres circulas que representan los productos básicos como producción agrícola de la provincia; cacao, banano y arroz. En la parte inferior de dicha representación encontramos de forma rectangular a modo de bandera las tres franjas horizontales de color verde, simbolizando la fertilidad de las tierras y el color blanco simboliza el espíritu pacifico de sus habitantes. Así mismo cuenta con 13 estrellas a su alrededor que simboliza el número de cantones que posee la provincia de Los Ríos.


Envuelto a esta representación se encuentran dos círculos bajo su descripción “Gobierno de Los Ríos”; círculos que significan la comunidad o la unidad. Y con mucha frecuencia denotan y comunican una apariencia más amigable, más cercana. A modo que también estratégicamente se los utiliza para para representar el movimiento.

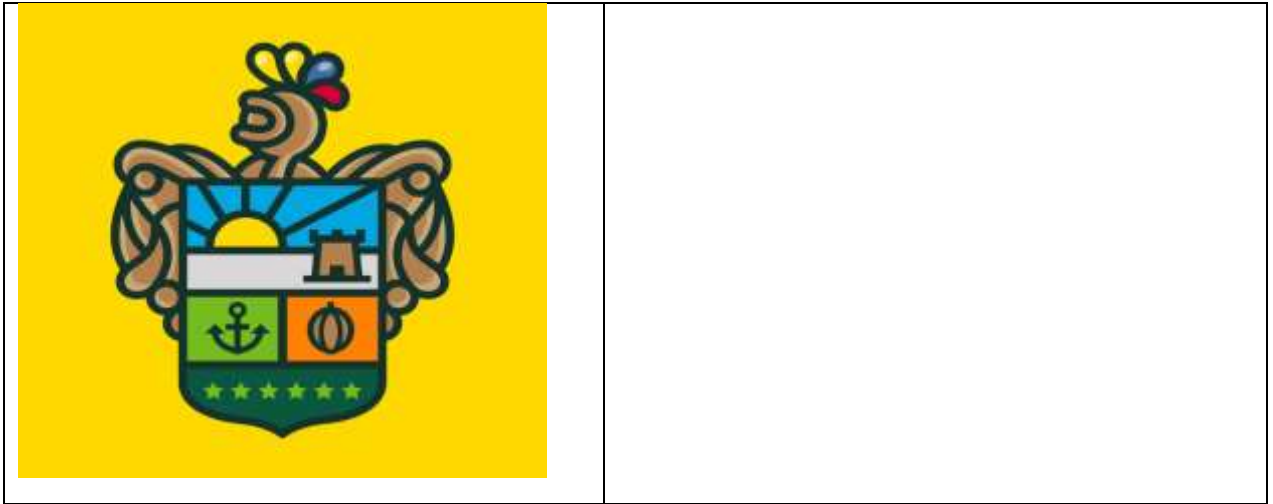




**Tabla 1.**


*Análisis del rediseño del estilo gráfico de la Alcaldía de Babahoyo*

<b>Rediseño de estilo gráfico Alcaldía de Babahoyo</b>	
<b>Estilo gráfico</b>	<b>Descripción</b>
Administración 2017-2019 	<p>Dentro de este estilo grafico se puede definir que fue escogido el escudo de la ciudad de Babahoyo, como representante de la identidad puesto que tiene los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-<b>Yelmo:</b> Carácter dominante, valentía</li><li>-<b>Cartuchos de oro:</b> Riqueza proverbial</li><li>-<b>Sol naciente:</b> Que representa el progreso</li><li>-<b>Castillo:</b> Símbolo de la caballeridad, la hidalguía, la hospitalidad</li><li>-<b>Mazorca de Cacao:</b> Riqueza agraria</li><li>-<b>Bandera verde:</b> que representa los sembríos</li><li>-<b>Ancla y el árbol:</b> Representa la abundancia del río y el poder fluvial</li><li>-<b>Las estrellas:</b> representan sus parroquias: Babahoyo, Barreiro, Pimocha, Caracol, Montalvo y Febres Cordero.</li></ul> <p>Enmarcado en un círculo blanco, con el nombre del “municipalidad de Babahoyo” seguido de un fondo amarillo.</p>
Administración 2019-2023	<p>Dentro de esta nueva administración, asimismo se ha colocado el escudo de la ciudad de Babahoyo, debido a que representan la identidad de sus habitantes, en donde se muestra un estilo caricaturesco, una imagen fresca y juvenil.</p>



Elaborado por Kerly Sevilla

**Tabla 2.**  
Análisis del rediseño del estilo gráfico de la prefectura de Los Ríos

Rediseño de estilo gráfico de la prefectura de Los Ríos	
Rediseños	Descripción
	<p>En la parte superior se encuentran 13 estrellas que representan los cantones</p> <p>El escudo está dividido en dos partes, en la parte superior se encuentran las corrientes de aguas, detrás un sol que es el símbolo del imperio inca y en su parte superior se encuentra los productos básicos que se producen dentro de la provincia tales como: Cacao, banano y arroz.</p> <p>En la parte inferior se encuentra el nombre de la prefectura de Los Ríos.</p>



En esta administración se colocó el escudo de la provincia de Los Ríos, sin embargo, se le dio un estilo caricaturesco, PICTOGRAFICO en donde los detalles se pierden como en la parte inferior del escudo. Se ven don círculos, los que antes era unos sembríos de arroz, cacao y banano.

La tipografía sobria de color amarillo alrededor de este ícono describe el nuevo nombre de Gobierno de Los Ríos.

Elaborado por Kerly Sevilla